

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE CUENCA

CARRERA DE INGENIERÍA MECÁNICA AUTOMOTRIZ

*Trabajo de titulación previo
a la obtención del título de
Ingeniero Mecánico Automotriz*

PROYECTO TÉCNICO:

**“ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
CENTRO DE COMERCIALIZACIÓN DE REPUESTOS AUTOMOTRICES
PARA VEHÍCULOS LIVIANOS, UBICADO EN EL CANTÓN SARAGURO
DE LA PROVINCIA LOJA”**

AUTORES:

**JEFFERSSON FERNANDO MUZHA YUNGA
ALEX DAVID JAPÓN QUIZHPE**

TUTOR:

ING. ADRIÁN XAVIER SIGÜENZA REINOSO, MSc.

CUENCA - ECUADOR

2021

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Nosotros, Jeffersson Fernando Muzha Yunga con documento de identificación N° 0106136195 y Alex David Japón Quizhpe con documento de identificación N° 1104650252, manifestamos nuestra voluntad y cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos los autores del trabajo de titulación: **“ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE COMERCIALIZACIÓN DE REPUESTOS AUTOMOTRICES PARA VEHÍCULOS LIVIANOS, UBICADO EN EL CANTÓN SARAGURO DE LA PROVINCIA LOJA”**, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: *Ingeniero Mecánico Automotriz*, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, septiembre de 2021.



Jeffersson Fernando Muzha Yunga

C.I. 0106136195



Alex David Japón Quizhpe

C.I. 1104650252

CERTIFICACIÓN

Yo, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: **“ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE COMERCIALIZACIÓN DE REPUESTOS AUTOMOTRICES PARA VEHÍCULOS LIVIANOS, UBICADO EN EL CANTÓN SARAGURO DE LA PROVINCIA LOJA”**, realizado por Jeffersson Fernando Muzha Yunga y Alex David Japón Quizhpe, obteniendo el *Proyecto Técnico* que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, septiembre de 2021.



Ing. Adrián Xavier Sigüenza Reinoso, M.Sc.

C.I. 0103827366

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, Jeffersson Fernando Muzha Yunga con documento de identificación N° 0106136195 y Alex David Japón Quizhpe con documento de identificación N° 1104650252, autores del trabajo de titulación: **“ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE COMERCIALIZACIÓN DE REPUESTOS AUTOMOTRICES PARA VEHÍCULOS LIVIANOS, UBICADO EN EL CANTÓN SARAGURO DE LA PROVINCIA LOJA”**, certificamos que el total contenido del *Proyecto Técnico*, es de nuestra exclusiva responsabilidad y autoría.

Cuenca, septiembre de 2021.



Jeffersson Fernando Muzha Yunga

C.I. 0106136195



Alex David Japón Quizhpe

C.I. 1104650252

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de titulación a mi padre Williams por ser un ejemplo de lucha y perseverancia constante, por todo su apoyo moral y económico. A mi madre Sonia por todo su amor y paciencia en mi formación académica. A mi hermano menor, quien a su corta edad recibí su apoyo y creyó en mi capacidad. A mis hermanos Nayeli y Fabricio por su alegría y cariño. A mi hijo Allan por ser mi fortaleza y motivación para culminar con este documento.

Jeffersson Fernando Muzha Yunga

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de titulación primordialmente a Dios, por ser mi modelo de inspiración y darme las fuerzas para salir adelante y lograr mis más anhelados deseos.

De la misma manera dedico este trabajo a mis padres Miguel y Ana, por ser el motor que me impulsa a cumplir mis sueños, por su trabajo y sacrificio dedicado para hacer de mí una mejor persona, gracias a ustedes he logrado alcanzar una meta más en mi vida.

A mis hermanas Mariuxi y Sandra por brindarme su cariño y su apoyo incondicional, por estar conmigo en las buenas y malas durante todo este trayecto académico.

Alex David Japón Quizhpe

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y la Virgen por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

Gracias a mis padres Williams y Sonia por ser los principales promotores de mis sueños, por creer, por confiar, por los consejos y principios que me han inculcado.

A mis hermanos Danny, Nayeli y Fabricio por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento. Mi profundo agradecimiento a todos mis familiares que son sus consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en cada uno de mis sueños y metas.

Finalmente, mi más grande y sincero agradecimiento al Ing. Adrián Sigüenza, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración nos permitió el desarrollo de este proyecto, al igual que a mi amigo, compañero del proyecto Alex Japón por su dedicación y colaboración para salir adelante con este proyecto.

Jeffersson Fernando Muzha Yunga

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios por darme la sabiduría, fuerzas y la oportunidad de salir adelante y poder cumplir mis objetivos de vida.

Expreso también mis más sinceros agradecimientos a mis padres Miguel y Ana por ser el pilar fundamental en mi vida, por los valores que me inculcaron, que gracias a sus esfuerzos y apoyo incondicional lograron darme una excelente educación en el transcurso de mi vida, a mis hermanas por sus alientos positivos que me dieron para sobresalir adelante.

Agradezco de manera especial a mi tutor el ingeniero Adrián Sigüenza por ayudarnos con su conocimiento, su dedicación, sus consejos y su tiempo brindado para lograr culminar con éxito este proyecto de titulación, deseándole muchas bendiciones y éxitos en su caminar.

Finalmente, a mi amigo y compañero de trabajo Jeffersson, por su amistad, su apoyo y su esfuerzo dedicado para poder culminar este proyecto, así mismo a los docentes quienes me brindaron su enseñanza para poder alcanzar mis metas.

Alex David Japón Quizhpe

RESUMEN

En el presente proyecto se realiza un análisis de factibilidad para determinar si es viable la creación de un centro de comercio de repuestos y accesorios para vehículos de diferentes marcas en la ciudad de Saraguro.

En primera instancia, se realiza una investigación bibliográfica acerca de los temas relacionados a la creación de una empresa de venta repuestos, se especifica, la importancia de realizar un análisis de factibilidad antes de iniciar un negocio y se define el sector del parque vehicular de Saraguro.

Seguidamente, se realiza el estudio de mercado mediante la realización de una encuesta como método para la recolección de datos, de acuerdo con el tamaño de la muestra se obtiene que serán encuestadas 296 personas, a través de estos resultados se garantiza la acogida de que tendrá el proyecto en la población.

En el tercer capítulo se establece el estudio técnico mediante los recursos y requerimientos mínimos para la implementación del negocio, se establece además la filosofía de la empresa, los materiales necesarios, distribución de planta, estructura organizativa, etc.

Finalmente, en el cuarto capítulo se realizará un análisis financiero mediante costos directos e indirectos que nos ayudará a determinar la viabilidad del proyecto desde un ámbito económico, en donde se detallan los activos fijos, las inversiones preoperativas y el capital necesario para la implementación.

Palabras clave: Factibilidad, Encuesta, Implementación, ciudad de Saraguro

SUMMARY

In this project, a feasibility analysis is carried out to determine whether it is feasible to create a trade center for spare parts and accessories for vehicles of different brands in the city of Saraguro.

In the first instance, a bibliographic search is carried out on the issues related to the creation of a spare parts trading company, the importance of carrying out a feasibility analysis before starting a business is specified and the sector of the Saraguro vehicle fleet is defined.

Next, the market study is carried out by conducting a survey as a method for data collection, according to the size of the sample it is obtained that 296 people will be surveyed, through these results the reception that it will have is guaranteed. the project in the town.

In the third chapter, the technical study is established through the resources and minimum requirements for the implementation of the business, the philosophy of the company, the necessary materials, plant distribution, organizational structure, etc.

Finally, in the fourth chapter, a financial analysis will be carried out through direct and indirect costs that will help us determine the viability of the project from an economic scope, where the fixed assets, pre-operational investments and the capital necessary for implementation.

Key words: *Feasibility, Survey, Implementation, city of Saraguro*

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
AGRADECIMIENTO	viii
RESUMEN	ix
SUMMARY	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
INTRODUCCIÓN	1
PROBLEMA.....	2
Antecedentes.....	2
Importancia y alcance	2
Delimitación geográfica.....	3
OBJETIVOS	4
Objetivo General.....	4
Objetivos específicos	4
CAPÍTULO I	5
1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS.....	5
1.1. Introducción.....	5
1.2. Factibilidad o viabilidad	6
1.2.1. Tipos de factibilidad.....	6
1.3. Estudio de factibilidad	8
1.3.1. Estudio de mercado	9
1.4. Importancia del sector automotriz a nivel del Ecuador	14
1.5. Mercado de vehículos y servicios en el cantón Saraguro.....	17
1.6. Segmentación geográfica.....	18
1.7. Segmentación demográfica.....	19

CAPÍTULO II.....	21
2. MARCO METODOLÓGICO.....	21
2.1. Introducción.....	21
2.2. Reseña histórica del cantón Saraguro.....	22
2.3. Técnicas de estudio para la recolección de datos.....	23
2.4. Entrevista como medio de recolección de datos.....	23
2.4.1. Tipos de entrevistas.....	23
2.5. Encuesta como medio de recolección de datos.....	24
2.5.1. Tipos de encuesta.....	24
2.6. Descripción del tipo de encuesta a aplicar.....	25
2.7. Cálculo del tamaño de la muestra (n).....	29
2.8. Tabulación y análisis de la encuesta.....	32
2.9. Análisis general de la encuesta.....	45
CAPÍTULO III.....	46
3. RESULTADOS TÉCNICOS PARA LA IMPLANTACIÓN DEL NEGOCIO.....	46
3.1. Introducción.....	46
3.2. Gestión estratégica.....	47
3.3. Tipos de empresas que existen en el Ecuador.....	47
3.4. Diseño de imagen de la empresa.....	50
3.4.1. Logo de la empresa.....	50
3.4.2. Eslogan de la empresa.....	50
“Asegura la vida de tu vehículo con repuestos de calidad”.....	50
3.5. Filosofía de la empresa.....	51
3.5.1. Misión.....	51
3.5.2. Visión.....	51
3.5.3. Valores corporativos.....	52
3.5.4. Análisis FODA.....	53
3.5.5. Objetivos estratégicos.....	55
3.6. Definición del producto.....	56
3.7. Proveedores.....	61
3.8. Recursos operativos.....	68
3.9. Distribución de espacios físicos requeridos para la implementación del negocio.	73

3.10.	Localización de área comercial.....	77
3.11.	Descripción de procesos operativos.....	78
3.12.	Estructura organizativa de la empresa	85
3.13.	Manual de funciones del personal.....	85
3.14.	Política interna de la empresa.	89
CAPÍTULO IV.....		91
4.	RESULTADOS FINANCIEROS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO	91
4.1.	Introducción.....	91
4.2.	Presupuesto de inversión y capital de trabajo.....	92
4.2.1.	Inversión fija	92
4.2.2.	Capital de trabajo	92
4.3.	Resumen de la inversión.....	93
4.4.	Depreciación.....	94
4.4.1.	Resumen de depreciación por activos	95
4.5.	Rol de pagos	98
4.6.	Fuentes de financiamiento	100
4.6.1.	Distribución de la inversión	100
4.6.2.	Amortización financiera.....	101
4.7.	Estado de situación financiera	102
4.8.	Resumen de gastos.....	103
4.9.	Proyección de ventas	103
4.9.1.	Resumen de proyección de ventas	105
4.10.	Estado de resultados.....	106
4.11.	Flujo neto de caja proyectado	107
CONCLUSIONES		110
RECOMENDACIONES.....		111
REFERENCIA BIBLIOGRAFICA		112
ANEXOS		116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Vehículos comercializados a nivel nacional	15
Tabla 2. Clasificación de vehículos pertenecientes al cantón Saraguro	17
Tabla 3. Clasificación de vehículos según el tipo de combustible.....	17
Tabla 4. Marca de vehículo más comercializados en el cantón Saraguro.....	18
Tabla 5. Límites geográficos del cantón Saraguro.....	18
Tabla 6. Población por edad y genero.....	20
Tabla 7. Valores del nivel de confianza para el cálculo de la muestra.	30
Tabla 8. Frecuencia de edad de los conductores.....	32
Tabla 9. Marcas de vehículos más comercializadas	33
Tabla 10. Frecuencia por tipo de vehículos	34
Tabla 11. Frecuencia con relación a la actividad de los vehículos	35
Tabla 12. Preferencia de repuestos para dar mantenimiento de los vehículos.....	36
Tabla 13. Frecuencia de mantenimientos que realizan al vehículo por año	37
Tabla 14. Tipo de fallos más frecuentes que presentan los vehículos	38
Tabla 15. Mantenimiento frecuente que realizan al vehículo	39
Tabla 16. Ciudades en donde compran repuestos para dar mantenimiento a los vehículos	40
Tabla 17. Frecuencia de complejidad para adquirir un repuesto	41
Tabla 18. Frecuencia de tiempo que tardan en adquirir los repuestos	42
Tabla 19. Frecuencia de gastos promedios de repuestos por mes.....	43
Tabla 20. Frecuencia de aceptación para la creación de un centro de venta de repuestos.....	44
Tabla 21. Análisis FODA.....	54
Tabla 22. Línea de repuestos necesarios para dar mantenimiento a los vehículos	57
Tabla 23. Listado de equipos de oficina	68
Tabla 24. Listado de muebles y enseres.....	68
Tabla 25. Equipos de computación necesarios.	69
Tabla 26. Herramientas y utensilios necesarios.	69
Tabla 27. Inmueble a rentar.	70
Tabla 28. Gastos de constitución.	70
Tabla 29. Publicidad propuesta.....	71
Tabla 30. Insumos de oficina.....	71

Tabla 31. Artículos de limpieza	72
Tabla 32. Servicios básicos del local.	72
Tabla 33. Suministros de oficina necesarios.....	73
Tabla 34. Gastos adicionales.....	73
Tabla 35. Descripción de espacios físicos	75
Tabla 30. Manual descriptivo de funciones. Gerente.....	86
Tabla 31. Manual descriptivo de funciones. Cajero/a.....	87
Tabla 32. Manual descriptivo de funciones. Vendedor	88
Tabla 33. Manual descriptivo de funciones. Bodeguero.....	89
Tabla 40. Resumen de la inversión fija.....	92
Tabla 41. Resumen de los valores del capital de trabajo	93
Tabla 42. Resumen de la inversión total.....	93
Tabla 43. Resumen tabla de depreciación de activos fijos.	95
Tabla 44. Depreciación de los muebles de oficina.....	95
Tabla 45. Depreciación de los equipos de computación.....	96
Tabla 46. Depreciación de los equipos de oficina.	96
Tabla 47. Depreciación de maquinaria y equipos.....	97
Tabla 48. Rol de pagos para el personal a contratarse inicialmente.	99
Tabla 49. Inversiones.	100
Tabla 49. Resumen de la distribución de la inversión	100
Tabla 51. Tabla de amortización para 7 años.....	101
Tabla 52. Situación Financiera.....	102
Tabla 53. Resumen de gastos.....	103
Tabla 54. Proyección de ventas.....	104
Tabla 55. Resumen de la proyección de ventas.	105
Tabla 56. Resumen de gastos totales y utilidades.....	106
Tabla 57. Flujo neto de caja proyectado.	107
Tabla 58. Indicadores de viabilidad.	108

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. División política del cantón Saraguro	19
Figura 2. Frecuencia de edad de los conductores	32
Figura 3. Marca de vehículos más comercializados	33
Figura 4. Frecuencia por tipo de vehículos.....	34
Figura 5. Frecuencia en relación a la actividad de los vehículos.....	35
Figura 6. Preferencia de repuestos para dar mantenimiento de los vehículos	36
Figura 7. Frecuencia de mantenimientos que realizan al vehículo por año	37
Figura 8. Tipo de fallos más frecuentes que presentan los vehículos.....	38
Figura 9. Mantenimiento frecuente que realizan al vehículo.....	39
Figura 10. Ciudades en donde compran repuestos para dar mantenimiento a los vehículos.....	40
Figura 11. Frecuencia de complejidad para adquirir un repuesto.....	41
Figura 12. Frecuencia de tiempo que tardan en adquirir los repuestos.....	42
Figura 13. Frecuencia de gastos promedios de repuestos por mes	43
Figura 14. Frecuencia de aceptación para la creación de un centro de venta de repuestos	44
Figura 15. Logotipo de la empresa	50
Figura 16. Valores empresariales.....	52
Figura 17. Ubicación proveedor mansuera Loja.....	63
Figura 18. Ubicación proveedor Multirepuestos del Sur	64
Figura 19. Ubicación proveedor Auto Parts Ochoa.....	65
Figura 20. Ubicación proveedor Inverneg	66
Figura 21. Ubicación proveedor Avisan	67
Figura 22. Mercado distribuidor	67
Figura 23. Distribución de planta	76
Figura 24. Macro localización del negocio.....	77
Figura 25. Micro localización del negocio	78
Figura 26. Proceso de selección de personal	79
Figura 27. Proceso de compra de repuestos.....	80
Figura 28. Proceso de venta de repuestos	81
Figura 29. Proceso de recepción de mercadería	82
Figura 30. Proceso para ingreso de productos al sistema	83

Figura 31. Proceso de venta de repuestos a domicilio 84
Figura 32. Organigrama de la empresa 85

INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país latinoamericano en vías de desarrollo, donde en la actividad automotriz se desenvuelven empresas importadoras y ensambladoras de vehículos que con su oferta proveen a la demanda del mercado conforme a las posibilidades de las personas como consumidores activos del medio. Actualmente existen en el mercado muchos oferentes de productos automotrices debido a la necesidad creada por el cliente de satisfacer de productos, específicamente para sus vehículos, de manera eficiente y al menor costo.

Para el cantón Saraguro la base de la economía se ve reflejada en la agricultura, la ganadería con sus productos lácteos y el comercio. La ganadería constituye la principal actividad económica del cantón. Para el sector automotriz, específicamente en el área de repuestos y accesorios se ve limitado, lo que ocasiona que las personas tengan que trasladarse a otras provincias en busca de soluciones a sus necesidades.

Es muy notorio que el parque automotor se ha incrementado considerablemente en los últimos años en el cantón, ocasionando que el parque automotor necesite un centro de la comercialización de repuestos automotrices.

La implementación de un centro de comercialización de repuestos automotrices para vehículos livianos en el cantón Saraguro permitirá a la posible clientela solucionar la problemática planteada, es así que el presente documento tiene como objetivo principal una investigación sobre la factibilidad de un centro de comercialización de repuestos automotrices.

PROBLEMA

Antecedentes

La finalidad de realizar un análisis de factibilidad previo a la creación de un centro de venta de repuestos automotrices en el cantón Saraguro tiene como objetivo principal demostrar la viabilidad técnica y financiera que tendrá el proyecto.

La demanda latente en el mercado local en tema de repuestos, partes y piezas para vehículos es escasa, es así que la posibilidad de ofertar estos productos contribuye una gran oportunidad de negocio, a su vez motiva al desarrollo y economía del cantón, con ello se pretende aprovechar la problemática del sector mediante la creación de un centro comercial de repuestos automotrices que vaya direccionado a vehículos livianos, más aún cuando este está sobrepasando la oferta del sector comercial y obliga a los clientes a solicitarlos fuera de la localidad

Importancia y alcance

Según la asociación de empresas del Ecuador (AEADE, 2020), para ese año se matricularon 2,592.432 vehículos a nivel nacional, por otra parte, en la provincia de Loja se matriculo alrededor de 69.424, mientras que en el cantón Saraguro se matricularon 3088 vehículos, es así que el parque automotor se ha convertido en uno de los ejes primordiales para la movilidad.

El cantón Saraguro al contar con escasos centros de comercialización de repuestos automotrices hace que la adquisición de estos productos represente un desafío para aquellas personas que deseen dar mantenimiento a sus vehículos, obligando que muchos propietarios tengan que salir a ciudades como Loja o Cuenca a fin de conseguirlos, generando con ellos pérdida de tiempo y un mayor gasto para su economía.

Teniendo en consideración la demanda que existe en el mercado al no contar con variedad de repuestos en el Cantón, es por ello que el desarrollo de esta investigación pueda ser implementado al punto de que la mayor parte de propietarios tengan la disponibilidad de adquirir variedad de repuestos automotrices en la localidad

Delimitación geográfica

En estudio se realiza en la ciudad de Saraguro perteneciente al cantón Loja, se localiza al sur del Ecuador, ubicada a 64 km de la cabecera cantonal,



Figura 1. Mapa político del cantón Saraguro

Fuente: Censo 2010-INEC

El cantón se encuentra conformada por once parroquias, una urbana que es Saraguro y diez rurales que son, Paraíso de Celén, San Pablo de Tenta, Selva Alegre, Lluzhapa, Manú, San Sebastián de Yúluc, Urdaneta, San Antonio de Cumbe, Tablón y Sumaypamba

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar un análisis de factibilidad para la implementación de un centro de comercialización de repuestos automotrices para vehículos livianos, ubicado en el cantón Saraguro provincia de Loja.

Objetivos específicos

- Determinar los fundamentos teóricos que sustenten la investigación del proyecto, utilizando información bibliográfica y fuentes actualizadas para el desarrollo del proyecto.
- Realizar un estudio de mercado mediante muestreo estadístico para determinar la pertinencia que tendrá este negocio.
- Establecer el estudio técnico mediante los recursos y requerimientos mínimos para especificar la calidad del negocio.
- Generar un análisis financiero mediante costos directos e indirectos para determinar la viabilidad del proyecto.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1. Introducción

En el presente capítulo se detalla los criterios teóricos, en ello se especifica la importancia del porque realizar un estudio de factibilidad previo a la implantación de un negocio, así también se describe cada uno de los tipos de factibilidad a fin de lograr definir criterios claros y concretos acorde al tema.

Se realiza una investigación acerca del estudio de factibilidad porque es un factor clave a considerar, con ello se podrá determinar la viabilidad del proyecto de implementación de un centro de venta de repuestos automotrices en el cantón Saraguro.

De manera similar se menciona aquellos aspectos como; la oferta, la demanda, el producto, el precio y la comercialización, los mismos que se deben considerar frente a la realización de un estudio de mercado, con el fin de determinar la aceptación del negocio en el mercado real, estos factores serán los que determinen la competitividad del negocio frente a establecimientos que brinden el mismo servicio o producto.

Finalmente, en este capítulo se establece la importancia del sector automotor a nivel nacional, se define el parque automotor del cantón Saraguro, de igual manera, se especifica la segmentación geográfica y demográfica del mismo, logrando determinar con esto que existe una gran oportunidad de negocio en cuanto al comercio de repuestos automotrices.

1.2. Factibilidad o viabilidad

En cuanto a la factibilidad se refiere a las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto, con ello, una empresa realiza un análisis a fin de comprobar si el negocio planteado será bueno o malo, y frente a ello considerar que estrategias se deben desarrollar para que sea exitoso. (Valera, 2010)

Según menciona (Baca, 2001), la viabilidad es la posibilidad que tiene un proyecto para ser realizado y aplicado de tal manera que cumpla con sus objetivos, está relacionado con la calidad, eficiencia y pertinencia de un proyecto, considerando elementos conceptuales, información utilizada, coherencia en los planteamientos y el mayor acercamiento a una realidad.

1.2.1. Tipos de factibilidad

1.2.1.1. Factibilidad operativa

La factibilidad operativa radica en el análisis de los recursos productivos y humanos que serán necesarios para llevar a cabo el desarrollo de un proyecto económico, así lograr identificar si un proyecto puede ser aplicado a través de los recursos que posee la empresa en donde interviene algún tipo de actividad o proceso. (Quiroa, 2020)

1.2.1.2. Factibilidad técnica

Según (Rus Arias, 2020), plantea que mediante la factibilidad técnica se podrá determinar si se dispone de ciertos elementos como, equipos y herramientas necesarios para llevar a cabo la ejecución del planteamiento, con ello además se considera la disposición del personal capacitado con habilidades y conocimientos necesarios para efectuar el manejo de los procedimientos, funciones y procesos que involucra el proyecto.

Según menciona (Rosales, 2005), el estudio técnico permite plantear y considerar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, a la vez verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Dentro de este análisis se establecen los equipos, la maquinaria, las materias primas, y las instalaciones necesarias para la ejecución del proyecto, por lo tanto, conlleva los costos de inversión y de operación, así como el capital de trabajo que se necesita.

1.2.1.3. Factibilidad financiera.

Mediante el análisis de factibilidad financiera según define (Corvo, 2019), una empresa o negocio proyecta cuanto será el capital que se necesita para iniciar el proyecto, el rendimiento que generará la inversión y las fuentes de financiamiento, con el propósito de poder determinar la rentabilidad comercial, es decir, se especifica cuánto dinero se necesita, cómo se gastará, y de dónde procederá.

El análisis financiero de una empresa se basa en el cálculo de los indicadores financieros que especialmente expresan la liquidez solvencia, endeudamiento, rendimiento y rentabilidad de una entidad. En este proceso se analiza la viabilidad del proyecto tomando como base los recursos económicos que a la vez nos permite conocer si el proyecto de interés es factible en términos de rentabilidad económica. (López Sánchez, 2015)

Es un factor clave en donde se analiza la parte económica del negocio, por lo tanto, en ella se describe el monto de capital o inversión inicial, los diferentes gastos e ingresos de las operaciones planificadas y las formas de financiamiento que se necesitan para la implantación del proyecto.

1.2.1.4. Factibilidad comercial

De acuerdo con lo que plantea (Rus Arias, 2020), resulta de gran importancia realizar un estudio de factibilidad comercial para que las empresas y negocios tomen medidas eficaces sobre sus productos y servicios para asegurar una buena aceptación en el mercado.

Al realizar un estudio comercial para un almacén de venta de repuestos se podrá determinar si los productos y servicios tienen la capacidad de competir, sobrevivir y obtener ganancias, considerando el mercado existente, por lo tanto, permite evaluar ciertos aspectos como; la demanda, la competencia, precios y comercialización para admitir la viabilidad del proyecto

1.2.1.5. Factibilidad política

La factibilidad política permite considerar a una empresa cuan probable será poder mantener los compromisos, acuerdos o convenios internos con los diferentes agentes implicados en el proyecto, es muy habitual para las grandes empresas analizar la factibilidad política y con ello tomar en cuenta las relaciones que se mantienen con sindicatos, empleados o accionistas, un claro ejemplo son las guarderías para los hijos de los empleados. (Rus Arias, 2020)

1.2.1.6. Factibilidad legal.

Un estudio de factibilidad legal permite realizar el análisis y evaluación de un proyecto, para ratificar que cumpla con todos los requisitos que son necesarios para el funcionamiento de una empresa, por lo tanto, esta hace referencia que el desarrollo del proyecto no debe infringir ninguna ley, norma o reglamento que son establecidos a nivel local, municipal o estatal.

1.3. Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es un análisis en donde se adopta todos aquellos factores relevantes previo a la implementación de un proyecto, que comprende tanto, las consideraciones económicas, técnicas y legales, para establecer la posibilidad de concluir el plan exitosamente.

Al realizar un estudio de factibilidad nos permitirá estipular cuan viable es el proyecto mediante diversos análisis y cuyos resultados llevarán a elegir la mejor decisión que deberá tomar el inversor, si se procede su estudio, desarrollo o ejecución. (Viniegra, 2007)

Un estudio de factibilidad comprende el análisis de una empresa a fin de determinar:

- Si el negocio que se pretende ejecutar será bueno o malo, y en qué condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio planteado contribuye con la preservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente. (Luna & Chaves, 2015)

El estudio de factibilidad comprende aspectos que están relacionados: el mercado, la parte técnica y financiera de una empresa

1.3.1. Estudio de mercado

El objetivo de realizar un estudio de mercado es con la finalidad de identificar de forma directa al cliente, especialmente en los aspectos relacionados con el producto o servicio (precio, producto, servicio). Por ello al iniciar el plan de negocios debe tenerse en claro que producto o servicio se ofrecerá y el mercado al cual va a estar orientado. (González, López Parra, Aceves L, & Celaya Figueroa, 2011)

Según (Orozco Orozco & Villalva Tutivén , 2013), mencionan que un estudio de mercadeo exitoso es aquel que busca la plena satisfacción del consumidor, en donde la organización debería conocer las necesidades del cliente, y ofrecer productos acordes al público, que sean nuevos e innovadores, además es importante comunicar las ventajas que releve su posicionamiento, calidad, costo, marca o modelo, y garantías.

El estudio de mercado en cuanto al tema planteado involucra tres preguntas claves que determinaran el desarrollo y crecimiento de una empresa.

¿Qué comprará el consumidor?

El cliente o consumidor según plantea (Thompson, 2009), es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

Con referencia al comercio de repuestos automotrices en el cantón Saraguro, una vez que entre en operación el proyecto, el consumidor o comprador, será el que podrá decidir por los accesorios, elementos y piezas disponibles para lograr dar mantenimiento a su vehículo, por ello, se debe considerar dar mayor tiempo y recursos debido a que su impacto es directo sobre los ingresos para la empresa y es ahí en donde intervienen las mejores estrategias ya que el cliente busca es sentirse bien a más de recibir un buen producto.

¿Cuánto comprará?

En este factor se analiza las diferentes circunstancias y las necesidades que requiere el consumidor para poder satisfacer sus necesidades, enfocado en la cantidad que desea comprar, mientras mayor sea la compra mayor será la ganancia para el negocio. (Sordo, 2020)

De acuerdo con el tipo de mantenimiento, sea esté preventivo o correctivo que se debe realizar al vehículo, el propietario conocerá cuanto será la cantidad necesaria y el gasto que realizará en la compra de repuestos, esto refleja para un negocio de comercio mayor cantidad de ventas entre accesorios, piezas y elementos.

¿Qué precio estaría dispuesto a comprar?

Al analizar esta interrogante haciendo un enfoque al comercio de repuestos, por parte del inversor o propietario del negocio, se tiene que considerar ciertos factores que influirán para mejorar y obtener mayor rentabilidad.

- Productos a un valor razonable.
- Calidad de lo que se adquiere.
- Atención cordial y personalizada.
- Servicio de calidad.
- Brindar información sobre el producto que se adquiere.
- Lugar acorde que brinde comodidad. (Orozco Orozco & Villalva Tutivén , 2013)

De acuerdo con estos parámetros y la necesidad de poder adquirir los productos en la localidad, se establecen los precios considerando la facilidad que tendrá el consumidor para realizar su compra, tomando en cuenta el mercado competente o negocios que ofrezcan el mismo producto o servicio, y factores que se ven reflejados con la parte política, legal y ambiental que como empresa se debe cumplir para su funcionamiento.

La estructura que compone un estudio de mercado considera seis variables fundamentales, como es, la comercialización, demanda, oferta, producto, costo y precio

1.3.1.1. Comercialización

La comercialización es el factor en donde intervienen los procesos de compra y venta de un producto o servicio, que como empresa o negocio se estará dispuesto a ofrecer, a fin de poder satisfacer las necesidades de un sector específico y generar utilidades para su beneficio. (Barcia , 2015)

Mediante esta actividad se puede lograr la circulación de productos, comprendido desde los centros de producción hasta los centros de consumo, involucrando con ello los mecanismos de distribución y los medios de publicidad o propaganda.

1.3.1.2. Demanda

Se entiende por demanda al conjunto de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita, para buscar la satisfacción y poder dar solución a una necesidad específica a un precio establecido. (Baca, 2001)

Con enfoque orientado al plan de venta de repuestos automotrices se podrá determinar la cantidad de bienes y servicios que un consumidor o un comprador está dispuesto a conseguir a un precio determinado y en un lugar establecido, pudiendo satisfacer de forma parcial o total a sus necesidades.

1.3.1.3. Oferta

Oferta es la cantidad de bienes y servicios que un comerciante está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Baca, 2001)

La oferta establece los bienes y servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado y con el objetivo de satisfacer necesidades y obtener beneficios.

1.3.1.4. Producto

Es cualquier elemento que se puede ofertar a un mercado para la atención, la adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad, incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas. (ANDRADE, 2000)

Para la implementación de un centro en comercio de repuestos, el producto será el que representa al conjunto de atributos tangibles e intangibles que ofertará el negocio y por el cual el consumidor considera a fin de satisfacer sus necesidades.

1.3.1.5. Costo

Para cualquier proyecto de inversión los costos representan al desembolso económico que se hace para producir y ofertar algún bien o servicio, con ellos se incluye la compra o adquisición de insumos, gastos de maquinaria y equipos, gastos de producción, gastos administrativos, pago de la mano de obra. (Sánchez, 2016)

Existen ciertos tipos de costos que se clasifican mediante varios criterios.

- **según su comportamiento**

se clasifican en costos fijos, es decir que su valor no varía de acuerdo con lo producido y costos variables, en donde, sí se incrementa la producción los costos serán mayores.

Para la implementación de un local comercial de repuestos esta hace referencia a los costos que se pagara por materia prima, equipos, enceres, impuestos, entre otros gastos.

- **Según la relación entre factores de producción y productos**

Se clasifican en costos indirectos que son los que tienen consecuencias sobre la producción, es decir, no pueden ser asignados a un determinado producto y costos directos que por lo contrario estos pueden ser asignados a cada bien o servicio.

En este factor se analiza el aumento de salarios, aumento de insumos de limpieza, así como el incremento de accesorios y repuestos.

- **Según su naturaleza**

se clasifican en costos de mano de obra, costos tributarios, costos financieros y costos de distribución

1.3.1.6. Precio

Según (Baca, 2001), indica que el precio tiene que ver con la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a ofertar y los consumidores a comprar un bien o servicio, con ellos se genera utilidad para el negocio y a la vez satisface la necesidad que requiere un consumidor.

Se tiene que considerar y tomar en cuenta las siguientes condiciones para poder determinar el precio de cualquier tipo de productos.

- La determinación del precio estará definida por los costos de producción, administración y ventas, más una ganancia.
- Considerar la demanda potencial del producto y las condiciones económicas del país, ya que estos aspectos determinarían las alzas y bajas en cuanto a los precios.
- La reacción de la competencia ante la visión de un nuevo producto.
- La estrategia de mercadeo, costo más porcentaje de ganancia previamente fijado sin importar las condiciones del mercado. (Pelaez, 2012)

1.4. Importancia del sector automotriz a nivel del Ecuador

El transporte es una necesidad fundamental para el desarrollo de un país, facilita la movilidad de la sociedad y aporta de manera esencial al crecimiento del sector productivo que tiene que ver con la agricultura, la industria, el comercio, entre otros, y para llevar a cabo la circulación de bienes por estos sectores se necesita utilizar algún medio de transporte, de acuerdo con la (AEADE, 2020), a nivel nacional fueron matriculados 2,592.432 vehículos.

Según datos establecidos por la asociación de empresas del Ecuador (AEADE, 2019), la venta de vehículos a nivel nacional para ese año fue de 132,208 unidades, en comparación con el año 2020 que por situaciones de pandemia refleja un decrecimiento del 35% equivalente a 85,818 unidades, lo que significa 46,390 vehículos menos.

En la **Tabla 1** se detalla las marcas y la cantidad de vehículos que fueron vendidos a nivel nacional en el año 2019 y 2020, además se muestra el porcentaje de variación comprendido en estos años, siendo así, las marcas Chevrolet, Kia, Hyundai y Toyota las más comercializadas en el país.

Tabla 1. Vehículos comercializados a nivel nacional

Fuente: (AEADE, 2020)

Marcas	AÑO 2019	AÑO 2020	Variación Anual
Chevrolet	39 387	17 730	-55%
Hino	4 210	2 552	-39%
Ford	2 688	1 699	-37%
Mazda	3 026	1 953	-35%
Hyundai	9 382	6 128	-35%
Great Wall	7 305	4 791	-34%
Nissan	4 682	3 092	-34%
Chery	3 483	2 332	-33%
Toyota	7 821	5 248	-33%
Peugeot	1 643	1 119	-32%
Kia	22 171	15 651	-29%
Southeast	1 779	1 291	-27%
Citroën	1 549	1 150	-26%
Changan	1 347	1 025	-24%
Volkswagen	2 712	2 125	-22%
JAC	4 067	3 386	-17%
Renault	3 366	3 153	-6%
Mitsubishi	992	1 196	21%
Shineray	762	933	22%
DFSK	546	1 098	101%
Otras	9 290	8 166	-12%
Total	132 208	85 818	-35%

El sector automotriz es la industria que contribuye considerablemente a la economía del país, con respecto a las actividades relacionadas genera varias fuentes de trabajo, de acuerdo a lo que establece la (AEADE, 2020), el sector automotriz en cuanto al comercio y reparación de vehículos tiene a 171,118 personas empleadas, de las cuales 16,662 personas se dedican a la venta de vehículos, 110,552 orientados a dar mantenimientos, 32,521 se dedican a la venta de autopartes y 11,373 personas dedicadas a la venta y mantenimiento de motocicletas.

De acuerdo con los datos establecidos por el instituto nacional de estadísticas y censos (INEC, 2010), a nivel del Ecuador existen 29,068 establecimientos que se orientan a realizar actividades de comercio automotriz, de los cuales el 70% corresponden a establecimientos que realizan mantenimiento y reparación de vehículos, el 30% se dedica a la venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores.

Las estadísticas antes mencionadas con respecto al INEC se da una correspondencia de 297 vehículos por cada local de venta de repuestos, y 127 vehículos por cada establecimiento dedicado al servicio de mantenimiento y reparación.

Por otra parte, en la provincia de Loja para el año 2019 fueron matriculados 69 424 vehículos, considerando la cantidad de negocios dedicados a la comercialización automotriz, esto representa 233 locales de venta de repuestos y existen 546 establecimientos de servicios de mantenimiento y reparación, esta proyección está basada en relación con las estadísticas presentadas por el instituto nacional de estadística y censos 2010.

1.5. Mercado de vehículos y servicios en el cantón Saraguro

Según reporte emitido por la unidad de tránsito, transporte terrestre y seguridad vial-GADMIS, para el año 2020 fueron matriculados 3088 vehículos, en donde el 55.9% del total de unidades pertenecen o residen en el cantón y el 44.1% son de otros cantones.

Con relación a los vehículos que residen o pertenecen al cantón Saraguro, existen 1726 unidades de transporte, en la **Tabla 2** se detalla la cantidad de vehículos según el tipo y el porcentaje correspondiente a cada uno de ellos.

Tabla 2. Clasificación de vehículos pertenecientes al cantón Saraguro

Fuente: (ANT SARAGURO, 2020)

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Motocicletas	274	16%
Vehículos livianos	1288	75%
Vehículos pesados	164	9%
TOTAL	1726	100%

Considerando los vehículos que existen en la localidad y de acuerdo con el tipo de combustible que estos utilizan se distribuyen de la siguiente manera.

Tabla 3. Clasificación de vehículos según el tipo de combustible

Fuente: (ANT SARAGURO, 2020)

TIPO	COMBUSTIBLE	PORCENTAJE
Motocicletas	Gasolina	100%
Vehículos livianos	Gasolina	79%
	Diésel	21%
Vehículos pesados	Diésel	100%

Las marcas más comercializadas en cuanto a vehículo livianos tenemos a Chevrolet siendo la más representativa en la localidad con un 45% del total de unidades, seguido de Toyota con un 14,3%, Hyundai con el 13% y Mazda con el 10,9%.

Tabla 4. Marca de vehículo más comercializados en el cantón Saraguro

Fuente: (ANT SARAGURO, 2020)

MARCAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Chevrolet	580	45 %
Toyota	184	14,3 %
Hyundai	177	13,7 %
Mazda	141	10,9 %
Otras marcas	206	16 %
TOTAL	1288	100 %

Por otra parte, mediante observación se identifica que en el cantón existen cinco talleres que brindan el servicio de mantenimiento y reparación de vehículos, en cuanto al comercio existe un almacén que se dedica en parte a la venta de accesorios y elementos para vehículos.

1.6. Segmentación geográfica

El estudio del proyecto planteado se realizará en el cantón Saraguro, se encuentra ubicado en la región sur del Ecuador, al Nor-orienté de la provincia de Loja, a 64 km de la cabecera provincial, es uno de los cantones más extensos de la provincia, cuenta con una su superficie de 1080 km² y se ubica a una altitud de 2.520 m.s.n.m.

Tabla 5. Límites geográficos del cantón Saraguro

Fuente: Autores

Norte	Provincia del Azuay
Sur	Cantón Loja
Este	Provincia de Zamora Chinchipe
Oeste	Provincia de El Oro

División política

Saraguro se encuentra constituido por una parroquia urbana: Saraguro como cabecera cantonal y diez parroquias rurales: Paraíso de Celén, San Pablo de Tenta, Selva Alegre, Lluzhapa, Manú, San Sebastián de Yúluc, Urdaneta, San Antonio de Cumbe, Tablón y Sumaypamba.



Figura 2. División política del cantón Saraguro

Fuente: Departamento de Planificación y Desarrollo DEPLADES del Municipio De Saraguro.

1.7. Segmentación demográfica

De acuerdo con el estudio a realizar, el segmento demográfico corresponde a todas las personas mayores de 18 años que posean vehículos livianos.

Según el último censo realizado por él (INEC, 2010), Saraguro tiene una población total de 30.183, de las cuales el 13.36% pertenecen al área urbana y el 86,64% al sector rural, así mismo, 14.123 son hombres lo que representa el 46.79% y 16.060 son mujeres equivalentes al 53.21%.

En la **Tabla 6.** Población por edad y generose muestra la cantidad de personas por edad, en ella se refleja que el alto número de la población está comprendida entre las edades de 0 a 24 años que representa el 54.06% del total de habitantes, dando a entender que la mayor parte de población

es joven, con respecto a las personas que son mayores de 18 años existen 15,819 representando el 53 %; de las cuales 6,982 que son hombres y 8,837 son mujeres.

Tabla 6. Población por edad y genero
Fuente: Censo población y vivienda 2010

EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Menor de 1 año	284	307	591
De 1 a 4 años	1.370	1.407	2.777
De 5 a 9 años	2.023	2.008	4.031
De 10 a 14 años	1.992	1.957	3.949
De 15 a 19 años	1.472	1.544	3.016
De 20 a 24 años	1.008	1.217	2.225
De 25 a 29 años	868	1.089	1.957
De 30 a 34 años	704	905	1.609
De 35 a 39 años	621	859	1.480
De 40 a 44 años	593	776	1.369
De 45 a 49 años	589	682	1.271
De 50 a 54 años	481	612	1.093
De 55 a 59 años	483	595	1.078
De 60 a 64 años	400	539	939
De 65 a 69 años	381	490	871
De 70 a 74 años	344	418	762
De 75 a 79 años	237	291	528
De 80 a 84 años	164	195	359
De 85 a 89 años	73	115	188
De 90 a 94 años	28	36	64
De 95 a 99 años	8	14	22
De 100 años y mas	0	4	4
TOTAL	14.123	16.060	30.183

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Introducción

En el presente capítulo se define la reseña histórica del canto Saraguro, en donde se especifica las actividades a las cuales se enfoca la población, de entre los que más generan ingresos es la ganadería, la agricultura y el comercio.

En relación con la actividad de campo para la recolección de datos acerca de la población, se realiza una descripción sobre las técnicas de estudio, siendo entre las más usuales la entrevista y la encuesta, que son las más utilizadas para definir el mercado, de manera similar, se define los tipos de entrevistas y encuestas que existen, con el objetivo poder seleccionar cual de esos tipos será la más conveniente frente a los distintos aspectos que presentan cada uno.

Para definir el mercado del parque automotor en el cantón Saraguro, se aplica la encuesta como el instrumento para la recolección de datos, mediante la ANT Saraguro se conoce que en el cantón existen 1288 vehículos que son de tipo liviano, lo que representa mediante el cálculo de la muestra a 296 propietarios encuestados, por medio de los cuales lograr obtener datos concretos y seguros, así también, mediante esta se conoce cuál es la demanda insatisfecha existente y la aceptación de la población en cuanto a la implementación de un centro de venta de repuestos automotrices.

2.2. Reseña histórica del cantón Saraguro

Su historia se basa en raíces nativas, se dice que los Saraguros son un pueblo descendiente de la nobleza Incaica, traídos con la finalidad de afianzar a los pueblos conquistados e impartir sus conocimientos y tecnología, la población indígena que se asienta en esta parte de la provincia es uno de los centros étnicos más importantes de América, el más antiguo y sobresaliente de estos territorios, a Saraguro se lo conoce como la tierra del maíz, por la abundancia y la calidad de este producto.

Las principales actividades de la población en el cantón se distribuyen en agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con un 34,1%, enseñanza el 18,3%, en construcción el 11,4%, en administración pública el 10,4% y comercio el 6,9%, toda esta situación genera el 3,3% del producto interno bruto de la provincia de Loja.(PDYOT, 2020)

2.3. Técnicas de estudio para la recolección de datos

El uso de las diferentes técnicas de estudio es indispensable para obtener datos de una población que serán necesarios para realizar un análisis de acuerdo con la estructura de un proyecto, entre las más usuales, se tiene; las entrevistas y las encuestas.

2.4. Entrevista como medio de recolección de datos

La entrevista es una técnica de importante utilidad en la investigación cualitativa para la recolección de datos, esta se define como una conversación en la cual el entrevistador pretende obtener información de forma oral y personalizada, a fin de poder realizar su posterior análisis de acuerdo con las respuestas y al tema orientado. (Díaz, Torruco, Martínez, & Varela , 2013)

2.4.1. Tipos de entrevistas

Con relación a los tipos de entrevistas se clasifican en; estructuradas, no estructuradas y mixtas, en esta parte el entrevistador realiza las preguntas basándose en una guía estructurada de preguntas sobre el tema a tratar.

Entrevista estructurada: Este tipo de entrevista presenta una serie o cadena de preguntas estructuradas que son preparadas con anticipación a fin de aplicarlas a todos los entrevistados, con frecuencia estos son preguntas cerradas y el entrevistado tiene poco margen de contestar con amplitud. (García, 2015)

Entrevista no estructurada: Recibe también el nombre de entrevista libre, no se sigue un orden preestablecido de preguntas, por lo general en esta parte se trabajan con preguntas abiertas en donde el entrevistado tiene la facilidad de expandir sus comentarios, es una técnica que radica en ejecutar preguntas con relación a las respuestas que vayan surgiendo. (García, 2015)

Entrevista mista: Es una combinación de entrevistas estructuradas y no estructuradas, es decir, es un proceso en donde se pueden plantear preguntas abiertas y cerradas.

2.5. Encuesta como medio de recolección de datos

Según menciona Ramírez (2008), la encuesta es un estudio observacional en la que se recopila datos mediante un cuestionario diseñado previamente, las investigaciones pueden ser de carácter comerciales, académicas, científicas, económicas o políticas.

La encuesta se utiliza como una herramienta de investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante la utilización de un cuestionario que es diseñado de forma previa para con ello obtener información específica. (Thompson, Definición de Encuesta, 2010)

2.5.1. Tipos de encuesta

2.5.1.1. Encuesta según la forma de investigación

Encuesta cualitativa: Son encuestas que se centran en opiniones y criterios para describir el tema en estudio, esta se enfoca en conocer opiniones y puntos de vista con relación a datos numéricos, son menos estructuradas y funcionan para obtener una idea de cómo piensan las personas, cuáles son sus motivaciones y su actitud hacia el tema de estudio.

Encuesta cuantitativa: Su análisis de basa en números y datos, estas se utilizan de una manera más científica para refutar los resultados de investigaciones, dado que se estudian las estadísticas y se pueden sacar conclusiones, los resultados son más fáciles de analizar.

2.5.1.2. Encuesta según objetivos

Encuesta descriptiva: Su propósito es obtener información sobre una situación actual, es decir, por medio de ella se intenta conseguir datos relevantes sobre las actitudes o problemas de la población al realizar encuestas.

Encuesta analítica: En este caso, las encuestas analíticas no buscan describir un problema actual, sino estudiarlo y analizarlo para encontrar una solución.

2.5.1.3. Encuesta según las preguntas

Encuesta de pregunta abierta: Este tipo de encuesta permite al encuestado tener la libertad de responder cada pregunta, es decir, no se limita a múltiples opciones, esto permite obtener respuestas más profundas del tema, por otra parte, el problema de este tipo de encuestas es que es muy difícil de cuantificar, por el contrario, se deben interpretar las respuestas.

Encuesta de pregunta cerrada: Mediante esta el encuestado debe elegir una de las posibles opciones de respuestas proporcionadas, con respecto a los resultados, estas son más fáciles de cuantificar y más consistentes, el mayor problema es el no proporcionar todas las respuestas necesarias para el criterio del encuestado, se puede evitar estos problemas agregando como elegible la opción otros.

2.6. Descripción del tipo de encuesta a aplicar

Con relación a las técnicas de estudio para definir el mercado automotriz en el cantón Saraguro se aplica la encuesta como instrumento o medio para recopilar información mediante un cuestionario previamente diseñado, con el fin de obtener datos que serán necesarios para el estudio.

A través de las encuestas se pueden obtener datos concretos y seguros, en este caso acerca del comportamiento de los individuos como compradores de bienes y servicios en el sector del comercio automotriz.

Para el desarrollo del estudio de mercado se establece la encuesta de preguntas cerradas y de carácter cualitativo, las mismas que permite al encuestado seleccionar las diferentes opciones de acuerdo lo que considere, además, porque estas son claras, precisas y concretas, capaces de proporcionar información relevante para su posterior análisis.

ENCUESTA APLICADA

La presente encuesta tiene como objetivo conocer mediante su información, datos importantes los mismos que serán utilizados para determinar si es factible la creación de un centro de repuestos automotrices, por lo que solicitamos su colaboración.

Señale con un x el casillero correspondiente.

1) ¿Cuántos años tiene usted?

A. 18 – 28 B. 40 – 50 C. 62 – 72

D. 29 – 39 E. 51 – 61 F. Mayor a 72

2) ¿Qué marca de vehículo posee usted?

A. Toyota B. KIA C. Nissan

D. Mazda E. Chevrolet F. Hyundai

G. Suzuki H. Otro Especifique.....

3) ¿Qué tipo de vehículo posee?

- A. Camioneta cabina simple B. Camioneta cabina doble C. Jeep
- D. Hatchback E. Cupé F. SUV
- G. Sedan H. VAN

4) ¿A qué actividad está orientado su vehículo?

- A. Comercial
- B. Particular

5) ¿Qué tipos de repuestos prefiere comprar para dar mantenimiento a su vehículo?

- A. Originales
- B. Alternos

6) ¿cuántas veces al año ha dado mantenimiento a su vehículo?, entiéndase por mantenimiento cambios de aceite y actividades que requieran de algún tipo de reparación.

- A. 3 veces
- B. 5 veces
- C. 8 veces
- D. Más de 8 veces

7) ¿Qué tipo de fallos presenta frecuentemente su vehículo?

- A. Mecánicos
- B. Eléctricos

8) ¿Qué tipos de mantenimientos más frecuente realiza a su vehículo? Señale una o dos respuestas.

- | | | | |
|---------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| A. ABC de frenos | <input type="checkbox"/> | E. ABC de motor | <input type="checkbox"/> |
| B. Lavado de inyectores | <input type="checkbox"/> | F. Sistema eléctrico | <input type="checkbox"/> |
| C. Sistemas de suspensión | <input type="checkbox"/> | G. Sistema de dirección | <input type="checkbox"/> |
| D. Caja de cambios | <input type="checkbox"/> | | |

9) ¿En qué ciudad suele comprar los repuestos?

- A. Localidad
- B. Cuenca
- C. Loja
- D. Otros Especifique.....

10) ¿Qué tan fácil es para usted adquirir un repuesto?

- A. Es rápida
- B. Es demorada
- C. Es imposible

11) Con respecto a la ciudad en donde compra los repuestos ¿Cuánto tiempo le toma adquirirlos?

- A. 30 minutos
- B. 1 hora

C. 2 horas

D. Más de 2 horas Especifique.....

12) ¿Cuánto es el gasto promedio en repuestos de su vehículo al mes?

A. \$50 a \$100

B. \$100 a \$200

C. \$200 a \$300

13) ¿Usted cree que sería conveniente la creación de un negocio en donde se comercialice variedad de repuestos automotrices en el cantón?

A. Si

B. NO

Mediante esta encuesta se busca establecer resultados acerca de la información demográfica de los encuestados, cuáles son las marcas de vehículos más existentes en el cantón, así también, los fallos más frecuentes que estos presentan y de acuerdo a la utilización que tipos de repuestos prefieren los propietarios de las unidades, a fin de poder identificar cuáles serían los repuestos primordiales que deberán formar parte del negocio.

2.7. Cálculo del tamaño de la muestra (n)

Para el cálculo de la muestra se establece tomando en cuenta el número de vehículos livianos que existen en el cantón, esto según los datos establecidos por la (ANT SARAGURO, 2020), representa a 1288 unidades, la encuesta a realizar estará dirigida a quienes sean propietarios de los automotores, a fin de determinar mediante estos la aceptación de la población en cuanto a la implementación de un centro de comercio de repuestos.

Fórmula para obtener el tamaño de la muestra:

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

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Es el tamaño de la población o universo, representa todas las personas que tienen vehículos livianos, según la (ANT SARAGURO, 2020) esto corresponde a 1288 propietarios.

K: Es una constante que representa el nivel de confianza que asignemos, generalmente se toma el 95% como el más usual porque es un valor más confiable, los valores más utilizados son:

Tabla 7. Valores del nivel de confianza para el cálculo de la muestra.

Fuente: (Muriel Garcia, 2014)

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

he: Es el límite de error muestral que generalmente cuando no se tiene su valor suele utilizar un valor que varía entre 1% a 9%, en esta investigación se utiliza el valor de 5% ya que este es un valor estándar utilizado para cualquier investigación, esto representa el error esperado pues no todos los análisis estadísticos son perfectos.

p: Representa la probabilidad de éxito, para el caso se utiliza un valor p=0,5 puesto que este es una proporción esperada.

q: Representa la probabilidad de fracaso q=0,5 siendo este valor la proporción esperada frente a los resultados que se quiere lograr.

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) * (1288)}{(0,05)^2 * (1288 - 1) + ((1,96)^2 * (0,5) * (0,5))}$$

$$n = \frac{1236,99}{4,17}$$

$$n = 296$$

Una vez aplicada la formula antes mencionada obtenemos un valor de 296 que representa el número de encuestas a realizar, se considera para el caso el tamaño de la población que es 1288 personas que poseen vehículos livianos, con nivel de confianza de noventa y cinco por ciento (95%) y un margen de error del cinco por ciento (5%)

2.8. Tabulación y análisis de la encuesta

1) ¿Cuántos años tiene usted?

Tabla 8. Frecuencia de edad de los conductores

Fuente: Autores

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
18 a 28 años	58	19,59 %
29 a 39 años	137	46,28 %
40 a 50 años	64	21,62 %
51 a 61 años	37	12,50 %
62 a 72 años	0	0 %
Mayor a 72 años	0	0 %
TOTAL	296	100 %

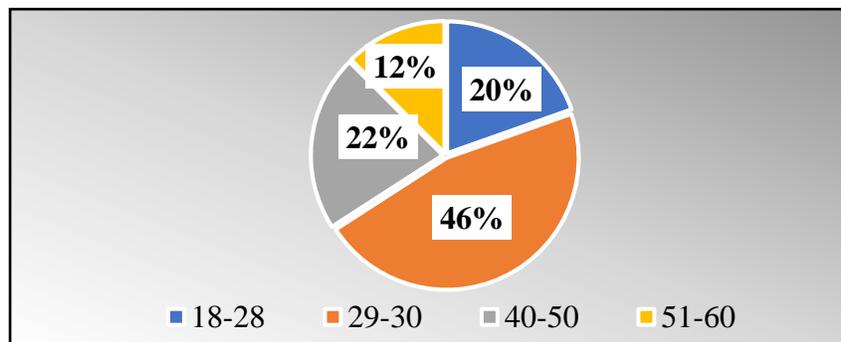


Figura 3. Frecuencia de edad de los conductores

Fuente: Autores

Interpretación:

Entre la población que fueron encuestados, el 20 % tienen entre 18 a 28 años de edad lo que representa a 58 individuos, el 46 % que equivale a 137 personas tienen entre 29 a 39 años, siendo este el mayor rango de edad de los conductores, el 22% referente a 64 personas tienen una edad entre 40 a 50 años y el 12 % que corresponde a 37 personas tienen una edad entre 51 a 60 años, con esto se logra determinar que el segmento de mercado está dirigido a personas mayores de 18 años, esto indica que el enfoque del negocio debería estar dado sobre estas personas bajo el hecho de que estas son las que van a requerir mayormente de un servicio.

2) ¿Qué marca de vehículo posee usted?

Tabla 9. Marcas de vehículos más comercializadas

Fuente: Autores

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Chevrolet	83	28,04 %
Toyota	57	19,26 %
Hyundai	47	15,88 %
Mazda	35	11,82 %
Kia	23	7,77 %
Nissan	19	6,42 %
Suzuki	17	5,74 %
Otro	15	5,07 %
TOTAL	296	100 %

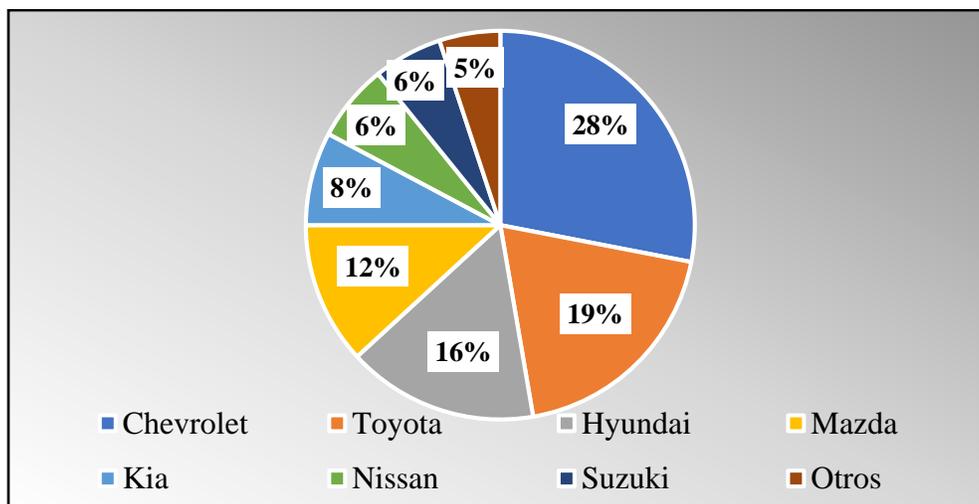


Figura 4. Marca de vehículos más comercializados

Fuente: Autores

Interpretación:

En relación con las marcas de los vehículos, el 28 % de los encuestados se refirieron a Chevrolet la misma que tiene una diferencia mayor con respecto a las otras, seguido de Toyota con el 19 %, el 16 % que pertenece a Hyundai y el 12 % representa a Mazda, siendo estas cuatro las más comercializadas, mientras el otro 25 % pertenecen a otras marcas existentes en el Cantón.

3) ¿Qué tipo de vehículo posee?

Tabla 10. Frecuencia por tipo de vehículos

Fuente: Autores

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Camioneta cabina doble	110	37,16 %
Sedán	88	29,73 %
Camioneta cabina simple	29	9,80 %
Jeep	25	8,45 %
Jeep	25	8,45 %
Cupé	23	7,77 %
Hatchback	12	4,05 %
Van	9	3,04 %
TOTAL	296	100 %

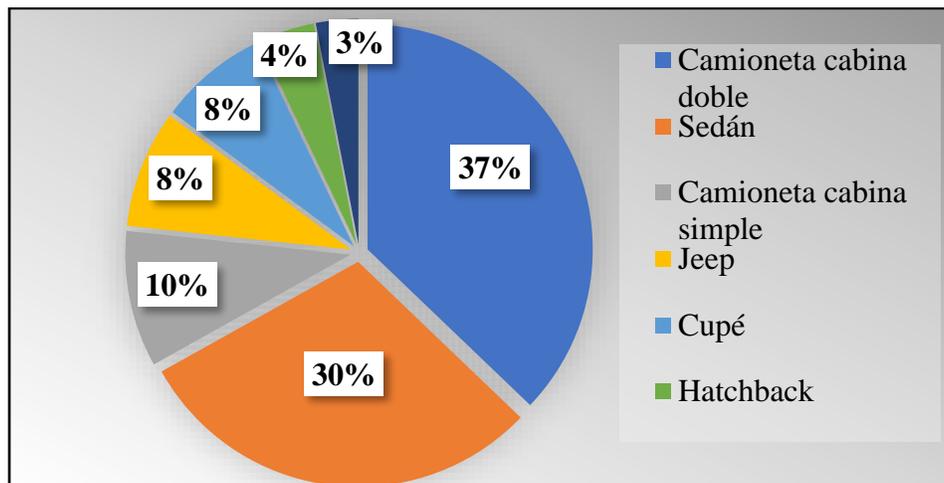


Figura 5. Frecuencia por tipo de vehículos

Fuete: Autores

Interpretación:

En relación con el tipo de vehículo que poseen los encuestados, el 37 % menciona que tienen camionetas de cabina doble, siendo esta la más utilizada, el 30 % son propietarios de automóviles tipo Sedán, el 10 % afirman que poseen camionetas de cabina simple, y el 23 % señalan que tienen otro tipo de vehículo entre Jeep con 8%, Cupé con 8%, Hatchback con 4% y Van con el 3%.

4) ¿A qué actividad está orientado su vehículo?

Tabla 11. Frecuencia con relación a la actividad de los vehículos

Fuente: Autores

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Particular	181	61,15 %
Comercial	115	38,85 %
TOTAL	296	100 %

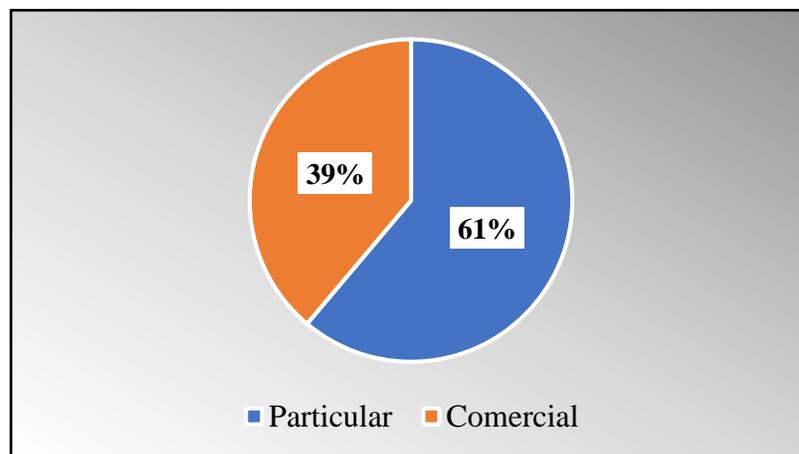


Figura 6. Frecuencia en relación a la actividad de los vehículos

Fuente: Autores

Interpretación:

De acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta nos dice que el mayor porcentaje referente a la frecuencia en relación a la actividad o servicio de los vehículos, el 61% responden que su vehículo es de uso particular y no pertenece a ninguna compañía de transporte, mientras que el 39 % mencionan que su vehículo es de tipo comercial y que a la vez pertenecen a cooperativas entre taxis y camionetas de servicio mixto.

5) ¿Qué tipos de repuestos prefiere comprar para dar mantenimiento a su vehículo?

Tabla 12. Preferencia de repuestos para dar mantenimiento de los vehículos.

Fuente: Autores

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Originales	244	82,43 %
Alternos	52	17,57 %
Total	296	100 %

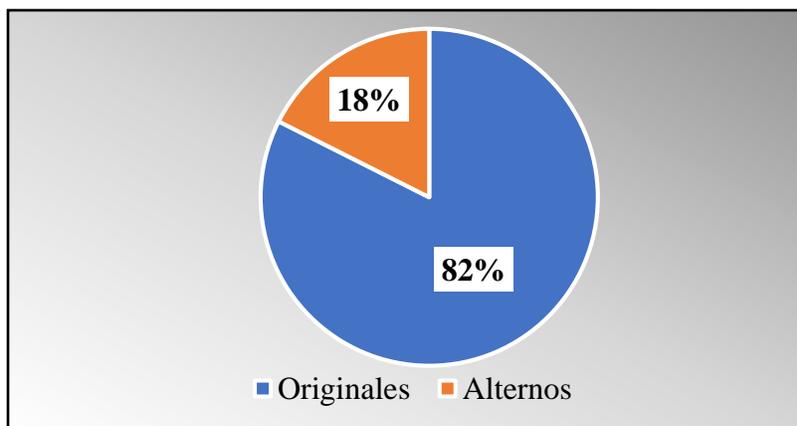


Figura 7. Preferencia de repuestos para dar mantenimiento de los vehículos

Fuente: Autores

Interpretación:

Según los datos que se obtuvieron con relación a la preferencia de repuestos para lograr dar mantenimiento a sus vehículos, el 82% aseguran que prefieren accesorios originales esperando con ello obtener calidad y garantía de los productos que adquieren, por otra parte, el 18 % prefieren repuestos alternos de acuerdo sus criterios.

6) ¿Cuántas veces al año ha dado mantenimiento a su vehículo?, entiéndase por mantenimiento cambios de aceite y actividades que requieran de algún tipo de reparación.

Tabla 13. Frecuencia de mantenimientos que realizan al vehículo por año
Fuente: Autores

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
8 veces	129	43,58 %
Más de 8 veces	104	35,14 %
5 veces	63	21,28 %
3 veces	0	0 %
TOTAL	296	100 %

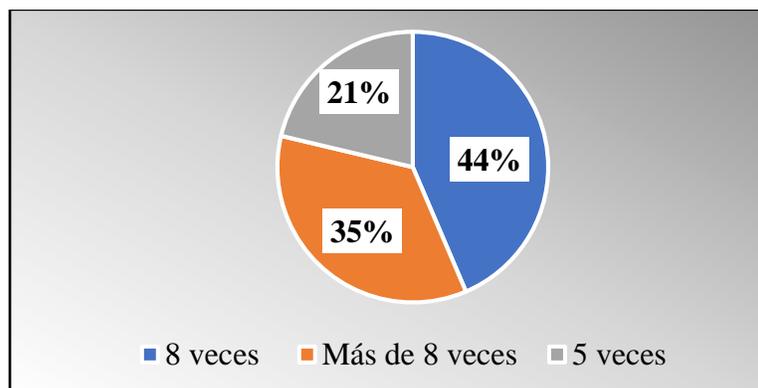


Figura 8. Frecuencia de mantenimientos que realizan al vehículo por año
Fuente: Autores

Interpretación:

Mediante los resultados recopilados en la encuesta en relación a los vehículos, el 44% de los propietarios realizan el mantenimiento a sus unidades 8 veces al año, esto representa mayormente a vehículos que son particulares, el 35% hacen mantenimientos más de 8 veces al año, generalmente comprende vehículos comerciales entre taxis y camionetas de servicio mixto y el 21% realizan los mantenimientos 5 veces al año, considerando que son vehículos nuevos y a la vez sus propietarios mantienen una buena conservación de estos, lo que deja en claro que el negocio dedicado al comercio de repuestos generará ingresos constantes.

7) ¿Qué tipo de fallos presenta frecuentemente su vehículo?

Tabla 14. Tipo de fallos más frecuentes que presentan los vehículos

Fuente: Autores

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mecánicos	231	78,04 %
Eléctricos	65	21,96 %
TOTAL	296	100 %

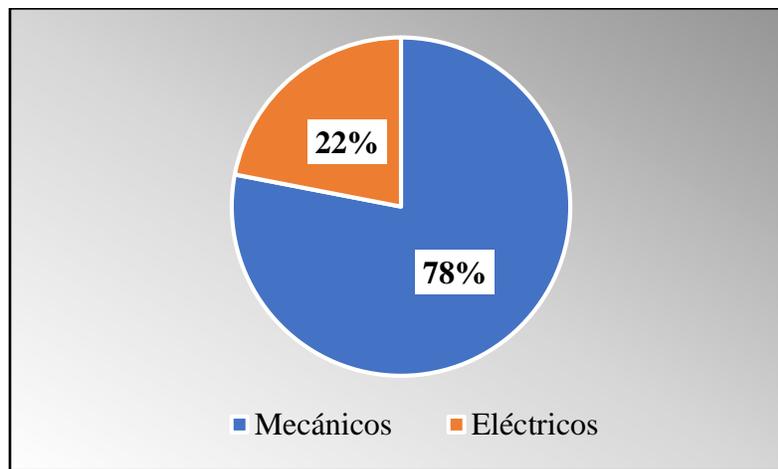


Figura 9. Tipo de fallos más frecuentes que presentan los vehículos

Fuente: Autores

Interpretación:

De acuerdo con los datos determinados con la encuesta, el 78% de encuestados señalan que sus vehículos presentan fallos mecánicos como más frecuentes, este porcentaje indica que existe gran demanda para adquirir piezas y repuestos en el cantón Saraguro, así mismo, el 22% responden que las fallas más frecuentes en sus unidades son eléctricas.

8) ¿Qué tipos de mantenimientos más frecuente realiza a su vehículo? Señale una o dos respuestas.

Tabla 15. Mantenimiento frecuente que realizan al vehículo

Fuente: Autores

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
ABC de frenos y suspensión	255	86,15 %
ABC de motor y suspensión	41	13,85 %
TOTAL	296	100 %

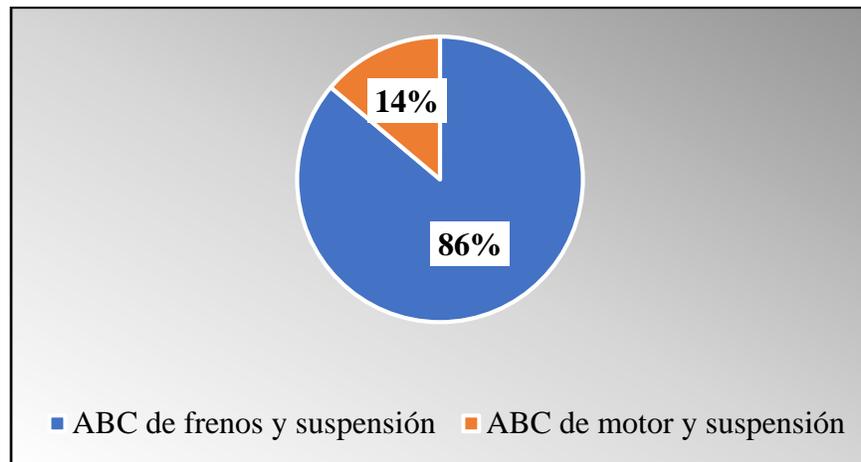


Figura 10. Mantenimiento frecuente que realizan al vehículo

Fuente: Autores

Interpretación:

Con relación al a los mantenimientos más frecuentes que realizan a los vehículos, el 86 % de los encuestados dicen que realizan ABC de frenos y suspensión, mientras que el 14% hacen un ABC de motor y suspensión, con estos detalles se determina la línea de repuestos esenciales para el comercio.

9) ¿En qué ciudad suele comprar los repuestos?

Tabla 16. Ciudades en donde compran repuestos para dar mantenimiento a los vehículos

Fuente: Autores

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Loja	178	60,14 %
Cuenca	71	23,99 %
Localidad	47	15,88 %
Otros	0	0 %
TOTAL	296	100 %

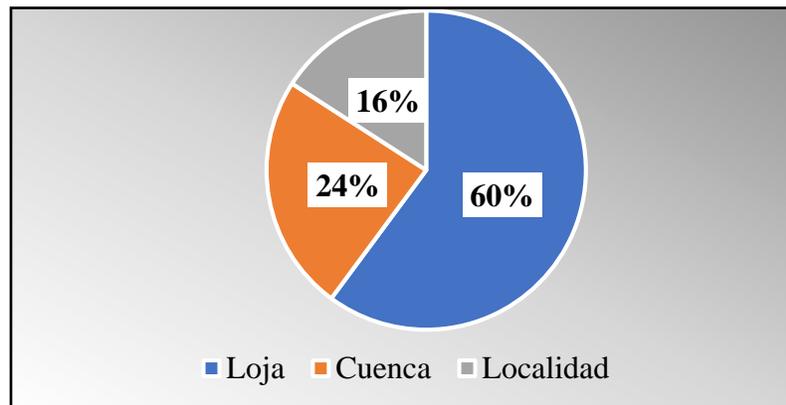


Figura 11. Ciudades en donde compran repuestos para dar mantenimiento a los vehículos

Fuente: Autores

Interpretación:

Mediante los datos obtenidos de acuerdo con donde acude a comprar los repuestos para su vehículo, el 60% adquieren las piezas o accesorios para sus unidades en la ciudad de Loja, siendo este el lugar que más frecuentan, el 24% los adquieren en la ciudad de Cuenca, y el 16% lo hacen en la localidad, de acuerdo con estos datos es necesario la creación de un centro de comercio de repuestos automotrices a fin de cubrir la demanda insatisfecha en materia de repuestos automotrices.

10) ¿Qué tan fácil es para usted adquirir un repuesto?

Tabla 17. Frecuencia de complejidad para adquirir un repuesto

Fuente: Autores

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Es demorada	224	75,68 %
Es rápida	47	15,88 %
Es imposible	25	8,45 %
TOTAL	296	100 %

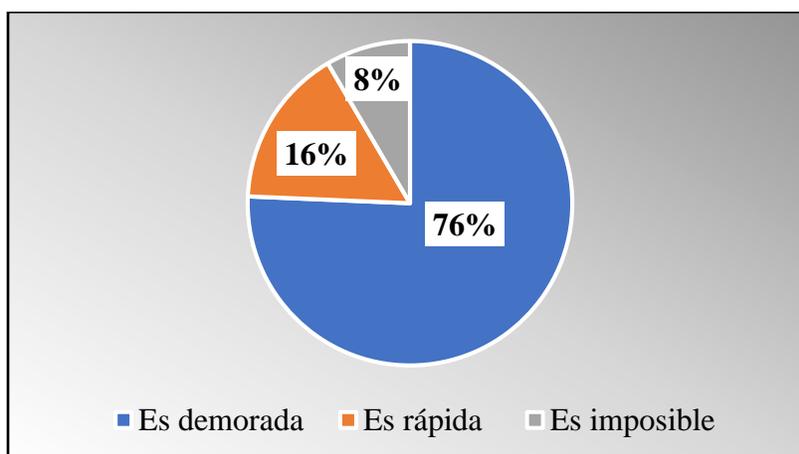


Figura 12. Frecuencia de complejidad para adquirir un repuesto

Fuente: Autores

Interpretación:

Con los resultados establecidos por la encuesta, el 76% representa el porcentaje mayor de encuestados en donde aseguran que la adquisición de repuestos es demorada por la escasez de estos dentro de la localidad, razón por la cual deben salir a otras ciudades en busca de un producto, el 16% señalan que la accesibilidad es rápida porque lo consiguen en la localidad y el 8% mencionan que para ellos es imposible adquirir los repuestos, siendo los encargados de dar mantenimiento a sus vehículos quienes los consigan.

11) Con respecto a la ciudad en donde compra los repuestos ¿Cuánto tiempo le toma adquirirlos?

Tabla 18. Frecuencia de tiempo que tardan en adquirir los repuestos

Fuente: Autores

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Más de 2 horas	249	84,12 %
30 minutos	47	15,88 %
1 hora	0	0 %
2 horas	0	0 %
TOTAL	296	100 %

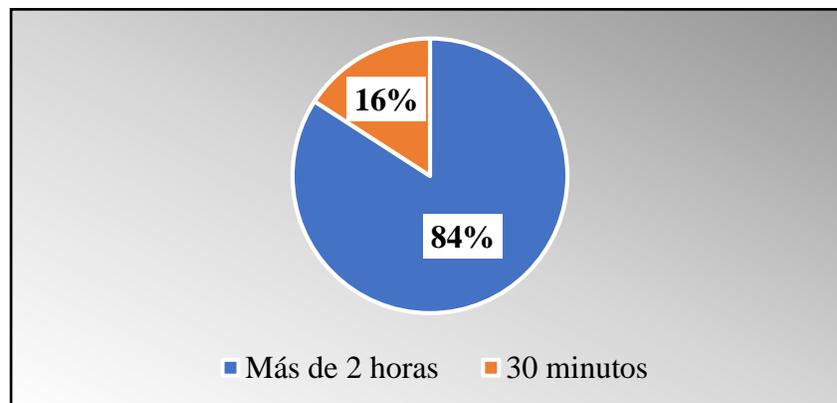


Figura 13. Frecuencia de tiempo que tardan en adquirir los repuestos

Fuente: Autores

Interpretación:

De los datos conseguidos, el tiempo con mayor frecuencia para obtener un repuesto es más de dos horas siendo este el equivalente al 84% del total de encuestados, esto debido a que se trasladan a ciudades como Cuenca o Loja en donde el tiempo que se demora en conseguir un producto es entre cuatro a cinco horas, mientras que, el 16% manifiesta que lo consiguen en treinta minutos dentro del cantón.

12) ¿Cuánto es el gasto promedio en repuestos de su vehículo al mes?

Tabla 19. Frecuencia de gastos promedios de repuestos por mes

Fuente: Autores

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
50 a 100 \$	186	62,84 %
100 a 200 \$	110	37,16 %
200 a 300 \$	0	0 %
TOTAL	296	100 %

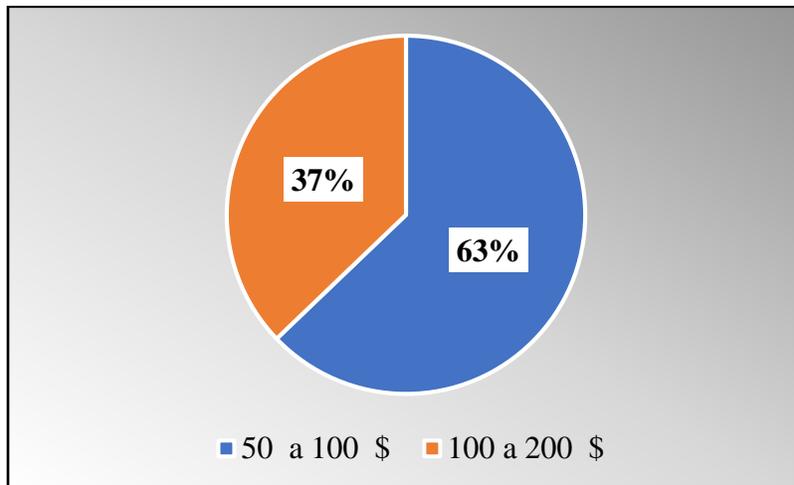


Figura 14. Frecuencia de gastos promedios de repuestos por mes

Fuente: Autores

Interpretación:

Con los datos establecidos en la encuesta el 63% señala que el gasto promedio por la compra de repuestos es de cincuenta a cien dólares mensuales, y el 37% indica que realiza un gasto de cien a doscientos dólares por mes, estos resultados nos dan una gran oportunidad para poder comercializar gran variedad de piezas y accesorios para vehículos.

13) ¿Usted cree que sería conveniente la creación de un negocio en donde se comercialice variedad de repuestos automotrices en el cantón?

Tabla 20. Frecuencia de aceptación para la creación de un centro de venta de repuestos
Fuente: Autores

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	296	100 %
No	0	0 %
TOTAL	296	100 %

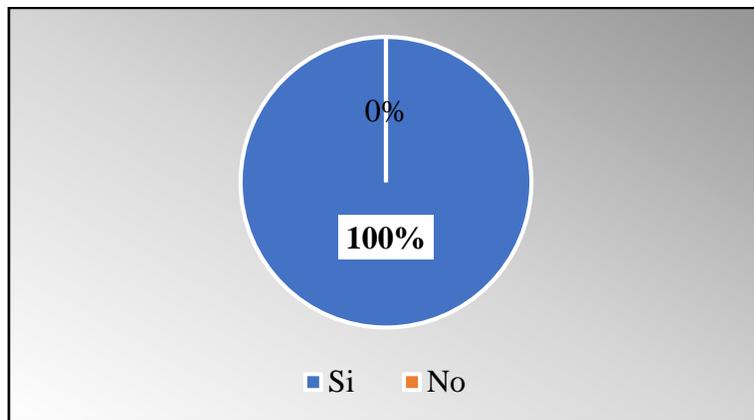


Figura 15. Frecuencia de aceptación para la creación de un centro de venta de repuestos
Fuente: Autores

Interpretación:

Mediante los datos obtenidos de la encuesta, el 100% de encuestados señalan estar de acuerdo con la creación de un centro de comercialización de repuestos automotrices en el cantón Saraguro, debido a la gran ventaja que generaría para el sector automotriz.

2.9. Análisis general de la encuesta

Una vez realizado la encuesta a los propietarios de 296 vehículos de tipo liviano, se determinó, en cuanto a la marca de vehículos livianos que más predominan en la localidad es Chevrolet con el 28 % en comparación a otras marcas existentes, siendo así, LUV D-MAX doble cabina el modelo más preferido por la población.

En relación a los tipos de repuestos que prefieren los propietarios de los vehículos, la mayor parte de ellos prefieren repuestos originales para realizar sus respectivos mantenimientos, a fin de garantizar durabilidad y garantía frente a la compra de sus productos.

La escasez de repuestos automotrices en el cantón hace que el 76% de los encuestados tengan que salir a otras ciudades a buscarlos, lo que genera en ellos, mayor gasto para su economía y mayor pérdida en tiempo.

Se determinó con ello, que el 100% de los encuestados necesitan la creación de un centro de venta de repuestos automotrices en el cantón, con el fin de satisfacer sus necesidades y agilizar los procesos de compra de repuestos para sus vehículos, esto representa una gran oportunidad para invertir en este negocio.

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS TÉCNICOS PARA LA IMPLANTACIÓN DEL NEGOCIO

3.1. Introducción

En el presente capítulo se especifica en primera instancia los tipos de compañías que pueden ser establecidas a nivel nacional, y de acuerdo con el tipo de negocio poder constituir como pequeña, mediana o grande empresa.

Así también se realiza el diseño del logo que llevará la empresa siendo este un elemento gráfico que representa al negocio, además se define en ella los productos y accesorios que se ofrece, el slogan representa la frase publicitaria para generar empatía en la sociedad.

Se define además la filosofía empresarial en donde se determina la misión, la visión y los valores empresariales con el fin de lograr un enfoque de hacia donde se quiere llegar como empresa, así mismo, se establece un análisis FODA que nos permitirá conocer las oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas que servirán para desarrollar estrategias que vayan en beneficio de la empresa.

Finalmente, de acuerdo a la encuesta se establece un inventario de productos que serán necesarios para iniciar el negocio y se menciona varios proveedores que pueden abastecer con mercadería a la empresa y a la vez se desarrolla el diseño de la distribución de planta para ocupar de forma adecuado los espacios físicos, se especifica la ubicación exacta de negocio, se describe los procesos operativos a fin de llevar un orden de las actividades a desarrollar, por último se establece la estructura organizativa de la empresa detallando el manual de funciones para cada personal que trabajaran dentro de la empresa

3.2. Gestión estratégica

Según (Vallarín, 2018) , la gestión estratégica un proceso de evaluación sistemática de un negocio, en donde se definen las metas a alcanzar por la empresa y los objetivos a largo plazo, desarrollando estrategias para alcanzar los objetivos establecidos además de los recursos para ponerlos en marcha.

Es de gran importancia realizar un plan de gestión estratégico en cualquier empresa, independiente al tipo que sea (micro empres, PYME, gran empresa) y al sector al que esta pertenezca, en ello se proponen alternativas para tener buenos resultado económico a futuros, además, se toma en cuenta la mejora continua a fin satisfacer las necesidades de los clientes y los factores externos e internos de la empresa.

3.3. Tipos de empresas que existen en el Ecuador

Según la ley de compañías del Ecuador en el **Art 2** menciona que existen cinco compañías de comercio que constituyen personas jurídicas.

Compañía de nombre colectivo

La compañía de nombre colectivo es aquella que existe bajo una razón social, en donde todos los socios responden de modo subsidiario, solidaria e ilimitada de las obligaciones sociales. (Alonso , 2006)

- En esta compañía preside el principio de conocimiento y confianza entre socios
- Se forma entre 2 o más personas naturales
- El contrato de esta compañía se da por escritura publica
- No está sujeta a la súper intendencia de compañías.

Compañía en comandita simple

Según menciona (Alonso , 2006), la compañía comandita simple es una sociedad de carácter personalista, formada por socios colectivos que aportan trabajo y pueden o no aportar capital y socios comanditarios que sólo aportan capital en donde los socios colectivos tienen responsabilidad ilimitada y los socios comanditarios tienen la responsabilidad limitada a su aportación.

- La compañía tiene dos clases de socios, socios comanditados que aportan solidaria e ilimitadamente y socios comanditarios cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportaciones.
- Para esta compañía no existe un mínimo de capital fundacional
- La administración es a cargo de los socios comanditados
- No está sujeta a la súper intendencia de compañías.

Compañía de responsabilidad limitada

La compañía de responsabilidad limitada es un tipo de sociedad mercantil en donde la responsabilidad de cada uno de sus socios está delimitada por el capital que estos hayan aportado, el capital de la sociedad limitada se divide en particiones, este tipo de compañía se contrae con un mínimo dos y un máximo de quince personas que responden por las obligaciones sociales y el monto de sus aportaciones individuales, hacen comercio bajo razón social o nombre de la empresa seguido de la palabra “compañía limitada” o su abreviatura. (Sánchez, "Sociedad de responsabilidad limitada", 2016)

- Debe estar sujeta a la súper intendencia de compañías.
- Al llegar a exceder el número máximo de socios que es quince, debe formarse otro tipo de compañía.

- El capital mínimo para constituirse como compañía es de cuatrocientos dólares.

Compañía anónima

Este tipo de compañía es una sociedad cuyo capital dividido en acciones negociables, que está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente al monto de sus acciones, para su constitución como mínimo debe ser entre dos socios sin tener un máximo.

- Debe estar sujeta a la súper intendencia de compañías.
- La compañía se constituirá con un mínimo de dos personas sin tener un máximo
- El capital mínimo para constituirse como compañía es de ochocientos dólares

Compañía de economía mixta

En este tipo de compañía el capital representa en parte de propiedad pública y en parte de propiedad privada, en ella se une el interés general (público) y el interés particular, estas son empresas en donde generalmente tiene una mayoría de capital público.

El capital mínimo para constituirse como compañía es de ochocientos dólares, son empresas dedicadas al desarrollo y fomento de la agricultura, industria y prestación de servicios públicos.

3.4. Diseño de imagen de la empresa

3.4.1. Logo de la empresa



Figura 16. Logotipo de la empresa

Fuente: Autores

La imagen seleccionada nos sirve para identificar la marca y los productos que ofrece la empresa, la utilización de varios colores llamativos da un resalte al impacto visual del negocio a fin de llamar la atención de la sociedad, así mismo, el nombre “MULTIREPUESTOS” hace referencia a la variedad de repuestos accesibles en el local, se considera el eslogan como parte del logo con el afán de que las personas sientan empatía en querer adquirir los productos.

3.4.2. Eslogan de la empresa

“Asegura la vida de tu vehículo con repuestos de calidad”

En el cantón Saraguro la escasez de repuestos automotrices, hacen que la seguridad de mantenimiento de los vehículos no se puedan dar por la deficiencia que existe con estos productos, esto hace que la mayor parte de la población tengan que viajar a la ciudad de Loja requiriendo un servicio, buscando una frase que demuestre empatía con los clientes es que se menciona “Asegura la vida de tu vehículo con repuestos de calidad”, somos conscientes con ello de que la principal

necesidad es garantizar la operatividad de sus unidades y esto se logra a través de repuestos de calidad que representan costo, atención al cliente y la empresa o negocio podría llegar a establecerlo.

3.5.Filosofía de la empresa

3.5.1. Misión

Mediante la misión se demuestra el propósito o razón de existencia de la empresa, en ella se define las funciones básicas que la empresa va a desempeñar, así como, las necesidades a satisfacer, clientes a alcanzar, productos y servicios a ofertar. (Bóveda, Oviedo , & Yakusik, 2015)

“MULTIREPUESTOS J&M, somos una empresa ecuatoriana dedicada al comercio de repuestos multimarca para vehículos livianos, ofreciendo productos de alta calidad a precios competitivos, brindando excelente servicio de venta a fin de satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes garantizando confianza y seguridad”

3.5.2. Visión

La visión de la empresa define lo que se quiere lograr, en ella se proyecta la imagen futura del negocio, esto representa una descripción clara de a dónde queremos llegar como organización a posteriores, considerando los impactos tecnológicos, necesidades y expectativas cambiantes del mercado. (Bóveda, Oviedo , & Yakusik, 2015)

“Como MULTIREPUESTOS J&M, queremos ser líderes en el mercado de Saraguro a través de buscar siempre la satisfacción de nuestros clientes, solventando las necesidades de calidad y eficiencia que ellos requieren en un servicio de este tipo, por eso aspiramos contar con un stock de repuestos variados que satisfaga las necesidades de las tendencias del mercado”

3.5.3. Valores corporativos

Los valores corporativos de la empresa son aquellos que definirán las acciones y actitudes del emprendimiento basados en los principios éticos y profesionales, los cuales son necesario para determinar el desempeño de esta.

Cuando una empresa tiene bien definido sus valores y estos son transmitidos adecuadamente a todos sus empleados, el funcionamiento de la empresa es más eficaz, de esta manera se estimula a los integrantes a cumplir satisfactoriamente con los objetivos de la empresa, de igual manera esto representa la buena imagen frente a los clientes. (Pérez, 2021)

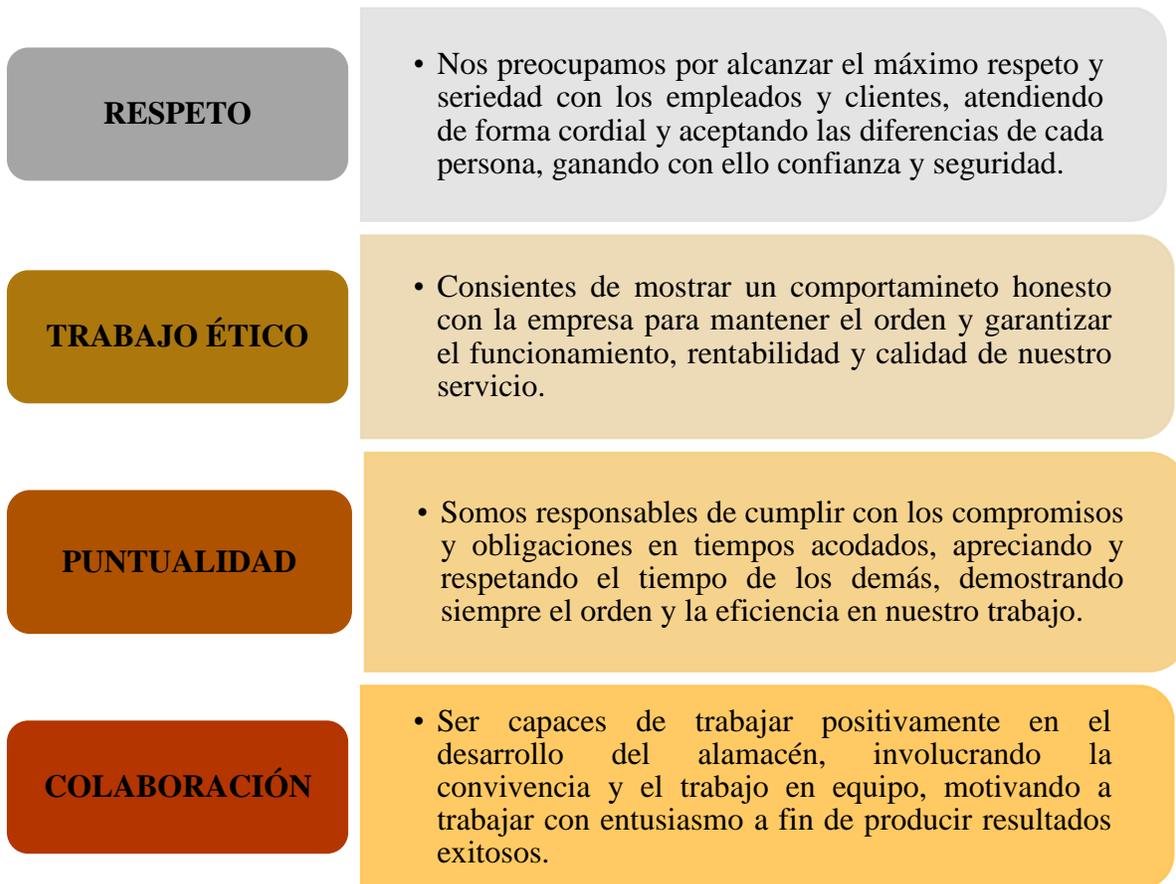


Figura 17. Valores empresariales

Fuente: Autores

3.5.4. Análisis FODA

El análisis FODA es la herramienta que nos ayudara a entender la situación del negocio, a través de la realización de una lista que comprende las fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas, estos representan aspectos fundamentales en la toma de decisiones a fin de garantizar la operatividad de la empresa.

Según (Ponce, 2006), menciona que el análisis FODA consiste en desarrollar una evaluación sistemática de los factores fuertes y débiles, que, en conjunto, diagnostican la situación interna de la empresa, así también, de la evaluación externa que consiste en analizar la oportunidades y amenazas.

- **Aspectos internos**

Debilidad

Se refiere a las habilidades y actividades que no se desarrollan positivamente, se enfoca en las áreas en donde la empresa es deficiente e impide alcanzar sus objetivos planteados.

Fortaleza

Representa las capacidades que permite al negocio tener una ventaja exitosa, las fortalezas se consideran como puntos fuertes de la empresa porque son elementos que permiten logra diferencias positivas frente a los competidores.

- **Aspectos externos**

Oportunidad

Representa los factores que resultan positivos y favorables para el negocio, que una vez identificados pueden ser aprovechados.

Amenaza

Hace referencia a los factores que pueden afectar de forma negativa a la empresa, y a fin de contrarrestar estas situaciones es necesario diseñar las mejores estrategias para poder sostener el negocio.

Tabla 21. Análisis FODA

Fuente: Autores

OPORTUNIDADES (externas)	AMENAZAS (externas)
<ul style="list-style-type: none">- Constante crecimiento del mercado automotriz en el cantón.- En el cantón existen 1288 vehículos, en donde a estos no se puede abastecer con stock de repuestos que satisfaga sus necesidades- Buscar alianzas con talleres automotrices- Los fallos en los vehículos son frecuentes debido al estado de las carreteras.	<ul style="list-style-type: none">- Riesgo país- Poca aceptación del servicio con relación al mercado.- Mercado desatendido que puede sentirse con confianza en servicios prestados fuera del cantón.- Aumento de impuestos
FORTALEZAS (internas)	DEBILIDADES (internas)
<ul style="list-style-type: none">- Procesos de venta de repuestos actualizados.- Canal de distribución de servicio a domicilio- Productos económicos.- Servicio posventa- Asesoría de calidad de repuestos.- Aplicación de estrategias de mercadeo actualizadas.	<ul style="list-style-type: none">- Falta de experiencia en el mercado- Por ser nuevos en el mercado existirá poco interés de los consumidores.- Falta de dinero para mayor inversión- Venta de repuestos al contado.

3.5.5. Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos de la empresa serán aquellas directrices o acciones que consideramos para alcanzar una mejora en cuanto a la actividad y el rendimiento del negocio, siendo estas las metas que se quiere lograr en un determinado tiempo.

A continuación, se mencionan los objetivos considerados dentro de los cuatro ejes principales que están enmarcados en un negocio.

Financieros

- Incrementar el volumen de ventas en repuestos de suspensión y embrague en un 10% mediante promociones en el año 2025.
- Incrementar los ingresos de la empresa mediante la ampliación de la línea de repuesto mejorando así su rentabilidad.

Clientes

- Posicionarnos como la mejor empresa dedicada al comercio de repuestos para vehículos en el cantón dentro de los cinco primeros años.
- Comercializar y publicitar los productos del negocio a través de redes sociales para llegar al conocimiento de la mayor parte de la población

Procesos

- Identificar los productos de mayor preferencia para efectuar una compra en volumen y reducir costos.
- Agilizar los procesos de venta de repuestos mediante la utilización de sistemas informáticos y lector de código de barras.

Recursos humanos

- Garantizar una atención de calidad al cliente a fin de lograr resultados positivos con la venta de repuestos.
- Generar valor agregado en la atención de servicios para conseguir la plena satisfacción y ganar la fidelidad del cliente.

3.6. Definición del producto

En relación con la creación del negocio se ofertará variedad de repuestos automotrices para vehículos livianos, enfocados principalmente en las marcas que tienen mayor acogida en la localidad (Chevrolet, Toyota, Hyundai, Mazda), a fin de cubrir las necesidades de los consumidores.

En relación con las encuestas realizadas y a los datos obtenidos en 86 % de encuestados aseguran que los mantenimientos más frecuentes que dan a sus vehículos tienen que ver con sistema de frenos y sistemas de suspensión y el 14% realizan mantenimientos de ABC de motor, es así como se pretende contar en la localidad con repuestos y accesorios para las diferentes marcas de vehículos a fin de cubrir la demanda insatisfecha que existe con estos productos.

Por otra parte, el 82% de encuestados señalan que prefieren repuestos originales para dar mantenimiento a sus unidades y el 17 % prefieren repuestos alternos, es por ello por lo que los productos a ofrecer estarán a la disposición de todos los consumidores estableciendo precios competitivos, ofreciendo servicios de calidad y garantía en repuestos.

En la siguiente tabla se muestra la línea repuestos e insumos que serán necesarios para dar apertura a la propuesta del negocio.

Tabla 22. Línea de repuestos necesarios para dar mantenimiento a los vehículos

Fuente: Autores

DISCOS DE FRENO					
CANTIDAD	MARCA	MARCA VEHÍCULO	MODELO VEHÍCULO	PRECIO UNITARIO(\$)	TOTAL (\$)
4	HPF	CHEVROLET	DMAX 4X4	27,51	110,04
4	HPF	CHEVROLET	DMAX 4X2	21	84
4	POINTER	TOYOTA	HILUX 2.7 4X4	24,5	98
2	HPF	HYUNDAI	ACCENT	20,87	41,74
2	RECORD	MAZDA	BT50	14,45	28,9
TAMBORES					
4	HPF	CHEVROLET	DMAX	28,01	112,04
4	RECORD	TOYOTA	HILUX 2.7 4X4	31,33	125,32
2	HPF	HYUNDAI	ACCENT	15,84	31,68
2	YOKOBO	MAZDA	BT50	38,31	76,62
PASTILLAS					
3	HP	CHEVROLET	DMAX	12,65	37,95
4	HP	TOYOTA	HILUX 2.7	12,36	49,44
4	HP	HYUNDAI	ACCENT	10,67	42,68
3	HP	MAZDA	BT50	13,2	39,6
ZAPATAS					
4	HP	CHEVROLET	DMAX 4X2	13,99	55,96
4	HP	TOYOTA	HILUX 2.7 4X4	19,56	78,24
2	HP	HYUNDAI	ACCENT	9,55	19,1
2	HP	MAZDA	BT50 4X4	13,79	27,58
KIT DE MORDAZA					
4	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	8,2	32,8
4	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	10,59	42,36
2	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	6,65	13,3
2	ORIGINAL	MAZDA	BT50	9,89	19,78
CILINDRO DE FRENO POST. L.R					
4	METELLI	CHEVROLET	DMAX 4X4	13,5	54
4	METELLI	TOYOTA	HILUX 2.7	17	68
2	POINTER	HYUNDAI	ACCENT	6,85	13,7
2	METELLI	MAZDA	BT50	13,91	27,82
BOMBAS DE FRENO					
2	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	142,55	285,1
2	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	31,5	63

1	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	49,65	49,65
1	ORIGINAL	MAZDA	BT50	46,55	46,55
MANGUERAS DE FRENO					
2	JAFS	CHEVROLET	DMAX RT50	16,8	33,6
2	DGC	TOYOTA	HILUX 2.7	5,6	11,2
1	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	10,5	10,5
1	DGC	MAZDA	BT50	6,99	6,99
LIQUIDO DE FRENO					
24	WAGNER	DOT3 12 ONZ	VARIOS	3,86	92,64
10	WAGNER	DOT3 32 ONZ	VARIOS	8,29	82,9
10	ATE	DOT4 1 LITRO	VARIOS	12,75	127,5
FILTROS DE ACEITE					
24	CHAMP	FILTRO PH2835	CHEVROLET	1,37	32,88
24	CHAMP	FILTRO PH2840	TOYOTA	2,3	55,2
12	CHAMP	FILTRO PH2876	HYUNDAI	2,67	32,04
12	CHAMP	FILTRO PH2849A	MAZDA	1,6	19,2
FILTROS DE GASOLINA					
10	RECORD	CHEVROLET	AVEO, VARIOS	2,02	20,2
5	REDFILL	TOYOTA	HILUX 2.7	3,07	15,35
4	MANDO	HYUNDAI	ACCENT	5,56	22,24
6	REDFILL	MAZDA	BT50, B2200, VARIOS	3,12	18,72
FILTROS DE AIRE					
6	REDFILL	CHEVROLET	DMAX	4,74	28,44
4	REDFILL	TOYOTA	HILUX 2.7	7,59	30,36
2	REDFILL	HYUNDAI	ACCENT	4,85	9,7
4	REDFILL	MAZDA	BT50, B2200	4,91	19,64
BOMBAS DE ACEITE					
2	ALTERNO	CHEVROLET	DMAX RT50	56,36	112,72
2	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT VERNA	95,25	190,5
2	KOK	MAZDA	BT50, B2200	42,5	85
BOMBAS DE GASOLINA					
4	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	48,55	194,2
4	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	73,5	294
1	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	62,98	62,98
2	ORIGINAL	MAZDA	BT50	57,56	115,12
BUJÍAS					
30	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	11,9	357

10	NGK	TOYOTA	HILUX 2.7	2,61	26,1
20	MOBIS	HYUNDAI	ACCENT	2,82	56,4
20	ORIGINAL	MAZDA	BT50	2,85	57
CABLES DE BUJÍAS					
4	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX	27,66	110,64
4	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	29,4	117,6
2	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT, VERNA	10,59	21,18
2	OEM FIT	MAZDA	BT50	8,76	17,52
BOBINAS					
3	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX	58,33	174,99
3	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	38,75	116,25
2	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	35,89	71,78
2	ORIGINAL	MAZDA	BT50, B2200	57,5	115
2	ORIGINAL	UNIVERSAL	VARIOS	12,1	24,2
BOMBAS DE AGUA					
4	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	99,07	396,28
2	ORIGINAL	CHEVROLET	AVEO 1.4/1.6	118,57	237,14
2	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT, VERNA	69,38	138,76
2	ORIGINAL	MAZDA	BT50	55,09	110,18
KIT DE EMPAQUES					
4	KGK	CHEVROLET	DMAX RT50	103,56	414,24
2	KGK	TOYOTA	HILUX 2.7	93,84	187,68
2	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	55,05	110,1
2	GMB	MAZDA	BT50	38,5	77
BANDAS DE DISTRIBUCION					
4	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	51,02	204,08
2	ORIGINAL	CHEVROLET	AVEO 1.4/1.6	48,88	97,76
4	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	48,35	193,4
5	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	25,76	128,8
2	GATES	MAZDA	BT50	20,56	41,12
TEMPLADOR DE BANDA DE DIST.					
4	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	66,51	266,04
2	MIRAI	CHEVROLET	AVEO	7,65	15,3
4	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	70,14	280,56
2	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	29,35	58,7
2	ORIGINAL	MAZDA	BT50	30,08	60,16
TERMOSTATO					
4	ISUZU	CHEVROLET	DMAX VARIOS	14,85	59,4
4	TAMA	TOYOTA	HILUX 2.7	16,16	64,64

2	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	12,3	24,6
2	ORIGINAL	MAZDA	BT50	40,58	81,16
KIT DE EMBRAGUE					
3	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	180,56	541,68
2	VALEO	CHEVROLET	AVEO 1.4/1.6	63,9	127,8
4	ALTERNO	TOYOTA	HILUX 2.7	195,02	780,08
2	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	125,36	250,72
2	ORIGINAL	MAZDA	BT50	238,01	476,02
AMORTIGUADORES					
4	TOKICO	CHEVROLET	DMAX 4X2	33,33	133,32
4	TOKICO	CHEVROLET	DMAX 4X4	24,5	98
2	GABIEL	CHEVROLET	AVEO LH/RH	26,86	53,72
4	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	28	112
2	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	45,33	90,66
2	TOKICO	MAZDA	BT50	37,72	75,44
TERMINALES					
4	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	13,25	53
4	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	14,39	57,56
2	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT VERNA	12,21	24,42
2	TWINS	MAZDA	BT50	8,95	17,9
ROTULAS					
4	CTR	CHEVROLET	DMAX	7,67	30,68
4	CTR	TOYOTA	HILUX 2.7	9,14	36,56
4	TWINS	HYUNDAI	ACCENT, VERNA	7,06	28,24
4	TWINS	MAZDA	BT50, B2200	9,51	38,04
PLATOS DE SUSPENSIÓN					
4	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	175,82	703,28
2	CHIKARA	CHEVROLET	AVEO RH/LH	15,9	31,8
4	ALLPARTS	TOYOTA	HILUX 2.7	29,06	116,24
2	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	39,51	79,02
2	TRC	MAZDA	BT50	35	70
ARTICULACIONES					
4	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	27,55	110,2
4	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	25,56	102,24
2	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	18,56	37,12
2	ORIGINAL	MAZDA	BT50	23,66	47,32
BASES DE MOTOR					
4	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	28,5	114
4	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	25,5	102

2	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	60,86	121,72
2	JAPON	MAZDA	BT50	15	30
PUNTAS DE EJE					
2	GSP	CHEVROLET	AVEO 1.4, 1.6	18,3	36,6
2	JCAP	HYUNDAI	ACCENT	17,55	35,1
2	GSP	MAZDA	BT50	22,86	45,72
ALTERNADORES					
4	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	650	2600
4	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	672	2688
2	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	220	440
2	ORIGINAL	MAZDA	BT50	540	1080
MOTOR DE ARRANQUE					
4	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	850	3400
4	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	672	2688
2	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	218	436
2	ORIGINAL	MAZDA	BT50	445	890
ACEITE DE MOTOR					
6	KENDALL	20W50 GALON	VARIOS	16,25	97,5
12	KENDALL	20W50 LITRO	VARIOS	4,5	54
6	KENDALL	10W30 GALON	VARIOS	14,15	84,9
12	KENDALL	10W30LITRO	VARIOS	3,77	45,24
6	KENDALL	15W40 GALON	VARIOS	14,03	84,18
12	KENDALL	15W40 LITRO	VARIOS	3,75	45
ACEITE DE CAJA					
6	TEXACO	75W85 GALON	VARIOS	14,32	85,92
12	TEXACO	75W85 LITRO	VARIOS	3,75	45
12	EP	80W90 LITRO	VARIOS	3,75	45
3	EP	40 GALON	VARIOS	11,5	34,5
12	EP	140 LITRO	VARIOS	3,75	45
6	TEXACO	90 LITRO	VARIOS	3,55	21,3
				TOTAL:	27729,27

3.7. Proveedores

Los proveedores serán aquellas entidades o empresas que abastecerán de mercadería a MULTIRESPUESTOS J&M con repuestos y accesorios de vehículos, para ello se pretende contar solamente con proveedores nacionales.

A fin de agilizar entregas y pedidos de repuestos se busca contar con proveedores más cercanos al punto de venta, siendo así empresas asentadas en Cuenca y Loja quienes pondrán mantener un stock de productos necesarios a fin de cubrir las necesidades de nuestros clientes.

- **MANSUERA (agencia Loja)**

Es una empresa dedicada a la venta de repuestos originales y alternos para distintas marcas de vehículos como Chevrolet, Toyota, Mazda, Hyundai, entre otras, se encuentra distribuida a nivel de todo el Ecuador con agencias en las ciudades que tienen mayor demanda vehicular.

Los productos que ofrece Mansuera son:

- Radiadores
- Baterías
- Lubricantes
- Puntas de eje
- Cremalleras
- Terminales
- Bujías
- Sensores
- Rodamientos
- Pastillas de freno
- Zapatas
- Discos de freno

Tambores Ubicación: Loja, entre calle 18 de noviembre y José felix de valdivieso

Contacto: (07) 2585366

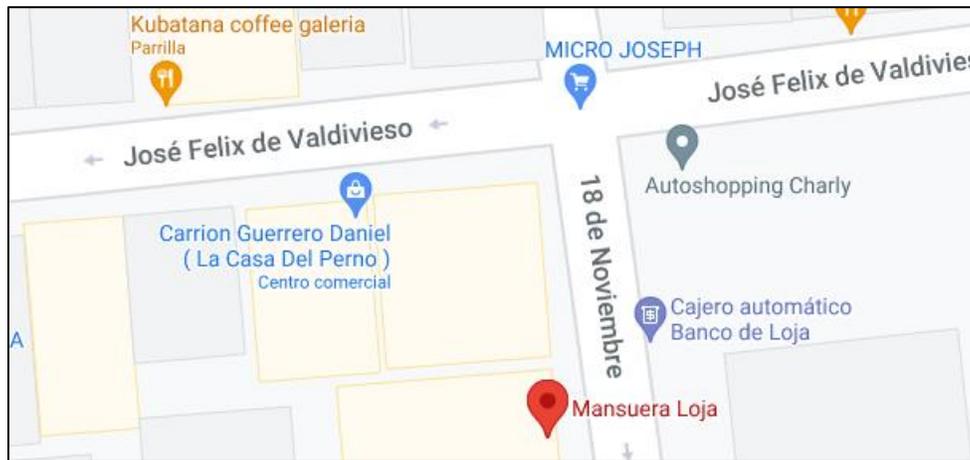


Figura 18. Ubicación proveedor mansuera Loja

Fuente: Google MAPS

- **MULTIREPUESTOS DEL SUR (Loja)**

Es una empresa que ofrece la venta de repuestos originales y alternos al por mayor y menor para distintas marcas de vehículos como Hyundai, Chevrolet, Suzuki, Mazda y Toyota.

Los principales productos que ofrece son:

- Partes de motor
- Transmisión
- Bandas
- Amortiguadores
- Lubricantes
- Filtros
- Baterías
- Kit embrague
- Pastillas
- Zapatas
- Discos de freno
- Tambores

Ubicación: Loja, entre las calles benjamín franklin y Pasteur.

Contacto: 099602741



Figura 19. Ubicación proveedor Multirepuestos del Sur

Fuente: Google MAPS

- **AUTO PARTS OCHOA (Loja)**

Es una empresa que tiene a la disposición repuestos automotrices multimarca para las diferentes marcas de vehículos como Chevrolet, Volkswagen, Fiat, corsa evolution, Opra, spark, y Chevrolet aveo.

Tiene a la disposición repuestos como:

- Platos de suspensión
- Terminales
- Rotulas
- Bases motor
- Bobina de encendido
- Kit de distribución
- Kit de embrague
- Rodamientos
- Inyectores
- Amortiguadores
- Bujías

- Accesorios eléctricos.

Ubicación: Loja, entre las calles 18 de noviembre y Juan de Salinas.

Contacto: 072570238



Figura 20. Ubicación proveedor Auto Parts Ochoa

Fuente: Google MAPS

- **INVERNEG (Cuenca)**

Es una compañía que se dedica principalmente a la importación y distribución, enfocada en la comercialización de productos automotrices para las diferentes marcas de vehículos.

Cuenta con productos como:

- Filtro de aire
- Filtro de gasolina
- Filtro de cabina
- Filtro de aceite
- Lubricantes
- Refrigerantes
- Aditivos
- Bujías
- Productos de iluminación

Ubicación: Cuenca, entre la calle Edwin Sacoto y Avenida 12 de abril,

Contacto: 074203300



Figura 21. Ubicación proveedor Inverneg

Fuente: Google MAPS

- **AVISAN (Sucursal Cuenca)**

Es una empresa dedicada a la importación y a la venta al por mayor y menor de repuestos automotrices para todo tipo de vehículo, distribuida a nivel de Ecuador en ciudades como Guayaquil, Quito y Cuenca.

- Repuestos de suspensión
- Repuestos de transmisión
- Repuestos de motor
- Partes de frenos
- Partes de dirección
- Baterías
- Filtros
- Bandas

Mangueras Ubicación: Cuenca, entre la calle Gran Colombia y Manuel Vega

Contacto: 07-2831854

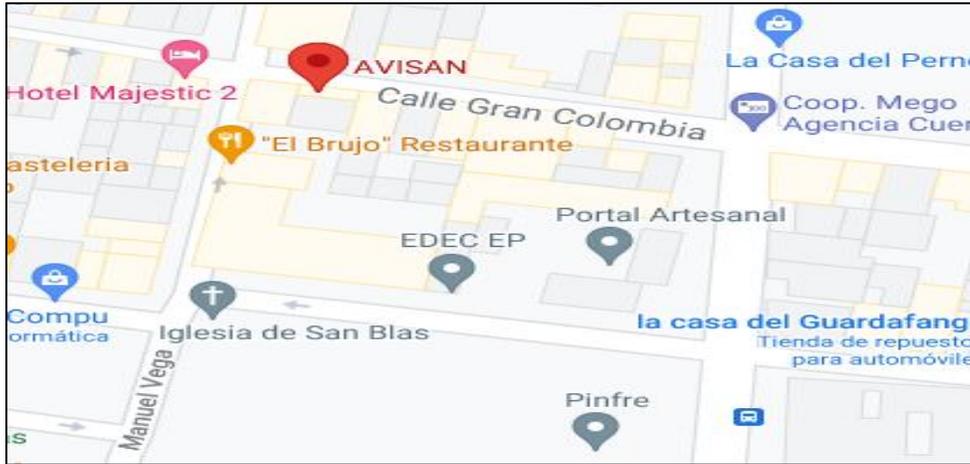


Figura 22. Ubicación proveedor Avisan

Fuente: Google MAPS

Los proveedores serán la base del negocio, puesto que son estos quienes distribuyen sus productos, permitiendo así que se pueda mantener un stock variado de repuestos para comercializar en el almacén, la compra y la venta de mercadería para MULTIREPUESTOS J&M se realizara de manera directa, siendo así los únicos que intervienen en la negociación son: proveedor, centro de comercialización y cliente.



Figura 23. Mercado distribuidor

Fuente: Autores

3.8. Recursos operativos

Los recursos operativos constituyen aquellos elementos, materiales y herramientas que serán necesarias para adecuar cada área de trabajo de la empresa.

A continuación, se detallan los requerimientos necesarios para la adecuación del negocio y su posterior operación.

Se requiere de un teléfono fijo que tenga dos bases para una mejor distribución dentro del local, también, una calculadora con ticket para emitir las notas de ventas.

Tabla 23. Listado de equipos de oficina

Fuente: Autores

EQUIPOS DE OFICINA					
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO		TOTAL
			UNITARIO		
1	Unidad	Teléfono inalámbrico Panasonic de dos bases	\$	53.99	\$ 53.99
2	Unidad	Calculadoras con ticket	\$	28.00	\$ 56.00
TOTAL					\$ 109.99

Para la oficina se necesitaría, 5 sillas, dos para los escritorios, dos para para proveedores y una para el área de ventas. Un archivador para la oficina. Una vitrina para mostrar productos livianos y 4 perchas metálicas para almacenar los productos, ya que el local dispone de dos perchas empotradas.

Tabla 24. Listado de muebles y enseres

Fuente: Autores

MUEBLES DE OFICINA					
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO		TOTAL
			UNITARIO		
5	Unidad	Silla taburete giratoria	\$	62.00	\$ 310.00
2	Unidad	Escritorio	\$	120.00	\$ 240.00

1	Unidad	Archivador librero Leader	\$ 100.00	\$ 100.00
1	Unidad	Vitrina	\$ 230.00	\$ 230.00
4	Unidad	Perchas metálicas	\$ 35.00	\$ 140.00
TOTAL				\$ 1,020.00

Se necesita dos computadoras una para el área administrativa y una segunda para el área de ventas, de igual forma se distribuirán las dos impresoras.

Tabla 25. Equipos de computación necesarios.

Fuente: Autores

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	Unidad	Computadora Dell Core i5 (con accesorios)	\$ 575.00	\$ 1,150.00
2	Unidad	Impresora EPSON XP-2100	\$ 179.99	\$ 359.98
TOTAL				\$ 1,509.98

Para poder vender repuestos automotrices se tiene claro que deben ser exactos de acuerdo con las marcas y modelos del vehículo, por lo que herramientas de medición para el área de ventas son primordiales, como lo es, un calibrador, un flexómetro y una lupa para códigos o series pequeños.

Para un futuro se plantea la compra de una motocicleta para servicios personalizados, es por ello que se le considera dentro de la maquinaria y equipos.

Tabla 26. Herramientas y utensilios necesarios.

Fuente: Autores

MAQUINARIA Y EQUIPO				
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	Unidad	Calibrador metálico Vernier	\$ 39.99	\$ 79.98
2	Unidad	Lupa de mano	\$ 5.50	\$ 11.00

2	Unidad	Flexómetro 5m Stanley	\$ 5.50	\$ 11.00
1	Unidad	Yamaha Crypton T 110 2021	\$ 1998.0	\$ 1998.0
TOTAL				\$ 2099.98

El inmueble se rentará y tiene un costo mensual de \$ 350.

Tabla 27. Inmueble a rentar.

Fuente: Autores

EDIFICIO				
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Unidad	Alquiler de local	\$ 350.00	\$ 350.00
TOTAL				\$ 350.00

Los gastos de constitución se realizan para la apertura del negocio, pero es una inversión inicial.

Tabla 28. Gastos de constitución.

Fuente: Autores

GASTOS DE CONSTITUCIÓN		
DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Inscripción anual de la cámara de comercio	\$ 290.00	\$ 290.00
Patente y permisos de funcionamiento del Municipio de Saraguro	\$ 100.00	\$ 100.00
Gastos de movilización	\$ 40.00	\$ 40.00
Permiso del cuerpo de bomberos	\$ 60.00	\$ 60.00
TOTAL		\$ 490.00

La publicidad se realiza en medios locales y por redes sociales, el día de la inauguración se entregarán volantes.

Tabla 29. Publicidad propuesta.

Fuente: Autores

PUBLICIDAD				
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Unidad	Radio	\$ 120.00	\$ 120.00
1	Unidad	Redes sociales	\$ 50.00	\$ 50.00
1	Unidad	Volantes	\$ 60.00	\$ 60.00
TOTAL				\$ 230.00

A continuación, se presentan más valores de diferentes necesidades dentro del negocio, como lo es insumos de oficina, artículos de limpieza, el pago de servicios básicos, suministros de oficina y mantenimiento de equipos de cómputo.

Tabla 30. Insumos de oficina

Fuente: Autores

INSUMOS DE OFICINA				
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	Unidad	Grapadora (completa con sacagrapas)	\$ 5.00	\$ 10.00
1	Unidad	Perforadora	\$ 5.00	\$ 5.00
3	Unidad	Tijeras	\$ 4.50	\$ 13.50
TOTAL				\$ 28.50

Los artículos de limpieza son claves para mantener el buen aspecto del negocio, por ello se destina un valor para su adquisición.

Tabla 31. Artículos de limpieza

Fuente: Autores

ARTÍCULOS DE LIMPIEZA				
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	Unidad	Escoba	\$ 5.00	\$ 10.00
1	Unidad	Trapeador	\$ 5.00	\$ 5.00
1	Unidad	Detergentes	\$ 4.50	\$ 4.50
1	Paquete	Papel higiénico	\$ 4.40	\$ 4.40
1	Paquete	Toallas de papel	\$ 5.00	\$ 5.00
1	Paquete	Fundas de basura	\$ 3.00	\$ 3.00
TOTAL				\$ 31.90

Los servicios básicos se pagarán mensualmente y se calculan de acuerdo al consumo.

Tabla 32. Servicios básicos del local.

Fuente: Autores

SERVICIOS BASICOS				
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1500	kVA/H	Energía eléctrica	\$ 0.10	\$ 150.00
40	m3	Agua	\$ 0.40	\$ 16.00
2500	Minuto	Teléfono fijo	\$ 0.05	\$ 120.00
1	KPS	Internet	\$ 4.40	\$ 4.40
TOTAL				\$ 290.40

Para un funcionamiento organizado del área administrativa y el de ventas se necesitan los siguientes suministros.

Tabla 33. Suministros de oficina necesarios.

Fuente: Autores

SUMINISTROS DE OFICINA				
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Unidad	Resma de papel	\$ 4.00	\$ 4.00
1	Caja	Esferos	\$ 3.00	\$ 3.00
1	Caja	Clips	\$ 1.50	\$ 1.50
1	Caja	Lápices	\$ 3.00	\$ 3.00
10	Unidad	Carpetas plásticas	\$ 0.60	\$ 6.00
3	Unidad	Sellos	\$ 12.00	\$ 36.00
TOTAL				\$ 53.50

Los gastos adicionales son aquellos destinados a remuneraciones y el mantenimiento del equipo informático, este se realizará cada 6 meses.

Tabla 34. Gastos adicionales.

Fuente: Autores

OTROS			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
3	Mantenimiento de computadoras	\$ 30.00	\$ 30.00
-	Remuneraciones	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00

3.9. Distribución de espacios físicos requeridos para la implementación del negocio.

Los espacios adecuados de las instalaciones del almacén de repuestos permitirán aprovechar al máximo los lugares físicos, de acuerdo con las áreas destinadas se ofrecerá las condiciones necesarias para poder dar un buen servicio y poder llevar satisfactoriamente los trabajos.

La importancia de realizar una correcta distribución de espacios de trabajo conlleva a tener un buen ambiente laboral haciendo que los trabajadores y clientes se sientan atraídos con el diseño y la organización del local, a continuación, se mencionan aquellos espacios para adecuar el negocio.

Área administrativa

Contará con una sola oficina que en relación con los equipos y materiales serán distribuidos adecuadamente.

Área de comercialización

Será aquella área en donde se exhibirá los productos, estará destinada a que los clientes puedan visualizar fácilmente la variedad de repuestos que están accesibles.

Área de bodega

Esta área estará destinada para almacenar y verificar el stock de productos que se recibe de los proveedores.

Área de SS. HH

Será un espacio lo suficiente cómodo para el uso del personal interno y accesible a los clientes.

- **Diseño de la distribución de planta**

EL área total del local es de 81 metros cuadrados, las perchas serán colocadas a 1 metro de distancia de cada una permitiendo un espacio suficiente para la circulación de personal, el ancho de la percha será de 0,60 metros y de 2 metros de largo, con la finalidad de tratar de ocupar eficientemente los espacios para llevar una buena organización interna del negocio.

El local dispone de una puerta trasera lateral por donde se podrá receiptar la mercadería a fin de no incomodar a los clientes e impedir aglomeración de mercadería en la entrada del negocio, así mismo se ubicará la sección de caja a lado del mostrador para realizar el respectivo cobro de las ventas.

El fondo del local estará destinado para dos áreas una que será para oficina la misma que constará de todos los equipos e implementos para dar buen manejo a la empresa y buena atención al cliente y otra que será para servicios higiénicos.

Tabla 35. Descripción de espacios físicos

Fuente: Autores

Área administrativa	13.5 m ²
Área de comercialización	33 m ²
Área de bodega	20 m ²
Área de SSHH	2.25 m ²

Para la adecuación de espacios del almacén se considera la distribución de planta por producto, de acuerdo con ello organizar los repuestos que se necesitan para dar mantenimientos a los diferentes sistemas de automóvil, esto nos permitirá facilidad para encontrar los repuestos y agilidad para atender las necesidades cliente.

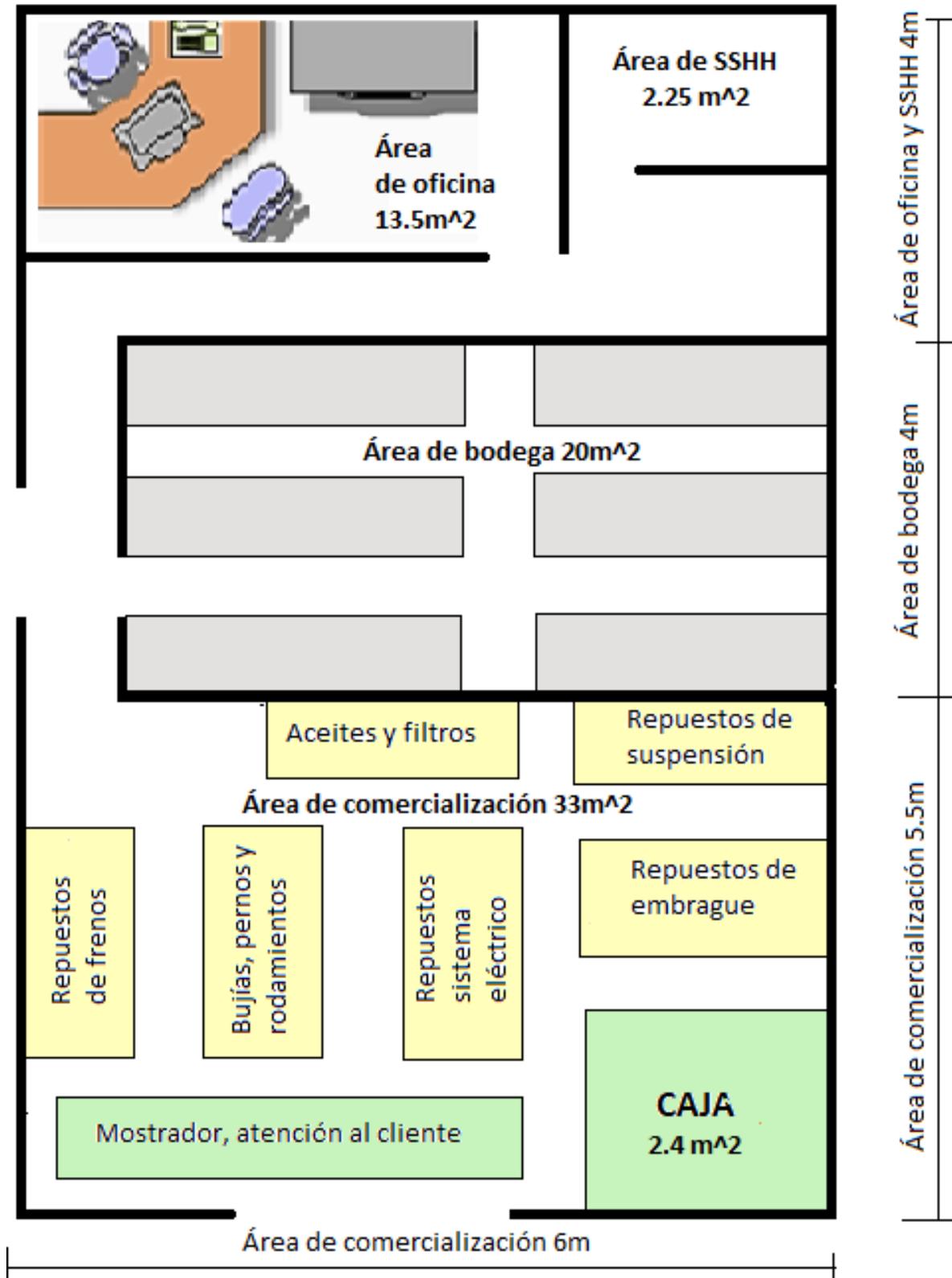


Figura 24. Distribución de planta

Fuente: Autores

3.10. Localización de área comercial

La ubicación del negocio de venta repuestos se tendrá en la parte central del cantón Saraguro considerando como lugar estratégico que será importante para resaltar la viabilidad del proyecto, siendo ahí en donde hay mayor movimiento comercial, existe gran afluencia de pobladores y circulación constante de vehículos.



Figura 25. Macro localización del negocio

Fuente:

La ubicación estratégica del almacén permitirá que los proveedores tengan fácil acceso hasta el lugar establecido y de igual manera para los clientes, se ubicara entre la calle Loja y 18 de noviembre, puesto que es una zona en donde se puede encontrar a su cercanía restaurantes, cooperativas de transporte, instituciones bancarias y por lo general la mayor parte de negocios que brindan servicios de reparaciones vehiculares se encuentran a una distancia corta lo que permitirá que los consumidores ahorren tiempo comprando en MULTIREPUESTOS J&M.



Figura 26. Micro localización del negocio
Fuente: Google MAPS

3.11. Descripción de procesos operativos

El diagrama de procesos de la empresa representa de manera gráfica y ordenada todas aquellas operaciones y actividades que se desarrollan a fin de cumplir de manera sistemática todas las acciones del negocio.

Para realizar la descripción de proceso se considera el diagrama de procesos por funciones, puesto que en ello se refleja aquellas acciones a desarrollar y además nos resalta cual será el personal encargado de cumplir con las distintas operaciones.

Mediante la realización del diagrama de flujo nos permitirá tener una descripción gráfica, clara y entendible de las actividades que se desarrollan en un proceso, indicando una relación secuencial a cada actividad con el fin de lograr mejorar la comprensión, mejorar el control de calidad, generar mayor eficacia y obtener rentabilidad óptima. (Muñoz, 2018)

- Descripción de procesos para selección de personal

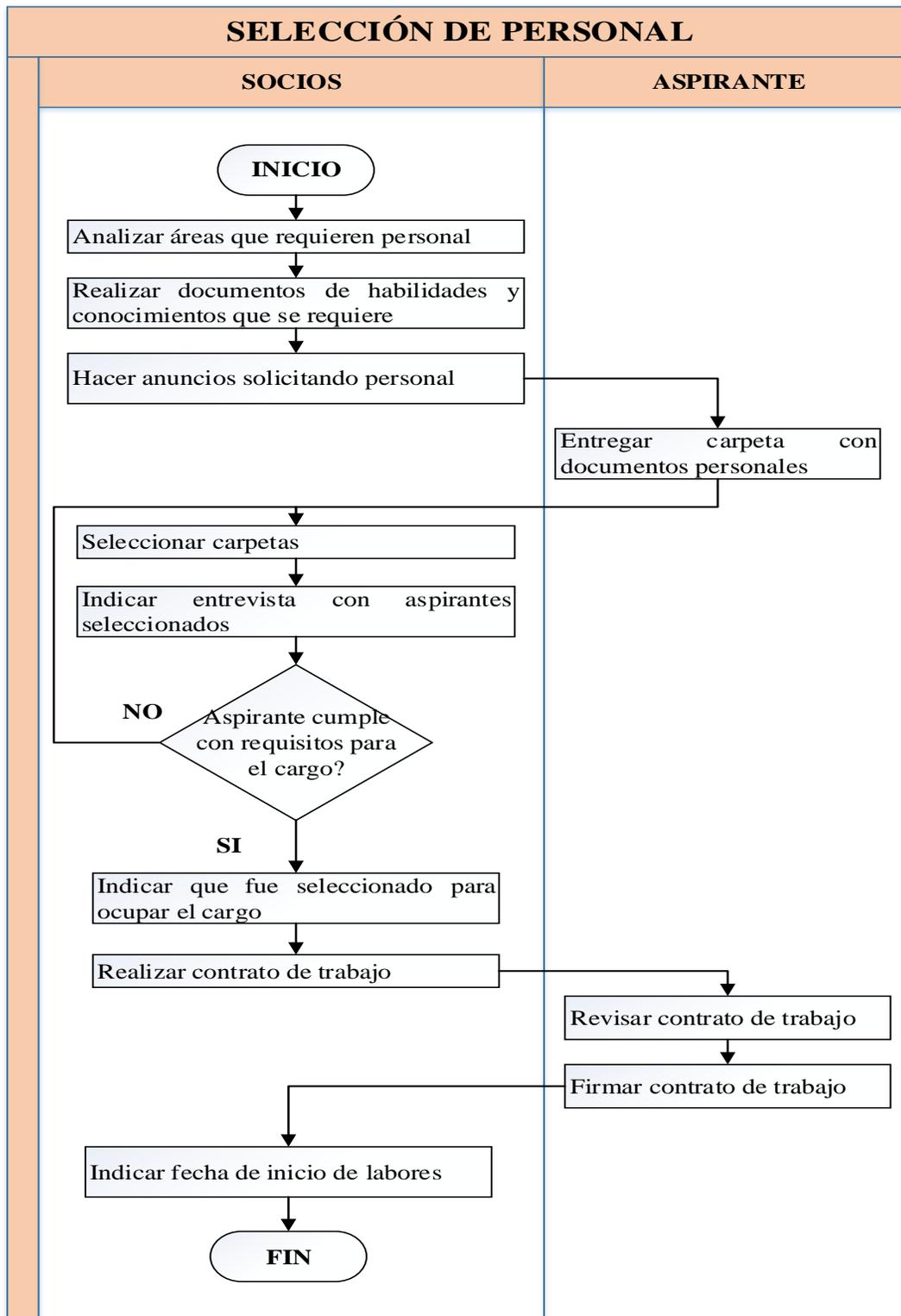


Figura 27. Proceso de selección de personal

Fuente: Autores

- Descripción de procesos de compra de repuestos

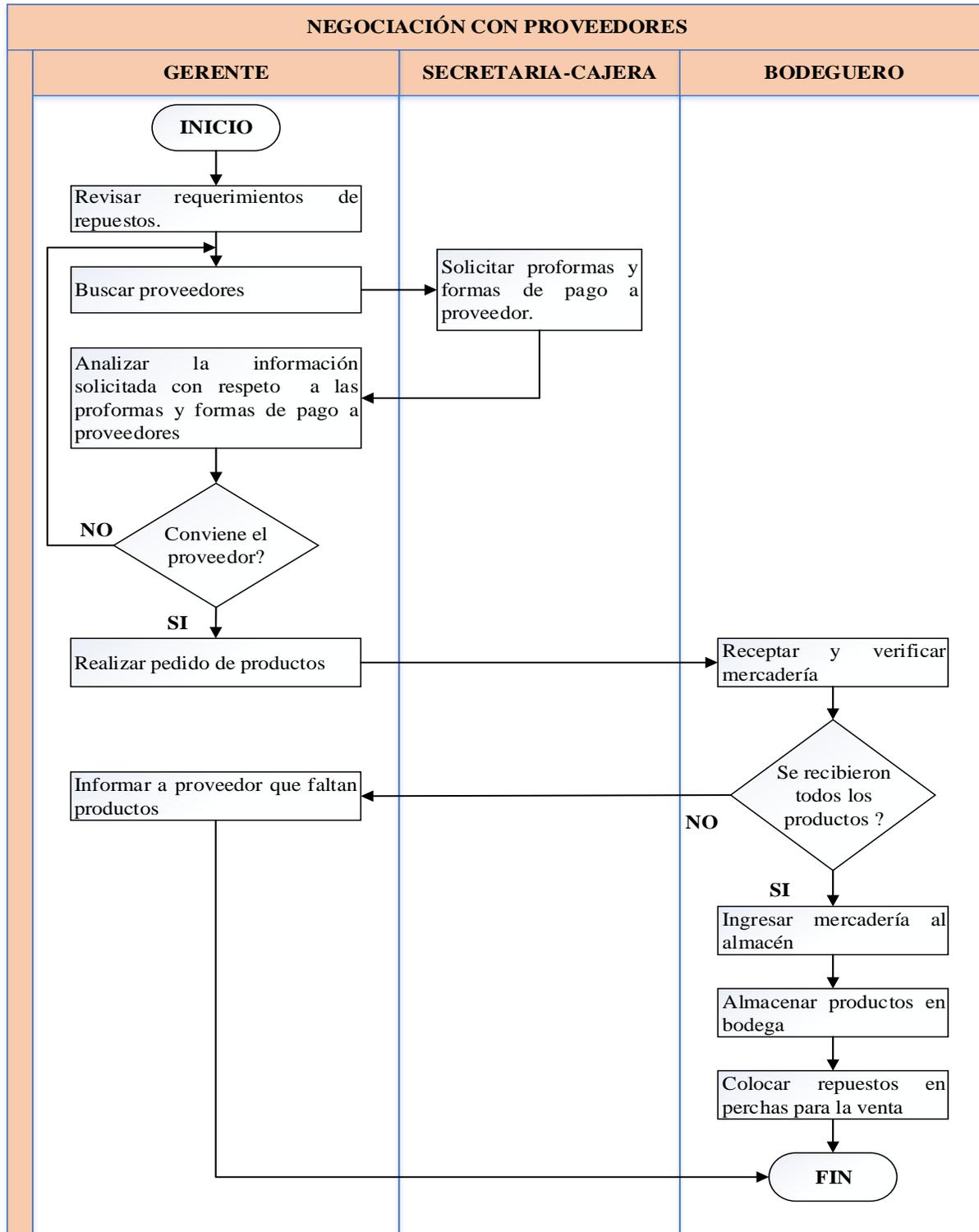


Figura 28. Proceso de compra de repuestos

Fuente: Autores

- Descripción de procesos de venta de repuestos

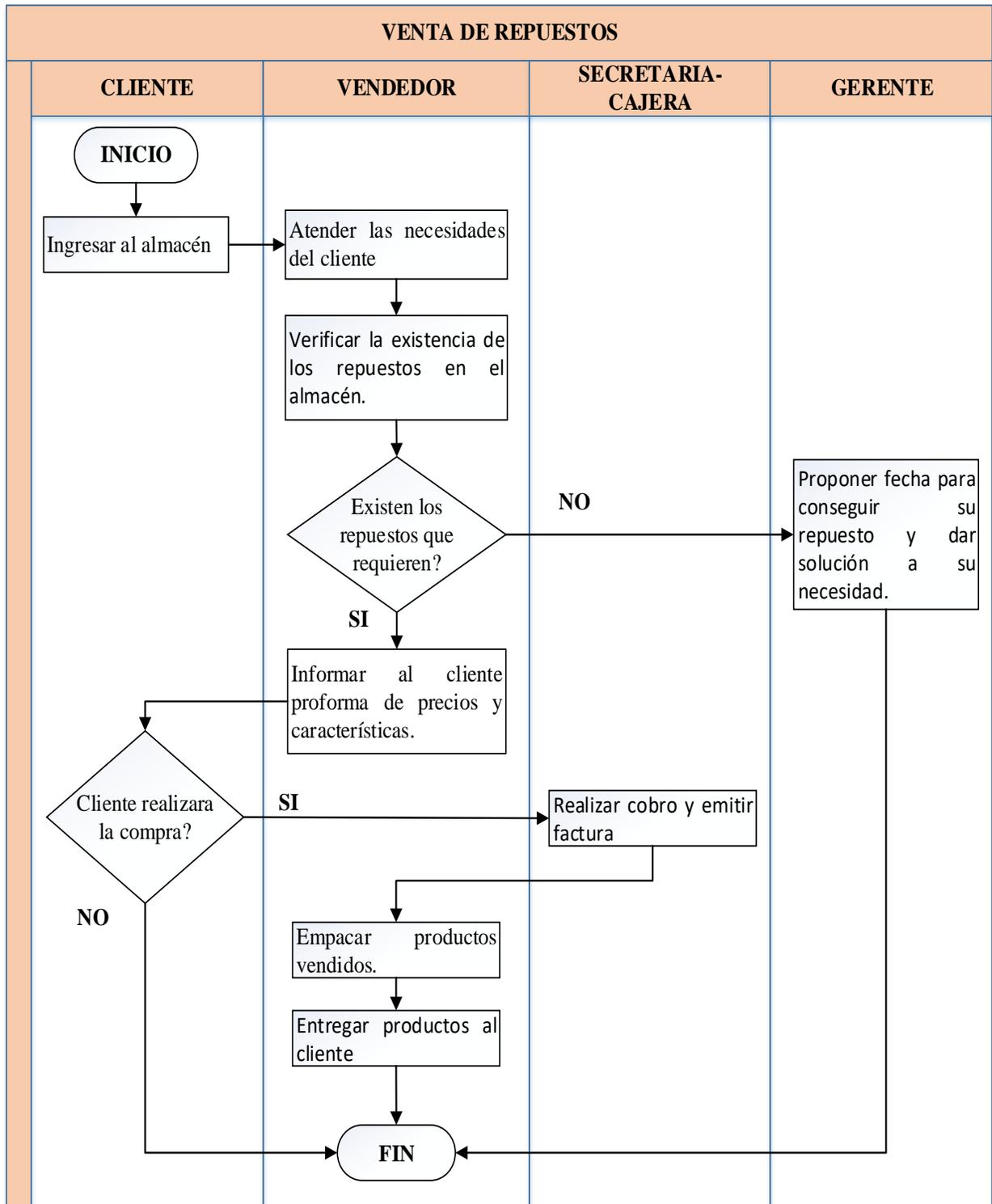


Figura 29. Proceso de venta de repuestos

Fuente: Autores

- Descripción de procesos de recepción de mercadería.

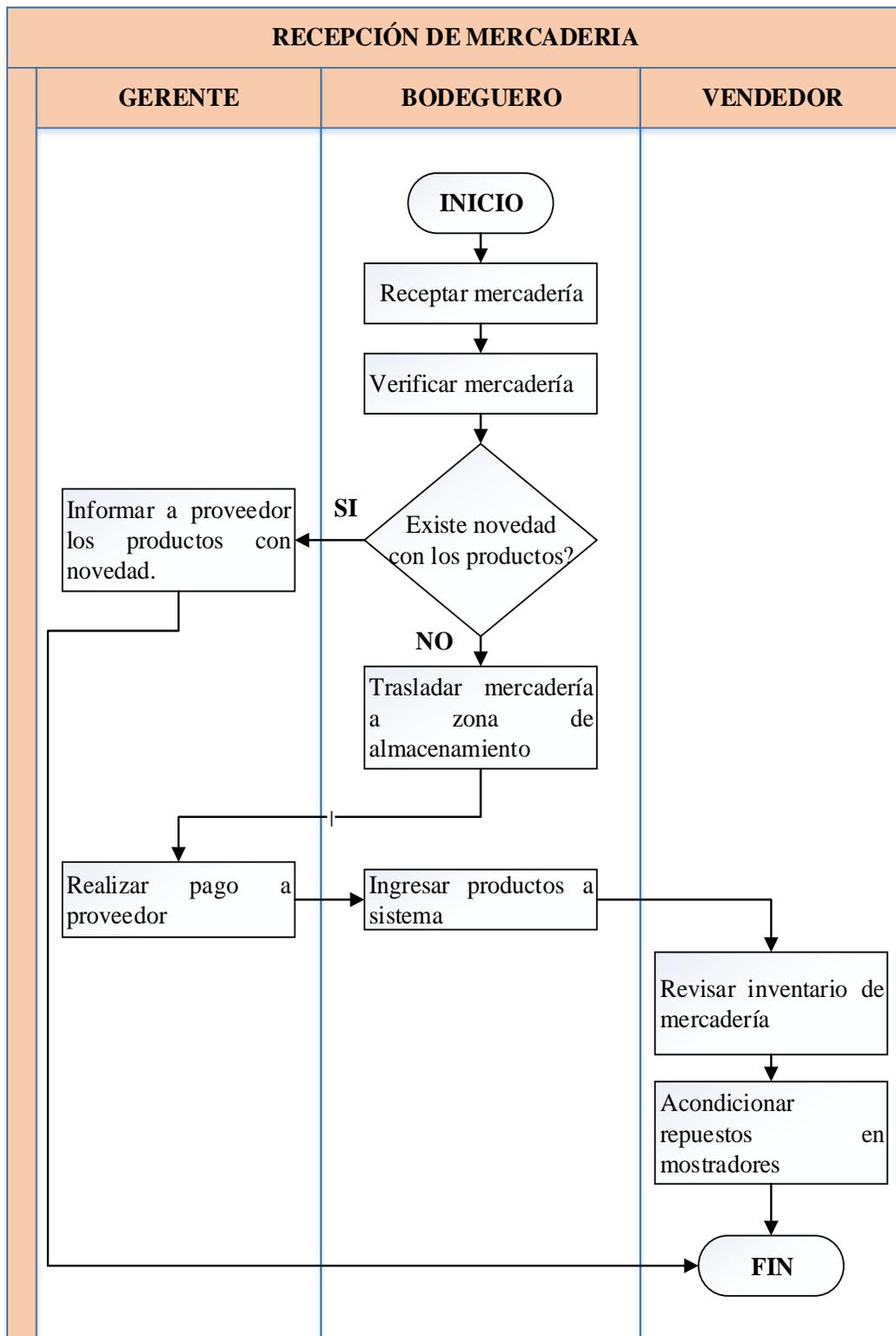


Figura 30. Proceso de recepción de mercadería

Fuente: Autores

- Descripción de procesos para ingresar productos al sistema

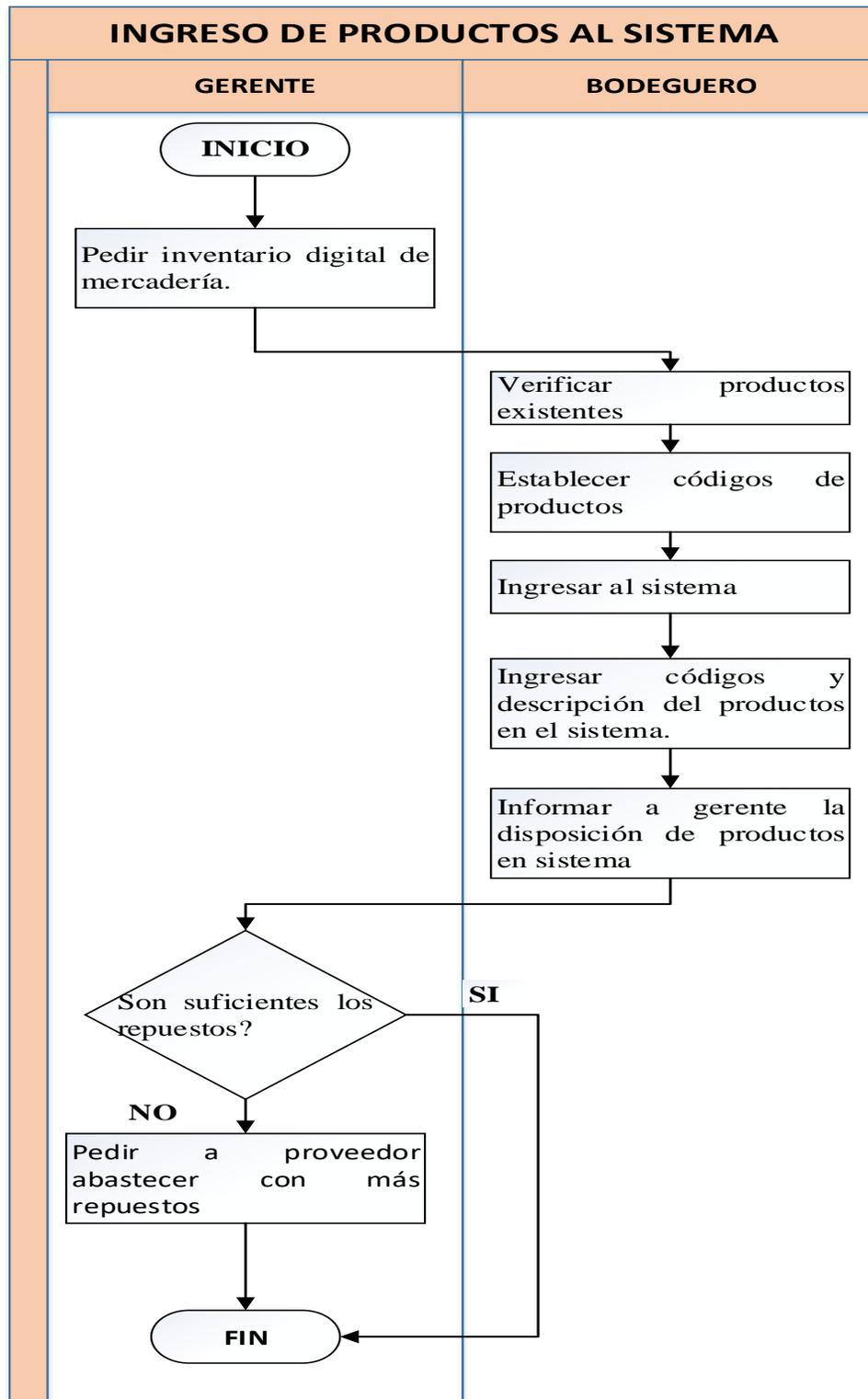


Figura 31. Proceso para ingreso de productos al sistema

Fuente: Autores

- Descripción de procesos de venta de repuestos puerta a puerta

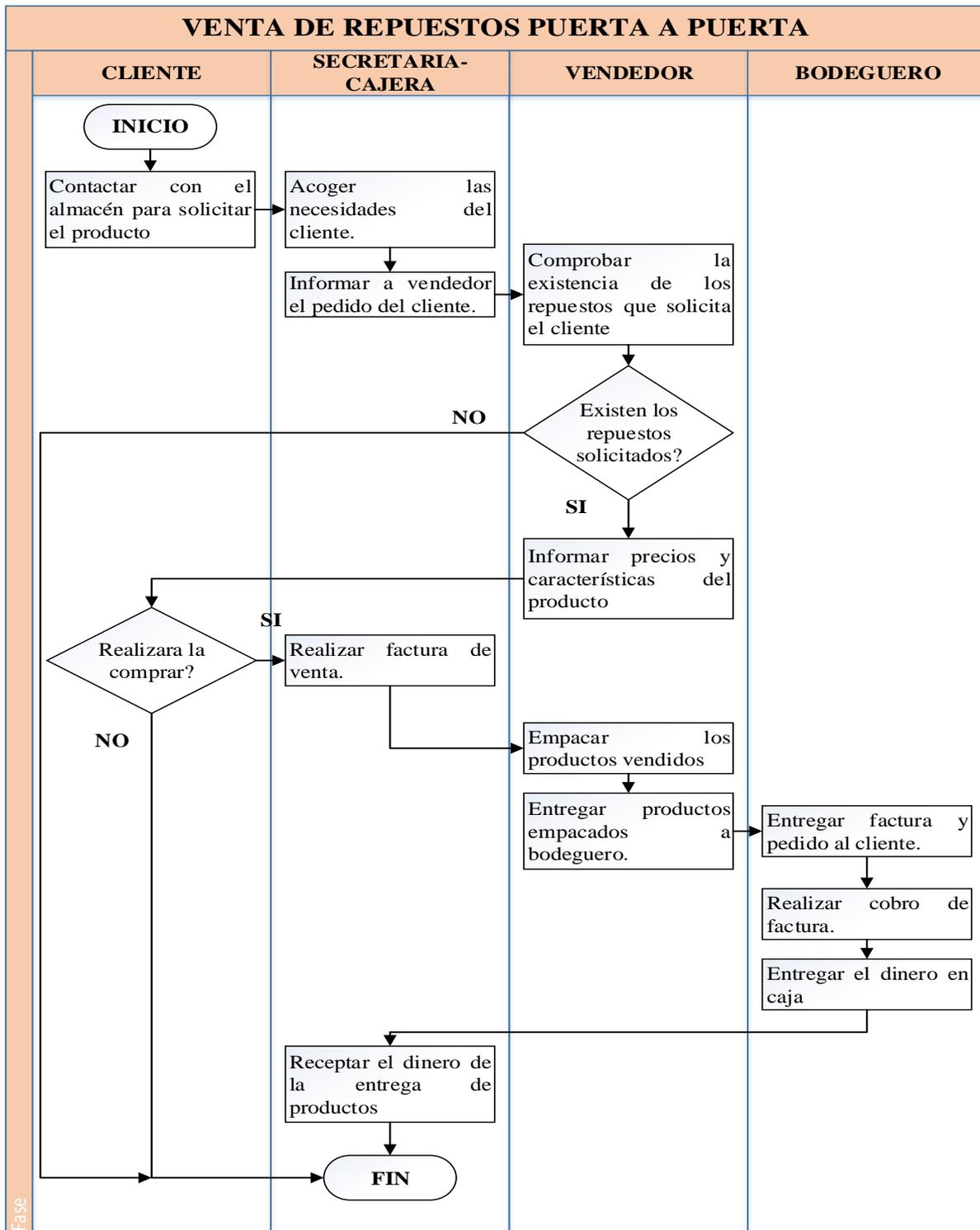


Figura 32. Proceso de venta de repuestos a domicilio

Fuente: Autores

3.12. Estructura organizativa de la empresa

La estructura organizativa se establece de acuerdo con las tareas o actividades que se pretenden desarrollar, esta nos permitirá establecer funciones y departamentos con la finalidad de ofrecer productos o servicios y mediante un adecuado control alcanzar metas y objetivos.

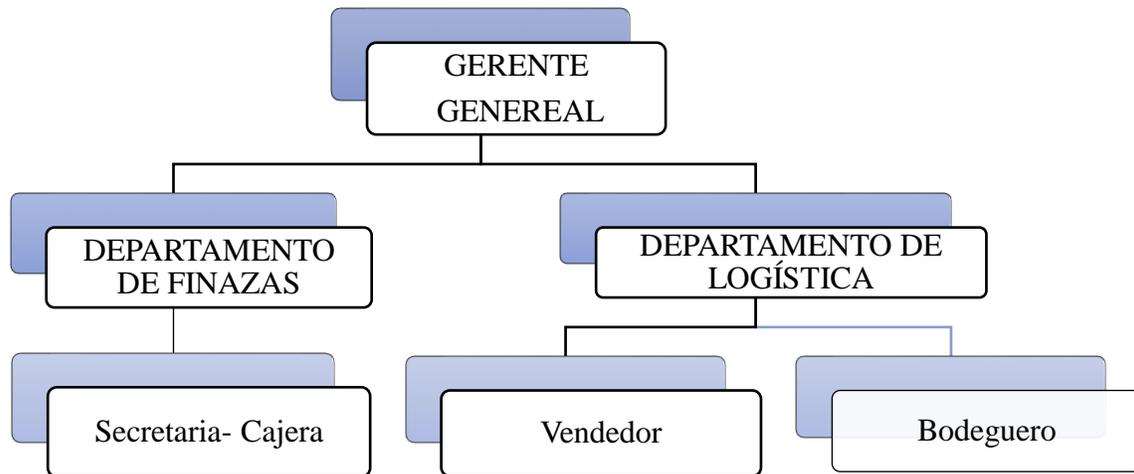


Figura 33. Organigrama de la empresa

Fuente: Autores

3.13. Manual de funciones del personal

Mediante el desarrollo del manual de funciones se establecerá aquellas funciones, características, requisitos y responsabilidades de cada puesto de trabajo.

Las principales ventajas de contar un manual de funciones para la empresa son:

- Permite generar información al personal de la empresa sobre las funciones, dependencia y coordinación para el cumplimiento de sus actividades
- Permite la orientación y responsabilidades del cargo al que ha sido asignado.
- Facilita información a fin de que la toma de decisiones sea más objetiva

Tabla 36. Manual descriptivo de funciones. Gerente

Fuente: Autores

	<p>CARGO: GERENTE GENERAL</p>
<p>Título</p>	<p>Tercer nivel en carreras administrativas</p>
<p>Experiencia</p>	<p>Mínimo 3 años en cargos similares</p>
<p>Actitudes y habilidades</p>	<p>Liderazgo, organización y trabajo en equipo</p>
<p>NATURALEZA DEL CARGO</p>	
<p>Será la persona encargada de aprobar, planear, coordinar y controlar todas las actividades sean administrativas, comerciales, operativas o financieras de la empresa.</p>	
<p>FUNCIONES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente a la empresa. • Supervisar el funcionamiento y desempeño del negocio. • Autorizar la contratación de personal • Evaluar el desempeño de las actividades comerciales y financieras. • Realizar pagos a proveedores. 	

Tabla 37. Manual descriptivo de funciones. Cajero/a

Fuente: Autores

	<p>CARGO: SECRETARIA-CAJERA</p>
<p>Título</p>	<p>Tecnología en ciencias contables</p>
<p>Experiencia</p>	<p>Mínimo 2 años en cargos similares</p>
<p>Actitudes y habilidades</p>	<p>Responsabilidad, capacidad para trabajar en equipo, eficiencia en la comunicación, capacidad de manejar sistemas contables.</p>
<p>NATURALEZA DEL CARGO</p>	
<p>Será la persona responsable de cobrar dinero y acoger los documentos en cuanto a los movimientos financieros que realiza la empresa.</p> <p>Tendrá la capacidad de manejar sistemas contables a fin de agilizar los procesos de venta.</p>	
<p>FUNCIONES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Cobrar a los clientes por cada adquisición de productos. • Emitir la respectiva factura de venta. • Acoger los documentos de gastos, notas de créditos y otros. • Atender a los clientes por cualquier necesidad requerida • Suministrar al gerente los movimientos diarios de caja. • Atender las llamadas telefónicas de los clientes • Dar respuesta oportuna y veraz a los informes solicitados por el gerente 	

Tabla 38. Manual descriptivo de funciones. Vendedor

Fuente: Autores.

	<p>CARGO: VENDEDOR</p>
<p>Título</p>	<p>Bachiller, licencia de motocicleta</p>
<p>Experiencia</p>	<p>Mínimo 2 años en cargos similares</p>
<p>Actitudes y habilidades</p>	<p>Responsabilidad, buena comunicación, conocimiento de repuestos automotrices, cortesía, empatía, determinación, buen manejo de sistemas contables.</p>
<p>NATURALEZA DEL CARGO</p>	
<p>Responsable de ofrecer los productos o repuestos que los clientes solicitan, atendiendo con un trato cordial y amable, encargado de asesorar a los clientes en la adquisición y compra.</p>	
<p>FUNCIONES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer a los clientes los productos que ofrece el almacén, • Registrar en inventario cada venta que se realice. • Receptar mercadería. • Mantener la limpieza del almacén • Brindar asesoramiento adecuado al cliente • Mantener organizado la mercadería en los mostradores • Lidar con las inquietudes y reclamos del cliente • Entregar productos a domicilio 	

Tabla 39. Manual descriptivo de funciones. Bodeguero

Fuente: Autores.

	<p>CARGO: BODEGUERO</p>
<p>Título</p>	<p>Bachiller, licencia de moto.</p>
<p>Experiencia</p>	<p>Mínimo 1 años en cargos similares</p>
<p>Actitudes y habilidades</p>	<p>Responsabilidad, conocimiento de repuestos automotrices, buen manejo de sistemas contables.</p>
<p>NATURALEZA DEL CARGO</p>	
<p>Será la persona encargada de manejar y mantener un inventario de accesorios y repuestos al día, además mantendrá un control de entradas y salidas de mercadería.</p>	
<p>FUNCIONES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener un inventario de bodega y mercadería del almacén • Receptar la mercadería. • Mantener el aseo de bodega y almacén. • Entregar los productos cuando los clientes lo soliciten a domicilio. • Informar la falta de mercadería. 	

3.14. Política interna de la empresa.

El reglamento interno de la empresa será el instrumento por medio del cual el empleador podrá regularizar los compromisos y prohibiciones a las que deben estar sujetos todo el personal que lo conforma, este reglamento tiene carácter laboral y tiene por finalidad establecer condiciones, derechos y obligaciones de forma colectiva.

- De conformidad a la ley, los trabajadores deberán cumplir una jornada de trabajo de 8 horas diarias, debiendo cumplir semanalmente con 40 horas laborales y 4 horas el sábado.

Mañana: de 7:30 am a 12:30 pm

Hora de almuerzo: de 12:30 pm a 2:00pm

Tarde: de 2:00 pm a 5:00 pm

Sábado: 8:00 am a 12:00pm

- El gerente de la empresa se encargará de pagar la remuneración mensual a los trabajadores mediante depósitos en cuentas bancarias.
- Todos los empleados deben proporcionar buena atención a los clientes, atendiendo con cortesía y agilidad a las cuestiones del cliente.
- De acuerdo con las disposiciones de la legislación laboral todo trabajador tendrá derecho a gozar anualmente de 15 días de vacaciones.
- La secretaria-cajera tendrá la obligación de entregar al gerente un informe semanal del cuadro de caja.
- El vendedor tendrá la obligación de entregar un informe semanal acerca del inventario de repuestos, a fin de mantener un stock de repuestos actualizado.
- La falta de asistencia al trabajo por más de 5 veces al mes será considerada como falta grave, por ende, será un motivo suficiente para dar por terminado la relación laboral.
- Todo el personal deberá mantener en perfecto orden y limpieza sus lugares trabajo, en relación con la limpieza de los servicios higiénicos se establecerá turnos a cada uno de los trabajadores.
- Todos los empleados deberán mantener en buen estado todos los equipos y materiales de trabajo que la empresa les otorgue.
- Estará prohibido alterar los precios de los productos que ofrece la empresa a cambio de recibir recompensas en beneficio persona.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS FINANCIEROS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

4.1. Introducción

En este capítulo se establece lo referente a toda la inversión y gastos que tendrá el proyecto para su funcionamiento, de la misma manera se especifica los ingresos a obtener una vez esté operación.

Es así como se establece una inversión fija en donde se considera costos de activos fijo, costos pre operativos y capital de trabajo.

La aplicación del cálculo costos y gastos de una empresa sirve para determinar un precio adecuado de los productos a comercializar, y también, se utiliza para controlar los valores presupuestados para cada área dentro del proyecto.

En el flujo de caja se consideró un tiempo de 7 años, con un incremento porcentual de ventas estimado que se espera obtener, el valor de nuevas inversiones se espera mantenerlo de acuerdo con lo presupuestado, la amortización y los costos son los calculados anteriormente.

Con un resultado positivo del VAN y un TIR superior a la tasa de interés, se considera al proyecto completamente viable y rentable, con una recuperación de la inversión total, en caso de no ser así recomienda realizar cambios dentro de las inversiones, antes de asumir un riesgo económico.

4.2. Presupuesto de inversión y capital de trabajo

4.2.1. Inversión fija

La inversión fija es la que se realiza al inicio del proyecto y tienen una vida útil dentro de la empresa mayor a un año, tal es el caso de los equipos de oficina, equipos de computación, muebles de oficina, maquinaria y equipo, edificio y gastos de constitución.

Si bien junto a estos valores se encuentra la inversión del edificio a usarse, se explica que el valor es el de renta, ya que se alquilara un local comercial en \$ 350 mensuales.

En el Capítulo 3 de este proyecto se encuentran detallados los valores individuales de cada ítem. En la tabla 40 se muestra el resumen de toda la inversión fija.

Tabla 40. Resumen de la inversión fija.

Fuente: Autores

INVERSIÓN FIJA		
DESCRIPCIÓN		TOTAL
Equipos de oficina	\$	109.99
Equipos de computación	\$	1,509.98
Muebles de oficina	\$	1,020.00
Maquinaria y equipo	\$	101.98
Edificio	\$	350.00
Gastos de constitución	\$	490.00
Total Inversión Fija	\$	3,581.95

4.2.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo es la cantidad de dinero con que se debe contar para que el negocio funcione diariamente, es decir, el dinero suficiente para poner en marcha el proyecto. Dentro de ellos esta los costos de publicidad y el costo de los productos a comercializar.

De con el inventario realizado se estima necesario \$ 28 000 solo para la adquisición de los productos, en este caso repuestos automotrices, que se comercializaran. Además, inicialmente se contratará solo a dos empleados, un gerente administrativo y un vendedor, a medida que las ventas aumenten se considerará contratar a una secretaria y un bodeguero.

En la tabla 41 se muestran los valores antes mencionados, y en el Capítulo 3, se encuentran los valores detallados de cada ítem.

Tabla 41. Resumen de los valores del capital de trabajo
Fuente: Autores

CAPITAL DE TRABAJO	
DESCRIPCION	TOTAL
Insumo de oficina	\$ 28.50
Servicios básicos	\$ 290.40
Artículos de limpieza	\$ 31.90
Suministros de oficina	\$ 53.50
Repuestos	\$ 27,729.27
Remuneraciones	\$ 1,794.40
Honorarios profesionales	\$ 35.00
Publicidad	\$ 230.00
Mantenimiento de equipos	\$ 30.00
Total de capital de trabajo	\$ 30,222.97

4.3. Resumen de la inversión

Una vez determinados los valores que cada ítem necesario dentro del negocio tanto como una inversión fija como capital de trabajo, se muestra en la tabla 45 un resumen de ellos y su totalidad.

Tabla 42. Resumen de la inversión total.
Fuente: Autores

RESUMEN DE LA INVERSION DEL PROYECTO	
DESCRIPCIÓN	TOTAL
INVERSIÓN FIJA	

Equipos de oficina	\$	109.99
Equipos de computación	\$	1,509.98
Muebles de oficina	\$	1,020.00
Maquinaria y equipo	\$	101.98
Edificio	\$	350.00
Gastos de constitución	\$	490.00
Total Inversión Fija	\$	3,581.95
CAPITAL DE TRABAJO		
Insumo de oficina	\$	28.50
Servicios básicos	\$	290.40
Artículos de limpieza	\$	31.90
Suministros de oficina	\$	53.50
Repuestos	\$	27,729.27
Remuneraciones	\$	1,794.40
Honorarios profesionales	\$	35.00
Publicidad	\$	230.00
Mantenimiento de equipos	\$	30.00
Total de capital de trabajo	\$	30,222.97
SUBTOTAL DE LA INVERSIÓN INICIAL	\$	33,804.92
Imprevistos 3%	\$	1,014.15
TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$	34,819.07

4.4. Depreciación

El término depreciación se refiere a una disminución periódica del valor de un bien material o inmaterial. La depreciación se debe considerar ya que el bien tiende a sufrir una pérdida de su valor de adquisición por: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la vejez.

Se utilizó la depreciación lineal, ya que un bien si es usado para lo que adquirió irá perdiendo su valor en relación con su vida útil, es decir, al tiempo que ayude a generar otro bien. Es por ello por lo que se debe realizar la depreciación de todos los bienes que se adquieren inicialmente para la marcha del proyecto, y se considera como un gasto mensual.

A continuación, en la tabla 42 se presenta un resumen de los activos fijos que están sujetos a la depreciación.

Tabla 43. Resumen tabla de depreciación de activos fijos.

Fuente: Autores

RESUMEN DE DEPRECIACIÓN					
ACTIVOS	VIDA ÚTIL	PRECIO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	VALOR RESIDUAL
Muebles de oficina	10	\$ 1,020.00	\$ 102.00	\$ 8.50	\$ 102.00
Equipos de computación	3	\$ 1,509.98	\$ 503.33	\$ 41.94	\$ 151.00
Equipos de oficina	5	\$ 109.99	\$ 22.00	\$ 1.83	\$ 11.00
Maquinaria y equipo	10	\$ 101.98	\$ 10.20	\$ 0.85	\$ 10.20
TOTAL			\$ 637.52	\$ 53.13	\$ 274.20

La tabla 46 explica los valores de depreciación anual y mensual.

4.4.1. Resumen de depreciación por activos

A continuación, en las tablas 44, 45, 46 y 47 se muestra a detalle la depreciación de cada activo fijo.

Tabla 44. Depreciación de los muebles de oficina.

Fuente: Autores

NOMBRE DEL ACTIVO		Muebles de oficina	
COSTO	\$		1,020.00
VIDA ÚTIL			10 Años
VALOR RESIDUAL	\$		102.00
DEPRECIACIÓN ANUAL	\$		102.00
Vida Útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor
0			\$ 1,020.00

1	\$	102.00	\$	102.00	\$	918.00
2	\$	102.00	\$	204.00	\$	816.00
3	\$	102.00	\$	306.00	\$	714.00
4	\$	102.00	\$	408.00	\$	612.00
5	\$	102.00	\$	510.00	\$	510.00
6	\$	102.00	\$	612.00	\$	408.00
7	\$	102.00	\$	714.00	\$	306.00
8	\$	102.00	\$	816.00	\$	204.00
9	\$	102.00	\$	918.00	\$	102.00
10	\$	102.00	\$	1,020.00	\$	-
		\$ 1,020.00				

Tabla 45. Depreciación de los equipos de computación.

Fuente: Autores

NOMBRE DEL ACTIVO		Equipos de computación	
COSTO	\$		1,509.98
VIDA ÚTIL			3 Años
VALOR RESIDUAL	\$		151.00
DEPRECIACION ANUAL	\$		503.33
Vida Útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor
0			\$ 1,509.98
1	\$ 503.33	\$ 503.33	\$ 1,006.65
2	\$ 503.33	\$ 1,006.65	\$ 503.33
3	\$ 503.33	\$ 1,509.98	\$ -
		\$ 1,509.98	

Tabla 46. Depreciación de los equipos de oficina.

Fuente: Autores

NOMBRE DEL ACTIVO		Equipos de oficina	
COSTO	\$		109.99
VIDA ÚTIL			5 Años
VALOR RESIDUAL	\$		11.00
DEPRECIACION ANUAL	\$		22.00

Vida Útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor
0			\$ 109.99
1	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 87.99
2	\$ 22.00	\$ 44.00	\$ 65.99
3	\$ 22.00	\$ 65.99	\$ 44.00
4	\$ 22.00	\$ 87.99	\$ 22.00
5	\$ 22.00	\$ 109.99	\$ -
	\$ 109.99		

Tabla 47. Depreciación de maquinaria y equipos.

Fuente: Autores

NOMBRE DEL ACTIVO		Maquinaria y equipo	
COSTO	\$		101.98
VIDA ÚTIL			10 Años
VALOR RESIDUAL	\$		10.20
DEPRECIACION ANUAL	\$		10.20

Vida Útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor
0			\$ 101.98
1	\$ 10.20	\$ 10.20	\$ 91.78
2	\$ 10.20	\$ 20.40	\$ 81.58
3	\$ 10.20	\$ 30.59	\$ 71.39
4	\$ 10.20	\$ 40.79	\$ 61.19
5	\$ 10.20	\$ 50.99	\$ 50.99
6	\$ 10.20	\$ 61.19	\$ 40.79
7	\$ 10.20	\$ 71.39	\$ 30.59
8	\$ 10.20	\$ 81.58	\$ 20.40
9	\$ 10.20	\$ 91.78	\$ 10.20
10	\$ 10.20	\$ 101.98	\$ -
	\$ 101.98		

4.5. Rol de pagos

Se espera contratar en un inicio solo a dos empleados, un gerente administrativo encargado de la administración del negocio y a su vez, quien dirige el proyecto y un vendedor, encargado de la comercialización de los productos dentro del local.

Los sueldos mensuales son de \$ 900 y \$ 400 en un inicio, y basado en estos valores se estimó el valor las provisiones de cada empleado, a continuación, en la tabla 48 se detallan los valores correspondientes.

El décimo tercer sueldo es igual a la doceava parte de la suma del sueldo anual, pero, para realizar un cálculo se estimó el valor del décimo tercer sueldo correspondiente a cada mes.

El décimo cuarto sueldo es igual a la doceava parte de un Salario Básico Unificado. De igual manera, se calculó valores mensuales.

El IESS personal corresponde al 9.45% del salario mensual, pero no se presenta como un valor a conocerse. El IESS personal es igual al 11.15% del sueldo percibido y es aquel que se considera para los cálculos.

Los fondos de reserva son igual al 8.33% del sueldo otorgado al empleado en el mes.

Las vacaciones corresponden a la doceava parte del salario percibido por el empleado más comisiones.

Tabla 48. Rol de pagos para el personal a contratarse inicialmente.

Fuente: Autores

ROL DE PAGOS PROYECTADOS - MENSUAL									
No.	PERSONAL	SUELDO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	IESS PERSONAL	IESS PARTRONAL	FONDOS DE RESERVA	VACACIÓN	TOTAL MENSUAL
1	Gerente administrativo	\$ 900.00	\$ 75.00	\$ 32.83	\$ 85.05	\$ 109.35	\$ 74.97	\$ 37.50	\$ 1,229.65
1	Vendedor	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 32.83	\$ 37.80	\$ 48.60	\$ 33.32	\$ 16.67	\$ 564.75
TOTAL									\$ 1,794.40

4.6. Fuentes de financiamiento

Se requiere una inversión de alrededor de \$ 45 000, de los cuales \$ 5 000 es un aporte propio del socio, y la diferencia de \$ 40 000 son obtenidos de un préstamo bancario, para un plazo de 84 meses, 7 años, con cuotas fijas.

Tabla 49. Inversiones.

Fuente: Autores

DESCRIPCION	APORTE DE CAPITAL	PORCENTAJ E	TASA SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO
INVERSION INICIAL	\$ 45,000.00			
Aporte propio	\$ 5,000.00	11%	Tasa pasiva \$ 0.06	\$ 0.01
Otros aportes			Tasa activa -	-
Préstamo bancario	\$ 40,000.00	89%	Tasa activa \$ 0.18	\$ 0.07
TOTAL INVERSION	\$ 45,000.00	100%		\$ 0.09

4.6.1. Distribución de la inversión

Tabla 50. Resumen de la distribución de la inversión

Fuente: Autores

DISTRIBUCION DE LA INVERSION	
Equipo de oficina	\$ 109.99
Equipo de computación	\$ 1,509.98
Alquiler	\$ 350.00
Repuestos	\$ 27,729.27
Maquinaria	\$ 101.98
Total	\$ 29,801.22

4.6.2. Amortización financiera

La amortización hace referencia al proceso de distribución de gasto en el tiempo de un valor duradero. Así puede significar redimir o extinguir el capital de un préstamo o deuda o recuperar o compensar los fondos invertidos.

Como se muestra en la tabla 54, los valores a cancelar a lo largo de 84 meses, con una cuota fija de \$ 815.28. En la tabla 51 se muestra el resumen de los valores cancelados anualmente.

Tabla 51. Tabla de amortización para 7 años.

Fuente: Autores

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
METODO	Cuota Fija			
CAPITAL PRESTADO	\$ 40,000.00		FECHA DE PAGO	Dia 28 de cada mes
TASA DE INTERES ANUAL	18.28%		PAGO	1 Mes
PAGOS MENSUALES	84 meses		INTERES	15.9%
PLAZO	7 años		CUOTA FIJA	\$ 815.28
No.	CAPITAL	INTERES	SEGURO DE VIDA DEL CREDITO	CUOTA ANUAL
Año 1	\$ 3266.19	\$ 6129.17	\$ 388	\$ 9783.36
Año 2	\$ 3863.24	\$ 5567.67	\$ 352.45	\$ 9783.36
Año 3	\$ 4569.45	\$ 4903.52	\$ 310.39	\$ 9783.36
Año 4	\$ 5404.76	\$ 4117.93	\$ 260.67	\$ 9783.36
Año 5	\$ 6392.73	\$ 3188.77	\$ 201.86	\$ 9783.36
Año 6	\$ 7561.35	\$ 2089.73	\$ 132.28	\$ 9783.36
Año 7	\$ 8942.28	\$ 789.81	\$ 0	-

4.7. Estado de situación financiera

Tabla 52. Situación Financiera.

Fuente: Autores

ACTIVO	
ACTIVO NO CORRIENTE	
Muebles de oficina	\$ 1,020.00
Equipos de computación	\$ 1,509.98
Equipos de oficina	\$ 109.99
Maquinaria y equipo	\$ 101.98
Total activo no corriente	\$ 2,741.95
ACTIVO CORRIENTE	
Caja chica	
Bancos	
Suministro de limpieza	\$ 31.90
Suministros de oficina	\$ 53.50
Total activo corriente	\$ 85.40
OTROS ACTIVOS	
Gastos de constitución	\$ 490.00
Total otros activos	\$ 490.00
TOTAL ACTIVO	\$ 3,317.35
PASIVO	
PATRIMONIO	\$ 5,000.00
TOTAL PATRIMONIO	\$ 5,000.00
PASIVO CORRIENTE	
Préstamo bancario C/P	\$ 3,266.19
Total pasivos corrientes	\$ 3,266.19
PASIVO NO CORRIENTE	
Préstamo bancario L/P	\$ 30,216.64
Total pasivos no corrientes	\$ 30,216.64
TOTAL PASIVOS	\$ 33,482.83
TOTAL PATRIMONIO + PASIVOS	\$ 38,482.83

4.8. Resumen de gastos

En la tabla 53 se muestra el resumen completo de los gastos mensuales y anuales del proyecto, que serán útiles para los siguientes cálculos de viabilidad económica.

Tabla 53. Resumen de gastos.

Fuente: Autores

RESUMEN DE GASTOS MENSUAL Y ANUAL		
DESCRIPCION	MENSUAL	ANUAL
Suministros de oficina	\$ 53.50	\$ 642.00
Servicios básicos	\$ 290.40	\$ 3,484.80
Gastos de constitución		\$ -
Artículos de limpieza	\$ 31.90	\$ 382.80
Insumos de oficina	\$ 28.50	\$ 342.00
Repuestos	\$ 11,256.50	\$ 135,078.00
Remuneraciones	\$ 1,794.40	\$ 21,532.80
Honorarios profesionales	\$ 5.83	\$ 70.00
Publicidad	\$ 38.33	\$ 460.00
Mantenimiento de computadoras	\$ 5.00	\$ 60.00
Depreciación de activos fijos	\$ 53.13	\$ 637.52
SUBTOTAL DE GASTOS OPERATIVOS	\$ 7.49	\$ 162,689.92
Otros gastos (10%)	\$ 1,355.75	\$ 16,268.99
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	\$ 14,913.24	\$ 178,958.91

4.9. Proyección de ventas

Es un pronóstico de venta, es decir, es la estimación o previsión de las ventas de un producto durante un determinado período futuro que ayudan a determinar porcentajes de ganancia aproximados o, también, ayudar a fijar metas. La proyección de ventas se realizó con una estimación de ventas aproximada del 50% de los productos en stock y un porcentaje de ganancia del 30% en cada producto.

Los valores a detalle se muestran en el Anexo 3.

Tabla 54. Proyección de ventas.

Fuente: Autores

PROYECCION DE VENTAS				
PRODUCTO O SERVICIO	UNIDADES VENDIDAS	TOTAL		
		Mensual	Anual	
Discos de freno	8	\$ 235.74	\$ 2,828.90	
Tambores	6	\$ 224.68	\$ 2,696.15	
Pastillas	10	\$ 157.03	\$ 1,884.32	
Zapatas	6	\$ 117.57	\$ 1,410.86	
Kit de mordaza	6	\$ 70.36	\$ 844.27	
Cilindro de freno post. L.R.	6	\$ 106.29	\$ 1,275.46	
Bombas de freno	3	\$ 286.78	\$ 3,441.36	
Mangueras de freno	3	\$ 42.77	\$ 513.24	
Líquido de freno	25	\$ 212.03	\$ 2,544.36	
Filtros de aceite	42	\$ 104.87	\$ 1,258.45	
Filtros de gasolina	12	\$ 47.74	\$ 572.83	
Filtros de aire	16	\$ 114.58	\$ 1,374.98	
Bombas de aceite	3	\$ 252.34	\$ 3,028.12	
Bombas de gasolina	4	\$ 315.37	\$ 3,784.40	
Bujías	40	\$ 322.73	\$ 3,872.70	
Cables de bujías	6	\$ 173.51	\$ 2,082.13	
Bobinas	6	\$ 313.72	\$ 3,764.59	
Bombas de agua	5	\$ 573.53	\$ 6,882.41	
Kit de empaques	5	\$ 512.86	\$ 6,154.36	
Bandas de distribución	8	\$ 415.61	\$ 4,987.32	
Templador de banda de dist.	7	\$ 442.49	\$ 5,309.93	
Termostato	7	\$ 442.49	\$ 5,309.93	
Kit de embrague	6	\$ 1,297.23	\$ 15,566.77	
Amortiguadores	9	\$ 366.04	\$ 4,392.49	
Terminales	6	\$ 99.37	\$ 1,192.46	
Rotulas	8	\$ 86.79	\$ 1,041.46	
Platos de suspensión	7	\$ 650.22	\$ 7,802.65	
Articulaciones	6	\$ 192.97	\$ 2,315.66	
Bases de motor	6	\$ 239.02	\$ 2,868.22	
Puntas de eje	3	\$ 76.32	\$ 915.88	
Alternadores	5	\$ 3,551.60	\$ 42,619.20	
Motor de arranque	5	\$ 3,945.50	\$ 47,346.00	
Aceite de motor	25	\$ 239.14	\$ 2,869.62	
Aceite de caja	22	\$ 144.55	\$ 1,734.56	
TOTAL	341	\$ 16,080.71	\$ 192,968.57	

4.9.1. Resumen de proyección de ventas

El resumen de la tabla 55 se presenta la proyección de ventas, que solo especifica los valores mensuales y anuales, ya que es difícil mantener cálculos para valores diarios porque los productos comercializados no siempre son los mismos, ni de las mismas marcas, por lo que varían en precio.

Tabla 55. Resumen de la proyección de ventas.

Fuente: Autores

DÍAS LABORABLES		DIARIO			MENSUAL			ANUAL		
DESCRIPCIÓN	No.	Precio	Total	No.	Precio	Total	No.	Precio	Total	
Repuestos	-	\$ -	\$ 670.03	-	\$ -	\$ 16,080.71	-	\$ -	\$ 192,968.57	

4.10. Estado de resultados

En la tabla 56 se muestra los valores de gastos y utilidades. La utilidad neta es el beneficio que genera el proyecto después de cubrir todos los gastos u obligaciones de la empresa, para este cálculo de manera mensual.

Tabla 56. Resumen de gastos totales y utilidades.

Fuente: Autores.

INGRESOS	MENSUAL	ANUAL
Repuestos	\$ 16,080.71	
Total	\$ 16,080.71	\$ 192,968.57
COSTOS		
Costo de ventas	\$ 11,256.50	
Total costos de ventas	\$ 11,256.50	\$ 178,958.91
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 4,824.21	\$ 14,009.66
GASTOS OPERATIVOS		
Suministros de oficina	\$ 53.50	\$ 642.00
Servicios básicos	\$ 290.40	\$ 3,484.80
Gastos de constitución	\$ -	\$ -
Artículos de limpieza	\$ 31.90	\$ 382.80
Insumos de oficina	\$ 28.50	\$ 342.00
Repuestos	\$ 11,256.50	\$ 135,078.00
Remuneraciones	\$ 1,794.40	\$ 21,532.80
Honorarios profesionales	\$ 5.83	\$ 70.00
Publicidad	\$ 38.33	\$ 460.00
Mantenimiento del equipo informático	\$ 5.00	\$ 60.00
Depreciación de activos fijos	\$ 53.13	\$ 637.52
Gastos de interés		
Total gastos operativos	\$ 13,557.49	\$ 162,689.92
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	\$ 2,523.22	\$ 30,278.65
Participación de trabajadores (10%)	\$ 252.32	\$ 3,027.86
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 2,270.90	\$ 27,250.78
Impuesto a la renta (20%)	\$ 454.18	\$ 5,450.16
UTILIDAD ANTES DE RESERVA	\$ 1,816.72	\$ 21,800.63
Reserva legal (5%)	\$ 90.84	\$ 1,090.03
Reserva estatutaria (5%)	\$ 90.84	\$ 1,090.03
UTILIDAD NETA	\$ 1,635.05	\$ 19,620.56

4.11. Flujo neto de caja proyectado

El flujo de caja proyectado permite conocer si el negocio sería rentable considerando un incremento en los siguientes meses del año, o si habrá una escasez de dinero, en este proyecto se calculó el flujo de caja proyectado para 12 meses.

Tabla 57. Flujo neto de caja proyectado.

Fuente: Autores

FLUJO NETO DE CAJA PROYECTADO								
Índice de crecimiento	10%							
INGRESOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
REPUESTOS		\$ 192,968.57	\$ 212,265.42	\$ 233,491.97	\$ 256,841.16	\$ 282,525.28	\$ 310,777.81	\$ 341,855.59
TOTAL INGRESOS		\$ 192,968.57	\$ 212,265.42	\$ 233,491.97	\$ 256,841.16	\$ 282,525.28	\$ 310,777.81	\$ 341,855.59
COSTO DE VENTAS		\$ 135,078.00	\$ 148,585.80	\$ 163,444.38	\$ 179,788.81	\$ 197,767.70	\$ 217,544.47	\$ 239,298.91
TOTAL COSTOS		\$ 135,078.00	\$ 148,585.80	\$ 163,444.38	\$ 179,788.81	\$ 197,767.70	\$ 217,544.47	\$ 239,298.91
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$ 57,890.57	\$ 63,679.63	\$ 70,047.59	\$ 77,052.35	\$ 84,757.58	\$ 93,233.34	\$ 102,556.68
GASTOS OPERACIONALES								
GASTOS OPERACIONALES								
Suministros de oficina		\$ 642.00	\$ 706.20	\$ 776.82	\$ 854.50	\$ 939.95	\$ 1,033.95	\$ 1,137.34
Servicios básicos		\$ 3,484.80	\$ 3,833.28	\$ 4,216.61	\$ 4,638.27	\$ 5,102.10	\$ 5,612.31	\$ 6,173.54
Gastos de constitución		-	-	-	-	-	-	-
Artículos de limpieza		\$ 191.40	\$ 210.54	\$ 231.59	\$ 254.75	\$ 280.23	\$ 308.25	\$ 339.08
Insumos de oficina		\$ 342.00	\$ 376.20	\$ 413.82	\$ 455.20	\$ 500.72	\$ 550.79	\$ 605.87
Repuestos		\$ 135,078.00	\$ 148,585.80	\$ 163,444.38	\$ 179,788.81	\$ 197,767.70	\$ 217,544.47	\$ 239,298.91
Remuneraciones		\$ 21,532.80	\$ 23,686.08	\$ 26,054.69	\$ 28,660.16	\$ 31,526.17	\$ 34,678.79	\$ 38,146.67
Honorarios profesionales		\$ 70.00	\$ 77.00	\$ 84.70	\$ 93.17	\$ 102.49	\$ 112.74	\$ 124.01
Publicidad		\$ 460.00	\$ 506.00	\$ 556.60	\$ 612.26	\$ 673.49	\$ 740.83	\$ 814.92
Mantenimiento del equipo informático		\$ 60.00	\$ 66.00	\$ 72.60	\$ 79.86	\$ 87.85	\$ 96.63	\$ 106.29
Depreciación de activos fijos		\$ 637.52	\$ 701.27	\$ 771.40	\$ 848.54	\$ 933.40	\$ 1,026.74	\$ 1,129.41
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 27,420.52	\$ 30,162.57	\$ 33,178.83	\$ 36,496.72	\$ 40,146.39	\$ 44,161.03	\$ 48,577.13
GASTOS FINANCIEROS								
Gastos de interés		\$ 6,129.17	5567.67	\$ 4,903.52	\$ 4,117.93	\$ 3,188.77	2089.73	789.81

TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 33,549.69	\$ 35,730.24	\$ 38,082.35	\$ 40,614.65	\$ 43,335.16	\$ 46,250.76	\$ 49,366.94
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 24,340.88	\$ 27,949.38	\$ 31,965.24	\$ 36,437.70	\$ 41,422.43	\$ 46,982.59	\$ 53,189.74
10% Participación de trabajadores	\$ 2,434.09	\$ 2,794.94	\$ 3,196.52	\$ 3,643.77	\$ 4,142.24	\$ 4,698.26	\$ 5,318.97
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 21,906.79	\$ 25,154.44	\$ 28,768.71	\$ 32,793.93	\$ 37,280.18	\$ 42,284.33	\$ 47,870.76
20% Impuesto a la renta	\$ 4,381.36	\$ 5,030.89	\$ 5,753.74	\$ 6,558.79	\$ 7,456.04	\$ 8,456.87	\$ 9,574.15
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS	\$ 17,525.43	\$ 20,123.56	\$ 23,014.97	\$ 26,235.15	\$ 29,824.15	\$ 33,827.46	\$ 38,296.61
Depreciación de activos fijos	\$ 637.52	\$ 637.52	\$ 637.52	\$ 637.52	\$ 637.52	\$ 637.52	\$ 637.52
INVERSION INICIAL	\$ 45,000.00						
PRESTAMO BANCARIO							
Amortización de deuda	\$ 3,266.19	\$ 3,863.24	\$ 4,569.45	\$ 5,404.76	\$ 6,392.73	\$ 7,561.35	\$ 8,942.28
FLUJO NETO	\$ 45,000.00	\$ 14,896.76	\$ 16,897.84	\$ 19,083.04	\$ 21,467.91	\$ 24,068.94	\$ 26,903.64

En la tabla 58 se presenta los indicadores de viabilidad, que son los valores que permiten garantizar la rentabilidad del proyecto es por ello se presenta a continuación.

Tabla 58. Indicadores de viabilidad.

Fuente: Autores

Indicadores	Utilidad del mes x 100 / ventas del mes
Utilidad (%)	15.68%
	Utilidad x 100 / Inversión Total
Rentabilidad	44%
	Inversión inicial / Utilidad Gs.
Tiempo de retorno de la inversión	27.52 meses

VAN \$ 48,907.68

TIR 37.71%

El porcentaje de utilidad indica que por cada \$ 100 que ingresan al proyecto \$ 15.68 son de utilidad total, ya pagado todos los gastos, a lo cual indica que el proyecto es rentable. La rentabilidad es mayor al 25% pronosticando que el negocio generara ganancias. El tiempo de retorno de la inversión sería de aproximadamente 28 meses, 2.4 años.

Ya que el VAN obtenido es positivo se puede confiar plenamente que la empresa podrá cumplir con sus obligaciones y recuperar a tiempo el capital invertido, es decir que durante los 7 años el proyecto tendrá viabilidad económica.

De acuerdo con el TIR calculado por el flujo de caja mostrado anteriormente fue cercano a 38%, frente a la tasa de riesgo de mercado de otros proyectos similares que es 18,28%; podemos decir que el proyecto es rentable

CONCLUSIONES

La comercialización de los repuestos automotrices es un amplio campo dentro de la industria actual debido al crecimiento del parque automotor del país, es por ellos que de acuerdo a los cálculos realizados se considera un negocio rentable, que requiere de cierta inversión pero que los tiempos de recuperación de la inversión son rápidos, pues de acuerdo a nuestro análisis, el tiempo de retorno de la inversión sería de 28 meses, aun así se lograría cancelar todos los valores de financiamiento dentro de un plazo de 7 años.

Los valores del TIR y el Van, indican claramente que el negocio es rentable, pues así muestra el estudio de mercado, es decir, en el cantón Saraguro sería completamente viable la creación de un negocio de repuestos automotrices.

La inversión a pesar de ser alta, es claro que se logrará recuperar en un plazo relativamente corto y aun así se mantendrá una ganancia manteniendo todos los pagos del préstamo bancario, salarios, servicios básicos, insumos de oficina, equipos de cómputo, etc. La utilidad mensual es mayor a \$ 1600, aunque puede parecer baja, se considera que el negocio es pequeño y se ubica en un cantón.

RECOMENDACIONES

Se recomienda mantener un valor en la caja mínima, para cualquier imprevisto y realizar un monitoreo constante de nuevos mercados o servicios personalizados a las necesidades de cada cliente que aumenten los ingresos por ventas.

El manejo contable se debe mantener de forma constante para determinar valores de ganancia o pérdidas, por ejemplo, cuando los productos aumentan o disminuyen sus costos. Además, mantener capacitado al personal para que tengan conocimiento de los productos a ofrecerse.

Mantenerse al día sobre los precios de los mercados para otorgar un producto accesible a cada cliente y conocer cuál es el rango de precios mínimo o máximo de cada producto.

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

- López Sánchez, M. (2015). *LOS INDICADORES FINANCIEROS Y SU RELACIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES EN LA EMPRESA MODAS Y TEXTILES MUNDO AZUL EN EL AÑO 2012*.
- AEADE. (2019). *ANUARIO 2019*.
- AEADE. (2020). *Sector Automotor en Cifras*. Recuperado el 26 de marzo de 2021, de <https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2020/06/Boletin-Sector-en-cifras-44-resumen-en-espanol.pdf>
- Alonso , C. (2006). *Diccionario de Derechos de Sociedades*. Madrid-España: iustel.
- ANDRADE, S. (2000). *Diccionario de economía*.
- ANT SARAGURO. (2020). *INFORME DE MATRICULACIÓN DEL AÑO 2020*.
- Baca, G. (2001). *EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. México: McGraw-Hill.
- Barcia , N. (2015). *Plan de negocios de una comercializadora de repuestos para buses en el cantón de General Villamil Playas*.
- Bóveda, J. E., Oviedo , A., & Yakusik, A. L. (2015). *GUÍA PRÁCTICA PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO*.
- Corvo, H. (2019). *Facyibilidad financiera*. Recuperado el 23 de marzo de 2021, de lifeder.
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela , M. (2013). *La Entrevista Recurso Flexible y Dinamico*. Recuperado el 19 de abril de 2021, de Redalyc.org: <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>
- GAD Saraguro. (2015). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN SARAGURO*.
- García, J. (2015). *Los distintos tipos de entrevista y sus características*. Recuperado el 20 de abril de 2021, de <https://psicologiaymente.com/organizaciones/tipos-de-entrevista-trabajo-caracteristicas>

- González, N., López Parra, E., Aceves L, J., & Celaya Figueroa, R. (2011). *La importancia de realizar un Plan de Negocio*.
- INEC. (2010). *Censo Nacional Económico*. Recuperado el 21 de marzo de 2021, de Ecuador en cifras.gob.ec: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info7.pdf>
- INEC. (2019). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 3 de febrero de 2021, de ecuadorencifras.gob.ec: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/transporte/>
- Luna, R., & Chaves, D. (2015). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Guatemala.
- Muñoz, F. (2018). *Desarrollo de un sistema de gestión por procesos para empresas de servicios de ingeniería y construcción orientadas a la industria*. . Quito.
- Muriel Garcia, M. (2014). *METODOS CUANTITATIVOS DE INVESTIGACION*. Recuperado el 27 de mayo de 2021, de cursos.aiu.edu: <https://cursos.aiu.edu/METODOS%20CUANTITATIVOS%20DE%20INVESTIGACION/9/Sesi%C3%B3n%209.pdf>
- Orozco Orozco , E. T., & Villalva Tutivén , G. A. (2013). *Estudio de mercado para la Implementación de una Distribuidora de Repuestos y Accesorios para vehículos en el Cantón Naranjito*. Milagro.
- PDYOT. (2020). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL*. Recuperado el 2 de abril de 2021, de Saraguro.gob.ec: <https://saraguro.gob.ec/wp-content/uploads/PDYOT/PDyOT2020.pdf>
- Pelaez, A. (2012). *Estudio de merccado*. Recuperado el 16 de marzo de 2021, de <https://www.eoi.es/blogs/annymarlenypelaez/2012/01/20/estudio-de-mercado/>
- Pérez, A. (2021). *Valores Empresariales*. Recuperado el 3 de mayo de 2021, de obsbusiness.school: <https://www.obsbusiness.school/blog/valores-empresariales-que-no-pueden-faltar-en-tu-negocio>

- Ponce, H. (2006). *La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones*. Recuperado el 6 de mayo de 2021, de redalyc.org: https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf?fbclid=IwAR0dnMDQI71rCTcURoxrqGLi6rGV1cxRPBSnfaZriBBdL_MZi70nWYHQsZY
- Quiroa, M. (4 de julio de 2020). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD*. Recuperado el 22 de marzo de 2021, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
- Rosales, R. (2005). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*.
- Rus Arias, E. (2020). *TIPOS DE FACTIBILIDAD*. Recuperado el 23 de marzo de 2021, de economipedia.
- Sánchez, J. (2016). *"Sociedad de responsabilidad limitada"*. Recuperado el 2 de mayo de 2021, de economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/sociedad-de-responsabilidad-limitada.html>
- Sánchez, J. (2016). *Definición de costo*. Recuperado el 24 de marzo de 2021, de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/coste-costo.html>
- Sordo, A. (2020). *Customer Journey: las 5 etapas del proceso de decisión de compra*. Recuperado el 24 de marzo de 2021, de hubspot: <https://blog.hubspot.es/marketing/etapas-de-decision-de-compra-del-consumidor>
- Thompson, I. (2009). *Definición del cliente*. Recuperado el 15 de enero de 2021, de promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Thompson, I. (2010). *Definición de Encuesta*. Recuperado el 3 de abril de 2021, de promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>
- Valera, R. (27 de septiembre de 2010). *Estudio de factibilidad y proyectos*. Recuperado el 3 de marzo de 2021, de <https://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html?fbclid=IwAR14zNT2A-bTg3faeVcZarMoZFEv8oI7f3489UNaZyhDrIMDe87onyvitBA>

Vallarín, E. (2018). *Gestión estratégica de un negocio*. Recuperado el 2 de mayo de 2021, de barradeideas.com: <https://barradeideas.com/gestion-estrategica-negocio-horeca-que-es-para-que-sirve/>

Viniegra, S. (2007). *Una herramienta para entender mejor la importancia del Plan de Negocios en la actualidad*. México.

ANEXOS

- Informe emitido por ANT Saraguro, matriculación vehicular.

Anexo 1. Matriculación vehicular Saraguro

Fuente: ANT Saraguro

Alcaldía de **SARAGURO**
Unidad de Tránsito

INFORME Nro. 001-UTTSV-2021-GADMIS
INFORME DE MATRICULACIÓN DEL AÑO 2020

La información del departamento de unidad de tránsito, transporte terrestre y seguridad vial – GADMIS para el año 2020, se matriculo 3088 unidades de transporte; de los cuales el 55.9% pertenecen o residen en el cantón Saraguro y el 44.1% son de otros cantones.

Tabla 1. vehículos matriculados en el cantón Saraguro 2020

MOTOCICLETAS	380	12,5 %
VEHÍCULOS LIVIANOS	2451	79,3 %
VEHÍCULOS PESADOS	257	8,2 %
TOTAL	3088	100 %

Con respecto a los vehículos matriculados que residen o pertenecen al cantón Saraguro existe un total de 1726 unidades, de los cuales 274 vehículos que corresponden a motocicletas que utilizan como combustible gasolina, en relación a los vehículos livianos existen 1019 unidades que utilizan gasolina y 269 vehículos utilizan como combustible el diésel, así mismo, existen 164 vehículos pesados que utilizan diésel.

Tabla 2. Total de vehículos perteneciente al cantón Saraguro 2020

MOTOCICLETAS	274
VEHÍCULOS LIVIANOS	1288
VEHÍCULOS PESADOS	164
TOTAL	1726

Alcaldía de **SARAGURO**
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Interterritorial
UNIDAD DE TRÁNSITO, TRANSPORTE TERRESTRE Y SEGURIDAD VIAL

PUEBLOS MÁGICOS SARAGURO ECUADOR

Dirección
Jose María Vivas 310 Sucre
Saraguro - Loja - Ecuador

Teléfono
1071 2200 - 100

Email
inform@saraguro.gob.ec
Dirección web
www.saraguro.gob.ec

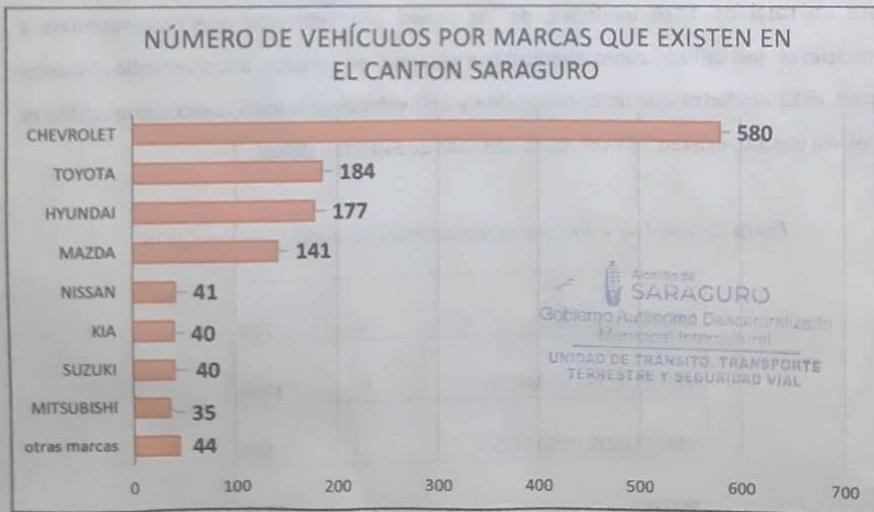
Porcentaje por tipo de vehículos que existen en Saraguro



Figura 1. vehículos pertenecientes al cantón Saraguro

El 16% del total de vehículos que existen en el cantón Saraguro son motocicletas, el 75% representa a vehículos livianos y 9% corresponde a vehículos pesados.

Con respecto a las marcas de vehículos livianos que más circula en el cantón, Chevrolet es la más representativa.



- Resumen de amortización

Anexo 2. Tabla de amortización.

Fuente: Autores

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
METODO	Cuota Fija			
CAPITAL PRESTADO	\$		FECHA DE PAGO	Día 28 de cada mes
	40,000.00		PAGO	1 Mes
TASA DE INTERES ANUAL	18.28%		PAGO	1 Mes
PLAZO	84 meses		INTERES	15.9%
PAGOS MENSUALES	7 años		PAGO PERIODICO	\$ 815.28
No.	CAPITAL	INTERES	SEGURO DE VIDA DEL CREDITO	CUOTA
0				
1	251.73	530	33.55	815.28
2	255.28	526.66	33.34	815.28
3	258.88	523.28	33.12	815.28
4	262.52	519.85	32.91	815.28
5	266.22	516.37	32.69	815.28
6	269.97	512.85	32.46	815.28
7	273.77	509.27	32.24	815.28
8	277.63	505.64	32.01	815.28
9	281.54	501.96	31.78	815.28
10	285.51	498.23	31.54	815.28
11	289.53	494.45	31.3	815.28
12	293.61	490.61	31.06	815.28
Año 1	3266.19	6129.17	388	9783.36
13	297.75	486.72	30.81	815.28
14	301.94	482.78	30.56	815.28
15	306.19	478.78	30.31	815.28
16	310.51	474.72	30.05	815.28
17	314.88	470.61	29.79	815.28
18	319.32	466.43	29.53	815.28
19	323.82	462.2	29.26	815.28
20	328.38	457.91	28.99	815.28
21	333.01	453.56	28.71	815.28
22	337.7	449.15	28.43	815.28
23	342.46	444.67	28.15	815.28
24	347.28	440.14	27.86	815.28
Año 2	3863.24	5567.67	352.45	9783.36
25	352.17	435.54	27.57	815.28

26	357.14	430.87	27.27	815.28
27	362.16	426.14	26.98	815.28
28	367.27	421.34	26.67	815.28
29	372.45	416.47	26.36	815.28
30	377.69	411.54	26.05	815.28
31	383.02	406.53	25.73	815.28
32	388.41	401.46	25.41	815.28
33	393.88	396.31	25.09	815.28
34	399.43	391.09	24.76	815.28
35	405.06	385.8	24.42	815.28
36	410.77	380.43	24.08	815.28
Año 3	4569.45	4903.52	310.39	9783.36
37	416.55	374.99	23.74	815.28
38	422.42	369.47	23.39	815.28
39	428.38	363.87	23.03	815.28
40	434.41	358.2	22.67	815.28
41	440.53	352.44	22.31	815.28
42	446.74	346.6	21.94	815.28
43	453.02	340.69	21.57	815.28
44	459.41	334.68	21.19	815.28
45	465.88	328.6	20.8	815.28
46	472.45	322.42	20.41	815.28
47	479.11	316.16	20.01	815.28
48	485.86	309.81	19.61	815.28
Año 4	5404.76	4117.93	260.67	9783.36
49	492.7	303.38	19.2	815.28
50	499.64	296.85	18.79	815.28
51	506.68	290.23	18.37	815.28
52	513.82	283.51	17.95	815.28
53	521.05	276.71	17.52	815.28
54	528.4	269.8	17.08	815.28
55	535.84	262.8	16.64	815.28
56	543.39	255.7	16.19	815.28
57	551.05	248.5	15.73	815.28
58	558.81	241.2	15.27	815.28
59	566.68	233.8	14.8	815.28
60	574.67	226.29	14.32	815.28
Año 5	6392.73	3188.77	201.86	9783.36
61	582.77	218.67	13.84	815.28
62	590.98	210.95	13.35	815.28
63	599.3	203.12	12.86	815.28
64	607.74	195.18	12.36	815.28
65	616.3	187.13	11.85	815.28
66	624.99	178.96	11.33	815.28
67	633.8	170.68	10.8	815.28

68	642.73	162.28	10.27	815.28
69	651.78	153.77	9.73	815.28
70	660.96	145.13	9.19	815.28
71	670.28	136.37	8.63	815.28
72	679.72	127.49	8.07	815.28
Año 6	7561.35	2089.73	132.28	9783.36
73	689.29	118.49	7.5	815.28
74	699.01	109.35	6.92	815.28
75	708.85	100.09	6.34	815.28
76	718.84	90.7	5.74	815.28
77	728.97	81.17	5.14	815.28
78	739.24	71.51	4.53	815.28
79	749.65	61.72	3.91	815.28
80	760.21	51.79	3.28	815.28
81	770.93	41.71	2.64	815.28
82	781.79	31.5	1.99	815.28
83	792.8	21.14	1.34	815.28
84	802.7	10.64	0.67	814.01
Año 7	8942.28	789.81	0	

- **Proyección de ventas**

Anexo 3. Proyección de ventas.

Fuente: Autores

PROYECCION DE VENTAS							
No.	PRODUCTO O SERVICIO			UNIDADES VENDIDAS	PRECIO UNL.	TOTAL	
	Marca	Marca Vehículo	Modelo del Vehículo			Mensual	Anual
DISCOS DE FRENO							
1	HPF	CHEVROLET	DMAX 4X4	2	\$ 35.76	\$ 71.53	\$ 858.31
	HPF	CHEVROLET	DMAX 4X2	2	\$ 27.30	\$ 54.60	\$ 655.20
	POINTER	TOYOTA	HILUX 2.7 4X4	2	\$ 31.85	\$ 63.70	\$ 764.40
	HPF	HYUNDAI	ACCENT	1	\$ 27.13	\$ 27.13	\$ 325.57
	RECORD	MAZDA	BT50	1	\$ 18.79	\$ 18.79	\$ 225.42
TAMBORES							
	HPF	CHEVROLET	DMAX	2	\$ 36.41	\$ 72.83	\$ 873.91
2	RECORD	TOYOTA	HILUX 2.7 4X4	2	\$ 40.73	\$ 81.46	\$ 977.50
	HPF	HYUNDAI	ACCENT	1	\$ 20.59	\$ 20.59	\$ 247.10
	YOKOBO	MAZDA	BT50	1	\$ 49.80	\$ 49.80	\$ 597.64
PASTILLAS							
	HP	CHEVROLET	DMAX	2	\$ 16.45	\$ 32.89	\$ 394.68
3	HP	TOYOTA	HILUX 2.7	3	\$ 16.07	\$ 48.20	\$ 578.45
	HP	HYUNDAI	ACCENT	3	\$ 13.87	\$ 41.61	\$ 499.36
	HP	MAZDA	BT50	2	\$ 17.16	\$ 34.32	\$ 411.84
ZAPATAS							

	HP	CHEVROLET	DMAX 4X2	2	\$	18.19	\$	36.37	\$	436.49
4	HP	TOYOTA	HILUX 2.7 4X4	2	\$	25.43	\$	50.86	\$	610.27
	HP	HYUNDAI	ACCENT	1	\$	12.42	\$	12.42	\$	148.98
	HP	MAZDA	BT50 4X4	1	\$	17.93	\$	17.93	\$	215.12
KIT DE MORDAZA										
	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	2	\$	10.66	\$	21.32	\$	255.84
5	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	2	\$	13.77	\$	27.53	\$	330.41
	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	1	\$	8.65	\$	8.65	\$	103.74
	ORIGINAL	MAZDA	BT50	1	\$	12.86	\$	12.86	\$	154.28
CILINDRO DE FRENO POST. L.R										
	METELLI	CHEVROLET	DMAX 4X4	2	\$	17.55	\$	35.10	\$	421.20
6	METELLI	TOYOTA	HILUX 2.7	2	\$	22.10	\$	44.20	\$	530.40
	POINTER	HYUNDAI	ACCENT	1	\$	8.91	\$	8.91	\$	106.86
	METELLI	MAZDA	BT50	1	\$	18.08	\$	18.08	\$	217.00
BOMBAS DE FRENO										
	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	1	\$	185.32	\$	185.32	\$	2,223.78
7	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	1	\$	40.95	\$	40.95	\$	491.40
	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	0	\$	64.55	\$	-	\$	-
	ORIGINAL	MAZDA	BT50	1	\$	60.52	\$	60.52	\$	726.18
MANGUERAS DE FRENO										
	JAFS	CHEVROLET	DMAX RT50	1	\$	21.84	\$	21.84	\$	262.08
8	DGC	TOYOTA	HILUX 2.7	1	\$	7.28	\$	7.28	\$	87.36
	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	1	\$	13.65	\$	13.65	\$	163.80
	DGC	MAZDA	BT50	0	\$	9.09	\$	-	\$	-
LIQUIDO DE FRENO										
	WAGNER	DOT3 12 ONZ	VARIOS	15	\$	5.02	\$	75.27	\$	903.24
9	WAGNER	DOT3 32 ONZ	VARIOS	5	\$	10.78	\$	53.89	\$	646.62
	ATE	DOT4 1 LITRO	VARIOS	5	\$	16.58	\$	82.88	\$	994.50
FILTROS DE ACEITE										
	CHAMP	FILTRO PH2835	CHEVROLET	15	\$	1.78	\$	26.72	\$	320.58
10	CHAMP	FILTRO PH2840	TOYOTA	15	\$	2.99	\$	44.85	\$	538.20
	CHAMP	FILTRO PH2876	HYUNDAI	6	\$	3.47	\$	20.83	\$	249.91
	CHAMP	FILTRO PH2849A	MAZDA	6	\$	2.08	\$	12.48	\$	149.76
FILTROS DE GASOLINA										
	RECORD	CHEVROLET	AVEO, VARIOS	5	\$	2.63	\$	13.13	\$	157.56
	REDFILL	TOYOTA	HILUX 2.7	2	\$	3.99	\$	7.98	\$	95.78
11	MANDO	HYUNDAI	ACCENT	2	\$	7.23	\$	14.46	\$	173.47
	REDFILL	MAZDA	BT50, B2200, VARIOS	3	\$	4.06	\$	12.17	\$	146.02
FILTROS DE AIRE										
	REDFILL	CHEVROLET	DMAX	6	\$	6.16	\$	36.97	\$	443.66
12	REDFILL	TOYOTA	HILUX 2.7	4	\$	9.87	\$	39.47	\$	473.62
	REDFILL	HYUNDAI	ACCENT	2	\$	6.31	\$	12.61	\$	151.32
	REDFILL	MAZDA	BT50, B2200	4	\$	6.38	\$	25.53	\$	306.38
BOMBAS DE ACEITE										
13	ALTERNO	CHEVROLET	DMAX RT50	1	\$	73.27	\$	73.27	\$	879.22

	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT VERNA	1	\$	123.83	\$	123.83	\$	1,485.90
	KOK	MAZDA	BT50, B2200	1	\$	55.25	\$	55.25	\$	663.00
BOMBAS DE GASOLINA										
	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	1	\$	63.12	\$	63.12	\$	757.38
14	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	1	\$	95.55	\$	95.55	\$	1,146.60
	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	1	\$	81.87	\$	81.87	\$	982.49
	ORIGINAL	MAZDA	BT50	1	\$	74.83	\$	74.83	\$	897.94
BUJÍAS										
	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	15	\$	15.47	\$	232.05	\$	2,784.60
15	NGK	TOYOTA	HILUX 2.7	5	\$	3.39	\$	16.97	\$	203.58
	MOBIS	HYUNDAI	ACCENT	10	\$	3.67	\$	36.66	\$	439.92
	ORIGINAL	MAZDA	BT50	10	\$	3.71	\$	37.05	\$	444.60
CABLES DE BUJÍAS										
	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX	2	\$	35.96	\$	71.92	\$	862.99
	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	2	\$	38.22	\$	76.44	\$	917.28
16	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT, VERNA	1	\$	13.77	\$	13.77	\$	165.20
	OEM FIT	MAZDA	BT50	1	\$	11.39	\$	11.39	\$	136.66
BOBINAS										
	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX	1	\$	75.83	\$	75.83	\$	909.95
	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	2	\$	50.38	\$	100.75	\$	1,209.00
17	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	1	\$	46.66	\$	46.66	\$	559.88
	ORIGINAL	MAZDA	BT50, B2200	1	\$	74.75	\$	74.75	\$	897.00
	ORIGINAL	UNIVERSAL	VARIOS	1	\$	15.73	\$	15.73	\$	188.76
BOMBAS DE AGUA										
	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	2	\$	128.79	\$	257.58	\$	3,090.98
	ORIGINAL	CHEVROLET	AVEO 1.4/1.6	1	\$	154.14	\$	154.14	\$	1,849.69
18	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT, VERNA	1	\$	90.19	\$	90.19	\$	1,082.33
	ORIGINAL	MAZDA	BT50	1	\$	71.62	\$	71.62	\$	859.40
KIT DE EMPAQUES										
	KGK	CHEVROLET	DMAX RT50	2	\$	134.63	\$	269.26	\$	3,231.07
	KGK	TOYOTA	HILUX 2.7	1	\$	121.99	\$	121.99	\$	1,463.90
19	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	1	\$	71.57	\$	71.57	\$	858.78
	GMB	MAZDA	BT50	1	\$	50.05	\$	50.05	\$	600.60
BANDAS DE DISTRIBUCION										
	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	2	\$	66.33	\$	132.65	\$	1,591.82
	ORIGINAL	CHEVROLET	AVEO 1.4/1.6	1	\$	63.54	\$	63.54	\$	762.53
20	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	2	\$	62.86	\$	125.71	\$	1,508.52
	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	2	\$	33.49	\$	66.98	\$	803.71
	GATES	MAZDA	BT50	1	\$	26.73	\$	26.73	\$	320.74
TEMPLADOR DE BANDA DE DIST.										
	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	2	\$	86.46	\$	172.93	\$	2,075.11
21	MIRAI	CHEVROLET	AVEO	1	\$	9.95	\$	9.95	\$	119.34
	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	2	\$	91.18	\$	182.36	\$	2,188.37
	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	1	\$	38.16	\$	38.16	\$	457.86

	ORIGINAL	MAZDA	BT50	1	\$	39.10	\$	39.10	\$	469.25
TERMOSTATO										
	ISUZU	CHEVROLET	DMAX VARIOS	2	\$	19.31	\$	38.61	\$	463.32
22	TAMA	TOYOTA	HILUX 2.7	2	\$	21.01	\$	42.02	\$	504.19
	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	1	\$	15.99	\$	15.99	\$	191.88
	ORIGINAL	MAZDA	BT50	1	\$	52.75	\$	52.75	\$	633.05
KIT DE EMBRAGUE										
	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	1	\$	234.73	\$	234.73	\$	2,816.74
	VALEO	CHEVROLET	AVEO 1.4/1.6	1	\$	83.07	\$	83.07	\$	996.84
23	ALTERNO	TOYOTA	HILUX 2.7	2	\$	253.53	\$	507.05	\$	6,084.62
	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	1	\$	162.97	\$	162.97	\$	1,955.62
	ORIGINAL	MAZDA	BT50	1	\$	309.41	\$	309.41	\$	3,712.96
AMORTIGUADORES										
	TOKICO	CHEVROLET	DMAX 4X2	2	\$	43.33	\$	86.66	\$	1,039.90
	TOKICO	CHEVROLET	DMAX 4X4	2	\$	31.85	\$	63.70	\$	764.40
24	GABIEL	CHEVROLET	AVEO LH/RH	1	\$	34.92	\$	34.92	\$	419.02
	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	2	\$	36.40	\$	72.80	\$	873.60
	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	1	\$	58.93	\$	58.93	\$	707.15
	TOKICO	MAZDA	BT50	1	\$	49.04	\$	49.04	\$	588.43
TERMINALES										
	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	2	\$	17.23	\$	34.45	\$	413.40
25	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	2	\$	18.71	\$	37.41	\$	448.97
	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT VERNA	1	\$	15.87	\$	15.87	\$	190.48
	TWINS	MAZDA	BT50	1	\$	11.64	\$	11.64	\$	139.62
ROTULAS										
	CTR	CHEVROLET	DMAX	2	\$	9.97	\$	19.94	\$	239.30
	CTR	TOYOTA	HILUX 2.7	2	\$	11.88	\$	23.76	\$	285.17
26	TWINS	HYUNDAI	ACCENT, VERNA	2	\$	9.18	\$	18.36	\$	220.27
	TWINS	MAZDA	BT50, B2200	2	\$	12.36	\$	24.73	\$	296.71
PLATOS DE SUSPENSIÓN										
	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	2	\$	228.57	\$	457.13	\$	5,485.58
	CHIKARA	CHEVROLET	AVEO RH/LH	1	\$	20.67	\$	20.67	\$	248.04
27	ALLPARTS	TOYOTA	HILUX 2.7	2	\$	37.78	\$	75.56	\$	906.67
	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	1	\$	51.36	\$	51.36	\$	616.36
	TRC	MAZDA	BT50	1	\$	45.50	\$	45.50	\$	546.00
ARTICULACIONES										
	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	2	\$	35.82	\$	71.63	\$	859.56
28	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	2	\$	33.23	\$	66.46	\$	797.47
	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	1	\$	24.13	\$	24.13	\$	289.54
	ORIGINAL	MAZDA	BT50	1	\$	30.76	\$	30.76	\$	369.10
BASES DE MOTOR										
	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	2	\$	37.05	\$	74.10	\$	889.20
29	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	2	\$	33.15	\$	66.30	\$	795.60
	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	1	\$	79.12	\$	79.12	\$	949.42
	JAPON	MAZDA	BT50	1	\$	19.50	\$	19.50	\$	234.00

PUNTAS DE EJE							
	GSP	CHEVROLET	AVEO 1.4, 1.6	1	\$ 23.79	\$ 23.79	\$ 285.48
30	JCAP	HYUNDAI	ACCENT	1	\$ 22.82	\$ 22.82	\$ 273.78
	GSP	MAZDA	BT50	1	\$ 29.72	\$ 29.72	\$ 356.62
ALTERNADORES							
	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	2	\$ 845.00	\$ 1,690.00	\$ 20,280.00
31	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	1	\$ 873.60	\$ 873.60	\$ 10,483.20
	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	1	\$ 286.00	\$ 286.00	\$ 3,432.00
	ORIGINAL	MAZDA	BT50	1	\$ 702.00	\$ 702.00	\$ 8,424.00
MOTOR DE ARRANQUE							
	ORIGINAL	CHEVROLET	DMAX RT50	2	\$ 1,105.00	\$ 2,210.00	\$ 26,520.00
32	ORIGINAL	TOYOTA	HILUX 2.7	1	\$ 873.60	\$ 873.60	\$ 10,483.20
	ORIGINAL	HYUNDAI	ACCENT	1	\$ 283.40	\$ 283.40	\$ 3,400.80
	ORIGINAL	MAZDA	BT50	1	\$ 578.50	\$ 578.50	\$ 6,942.00
ACEITE DE MOTOR							
	KENDALL	20W50 GALON	VARIOS	2	\$ 21.13	\$ 42.25	\$ 507.00
	KENDALL	20W50 LITRO	VARIOS	4	\$ 5.85	\$ 23.40	\$ 280.80
33	KENDALL	10W30 GALON	VARIOS	3	\$ 18.40	\$ 55.19	\$ 662.22
	KENDALL	10W30LITRO	VARIOS	8	\$ 4.90	\$ 39.21	\$ 470.50
	KENDALL	15W40 GALON	VARIOS	3	\$ 18.24	\$ 54.72	\$ 656.60
	KENDALL	15W40 LITRO	VARIOS	5	\$ 4.88	\$ 24.38	\$ 292.50
ACEITE DE CAJA							
	TEXACO	75W85 GALON	VARIOS	2	\$ 18.62	\$ 37.23	\$ 446.78
	TEXACO	75W85 LITRO	VARIOS	6	\$ 4.88	\$ 29.25	\$ 351.00
34	EP	80W90 LITRO	VARIOS	6	\$ 4.88	\$ 29.25	\$ 351.00
	EP	40 GALON	VARIOS	1	\$ 14.95	\$ 14.95	\$ 179.40
	EP	140 LITRO	VARIOS	6	\$ 4.88	\$ 29.25	\$ 351.00
	TEXACO	90 LITRO	VARIOS	1	\$ 4.62	\$ 4.62	\$ 55.38
						\$ 16,080.71	\$ 192,968.57