



CARRERA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto

Previo a la obtención del Título Ingeniería Comercial

Mención Finanzas

TÍTULO:

**Plan de negocios de una comercializadora de repuestos para buses en el
cantón de General Villamil Playas.**

AUTORA:

Norma Lizbeth Barcia Quinde

DIRECTOR:

Ec. Joel Salazar Rodríguez, Msc

Guayaquil –Marzo 2015

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme la sabiduría adecuada, las fuerzas de seguir adelante y la oportunidad para cumplir mi objetivo planteado, ser una profesional de mi carrera universitaria.

A quienes me brindaron sus conocimientos, experiencias y en muchas ocasiones tiempo extra y de una u otra forma contribuyeron a encaminarme a cumplir este objetivo.

Le quedo muy agradecida a mi padre Ecuador Barcia porque creyó en mí, siempre me apoyó y me dio la fuerza para lograr el objetivo de culminar mi carrera profesional.

A mi mamá, Norma Quinde quien me acompaño y me dio las fuerzas necesarias para concluir mi carrera universitaria.

Al Ing. Rainiero Reyna Gerente general de la Distribuidora Garzón por proporcionarme información vital para el desarrollo del plan de negocios y contribuir al desarrollo del proyecto.

A mi tutor, el Ec. Joel Salazar por brindarme la sabiduría de sus conocimientos obtenidos a lo largo de su carrera y su exigencia vital para concluir mi proyecto de titulación. Excelente profesor le quedaré agradecida siempre.

A los docentes que colaboraron para guiarme y corregir información de esta investigación.

Por ultimo a Elvis Rodríguez por ser un excelente ser humano y llenarme de valor y de esperanza para lograr los objetivos planteados, con mucha perseverancia y luchando hasta el final. Con la ayuda de Dios todo es posible en esta vida. Muchas Gracias.

(f) _____

Norma Lizbeth Barcia Quinde.

Dedicatoria

La travesía de mi carrera universitaria y culminación de mi proyecto la dedico exclusivamente a mis padres porque fueron quienes me guiaron, confiaron en mí, en que podría culminar mis estudios. Lo que me propuse lo hice realidad con la bendición de Dios en todo momento en mi camino. Para culminar agradezco a mis padres, lo más importante en mi vida y mi ejemplo a seguir. Gracias.

(f) _____

Norma Lizbeth Barcia Quinde

Dedicatoria de Responsabilidad

Los contenidos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de la autora y no está incluida la responsabilidad de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, Marzo, 2015

(f) _____

Norma Lizbeth Barcia Quinde

C. Id.: 0940772353

1. Contenido

Agradecimiento	ii
Dedicatoria	iii
Dedicatoria de Responsabilidad	iv
Índice de Grafico	xii
Índice de Tabla	xiii
Índice de Ilustraciones	xvi
Resumen	xviii
Abstract	xx
Introducción	1
Capítulo 1	3
1. Diseño de la Investigación	3
1.1. Antecedentes	3
1.2. Planteamiento del problema.....	4
1.3. Justificación	5
1.4. Objetivos	6
1.4.1. Objetivos Generales.....	6
1.4.2. Objetivos Específicos.....	6
1.5. Delimitación	7
1.5.1. Temporal	7
1.5.2. Espacial.....	7

1.5.3. Académica	7
1.6. Beneficiarios.....	8
Capítulo 2	9
2. Marco Referencial	9
Marco conceptual	9
2.1.1 Cantón General Villamil, Payas	9
2.1.2 Comercializadora.....	10
2.1.3 Comercialización	10
2.1.4 Cliente	10
2.1.5 Yutong	10
2.1.6 Plan de negocios	11
2.1.7 Resumen ejecutivo	11
2.1.8 Misión	12
2.1.9 Visión.	12
2.1.10 Valores o filosofía empresarial	12
2.1.11 Marca.....	13
2.1.12 Investigación de mercado.....	14
2.1.13 Matriz FODA:.....	14
2.1.14 Matriz De Evaluación De Los Factores Internos (EFI)	15
2.1.15 Matriz de factores externos	15
2.1.16 Estructura organizacional	16

2.1.17	Segmentación del mercado.	16
2.1.18	Posicionamiento en el mercado	16
2.1.19	Marketing mix	17
2.1.20	Inversión	18
2.1.21	Inversionista	18
2.1.22	Financiamiento	18
2.1.23	Flujo de efectivo	19
2.1.24	Evaluación Del Proyecto	19
2.2.	Marco teórico	20
2.2.1	General Villamil Playas	20
2.2.2	Buses Yutong.....	22
2.2.3	Potenciales Clientes	23
2.2.3.1.	Cooperativa Transporte Villamil.....	23
2.2.3.2.	Cooperativa Transporte Posorja.....	24
2.2.3.3.	Cooperativa Narcisa de Jesús	24
2.2.4	Comercializadora de repuestos para buses	25
2.2.5	Crecimiento del PIB 2015 en el Ecuador.....	30
2.2.6	Aporte socio-económico de las Comercializadora de repuestos para buses 30	
2.2.7	Pymes	31
2.3.	Marco Legal.....	32

2.3.1	Artículos vigentes de la Constitución del Ecuador	32
2.3.2	Requisitos para formar una empresa en el Ecuador	34
2.3.3	SRI. Registro Único de Contribuyentes.....	35
2.3.4	IESS	36
2.3.5	Certificado de Seguridad del B. Cuerpo de Bomberos	37
Capítulo 3		39
3.	Marco Metodológico	39
3.1	Objetivo General	39
3.2	Objetivos específicos	39
3.3	Nivel de investigación.....	40
3.4	Método de aplicación	40
3.5	Técnicas de aplicación.....	40
3.6	Análisis de mercado	41
3.7	Población y muestra	42
3.8	Tamaño de la Muestra.	42
3.9	Objetivos alcanzar de la encuesta	43
3.10	Resultados de las encuestas	44
3.11	Análisis General.....	54
3.12	Objetivos alcanzar de las entrevistas.....	54
3.13	Panel de Experto.....	55
3.13.1.	Entrevista a socios de las diferentes cooperativas.....	55

3.14	Entrevista general al Gerente general Distribuidora Garzón.....	62
Capítulo 4		64
4.	Desarrollo del plan de negocios ECUALOLIZ.....	64
4.1	Resumen ejecutivo.....	64
4.2	Misión	65
4.3	Visión.....	65
4.4	Valores de la compañía	66
4.5	Objetivos	66
4.6	Marca.....	67
4.6.1	Razón social.....	67
4.6.2	Isotipo	67
4.6.3	Slogan.....	68
4.6.4	Isotipo y Slogan.....	68
4.7	Idea del negocio	68
Estudio de mercado		69
4.8	Matriz FODA:	69
4.9	Matriz de evaluación de los factores internos (EFI)	71
4.10	Matriz de factores externos	72
4.11	Métodos de ventas y distribución.....	72
4.12	Estudio organizacional.....	73
4.13	Constitución de la empresa	73

4.14	Estructura organizacional	74
4.15	Requerimiento de Personal	74
	Estudio de marketing	76
4.16	Proveedor	76
4.17	Repuestos para buses Yutong	78
4.18	Marketing mix	80
	Estudio técnico	83
4.19	Localización	83
4.20	Infraestructura	84
4.21	Requerimientos de activos fijos.....	85
	Estudio financiero.....	86
4.22	Capital de trabajo.....	86
4.23	Costo De mano directa o capital humano	86
4.24	Costo de arrendamiento.....	86
4.25	Costos por gastos de remodelación	87
4.26	Costo de venta.....	88
4.27	Inversión inicial	90
4.28	Proyección de Ingresos.....	90
4.29	Proyección Costo de ventas	92
4.30	Proyección de Gastos de ventas	92
4.31	Proyección de Gastos administrativo	93

4.32	Financiamiento	93
4.33	Financiamiento de terceros	93
4.34	Financiamiento bancario	94
4.35	Financiamiento del vehículo	95
4.36	Calculo depreciaciones de activos fijos.....	96
4.37	Balance General.....	99
4.38	Estado Resultado	100
4.39	WACC	100
4.40	Flujo de Caja.....	101
4.41	Cash Flow para accionistas	102
4.42	Free cash Flow	102
4.43	Periodo de recuperación	102
4.44	Evaluación del proyecto.....	103

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

Índice de Grafico

Capítulo 2

Figura 2-1. Buses de la Cooperativa Villamil23

Figura 2-2. Buses de la Cooperativa Posorja24

Figura 2-3. Buses de la Cooperativa Narcisa Jesús25

Capítulo 4

Figura 4-1. Mapa geográfico de la comercializadora.....83

Figura 4-2. Visualización exacta de la comercializadora "ECUALOLIZ"83

Figura 4-3. Plano de la comercializadora de repuestos.....84

Índice de Tabla

Capítulo 3

Tabla 3-1. Frecuencia de Mantenimiento de los buses	44
Tabla 3-2. Frecuencia de daños de los buses	45
Tabla 3-3. Ciudades de adquisición de repuestos	46
Tabla 3-4. Tiempo transcurrido por adquisición de repuestos	47
Tabla 3-5. Costos por adquisición de repuestos	48
Tabla 3-6. Tipo de repuestos para los buses	49
Tabla 3-7. Cantidad de repuestos que adquieren al mes	50
Tabla 3-8. Distribuidora que adquieren los repuestos	51
Tabla 3-9. Necesidad de la creación de una comercializadora de repuestos para buses	52
Tabla 3-10. Servicios adicionales de la comercializadora.	53

Capítulo 4

Tabla 4-1. Matriz FODA	70
Tabla 4-2. Matriz de evaluación de los factores internos (EFI)	71
Tabla 4-3. Matriz de factores externos	72
Tabla 4-4. Requerimiento de funciones para Gerente General.	74
Tabla 4-5. Requerimiento de funciones para un Contador	75
Tabla 4-6. Requerimiento de funciones para cajeros	75
Tabla 4-7. Requerimiento de funciones de Bodegueros	76

Tabla 4-8. Inversión de los activos fijos	85
Tabla 4-9. Costos directos para capital humano	86
Tabla 4-10. Costo fijo operación o arrendamiento.	87
Tabla 4-11. Gastos por remodelación de Locales	87
Tabla 4-12. Costo de venta de la operación distribuidora "ECUALOLIZ"	88
Tabla 4-13. Inversión Inicial de la distribuidora "ECUALOLIZ"	90
Tabla 4-14. Proyección de ingresos por margen de ganancia.	91
Tabla 4-15. Presupuesto de ingresos por venta de la comercializadora	91
Tabla 4-16. Presupuesto de Costos de Ventas	92
Tabla 4-17. Proyección de gastos de ventas	92
Tabla 4-18. Proyección de gastos administrativos	93
Tabla 4-19. Financiamientos de socios	94
Tabla 4-20. Financiamiento bancario	94
Tabla 4-21. Tabla de pago de financiamiento bancario	95
Tabla 4-22. Financiamiento del vehículo	95
Tabla 4-23. Datos depreciación de Vehículo	96
Tabla 4-24. Depreciación de Vehículo	96
Tabla 4-25. Datos depreciación de Equipo de Computación	97
Tabla 4-26. Depreciación de Equipo de Computación	97
Tabla 4-27. Datos depreciación de Muebles de Oficina	98
Tabla 4-28. Depreciación de Muebles de Oficina	98

Tabla 4-29. Balance General	99
Tabla 4-30. Estado de resultado de la comercializadora.	100
Tabla 4-31 Flujo de caja para el proyecto	101
Tabla 4-32. Cash Flow para accionistas	102
Tabla 4-33. Free cash Flow	102
Tabla 4-34 Evaluación del periodo de recuperación	102

Índice de Ilustraciones

Capítulo 1

Ilustración 1-1 Mapa geográfico General Villamil Playas.....	7
---	---

Capítulo 2

Ilustración 2-1. General Villamil Playas.....	21
--	----

Ilustración 2-2. Logo empresa Yutong	22
---	----

Ilustración 2-3. Logros de la industria Yutong.....	22
--	----

Capítulo 3

Ilustración 3-1. Frecuencia de mantenimiento de los buses.....	44
---	----

Ilustración 3-2. Frecuencia de daños de los buses	45
--	----

Ilustración 3-3. Ciudades de adquisición de repuestos	46
--	----

Ilustración 3-4. Tiempo transcurrido por adquisición de repuestos	47
--	----

Ilustración 3-5. Costos por adquisición de repuestos	48
---	----

Ilustración 3-6. Tipo de repuestos para los buses	49
--	----

Ilustración 3-7. Cantidad de repuestos que adquieren al mes.....	50
---	----

Ilustración 3-8. Distribuidora que adquieren los repuestos	51
---	----

Ilustración 3-9. Necesidad de la creación de una comercializadora de repuestos para buses.....	52
---	----

Ilustración 3-10. Servicios adicionales de la comercializadora.	53
---	----

Capítulo 4

Ilustración 4-1 Valores de la Comercializadora	66
---	----

Ilustración 4-2. Isotipo de la Comercializadora.....	67
Ilustración 4-3. Isotipo y slogan de la Comercializadora.....	68
Ilustración 4-4.Métodos de venta para la comercializadora	73
Ilustración 4-5. Estructura Organizacional de la comercializadora	74
Ilustración 4-6. Importaciones de repuestos	77
Ilustración 4-7. Presupuesto de ingresos por venta de la comercializadora	91



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

**Plan de negocios de una comercializadora de repuestos para buses en el
cantón de General Villamil Playas.**

AUTORA: Norma Lizbeth Barcia Quinde

nbarcia@est.ups.edu.ec

DIRECTOR: Ec. Joel Salazar Rodríguez, Msc

jsalazarr@ups.edu.ec

Resumen

El presente proyecto de plan de negocios se realiza en el cantón General Villamil Playas situada a 91 km de la ciudad de Guayaquil en la provincia del Guayas, en la actualidad el cantón General Villamil Playas tiene constituida cuatro cooperativas de transporte pesado (buses) de las cuales tres utilizan la marca Yutong, dos ubicadas en Playas y otra en la parroquia Posorja a 21 km del cantón General Villamil Playas.

El cantón General Villamil Playas se encuentra en un considerable crecimiento; es decir, gracias a la constante afluencia del turismo, las cooperativas de transporte tiene gran demanda de turistas que ingresan y retornan del cantón. Por lo tanto, esta investigación evidenció un mercado insatisfecho en el abastecimiento de repuestos para buses de transporte pesado de las tres cooperativas que circulan dentro del cantón General Villamil Playas: las cooperativas Posorja, Villamil y Narcisa.

El método que se va aplicar dentro del plan de negocios es deductivo ya que se estudiará el mercado para deducir la demanda que se obtendrá al crear una comercializadora en el cantón General Villamil Playas.

El estudio de mercado estimuló a realizar el respectivo plan de negocio para coordinar la viabilidad de crear una comercializadora de repuestos para buses en General Villamil Playas con el fin de realizar un análisis situacional del entorno en el que se desea desarrollar una empresa comercializadora y determinar la demanda del mercado, para diseñar las estrategias que permitan atraer a los consumidores y por ende demostrar la viabilidad del proyecto.

En el análisis financiero se detallan todos los rubros que abarca este proceso y al ser analizados se demostró que es rentable la creación de la comercializadora “**Ecualloliz**” obteniendo en el primer año ventas de **\$ 195.600,00**, y al realizar el respectivo cálculo de la tasa interna de retorno se obtuvo **15.80%**, demostrando que el proyecto es viable.

Palabras claves

Plan de negocios, comercializadora, repuestos de buses, demanda, viabilidad.



CAREER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Business Plan of a comercializing store for buses in Canton General Villamil Playas.

AUTHOR: Norma Lizbeth Barcia Quinde

nbarcia@est.ups.edu.ec

DIRECTOR: Ec. Joel Salazar Rodríguez, Msc.

jsalazarr@ups.edu.ec

Abstract

The present business plan Project is realized in General Villamil Playas Canton, located 91kilometers from the city of Guayaquil in the province of Guayas. Today General Villamil Playas has constituted four cooperatives of heavy transport (bus), of which two cooperatives use the Brand Yutong and cooperative is constituted in the parish Posorja 21 kilometers from General Villamil Playas and also use the Brand Yutong.

General Villamil Playas is in a considerable growth, so; thanks to the constant influx of tourism. The transportation cooperatives have a great demand of tourist who visit and return from General Villamil Playas.

The method that goes away to apply inside the business plan is deductive since the market will be studied to deduce the demand that will be obtained after General Villamil Playas creates a comercializing in the canton.

Market research stimulated to realize there spectate business plan to coordinate the viability of creating a comercializing store for buses in General Villamil Playas in order to realize a situational analyst of the environment in which it is desirable to develop a company comercializing and to determine the demand of the market, to design the strategies that allow to attract the consumers and hence to demonstrate the viability of the project.

In the financial analyst there are detailed all the titles that this process includes and on having been analyzed it was demonstrated that there is profitable the creation of the comercializing "Ecualloliz" obtaining in the first year sales of \$ **195.600,00**, and to realize the internal valuation of comeback in **15.80 %** was obtained, demonstrating that the project is viable.

Keywords:

Business plan, comercializing, parts of buses, demand, and viability

Introducción

En la actualidad el cantón General Villamil Playas se encuentra situada en la provincia del Guayas, a 91 km de la ciudad de Guayaquil, sus habitantes se dedican a la pesca y al turismo.

La demanda de turismo se incrementa por tener el segundo mejor clima del mundo y un extenso balneario que se realiza cada vez más, ayudando a generar mayores ingresos a los dueños de los buses, o socios de las cooperativas y a quienes estén relacionados con la actividad comercial.

Este trabajo está enfocado en los repuestos de los buses de transporte pesado, específicamente en dueños de unidades de la marca Yutong de las tres cooperativas Villamil, Posorja y Narcisa de Jesús. Al tercer año se enfocará y complementará con las marcas Mercedes e Hino con el fin de abastecer este mercado insatisfecho, ya que el cantón General Villamil Playas no cuenta con una comercializadora específica de buses, a pesar de que existen locales de repuestos, pero para vehículos livianos.

Por esta razón, se propone realizar un estudio de viabilidad para crear una comercializadora de repuestos para buses en el cantón General Villamil Playas determinando la rentabilidad que la comercializadora extraiga de los repuestos de buses. La inversión requerida para este proyecto mediano es de \$ 58.026,61, valor que corresponde al capital de trabajo. La recuperación del mismo se daría en el cuarto año con un 147.96%, considerando que la duración del proyecto es de cinco años; se obtendría una tasa interna de retorno de 20.33% lo cual demuestra que es un proyecto viable.

Esta investigación se desarrolla en cuatro capítulos, cuyo contenido se detalla a continuación:

- En el Capítulo 1 se detalla el planteamiento del problema, la presentación del tema de investigación, antecedente del problema, objetivo y justificación.
- El capítulo 2 contiene donde se describe la situación actual, la perspectivas económicas del 2015, las PYMES en el Ecuador, el sector económico actual y la base legal.
- El Marco Metodológico en el capítulo 3, en el cual se desarrollan las variables, población, el tipo de investigación, las técnicas aplicadas y los instrumentos utilizados.
- El capítulo 4 contiene el desarrollo del plan de negocios y solución propuesta abarcando la descripción del resumen ejecutivo, estudio organizacional, estudio de marketing, estudio técnico, y finalmente el estudio financiero, capital de trabajo, inversión de activos fijos, presupuesto de ingreso, presupuesto de egresos, análisis de costo, estado de resultado, flujo de caja, métodos de evaluación del proyecto, y solución de propuesta.

Capítulo 1

1. Diseño de la Investigación

1.1. Antecedentes

La investigación realizada fue motivada por el hallazgo de una oportunidad de negocio en un mercado no satisfecho aún en el cantón General Villamil Playas, ya que ningún tipo de empresas se ha decidido a desarrollar y comercializar repuestos para buses. Estamos hablando de una inversión nueva, pronosticando un éxito en la comercialización de repuestos para este tipo de transporte pesado ya que se trata de una idea innovadora y no existente en los mercados a los que se va a destinar su comercialización.

Este proyecto se basa en la creación de una comercializadora de partes y piezas de repuestos para buses de transporte pesado, obtenidos mediante distribuidoras e importadoras ubicadas en la ciudad de Guayaquil y que tiene como objetivo brindar el servicio oportuno en el momento indicado con garantía y respaldo de su venta con repuestos cien por ciento originales y de buena calidad.

La finalidad del plan de negocio tiene como objetivo general desarrollar un proyecto para demostrar la viabilidad de crear una comercializadora dedicada a la compra y venta de repuestos para buses en el cantón de General Villamil Playas, debido a la recolección de información por distintos medios de investigación se ha logrado

determinar las principales características del mercado de transporte pesado en el cantón General Villamil Playas, su oferta y demanda actual con las diferentes cooperativas de transportes dispuestas a creer en este proyecto que puede abastecer las necesidades actuales.

1.2. Planteamiento del problema

Este plan de negocios surge debido a la escasez de los repuestos para buses de transportes de la cooperativas que están en el cantón General Villamil Playas ya que no existe una comercializadora en el cantón que se dedique a expender repuestos para este tipo de transporte pesado, de esta forma exige a los dueños de buses y transportistas trasladarse a la ciudad de Guayaquil para adquirir los diferentes repuestos para buses de transporte pesado.

Con la existencia de la demanda latente en el mercado local en materia de repuestos en general para buses, la disponibilidad de producto para ser comercializado se constituye en una oportunidad de negocios que se pretende aprovechar con la creación de una nueva empresa comercializadora de repuestos para buses que venda directamente al consumidor final.

Este tipo de negocio contribuirá a que los dueños de buses continúen con su trabajo y no pierdan todo el día en ir a comprar el repuesto a la ciudad de Guayaquil, regresar arreglar el bus y al siguiente día volver a su jornada de trabajo. Además de la generación directa e indirecta de trabajo que es un estímulo a la economía del cantón General Villamil Playas.

Por ende, surge la problemática de los dueños o transportistas que no pueden adquirir de forma inmediata dichos repuestos, por la existente falta de comercializadoras que

proveen de estos productos. Por lo cual, obligan a conseguir repuestos en Guayaquil o a la ciudad más cercana que provisione de forma inmediata.

1.3. Justificación

Actualmente el cantón General Villamil Playas, pertenece a uno de los balnearios más concurrente y conocido en las costas ecuatorianas, el cual, también recibe una gran cantidad de turistas extranjeros. El sector transportista, al igual que el turismo, ha sido una parte influyente para el desarrollo del cantón, ya que en temporadas, puentes vacacionales o feriados, el transporte y los pasajes suelen ser el factor económico más influyente al momento de viajar.

Por ende, podemos decir que el transporte es el mayor factor demandante en dichas ocasiones. Muchas veces esta demanda por pasaje y transporte no suelen ser satisfechas por la cantidad de personas que desean viajar y sobre todo porque no se cuentan con los vehículos necesarios. Los motivos por los que no se cuenta con suficientes unidades, habitualmente son porque han sufrido fallas mecánicas o desperfectos.

En vista de que muchos de los transportes de las cooperativas “Villamil” o “Posorja” están expuestos a dichas fallas, ya sea por desperfectos o falta de mantenimiento, surge la necesidad de comprar repuestos u otros materiales para que el transporte pesado continúe en óptimas condiciones. El resolver estos inconvenientes no solo provoca que el transportista viaje, si es a Guayaquil, dos horas, sino que también incurra en diversos gastos muy indistintos a los que debe pagar por la compra de los repuestos que necesita.

Debido a esta problemática para los transportistas de buses del cantón General Villamil Playas, se manifiesta un plan que cubra la demanda potencial que existe en

este cantón y al mismo tiempo formar una nueva fuente de trabajo e innovar el sector automotriz de dicho cantón.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivos Generales

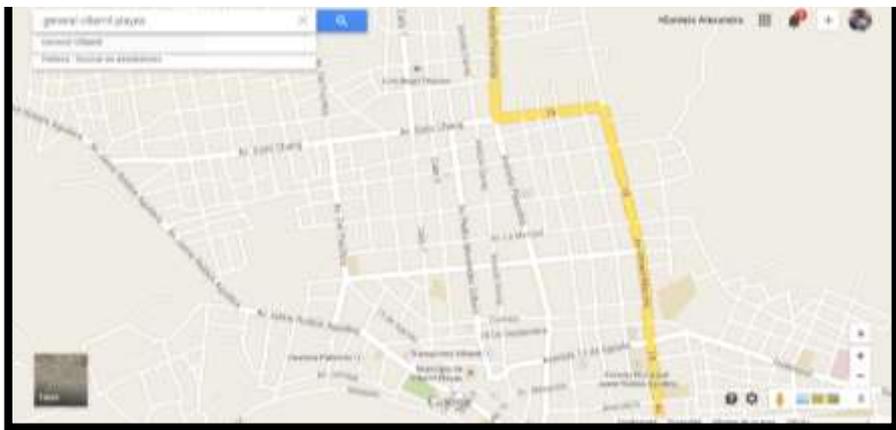
Desarrollar un proyecto para demostrar la viabilidad de crear una comercializadora dedicada a la compra y venta de repuestos para buses en el cantón de General Villamil Playas de la provincia del Guayas.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Realizar un análisis situacional del entorno en el que se desea desarrollar una empresa comercializadora de repuestos para buses de transporte pesado.
- Determinar la demanda del mercado, para diseñar las estrategias que permitan atraer a los consumidores potenciales y por ende demostrar la viabilidad del proyecto.
- Determinar la ubicación de la empresa para la comercialización del producto, haciendo que sea accesible para cualquier cliente.
- Establecer una estructura organizacional para la creación de una empresa que se dedique a la comercialización de repuestos para buses de viaje.
- Determinar la factibilidad financiera para la creación de una empresa comercializadora de repuestos de uso exclusivo para buses de transporte en el cantón General Villamil Playas.

1.5. Delimitación

Ilustración 1-1 Mapa geográfico General Villamil Playas



Fuente: Pagina Google

Elaborado por: Google maps.com

1.5.1. Temporal

El desarrollo de este proyecto se realizará dentro del periodo de seis meses, desde su aprobación.

1.5.2. Espacial

La población del cantón General Villamil Playas, las comunas o parroquias de alrededores de la ciudad de Guayaquil dentro de la provincia del Guayas.

1.5.3. Académica

La línea de investigación del plan de negocio está basada en Emprendimiento e innovación de la cual podemos sintetizar los conocimientos obtenidos a lo largo de nuestra carrera universitaria con el fin de lograr establecer un nicho dentro del mercado del cantón General Villamil Playas.

1.6. Beneficiarios

Con esta propuesta se pretende beneficiar a los dueños de los buses de la Cooperativa “Villamil”, “Posorja” y “Narcisa de Jesús” del cantón General Villamil Playas, que se dedican al transporte intercantonal de personas.

Capítulo 2

2. Marco Referencial

Marco conceptual

2.1.1 Cantón General Villamil, Payas

General Villamil es la capital del cantón Playas, provincia del Guayas. La ciudad está ubicada a 97 kilómetros de Guayaquil la cabecera provincial, en el Perfil Costanero Ecuatoriano, posee 14 Km. de hermosas playas que han sido por mucho tiempo el destino turístico de muchas personas cautivadas por la belleza natural y las cálidas aguas que bañan sus costas.¹

Es un cantón de la provincia del Guayas que es considerado por tener el segundo mejor clima del mundo, y tener extensas playas para los visitantes y turistas que vienen a disfrutar del paisaje.

¹**Recuperado:**<http://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=389&idServicio=119&idClasificacion=8&informacion=3>

2.1.2 Comercializadora

Es un proyecto o una inversión de un negocio con el fin de generar nuevos empleos e incrementar la productividad y las ventas de un producto o servicios, que se establece para el ingreso al mercado de un sector específico.

2.1.3 Comercialización

La comercialización es un proceso de compra venta, un intercambio donde actúan ambas partes con el fin de satisfacer las necesidades de un bien o servicio dentro de un sector específico.

2.1.4 Cliente

Es aquella persona que se encargada de dar compensación monetaria u otro tipo de valor por recibir un producto, servicio o bien de una empresa específica con el fin de poder lograr el valor deseado a través de una compra.

2.1.5 Yutong

Yutong empresa especializada en la fabricación y venta de autobuses de alta calidad, así como piezas y componentes de automóviles, Yutong es una empresa a gran escala y la marca No. 1 de autobús en China².

² **Recuperado:** <http://busmamotors.com/acerca-de-yutong.pdf?type=raw>

Yutong es un modelo de buses de transporte pesado que son enviados desde China, la calidad de sus buses, repuestos y piezas abarcan estándares garantizados de última tecnología.

2.1.6 Plan de negocios

El Plan de Negocios es aquel documento que esquematiza de manera clara la información necesaria para conocer si el nuevo negocio o la ampliación de la actividad productiva va ser exitosa y rentable.³

El plan de negocios es lo que definirá para esquematizar la información necesaria para plantear los objetivos de incrementar la elaboración exitosa y rentable del proyecto establecido.

2.1.7 Resumen ejecutivo

Este es un breve análisis de los aspectos más importantes del proyecto, va antes de la presentación y es lo primero o a veces lo único que lee el receptor del proyecto, por lo tanto se busca que capte por sí mismo la atención del lector y lo motive a aprender más acerca del proyecto.⁴

³**Recuperado:**file:///C:/Users/claro/Downloads/PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20inc.%20%20PI%20FC.pd

⁴ **Recuperado:** http://www.trabajo.com.mx/resumen_ejecutivo.htm

El resumen ejecutivo busca comunicarse con el lector y darle énfasis al documento que se presenta. Lo que conlleva a transmitir lo esencial del plan de negocio que se va a desarrollar.

2.1.8 Misión

La misión es lo que motiva a un emprendedor a crear una empresa. Es la esencia para satisfacer a los clientes y lograr incrementar las ventas. Es lo primordial ya que gestionará el desarrollo de una misión a corto y a largo plazo para una empresa constituida en mercado.

2.1.9 Visión.

Este escrito tiene que definir en pocas líneas la situación futura que desea alcanzar la organización; tiene que ser una situación realmente alcanzable con el paso del tiempo y hay que luchar por conseguirla. Hay marcas líderes de sus sectores que redactan la visión como un compromiso dividido en los diferentes factores.⁵

La visión es situación que se describe a un futuro que establece alcanzar para cumplir los objetivos específicos dentro de una empresa orientada a ganar mercado y posesionarse en el mercado y lograr rentabilidad en un plazo determinado.

2.1.10 Valores o filosofía empresarial

Los valores de una empresa deben ser entre cinco y siete factores en una cultura empresarial por lo cual deben ser claros y específicos ya que no se deben romper por

⁵ **Recuperado:** <http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/mision-vision-y-valores-conceptos-fundamentales-para-el-buen-desarrollo-de-una-empresa/>

ningún motivo. Los valores corporativos son el reflejo o la esencia de la empresa, son la base del día a día en el trabajo de una compañía establecida.

2.1.11 Marca

La marca se suele definir también como el conjunto de elementos gráficos (logotipo, isotipo, etc.) que definen a una empresa, institución o producto. Es importante entender la siguiente diferencia: la marca puede cambiar de logo o icono, pero el logo o el icono no pueden cambiar de marca. Por lo tanto la marca está por encima de la representación gráfica, (dibujo, color, tipografía), aunque las buenas marcas son las que han permanecido casi intactas desde su nacimiento.⁶

La marca define a una empresa por su diseño y su estructura directa, lo que diferencia de una empresa u otra por los elementos gráficos como el logotipo, isotipo o tipografía. Son los que agregan valor a la empresa ya que son reconocidos a nivel global.

Nombre de la empresa

Seleccionar el nombre de la empresa es trascendente, ya que puede expresar directamente lo que ésta hace o puede hacer. El nombre es la publicidad que está y se ubica en todas partes. Se necesita creatividad para seleccionar un buen nombre. El nombre debe transmitir a los clientes una idea de lo que vende.⁷

⁶**Recuperado:** <http://www.gczarrias.com/ALUMNOS/archivos/disenio/Diferencias%20entre%20un%20logotipo.pdf>

⁷**Recuperado:** <http://www.business-opportunities.biz/espanol/2006/05/26/definicion-del-nombre-de-la-empresa/>

Es primordial que el nombre de la empresa tenga creatividad ya que expresa innovación e intereses al momento de la compra. Es conveniente que el nombre se relacione y sea compatible con el giro de la empresa.

2.1.12 Investigación de mercado

Se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo. Se trata, en definitiva, de una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses.⁸

Se puede definir como la recopilación y el análisis de información en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado. Permitiéndole obtener a la empresa la información necesaria para establecer las diferentes en los ámbitos.

2.1.13 Matriz FODA:

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo. La sigla FODA, es un acrónimo de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, y Amenazas⁹

⁸ Recuperado: <http://www.investigaciondemercados.com>

⁹ Recuperado: [/www.matrizfoda.com/](http://www.matrizfoda.com/)

La matriz FODA es aquella matriz que estudia el mercado a través de la herramienta que se enfoca de una empresa o proyecto ya que se basa en el objeto de estudio con el fin de analizar y reconocer sus debilidades y fortaleza dentro de la misma.

2.1.14 Matriz De Evaluación De Los Factores Internos (EFI)

Suministra una base para analizar las relaciones entre las áreas de la empresa. Es una herramienta analítica de formulación de estrategias que resume y evalúa las debilidades y fortalezas importantes de gerencia, mercadeo, finanzas, producción, recursos humanos, investigación y desarrollo¹⁰.

La matriz de evaluación de los factores externos se basa literalmente de las debilidades y fortalezas de la Matriz FODA es una herramienta que se implementa con el fin de desarrollar una técnica que contribuye a la producción de la empresa.

2.1.15 Matriz de factores externos

El análisis de evaluación de factor externo permitirá a los estrategas resumir y evaluar toda la información externa, como son: las variables ambientales decisivas, predicciones ambientales determinantes y la matriz de perfil competitivo. En el desarrollo de la MEFE habrá que utilizar vicios de tipo subjetivo.¹¹

¹⁰**Recuperado:** http://www.sites.upiicsa.ipn.mx/polilibros/portal/polilibros/p_terminados/Planeacio

¹¹**Recuperado:** http://www.sites.upiicsa.ipn.mx/polilibros/portal/polilibros/P_proceso/Planeacion_y_Control_Estrategico_Lic_Enrique_Lopez_Berzunza/UMD/Unidad%20IV/43.htm

La matriz de factores externos se basa en las amenazas y oportunidades de la Matriz FODA, por lo que permite a las estrategias resumir y evaluar toda la información externa de una empresa.

2.1.16 Estructura organizacional

La estructura organizacional de una empresa u otro tipo de organización es un gráfico diseñado para establecerse la dirección y la estructura correcta de una organización y fundamentalmente se lo distribuye de forma jerárquica para lograr los objetivos que podrá alcanzar.

2.1.17 Segmentación del mercado.

Segmentación de mercado es distribuir el mercado en grupos más o menos homogéneos de consumidores, en su grado de intensidad de la necesidad. Más específico podemos decir que es la división del mercado en grupos diversos de consumidores con diferentes necesidades, características o comportamientos, que podrían requerir productos o mezclas de marketing diferentes.¹²

Segmentación consiste en la distribución o división de grupos o consumidores con distintas características, comportamientos y necesidades en un mercado establecido con el fin de lograr establecer grupos definidos dentro del mercado.

2.1.18 Posicionamiento en el mercado

El posicionamiento de un producto es la forma en que éste, está definido por los consumidores en relación con ciertos atributos importantes, es decir, el lugar que

¹² **Recuperado:** <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/concmerc.htm>

ocupa en su mente en comparación con los competidores. Consiste también en la decisión, por parte de la empresa, acerca de los atributos que se pretende le sean conferidos a su producto por el público objetivo.¹³

Es la forma como está grabado en la mente de los consumidores por ciertos atributos importantes que tenga el producto o bien es decir que el producto se venda por sí solo con el fin de ganar la gran parte del mercado objetivo.

2.1.19 Marketing mix

El Marketing mix es un conjunto de elementos claves con los que una empresa o producto lograrán influenciar en la decisión de compra del cliente. Las variables desarrolladas son: Producto, Precio, Plaza y Promoción.¹⁴

Es una estrategia de las 4'p es decir son: producto, precio, plaza y promoción donde se pueden identificar e influenciar en la decisión de la compra de un bien o producto del cliente objetivo.

¹³ **Recuperado:** http://www.liderazgoymercadeo.com/mercadeo_tema.asp?id=50#

¹⁴ **Recuperado:** <http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-marketing.html>

2.1.20 Inversión

Supone la renuncia a la satisfacción inmediata y cierta que producen los recursos financieros invertidos, a cambio de la esperanza de obtener en el futuro un beneficio incierto derivado de los bienes en los que se invierte.¹⁵

Es una cantidad monetaria por el cual está consciente de arriesgar por la cantidad adicional de ganancia que obtiene por medio de un proyecto o actividad dentro del mercado con la opción de retorno de forma positiva en un plazo determinado.

2.1.21 Inversionista

El inversionista es aquella persona que disponible de solvencia económica necesaria para invertir o disponer su dinero en una actividad o negocio determinado, esperando que este le genere beneficios monetarios.¹⁶

Son aquellas personas naturales o jurídicas que entregan cantidades monetarias hacia un proyecto o actividad financiera con el fin de adquirir beneficios en un plazo definido o periodo establecido al momento de la inversión.

2.1.22 Financiamiento

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtiene recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios,

¹⁵ **Recuperado de:** <http://www.expansion.com/diccionario-economico/inversion.html>

¹⁶**Recuperado:**https://www.citibank.com.co/educacionfinanciera/resources/pdf/Glosario_del_Inversionista.pdf

pagar proveedores, etc. También las empresas lo solicitan para mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse.¹⁷

Es la manera donde la persona encargada de un proyecto obtiene recursos monetarios o financieros para la adquisición de bienes o servicios de un proyecto o también para establecer la economía de la empresa que esté en crecimiento competitivo a nivel de mercado.

2.1.23 Flujo de efectivo

Un estado de flujo de efectivo es uno de los cuatro estados financieros principales que las corporaciones preparan al final de cada periodo contable. El objetivo del estado del flujo de efectivo es proporcionar una visión exacta de la salud financiera de la compañía sin la cubierta de tratamientos contables basados en el devengo. El estado esencialmente incluye las transacciones basadas únicamente en base al efectivo.¹⁸

Es uno de los estados financieros más importante ya que se analiza cómo se encuentra la empresa en la entrada y salida del efectivo que contribuyen el pilar fundamental dentro de la empresa para conseguir rentabilidad.

2.1.24 Evaluación Del Proyecto

La evaluación es fundamental dentro del ciclo de vida del proyecto ya que genera “evidencias” e información objetiva que les permiten tomar decisiones fundamentadas y planear de forma estratégica. La evaluación se refiere al análisis de los resultados

¹⁷ **Recuperado de:** <http://www.financiamiento.com.mx/wp/?p=11>

¹⁸ **Recuperado:** <http://es.wikihow.com/preparar-un-estado-de-flujos-de-efectivo>

netos del proyecto, es decir, corresponde a las alteraciones en el grupo de beneficiarios que son atribuidas única y exclusivamente al proyecto.¹⁹

Es la forma que evalúa el proyecto a través del análisis financiero realizado de dicho proyecto es donde se especifica si es rentable la realización del proyecto que se está analizando y donde se toman las decisiones correspondientes y estratégicas que se incluirán al momento del análisis de la respectiva evaluación del proyecto.

2.2. Marco teórico

2.2.1 General Villamil Playas

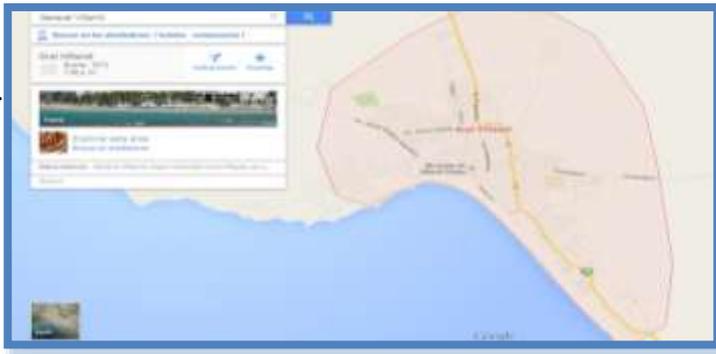
Datos geográficos

General Villamil Playas se encuentra ubicado al suroeste de la provincia del Guayas, a 96 kilómetros de Guayaquil, su extensión es de 269.3 Km² y su población es de 217.696 habitantes. Temperatura promedio de 24°C y su precipitación promedio anual es de 250 mm. El terreno es plano, al norte se levantan cerros de poca altura como Colorado, Verde, Picón y Cantera. Las costas son extensas, al sur se han localizado los más importantes balnearios del cantón.²⁰

¹⁹ **Recuperado:** <http://www.mapa.ziglaconsultores.com/content/evaluacion-de-resultados>

²⁰ **Recuperado:** <http://www.guayas.gob.ec/cantones/playas>

Ilustración 2-1. General Villamil Playas



Fuente: www.googlemap.com

Elaborado por: Mapa Google

Es un cantón privilegiado por su excelente clima siendo el segundo mejor clima del mundo y a la vez las extensas playas que ofrecen a los turistas una vista espectacular. A la bajada de la playa se encuentra el Paseo Shopping de Playas es un lugar adicional que ofrece General Villamil Playas para los turistas que optan por visitar nuestro cantón.

La actividad de la pesca es una de las fuentes de trabajos para la mayoría de los pobladores que residen en el cantón, los cuales son dueños de sus botes para la venta de la variedad de pescados y mariscos. Su actividad comercial de artesanías y vestimentas son para el consumo de turista que ingresan dentro del cantón.

En el proyecto se realizará el estudio de viabilidad de la creación de una comercializadora de repuestos para buses Ecuatorial en General Villamil Playas con el fin de satisfacer una demanda de un segmento en el cantón, ya que no se encuentra una comercializadora existente de compra y venta de repuestos para buses específicamente. En el capítulo 4 se extenderá el análisis del estudio y los repuestos que se comercializaran son buses modelo Yutong.

2.2.2 Buses Yutong

Ilustración 2-2. Logo empresa Yutong



*Fuente: Pagina Busmotors
Elaborado por: Autora*

Yutong ocupa un 25% del mercado de autobuses de China, muy por delante de otras contrapartes en China. Siendo la base de fabricación de autobuses más grande en el mundo ha ganado el premio de la marca de autobús más valioso en China por muchos años sucesivos. La fuerza de marca de Yutong contribuye a su fuerza técnica, al equipo de investigación y desarrollo con alta calificación, nivel avanzado de gestión y a la calidad superior de los productos.²¹

Ilustración 2-3. Logros de la industria Yutong



*Fuente: Pagina Busmotors
Elaborado por: Autora*

²¹ **Recuperado de:** <http://busmamotors.com/acerca-de-yutong.pdf?type=raw>

2.2.3 Potenciales Clientes

La comercializadora Ecuacoliz tendrá tres potenciales clientes de las cuales son cooperativas de transporte para pasajeros en el cantón General Villamil Playas y a sus alrededores.

2.2.3.1. Cooperativa Transporte Villamil.

Esta cooperativa de transporte pesado se encuentra ubicada a noventa y un kilómetros de la ciudad de Guayaquil en el cantón General Villamil Playas su recorrido es de dos horas para trasladarse a la misma. El servicio de esta cooperativa es transportar pasajeros de Playas hasta la ciudad de Guayaquil. El actual presidente de esta cooperativa es el Sr. Klen Díaz, está conformado con treinta y dos socios de las cuales veinticinco unidades de vehículo son de marca modelo Yutong, de tal forma que los repuestos son escasos y es difícil obtenerlo en el cantón General Villamil Playas, por lo que podemos deducir que es una demanda insatisfecha dentro del mercado.

Figura 2-1. Buses de la Cooperativa Villamil



*Fuente: Cooperativa Transporte Villamil
Elaborado por: Autora*

2.2.3.2.Cooperativa Transporte Posorja

Esta cooperativa de transporte pesado se encuentra ubicada en la parroquia de Posorja a veintiún kilómetros del cantón General Villamil Playas su recorrido es de media hora para trasladarse de Playas a Posorja. El servicio de esta cooperativa es transportar pasajeros de Posorja a Playas y a su vez continua hasta la ciudad de Guayaquil. Está conformada con treinta y ocho socios de las cuales veinticinco unidades de vehículos son de marca modelo Yutong, de tal forma los repuestos son escasos obtenerlo en la parroquia Posorja y se puede analizar que es una demanda insatisfecha dentro del mercado.

Figura 2-2. Buses de la Cooperativa Posorja



*Fuente: Cooperativa Transporte Posorja
Elaborado por: Autora*

2.2.3.3.Cooperativa Narcisa de Jesús

La cooperativa de transporte pesado Narcisa de Jesús está ubicada en la parroquia Engabao a quince kilómetros del canto General Villamil Playas, su recorrido es veinte minutos hacia el mismo. Está conformada con veinte socios, posee diez unidades de vehículo de marca modelo Yutong. El servicio de esta cooperativa es transportar a los pasajeros de la parroquia Engabao hacia cantón General Villamil Playas. Obtener repuestos en la parroquia Engabao es imposible ya que no hay ningún local de repuestos, por lo que podemos deducir que es una demanda insatisfecha dentro del mercado.

Figura 2-3. Buses de la Cooperativa Narcisa Jesús



Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autora

2.2.4 Comercializadora de repuestos para buses

El proyecto pretende demostrar la viabilidad de la creación de una Comercializadora de Repuestos en el cantón General Villamil Playas.

La comercializadora de repuestos para buses es un emprendimiento de un nuevo negocio que implementará la actividad que este genere y aporte a la sociedad o al cantón General Villamil Playas para que de esta forma el sentido del negocio y concuerde con los objetivos planteados.

Comercializadora ECUALOLIZ se dedicará a la compra y venta de repuestos de buses especialmente de la Distribuidora Garzón provenientes de China y para su comercialización tanto a dueños de buses, Cooperativas de Transportes, minoristas, Consumidor final, etc. La comercializadora se especificara en las ventas de repuestos para buses con mayor rotación en el mercado.

Tipos de repuestos para buses de transporte pesado

Motor de arranque de la maquina



Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014
Elaborado por: Autora

Manzana para llantas



Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014
Elaborado por: Autora

Piñones para caja de cambio



Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014
Elaborado por: Autora

Filtro para combustible, aire y aceite



Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014
Elaborado por: Autora

Termostato para agua de la maquina



Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014
Elaborado por: Autora

Brazo de biela



Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014
Elaborado por: Autora

Piñon para la corona



Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014
Elaborado por: Autora

Piñones para caja de cambio



Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014
Elaborado por: Autora

Motor de arranque



Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014
Elaborado por: Autora

AmoMaquina completa para buses



Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014
Elaborado por: Autora

Kit de ensamblaje Yutong



Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014
Elaborado por: Autora

La calidad de los repuestos que van a ingresar al mercado a los potenciales clientes son confiables y cuentan con la certificación de calidad que garantizan los materiales los cuales generan confianza y seguridad al momento de la compra.

Los productos que se presentan estarán disponible en varias marcas: BF GERMANY, GATES, MAHLE, SACHS, ELRING, CINPAL, COFAP, EATON, ECKSIL, FAG, FRAS-LE, HOLSET, MARILIA, MOLAS OBENAU, BRIKSON, NAKATA, BEHER,

2.2.5 Crecimiento del PIB 2015 en el Ecuador

Por informe del Banco Central en enero del presente año la economía de Ecuador creció 3,4% durante el tercer trimestre de 2014, comparada con igual período de 2013. Los componentes del Producto Interno Bruto que contribuyeron al crecimiento económico en el tercer trimestre de 2014 son el consumo de los hogares, la inversión y las exportaciones. Ecuador tiene previsto lograr un crecimiento del PIB de 4,1% en 2015.²²

El Banco Central notifica que el crecimiento del 2015 dentro del mercado del Ecuador aumentará en 4.1% en el Producto Interno Bruto, es decir el consumo de la población de los hogares será alto este año a la inversión y las exportaciones para el Ecuador aunque el valor del petróleo disminuya.

2.2.6 Aporte socio-económico de las Comercializadora de repuestos para buses

Las comercializadoras de repuestos nuevos para buses de transporte pesado contribuirían a la sociedad de General Villamil Playas, y a la economía de todo el país. Estas optan por ingresar repuestos de unidades de buses de Cooperativas de Transportes, ya que además de obtener y brindan un servicio de calidad a sus potenciales clientes y consumidores finales de la comercializadora.

Las empresas deducirá para la venta de repuestos con mayor cantidad de salida para incrementar las ventas y la comercialización de los mismos, exclusivamente en las marcas de repuestos para buses que solicitan para la respectivas demandas en el cantón General Villamil Playas.

²² **Recuperado:** <http://www.bce.fin.ec/>

La calidad de los repuestos que brindan a los potenciales clientes es óptima ya que prioriza el correcto financiamiento de los mismos. El tipo de repuestos para buses de transporte pesado en el Ecuador es:

- Los genuinos son aquellos creados y comercializados por las marcas de vehículos de los mismos.
- Los originales son fabricados directamente por el proveedor y al mismo tiempo se comercializa o se vende por los canales de distribución.
- Los alternativos son los que no se establecen con el desarrollo, por lo que son independientes de los proveedores de repuestos a las marcas que se establecen dentro de la empresa.

2.2.7 Pymes

Mi pymes fue creado por emprendedores luchadores que creyeron en una oportunidad de un mercado que se podía abastecer y lograr un crecimiento a corto y largo plazo por sus aumentos de ventas y producción dentro del mercado específico.

Lo que se puede analizar que el mercado puede lograr las expectativas deseadas por consumidores no atendidos, adicional generando nuevas fuentes de trabajo, mejorando su calidad de vida y el desarrollo para un país estableciendo 80% de los negocios para mejorar la economía.

El Servicio de Rentas Internas y las PYMES

De acuerdo al SRI, las PYMES en el país tienen también su importancia:

- Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país.
- La PYMES en la actualidad constituyen una fuente de ingresos para la economía del país.
- El SRI clasifica a las Pymes en personas naturales o sociedades, de acuerdo a su organización.²³

La importancia con lleva a la vinculación entre el SRI y las PYMES son relativamente idóneas para constituir una fuentes de ingresos para la economía del país.

2.3. Marco Legal

2.3.1 Artículos vigentes de la Constitución del Ecuador

Art. 315. Establece, el Estado constituirá microempresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas.²⁴

El estado se preocupa siempre por los sectores estratégicos, tanto en prestaciones de servicios y bienes públicos, recursos naturales y el desarrollo de actividades económicas.

²³ **Recuperado:** <http://www.grupoenroke.com/index.php/proyecto-pymes/46-que-son-las-pymes>

²⁴ **Recuperado:** http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

El **Art. 319**, se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.²⁵

En la producción económica interna se contempla diversas maneras de organización en cualquier ámbito.

En tanto, el **Art. 320**, en las diversas formas de organización de los procesos de producción. Se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.²⁶

En cualquiera que fuese la organización de los procesos en la producción, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, valoración del trabajo y eficiencia tanto social como económica.

El **Art. 335**²⁷.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

²⁵ **Recuperado:** http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

²⁶ **Recuperado:** http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

²⁷ **Recuperado:** http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

El estado examinará cuando sea necesario, los intercambios y transacciones económicas, sancionando cualquier tipo de abuso o perjuicio, tanto en lo moral, como en lo económico y a los bienes en general.

Según el **Art. 336**²⁸, el Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación.

El estado dará apoyo a nuevo tipos de comercio justo, minimizando la distorsión de las intermediaciones.

2.3.2 Requisitos para formar una empresa en el Ecuador

Según la superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La escritura de fundación contendrá²⁹:

- El lugar y fecha en que se celebre el contrato.
- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla.
- El objeto social, debidamente concretado.
- Su denominación y duración.
- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones.

²⁸ **Recuperado:** http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

²⁹ **Recuperado:** <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/21711/6/14%20CAP%C3%8DTULO%205.pdf>

- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes
- El domicilio de la compañía.
- La forma de administración y las facultades de los administradores.
- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales.
- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía.
- Las normas de reparto de utilidades.
- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y la forma de proceder a la designación de liquidadores.

Los requisitos son primordiales dentro de la constitución de la compañía para ingresarla al mercado conseguir una fuente de ingresos y de trabajos para el país dentro de lo propuesto.

2.3.3 SRI. Registro Único de Contribuyentes

Para que el servicio de rentas internas le emita un Número RUC a una empresa se requiere³⁰:

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil

³⁰ Recuperado: <http://www.sri.gov.ec/>
<https://fernandonegrete.files.wordpress.com/2010/07/requisitos-para-formar-una-empresa-en-el-ecuador-y-las-mas-importantes-obligaciones-del-empresario-con-el-estado.doc>

- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación
- Extranjeros no Residentes: Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente.
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Planillas.

El registro en el Servicio de Rentas Internas es una base fundamental para sacar el RUC para la empresa, ya que conlleva se puede elaborar facturas o comprobantes de pagos para la producción de la empresa.

2.3.4 IESS

La emisión de un número patronal se requiere a través de la página web del IESS³¹ en la opción Empleadores podrá:

- Actualización de Datos del Registro Patronal,
- El sector al que pertenece,
- El número del RUC
- Seleccionar el tipo de empleador.

³¹ Recuperado: <http://www.iess.gov.ec>
repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/.../1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-17.pdf

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- Copia del RUC.
- Copias de la cédula de identidad del representante legal.
- Copia de la papeletas de votación o del certificado de abstención del representante legal.
- Copia de pago de teléfono, o luz
- Calificación artesanal si es artesano calificado.

Ingresar a los trabajadores en el IESS es una base que la Constitución que establece mediante el ingreso de obligaciones y deberes como las contrataciones y las planillas mensuales a pagar.

2.3.5 Certificado de Seguridad del B. Cuerpo de Bomberos

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y número de extintores dependerá de las dimensiones del local³².

Requisitos:

- Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
- Fotocopia nítida del RUC actualizado.
- Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.

³² **Recuperado:** <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/7945/1/D-38695.pdf>

- Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
- Nombramiento del representante legal si es compañía.
- Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
- Señalar dimensiones del local.

Estos certificados son obligatorios para la creación o constitución de la empresa, no se pueden pasar por altos ya que tienen sanciones respectivas en caso de que no cumplan con la adquisición del documento.

Capítulo 3

3. Marco Metodológico

En el marco metodológico se desea demostrar el tipo de investigación y procedimientos de análisis del mercado para alcanzar el objetivo deseado además de culminar la investigación.

3.1 Objetivo General

Analizar la situación actual del mercado de repuestos para buses de General Villamil Playas.

3.2 Objetivos específicos

- Determinar la posible demanda de repuestos por parte de las cooperativas de transportes intercantonal.
- Establecer el gasto promedio en repuestos para buses de transporte intercantonal.
- Determinar el tipo de repuesto con mayor frecuencia de daños.
- Establecer posibles competidores directos e indirectos.

3.3 Nivel de investigación

La presente investigación será de carácter exploratorio³³, dado que pretende analizar y determinar la potencial demanda de los repuestos de buses de las cooperativas que transitan dentro del cantón General Villamil Playas, analizar la posible viabilidad de crear la comercializadora planteada en este plan de negocios.

Exploratorio.-Son las investigaciones que pretenden darnos una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad del tema elegido ha sido poco explorado y reconocido

3.4 Método de aplicación

El método que se va aplicar dentro del plan de negocios es deductivo³⁴ ya que se introducirá para deducir la demanda que se obtendrá al crear una comercializadora en el cantón General Villamil Playas.

Deductivo.- El método deductivo o la deducción es uno de los métodos más usados a instancias de lograr, obtener, conclusiones sobre diversas cuestiones.

3.5 Técnicas de aplicación

Las técnicas de aplicación en este proyecto se realizarán por medio de encuestas³⁵ y entrevistas³⁶, son herramientas que permiten recolectar información con el fin de

³³ **Recuperado:** <http://metodologadelainvestigaciinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>

³⁴ **Recuperado:** <http://www.definicionabc.com/ciencia/metodo-deductivo.php#ixzz3XbRjMDA3>

³⁵ **Recuperado:** <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>

³⁶ **Recuperado:** <http://mentepsicologia.blogspot.com/2011/08/que-es-la-entrevista.html#ixzz3XsnRi9JN>

obtener la posible demanda de la comercializadora dentro del cantón General Villamil Playas.

Encuesta: *Según Richard L. Sandhusen, las encuestas obtienen información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas, ya sea personales, telefónicas o por correo.*

Entrevista: *Es una herramienta utilizada en muchos campos profesionales, por lo que se ha utilizado con el propósito de desarrollar un intercambio de ideas significativas encaminadas a una mutua ilustración.*

3.6 Análisis de mercado

En la preparación y elaboración de proyectos es indispensable dar atención al "estudio de mercado" o "cobertura" como condición fundamental para la viabilidad del proyecto en su conjunto, ya que, la demanda presente y futura bien determinadas, deciden la viabilidad del proyecto e influyen en las otras variables o componentes tales como: tamaño, localización, ingeniería, costos, ingresos, utilidades, etc.

El estudio de mercado tiene por objetivo establecer la cuantía de bienes y servicios, derivados de una nueva unidad de producción que en cierta área territorial y sobre determinadas condiciones de venta, la comunidad está dispuesta a adquirir”

En este estudio de mercado se contemplan dos aspectos que se encuentran vinculados entre sí: por un lado, el aspecto cuantitativo, que se refiere al dimensionamiento de la demanda actual y a sus proyecciones futuras y, por otro lado el enfoque cualitativo que considera las diferentes variables que influyen o determinan la demanda, comprende además, lo referente a comercialización, la cual se refiere al movimiento entre productores y usuarios.

Podemos respaldar la demanda que existe dentro del Cantón General Villamil Playas, por medio de las encuestas realizadas a los transportistas que conducen los buses de la Cooperativa Villamil Playas en las cuales se desarrollaran preguntas relacionadas con la seria demanda de repuestos de buses; y así determinar las necesidades, preferencias y requerimientos de los futuros consumidores y clientes.

3.7 Población y muestra

La Distribuidora ECUALOLIZ se dirigirá a la comercialización de repuestos de buses en el cantón General Villamil Playas, poseerá una cartera de más de 65 clientes fijos entre ellos los mayoristas, estamos hablando de una población a estudiar aproximada de 65 personas y el próximo año crecerá a 90 personas o socios de transporte pesado. Estos datos los obtuvimos de acuerdo con la investigación directa de los socios de las tres cooperativas Villamil, Posorja y Narcisa de Jesús dueños de buses Yutong

La muestra que vamos a realizar por medio de encuestas servirá para obtener información más verídica sobre el hallazgo de una oportunidad de negocio en un mercado no satisfecho aún en el cantón General Villamil Playas.

3.8 Tamaño de la Muestra.

Para proceder a obtener la muestra más óptima es necesario aplicar la formula estadística del método no probabilístico, ya que dicha fórmula nos permitirá analizar de acuerdo a nuestro razonamiento acerca de la investigación con un margen del 5% tenemos que:

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

n = Tamaño de la Muestra

N= Tamaño de la Población

σ = Desviación estándar

E= Error admisible que lo determina el investigador en cada estudio.

Z= Distribución normal de las medias muestrales

Reemplazando:

N= 65

E= 5%

σ = 0.50

z= 95% => 1.96

Fórmula

$$n = \frac{65 (0.50)^2 (1.96)^2}{(65 - 1)(0.05)^2 + (0.50)^2 (1.96)^2}$$

$$n = 54$$

Como resultado del cálculo realizado con la fórmula estadística, se ejecutarán 54 encuestas a socios dueños de las tres cooperativas.

3.9 Objetivos alcanzar de la encuesta

- Establecer el gasto promedio en repuestos para buses de transporte intercantonal.
- Determinar el tipo de repuesto con mayor frecuencia de daños.

3.10 Resultados de las encuestas

- A los socios de las diferentes Cooperativas de Transporte de buses de marca Yutong.

1.- ¿Con qué frecuencia usted hace mantenimiento a su transporte intercantonal?

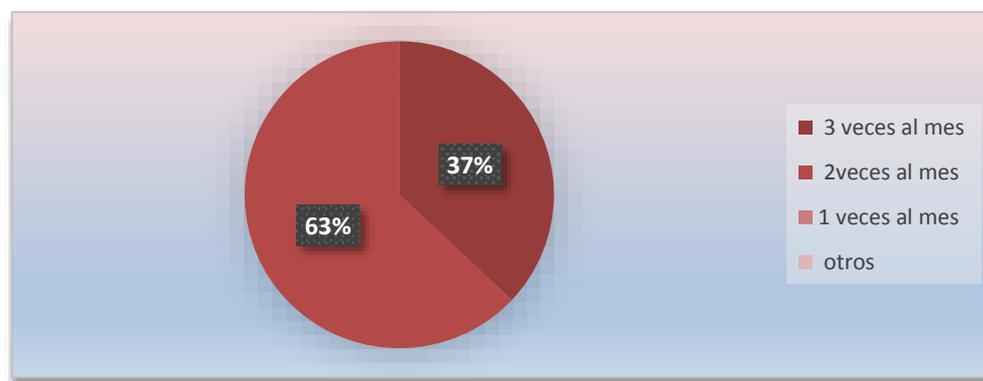
Tabla 3-1. Frecuencia de Mantenimiento de los buses

Frecuencia	Cantidad	%
3 veces al mes	<u>20</u>	37%
2 veces al mes	<u>34</u>	63%
1 veces al mes	<u>0</u>	0%
Otros	<u>0</u>	0%
Total	54	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora, 2014

Ilustración 3-1. Frecuencia de mantenimiento de los buses



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora, 2014

Análisis

Después de haber realizado las encuestas a los propietarios de los 54 buses de las diferentes Cooperativas de Transporte de marca Yutong, se ha determinado que: El 63% de estos le proporcionan a su vehículo mantenimiento 3 veces al mes, mientras que el 37% restante le proporciona 2 veces al mes..

2.- ¿Con qué frecuencia sufre daños su transporte intercantonal?

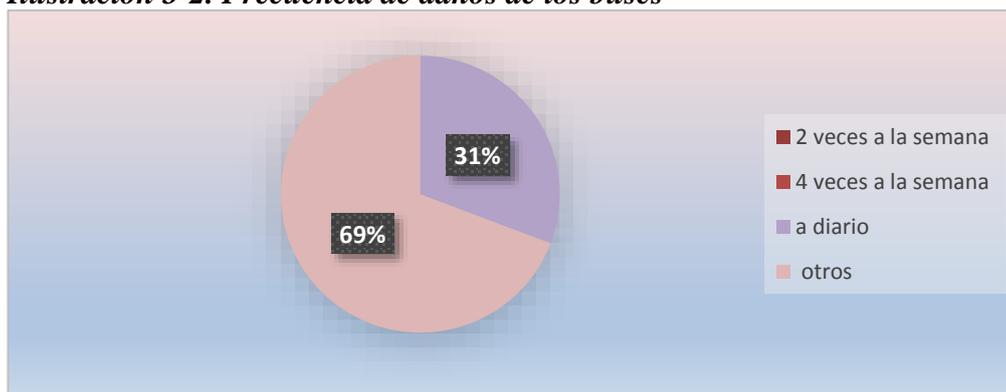
Tabla 3-2. Frecuencia de daños de los buses

Frecuencia	cantidad	%
2 veces a la semana	<u>0</u>	0%
4 veces a la semana	<u>0</u>	0%
a diario	<u>17</u>	31%
otros	<u>37</u>	69%
total	54	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora,2014

Ilustración 3-2. Frecuencia de daños de los buses



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora,2014

Análisis

Después de haber realizado las encuestas a los propietarios de los 54 buses de las diferentes Cooperativas de Transporte intercantonal, se ha determinado que: El 69% de estos respondió “otros”, lo cual significa que sus vehículos se dañan en periodos mayores a un mes, mientras que el 31% restante respondió “a diario”.

3.- ¿En qué ciudad suele comprar los repuestos de su transporte intercantonal cuando presentan daños?

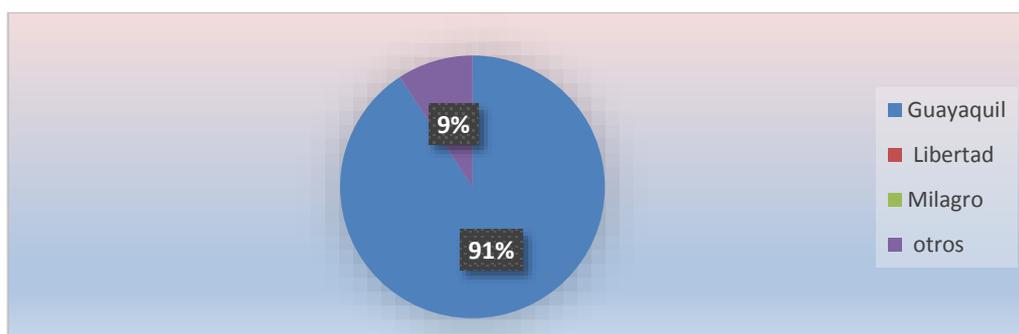
Tabla 3-3. Ciudades de adquisición de repuestos

Ciudades	cantidad	%
Guayaquil	<u>49</u>	91%
Libertad	<u>0</u>	0%
Milagro	<u>0</u>	0%
otros	<u>5</u>	9%
total	54	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora,2014

Ilustración 3-3. Ciudades de adquisición de repuestos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora,2014

Análisis

Después de haber realizado las encuestas a los propietarios de 54 buses de las diferentes Cooperativas de Transporte intercantonal, se ha determinado que: El 91% de estos respondió “Guayaquil”. Esto hace referencia a que la mayoría de los transportistas recurre a esta ciudad para adquirir repuestos para sus vehículos. Mientras que el 9% respondió “a diario” lo que deduce que se trasladan a otras distribuidoras de la provincia de Guayas y Pichincha.

4.- En la ciudad que suele comprar los repuestos. ¿Cuánto tiempo tarda en adquirirlo?

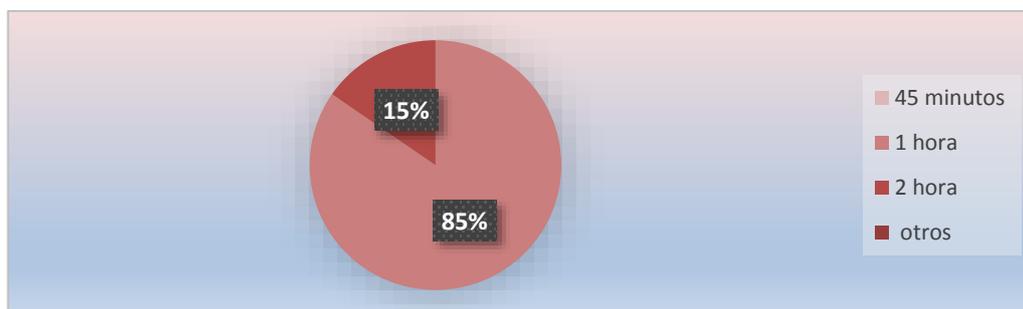
Tabla 3-4. Tiempo transcurrido por adquisición de repuestos

Tiempo	cantidad	%
45 minutos	0	0%
1 hora	46	85%
2 hora	8	15%
Otros	0	0%
total	26	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora,2014

Ilustración 3-4. Tiempo transcurrido por adquisición de repuestos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora,2014

Análisis

Después de haber realizado las encuestas a los propietarios de los 54 buses de las diferentes Cooperativas de Transporte intercantonal, se ha determinado que: El 85% de estos respondió que el tiempo que se demora en adquirir los repuestos es de “45 minutos”, mientras que el 15% respondió que se demoraba “1 hora”, el tiempo de su viaje para encontrar los repuestos de buses.

5.- ¿Cuánto es el gasto promedio en repuestos de su transporte intercantonal?

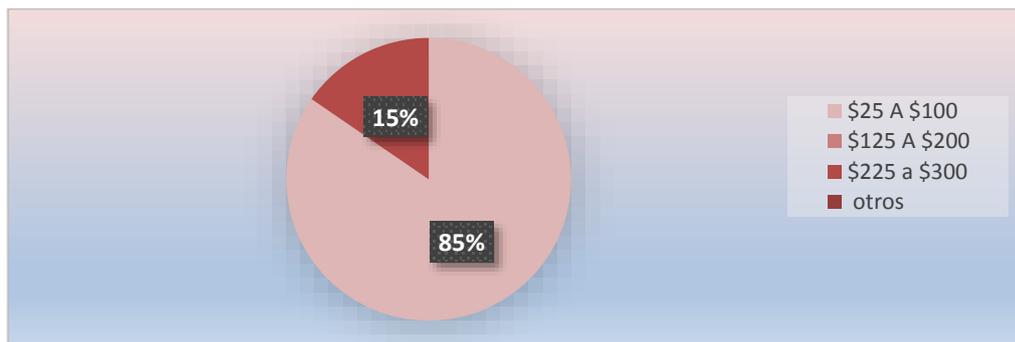
Tabla 3-5. Costos por adquisición de repuestos

Costo	cantidad	%
\$25 A \$100	<u>46</u>	85%
\$125 A \$200	<u>0</u>	0%
\$225 a \$300	<u>8</u>	15%
otros	<u>0</u>	0%
total	54	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora,2014

Ilustración 3-5. Costos por adquisición de repuestos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora,2014

Análisis

Después de haber realizado las encuestas a los propietarios de los 54 buses de las diferentes Cooperativas de Transporte intercantonal, se ha determinado que: El 85% de estos respondió que el valor que suelen gastar fluctúa entre r “\$125-\$200”, mientras que el 15% respondió que se gastaba entre “\$225-\$300”.

6.- ¿Qué tipo de repuestos presentan daños con mayor frecuencia en su transporte intercantonal?

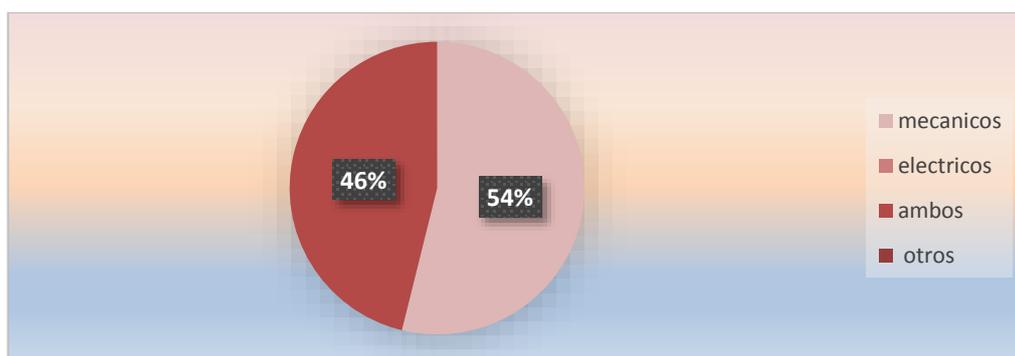
Tabla 3-6. Tipo de repuestos para los buses

Repuestos	cantidad	%
mecánicos	<u>29</u>	54%
eléctricos	<u>0</u>	0%
ambos	25	46%
otros	<u>0</u>	0%
total	26	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora, 2014

Ilustración 3-6. Tipo de repuestos para los buses



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora, 2014

Análisis

Después de haber realizado las encuestas a los propietarios de las 54 buses de la diferentes Cooperativas de Transporte intercantonal, se ha determinado que: El 54% de estos respondió que suelen adquirir a menudo repuestos “Mecánicos”, mientras que el 46% respondió que suelen adquirir “otros” tipos de repuestos.

7.- ¿Qué cantidad de repuestos suele adquirir cada vez que le realiza un mantenimiento preventivo?

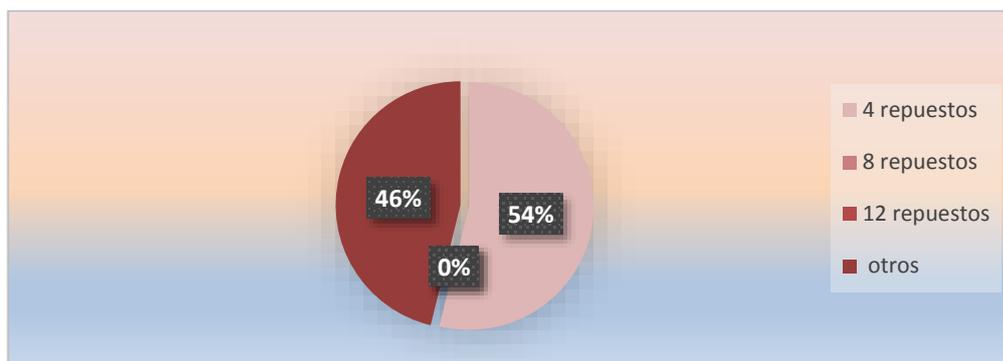
Tabla 3-7. Cantidad de repuestos que adquieren al mes

Repuestos	cantidad	%
4 repuestos	29	54%
8 repuestos	0	0%
12 repuestos	0	0%
otros	12	46%
total	54	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora,2014

Ilustración 3-7. Cantidad de repuestos que adquieren al mes



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora,2014

Análisis

Después de haber realizado las encuestas a los propietarios de los 54 buses de las diferentes Cooperativas de Transporte intercantonal, se ha determinado que: El 54% de estos respondió que en su mayoría compran “4 repuestos” al mes, mientras que el 46% respondió que suelen adquirir “otros” cantidad de repuestos

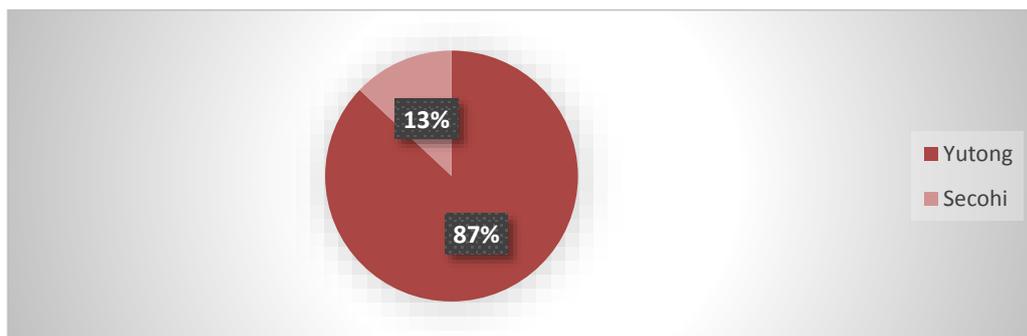
8.- ¿En qué distribuidora a nivel nacional suele usted adquirir los repuestos de su transporte intercantonal?

Tabla 3-8. Distribuidora que adquieren los repuestos

Distribuidora	cantidad	%
Yutong	47	87%
Secohi	7	13%
total	54	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora,2014

Ilustración 3-8. Distribuidora que adquieren los repuestos



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora,2014

Análisis

Después de haber realizado las encuestas a los propietarios de los 54 buses de las diferentes Cooperativas de Transporte intercantonal, se ha determinado que: El 87% de estos respondió que suelen adquirir repuestos de la “Distribuidora Yutong”, mientras que el 13% respondió que adquieren sus repuestos en la distribuidora “Secohi”.

9.- ¿Usted cree que sería necesario la creación de una comercializadora de repuestos para buses para cubrir la demanda en el cantón General Villamil Playas? y ¿Por qué?

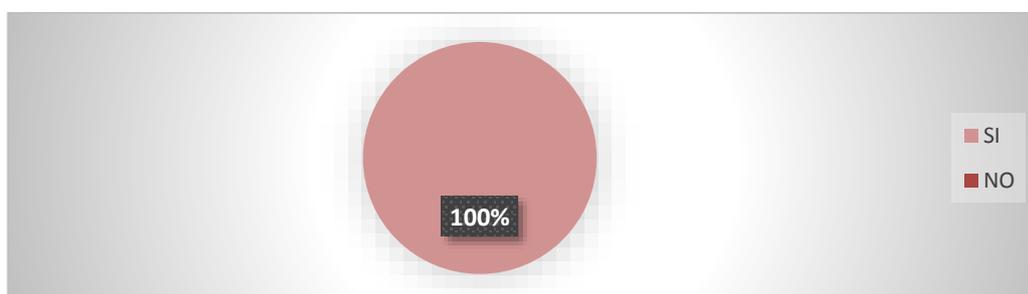
Tabla 3-9. Necesidad de la creación de una comercializadora de repuestos para buses

Comercializadora	cantidad	%
SI	<u>54</u>	100%
NO	<u>0</u>	0%
total	54	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora,2014

Ilustración 3-9. Necesidad de la creación de una comercializadora de repuestos para buses



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis

Después de haber realizado las encuestas a los propietarios de los 54 buses de las diferentes Cooperativas de Transporte intercantonal, se ha determinado que: El 100% de estos respondió que sí creen que sería necesario la creación de una comercializadora de buses para cubrir la demanda.

10.- En caso de existir una comercializadora de repuestos para buses en el cantón General Villamil Playas ¿Usted qué servicio adicional desea que ofrezcan?

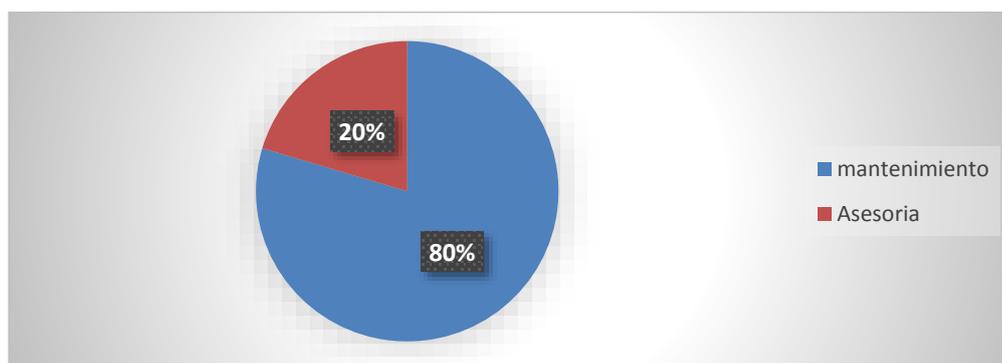
Tabla 3-10. Servicios adicionales de la comercializadora.

Servicios	cantidad	%
mantenimiento	<u>43</u>	80%
Asesoría	<u>11</u>	20%
total	54	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora,2014

Ilustración 3-10. Servicios adicionales de la comercializadora.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora,2014

Análisis

Después de haber realizado las encuestas a los propietarios de los 52 buses de las diferentes Cooperativas de Transporte de marca Yutong, se ha determinado que: El 80% de estos respondió que desea como servicio adicional el servicio de mantenimiento mientras el 20% restante respondió que les ayudaría el servicio de asesoramiento para los buses de transporte intercantonal.

3.11 Análisis General

El análisis de las encuestas da como resultado que se establece el gasto promedio en repuestos para buses de transporte intercantonal y adicional se necesita atender la demanda insatisfecha minimizando el costo de oportunidad para los dueños de los buses que adquieren los repuestos en la ciudad Guayaquil.

Se determinó, además que el tipo de repuestos con mayor frecuencia sufren daños por lo que se obtienen 65 clientes fijos para la compra de esos repuestos y el próximo año se maximizará en 90 clientes ya que todos los socios de las diferentes cooperativas obtendrán buses renovados que podrán adquirir repuestos que se comercializaron en el cantón General Villamil Playas.

3.12 Objetivos alcanzar de las entrevistas

- Determinar la posible demanda de repuestos por parte de las cooperativas de transportes intercantonal.
- Establecer posibles competidores directos e indirectos.

3.13 Panel de Experto

3.13.1. Entrevista a socios de las diferentes cooperativas.

- Socio de la Cooperativa Villamil Edison Clemente Rodríguez

Sr. - Edison Clemente Rodríguez es dueño de la Villamil N.- 30, comparte una antigüedad de quince años como socio de la Cooperativa de Transporte Villamil. Su bus Intercantonal es Marca Yutong Mediano, que tiene una capacidad de 45 pasajeros al momento de su recorrido. En la respectiva entrevista le solicitamos que nos colabore con cierta información con el fin de analizar el mercado actual en General Villamil Playas:

Análisis de la Entrevista 1

1. ¿Cuáles son los beneficios que obtuvo al pertenecer como socio de una cooperativa de transporte intercantonal?

- Entregan bonificaciones al cierre de cada año
- Entregan bonos de parte del Gobierno
- Disponen préstamos por parte de Consejo o Presidencia para compras de repuestos
- Aportan con créditos para llantas o lubricantes cada cierto periodo.

2. ¿Cuánto tiempo ha transcurrido de pertenecer como socio de la Cooperativa de Transporte Villamil?

Ha transcurrido quince años de pertenecer como socio de la Cooperativa de transporte Villamil

3. ¿Es rentable poseer un bus de transporte intercantonal como inversionista a largo plazo? y ¿Por qué?

Sí, Porque le ha generado rentabilidad su inversión de forma constante y obtiene beneficios adicionales y próspero.

4. ¿Cuál es motivo que realiza mantenimiento a su bus intercantonal de forma constante?

Para realizar un chequeo general de los motores y repuestos estén en excelente calidad para trabajo diario.

5. ¿Cuál es la cantidad estimada de repuestos para su bus intercantonal que adquiere mensualmente?

La cantidad estimada de repuestos que adquieren de forma mensual varían entre diez y doce repuestos, los cuales se utilizan en los respectivos mantenimientos, y lo adicional dependería del daño que sufren el bus.

6. ¿Cuáles son los tipos de repuestos que generalmente sufren daños con mayor frecuencia su bus intercantonal?

El tipo de repuestos que generalmente utilizan con mayor frecuencia son mecánicos y las llantas porque el trabajo es a diario y mayormente aumenta el desgaste los repuestos y accesorios para el bus intercantonal.

7. ¿Cuál es el costo de transporte por adquisición de los repuestos para su bus?

El costo transporte a que usted trasladarse a la ciudad de Guayaquil, mediante carro particular entre sus \$45.00

8. ¿Cuál es procedencia de los repuestos que utilizan con mayor frecuencia para su bus intercantonal?

La procedencia de los repuestos que se obtiene con facilidad son chinos.

9. ¿Cuál es el tiempo promedio de duración de los repuestos su bus intercantonal?

El tiempo promedio de duración de los repuestos varían entre tres a cinco meses y su cambio del mismo es constante.

10. ¿Cuál es el beneficio que le brinda la distribuidora que adquieren los repuestos para su bus intercantonal?

Les brinda créditos a los socios que pertenecen a las cooperativas afiliadas.

- Socio de la Cooperativa Villamil Jorge Enrique Rodríguez Panimboza

Sr. Jorge Rodríguez Panimboza es dueño de la Villamil N.- 1, obtiene una antigüedad de veinte años como socio de la Cooperativa de Transporte Villamil. Su bus Intercantonal es Marca Yutong Mediano, que tiene una capacidad de 45 pasajeros al momento de su recorrido. En la respectiva entrevista le solicitamos que nos colabore una cierta información con el fin de analizar el mercado actual en General Villamil Playas.

Análisis de la Entrevista 2

1. ¿Cuáles son los beneficios que obtuvo al pertenecer como socio de una cooperativa de transporte intercantonal?

- Entregan bonos de parte del Gobierno
- Disponen préstamos por parte de Consejo o Presidencia para compras de repuestos
- Entregan bonificaciones al cierre de cada año

1. ¿Cuánto tiempo ha transcurrido de pertenecer como socio de la Cooperativa de Transporte Villamil?

Ha transcurrido veinte años de pertenecer como socio de la Cooperativa de transporte Villamil.

2. ¿Es rentable poseer un bus de transporte intercantonal como inversionista a largo plazo? y ¿Por qué?

Sí, porque dan apertura y generan ganancias optima como inversionista dentro del mercado

3. ¿Cuál es motivo que realiza mantenimiento a su bus intercantonal de forma constante?

Para evitar algún desperfecto en el transcurso de la vía, por ese motivo se realiza mantenimiento dos veces para el bus de forma mensual.

4. ¿Cuál es la cantidad estimada de repuestos para su bus intercantonal que adquiere mensualmente?

La cantidad estimada de repuestos que se puede adquirir de forma mensual varían entre ocho a doce repuestos por lo que normalmente se utilizan en los respectivos mantenimientos, y lo adicional dependería del daño que sufre el bus.

5. ¿Cuáles son los tipos de repuestos que generalmente sufren daños con mayor frecuencia su bus intercantonal?

El tipo de repuestos que generalmente utilizan son ambos es decir mecánicos y eléctricos porque el trabajo es a diario y mayormente sufre desgaste los repuestos para el bus intercantonal.

6. ¿Cuál es el costo de transporte por adquisición de los repuestos para su bus?

El costo transporte dependería de la forma que usted se trasladaría a la ciudad de Guayaquil, mediante carro particular entre sus \$40.00 y si es en un bus intercantonal serían entre sus \$30.00

7. ¿Cuál es procedencia de los repuestos que utilizan con mayor frecuencia para su bus intercantonal?

La calidad de los repuestos buena ya que apertura a tener accesibilidad en el costo para la adquisición de los repuestos

8. ¿Cuál es el tiempo promedio de duración de los repuestos su bus intercantonal?

El tiempo promedio de duración de los repuestos varían entre sus cuatro a seis meses y el cambio de repuestos es frecuente en el bus intercantonal.

9. ¿Cuál es el beneficio que le brinda la distribuidora que adquieren los repuestos para su bus intercantonal?

Nos brinda asesoría directa de los repuestos y mantenimiento preventivo con el fin de maximizar la vida útil de cada uno de los mismos.

- Socio de la Cooperativa Villamil Honorio Yagual Zacarías

Sr. Honorio Yagual Zacarías de la Villamil N.- 20, obtiene una antigüedad de quince años como socio de la Cooperativa de Transporte Villamil. Su bus Intercantonal es Marca Yutong Mediano, que tiene una capacidad de 45 pasajeros al momento de su recorrido. En la respectiva entrevista le solicitamos que nos colabore una cierta información con el fin de analizar el mercado actual en General Villamil Playas.

Análisis de la Entrevista 3

1. ¿Cuáles son los beneficios que obtiene al pertenecer como socio de una cooperativa de transporte intercantonal?

- Entregan bonificaciones al cierre de cada año
- Aportan con créditos para llantas o lubricantes cada cierto periodo.
- Entregan bonos de parte del Gobierno

2. ¿Cuánto tiempo ha transcurrido de pertenecer como socio de la Cooperativa de Transporte Villamil?

Ha transcurrido veinte años de pertenecer como socio a la Cooperativa de Transporte Villamil.

3. ¿Es rentable poseer un bus de transporte intercantonal como inversionista a largo plazo? y ¿Por qué?

Si, por su puesto me otorga beneficios que he comprobado que otras compañías me entrega, hay rentabilidad a largo plazo.

4. ¿Cuál es motivo que realiza mantenimiento a su bus intercantonal de forma constante?

Para que no ocurra desperfecto en el transcurso de la vía se realiza entre dos a tres veces de mantenimiento en el bus intercantonal.

5. ¿Cuál es la cantidad estimada de repuestos para su bus intercantonal que adquiere mensualmente?

La cantidad estimada que se adquieren son de doce a catorce repuestos mensualmente.

6. ¿Cuáles son los tipos de repuestos que generalmente sufren daños con mayor frecuencia su bus intercantonal?

Generalmente se utiliza ambos ya los repuestos tienen vida útil corta, por lo consiguiente se debe remplazar cada cierto tiempo.

7. ¿Cuál es el costo de transporte por adquisición de los repuestos para su bus?

El costo transporte dependería de la forma que usted se trasladaría a la ciudad de Guayaquil, mediante carro particular \$50.00 por lo general.

8. ¿Cuál es procedencia de los repuestos que utilizan con mayor frecuencia para su bus intercantonal?

La procedencia de los repuestos varían pero generalmente son Chinos y muy pocos son Taiwán.

9. ¿Cuál es el tiempo promedio de duración de los repuestos su bus intercantonal?

El tiempo promedio son de cuatro a seis meses y maximizando su costos cada cierto tiempo.

10. ¿Cuál es el beneficio que le brinda la distribuidora que adquieren los repuestos para su bus intercantonal?

- Nos otorgan crédito para adquisición de repuestos de forma oportuna.
- Nos dan asesoría inmediata y las soluciones respectivas.

3.14 Entrevista general al Gerente general Distribuidora Garzón

Distribuidora Garzón dio la apertura para la demostración de los repuestos para buses de transporte pesado y adicional venta de buses modelo Yutong de cooperativas intercantonal e interprovinciales importado directamente de China. La matriz se encuentra ubicado Av. Las Américas frente al Centro de Convenciones de Guayaquil y posee una sucursal en el cantón Duran.

El Gerente General de la Distribuidora Garzón Ing. Reineira Reyna, es el encargado de la matriz y sucursal. Se trata de un excelente profesional que denota sus conocimientos en la Administración de la compañía. Actualmente se encuentra en un ascenso en ventas, ya que son repuestos y buses originales de la marca Yutong y establecen un inventario de excelente calidad y variedad a la compañía.

Adicional a lo anterior se encargan de brindar el servicio de mantenimiento a los buses vendidos por la compañía con el fin de maximizar el tiempo de vida útil del vehículo a los propietarios de los buses de diferentes cooperativas de transporte de marca Yutong.

Para concluir se comprende la situación de sigilo de los datos financieros de la compañía. Hasta cierto punto no los pudieron brindar, pero obtuve satisfacción al conocer a excelente compañía de servicios de alta calidad para el Ecuador.

Capítulo 4

4. Desarrollo del plan de negocios ECUALOLIZ

4.1 Resumen ejecutivo

ECUALOLIZ es una microempresa de compra y venta de repuestos para vehículos de transportes pesados dirigidos a dueños, directivos y socios de tres cooperativas de buses de transporte público que se encuentran localizadas en los alrededores del cantón General Villamil Playas. La investigación realizada fue motivada por el hallazgo de una oportunidad de negocio en un mercado no satisfecho aún en el cantón General Villamil Playas, ya que ningún tipo de empresa se ha decidido a desarrollar y comercializar repuestos para buses, por lo cual estamos hablando de un inversión nueva, por lo que se pronostica un éxito de la comercialización de repuestos para este tipo de transporte pesado ya que se trata de una idea innovadora y no existente en los mercados a los que se va a destinar su comercialización .

Este proyecto trata sobre la creación de una comercializadora de partes y piezas de repuestos para buses intercantonales y distribuidoras e importadoras de la ciudad de Guayaquil. Tiene como objetivo brindar el servicio oportuno en el momento

indicado con garantía y respaldo de su venta con repuestos cien por ciento originales y de buena calidad.

La finalidad del plan de negocio tiene como objetivo general desarrollar un proyecto para demostrar la viabilidad de crear una comercializadora dedicada a la compra y venta de repuestos para buses en el cantón de General Villamil Playas, debido a la recolección de información en distintos medios de investigación se ha logrado determinar las principales características del mercado de transporte pesado en el cantón General Villamil Playas, su oferta y demanda actual con la diferentes cooperativas de transportes dispuestas a creer en el nuevo mercado que puede abastecer con la necesidades actuales.

4.2 Misión

ECUALOLIZ es una compañía enfocada a la atención al cliente brindándoles el servicio directo y post-venta para garantizar la satisfacción a nuestros clientes externos, brindándoles productos de buena calidad.

4.3 Visión

ECUALOLIZ en cinco años será una compañía rentable, segura y confiable, que podrá suplir las necesidades de sus clientes fieles y externos, dándole un servicio adicional de excelente calidad a su vez maximizando sus ganancias para sus socios.

4.4 Valores de la compañía

Los valores de las organizaciones son los primordiales para el desempeño de la compañía, son aquellos que optimizan el servicio al cliente como la honestidad, la responsabilidad, el respeto, la confianza, etc.

Ilustración 4-1 Valores de la Comercializadora



Fuente: Investigación realizadas por la autora

Elaborado por: Autora

Los valores organizacionales se incorporan el desempeño forman parte del valor de una organización a clientes y personal ya que con ello motivan y reviven al personal para entregar su esfuerzo máximo por el bienestar de la compañía. Y con ello crea una ventaja competitiva que es difícil destruir ya que se incorporan e implementan en valores propios y únicos de la organización.

4.5 Objetivos

- Diferenciarse de otros negocios por su servicio inigualable y sus productos de excelente calidad.
- Mantener y obtener un stock en mercaderías para poder tener una rentabilidad esperada.
- Desarrollar un plan de control de servicios y mercaderías que se distribuye dentro de la compañía.

- Lograr fidelizar a nuestros clientes por servicio durante y después de la venta a través de páginas web y redes sociales.
- Incrementar ganancias por convenio con proveedores dentro y fuera del país de su vez con productos de calidad.

4.6 Marca

El nombre de la marca es “**ECUALOLIZ**” es un nombre diseñado con el fin de captar a los consumidores para que prefieran nuestra marca por ser ingeniosa impecable con su fidelidad ante los clientes potenciales que se obtengan.

4.6.1 Razón social

Como se realizará la constitución de la distribuidora con tres socios su razón social se lo ingresará como EMANOBA S.A.

4.6.2 Isotipo

Ilustración 4-2. Isotipo de la Comercializadora



*Fuente: Investigación realizadas por la autora
Elaborado por: Autora*

4.6.3 Slogan

Por medio de un diseño y un análisis determinado se llevó a cabo el respectivo slogan:

El repuesto al alcance de tus manos y comodidad

4.6.4 Isotipo y Slogan

Ilustración 4-3. Isotipo y slogan de la Comercializadora



*Fuente: Investigación realizadas por la autora
Elaborado por: Autora*

4.7 Idea del negocio

Crear una microempresa o comercializadora que atienda las necesidades de los dueños, socios o directivos de buses de transporte pesado de tres cooperativas que se localizan alrededor del cantón General Villamil Playas ofreciendo repuestos para sus transportes, adicionalmente agregarle valor al cliente durante y después de la venta.

Este negocio surge para suplir las necesidades de dueños de buses intercantonales, urbanos, entre otros, con el fin de lograr minimizar el costo de oportunidad del tiempo de la compra de repuestos que se lo realiza en la ciudad de

Guayaquil. La comercializadora operará inicialmente en el cantón General Villamil Playas, poco a poco ir creciendo en la parroquia de Posorja.

Estudio de mercado

4.8 Matriz FODA:

El análisis FODA es importante ya que permite identificar los factores críticos de la empresa así como los factores positivos para poder diseñar una estrategia acorde con las necesidades de la organización.

Fortalezas:

- Ser una comercializadora pionera en repuestos exclusivos buses en el cantón Playas.
- Establecer alianza estratégica con la distribuidora de repuestos importados de China.
- Tener un stock de repuestos óptimo y de buena calidad.
- Encontrarse en el lugar estratégico donde el cliente puede visualizar los productos.

Oportunidades:

- Reducir el costo de oportunidad para el cliente de obtener los repuestos en la ciudad.
- Moldear los horarios con el fin de acaparar la mayor cantidad de ventas mensuales.
- Obtener clientes internos profesionales para la atención del servicio al cliente.
- Crecimiento del sector y demanda connotante en el mercado.

Debilidades:

- Ser los primeros en ingresar en un sector despreocupado en el mercado.
- No alcanzar ni superar el punto de equilibrio en ventas.
- No lograr fidelización de los clientes para compras en el cantón.
- No abastecer con los proveedores nacionales.

Amenazas:

- Apertura de competencia y abaratar sus precios.
- Incrementar los costos fijos y con ello aumentar precio.
- No tener proveedores directo de China, sino intermediarios.
- No Ser reconocido en un mercado vulnerable.

Tabla 4-1. Matriz FODA

Matriz FODA	
Fortalezas:	Oportunidades:
o Ser una comercializadora pionera en repuestos exclusivos buses en el cantón Playas.	o Reducir el costo de oportunidad para el cliente de obtener los repuestos en la ciudad.
o Establecer alianza estratégica con la distribuidora de repuestos importados de China.	o Moldear los horarios con el fin de acaparar la mayor cantidad de ventas mensuales.
o Tener un stock de repuestos óptimo y de buena calidad.	o Obtener clientes internos profesionales para la atención del servicio al cliente.
o Encontrarse en el lugar estratégico donde el cliente puede visualizar los productos.	o Crecimiento del sector y demanda connotante en el mercado.
Debilidades:	Amenazas:
o Ser los primeros en ingresar en un sector despreocupado en el mercado.	o Apertura de competencia y abaratar sus precios.
o No alcanzar ni superar el punto de equilibrio en ventas.	o Incrementar los costos fijos y con ello aumentar precio.
o No lograr fidelización de los clientes para compras en el cantón.	o No tener proveedores directo de China, sino intermediarios.
o No abastecer con los proveedores nacionales.	o No Ser reconocido en un mercado vulnerable.

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

4.9 Matriz de evaluación de los factores internos (EFI)

Tabla 4-2. Matriz de evaluación de los factores internos (EFI)

Matriz de Evaluación de los Factores Internos (EFI)			
	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Fortalezas			
○ Ser una comercializadora pionera en repuestos exclusivos buses en el cantón Playas.	0,2	4	0,8
○ Establecer alianza estratégica con la distribuidora de repuestos importados de China.	0,15	3	0,45
○ Tener un stock de repuestos óptimo y de buena calidad.	0,15	3	0,45
○ Encontrarse en el lugar estratégico donde el cliente puede visualizar los productos.	0,2	4	0,8
Debilidades			
○ Ser los primeros en ingresar en un sector despreocupado en el mercado.	0,08	2	0,16
○ No alcanzar ni superar el punto de equilibrio en ventas.	0,08	2	0,16
○ No lograr fidelización de los clientes para compras en el cantón.	0,08	2	0,16
○ No abastecer con los proveedores nacionales.	0,06	1	0,06
<u>TOTAL</u>	<u>1</u>		<u>3,04</u>

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

4.10 Matriz de factores externos

Tabla 4-3. Matriz de factores externos

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS (EFE)			
Oportunidades	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
○ Reducir el costo de oportunidad para el cliente de obtener los repuestos en la ciudad.	0,20	4	0,80
○ Moldear los horarios con el fin de acaparar la mayor cantidad de ventas mensuales.	0,10	3	0,30
○ Obtener clientes internos profesionales para la atención del servicio al cliente.	0,20	4	0,80
○ Crecimiento del sector y demanda connotante en el mercado.	0,20	4	0,80
Amenazas	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
○ Apertura de competencia y abaratar sus precios.	0,05	1	0,05
○ Incrementar los costos fijos y con ello aumentar precio.	0,10	2	0,20
○ No tener proveedores directo de China, sino intermediarios.	0,10	2	0,20
○ No Ser reconocido en un mercado vulnerable.	0,05	1	0,05
<u>TOTAL</u>	<u>1</u>	-	<u>3,20</u>

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

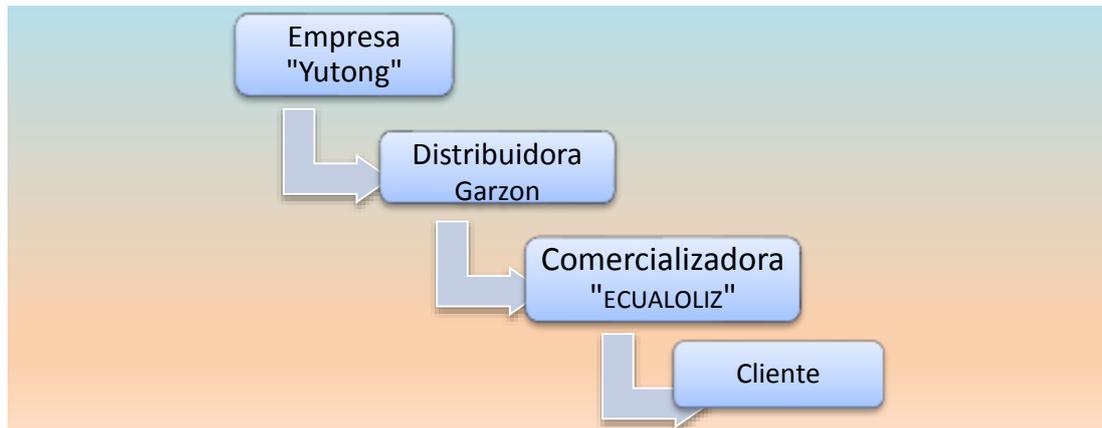
4.11 Métodos de ventas y distribución.

Los métodos de venta están clasificado en cuatro principales para poner los productos al alcance del cliente.

- Productor a consumidor
- Productos a minorista a cliente
- Productor a mayorista a minorista a cliente
- Productor a agente a mayorista a minorista a consumidor

El método de venta que se va a utilizar es Productor a mayorista a minorista a cliente y lo vamos a explicar mediante el siguiente gráfico:

Ilustración 4-4. Métodos de venta para la comercializadora



Fuente: Investigación realizadas por la autora

Elaborado por: Autora

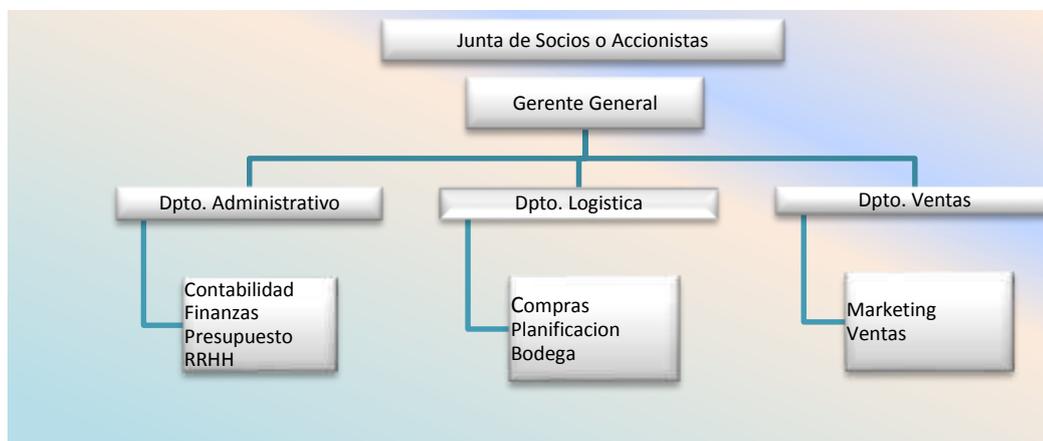
4.12 Estudio organizacional

4.13 Constitución de la empresa

El nombre de la empresa es “**ECUALOLIZ**”, una parte del nombre se deriva de nuestro país Ecuador con el fin desde nombre de la comercializadora se manifieste la visión a largo plazo ser unos de los pioneros dentro de la compra y venta de los repuestos de transporte pesado. Será constituida como una Empresa Limitada, el cual quedara suscrito como “**ECUALOLIZ**” Compañía limitada, será creada en el cantón General Villamil Playas de la provincia del Guayas, tendrán tres socios con una aportación individual de **\$11.500,00** para el capital suscrito y el financiamiento en una entidad bancaria de **\$25.000,00** para la inversión inicial.

4.14 Estructura organizacional

Ilustración 4-5. Estructura Organizacional de la comercializadora



Fuente: Investigación realizadas por la autora

Elaborado por: Autora

4.15 Requerimiento de Personal

Tabla 4-4. Requerimiento de funciones para Gerente General.

Nombre del Puesto: GERENTE GENERAL	
Detalle de Funciones	
<input type="radio"/>	Coordinar la formulación del plan estratégico de la empresa con la participación del personal.
<input type="radio"/>	Formular las políticas de la organización en su gestión.
<input type="radio"/>	Modificar la estructura orgánica de la organización
<input type="radio"/>	Supervisar el cumplimiento de los planes y programas
<input type="radio"/>	Cumplir y hacer cumplir las políticas determinadas
<input type="radio"/>	Efectuar el seguimiento y control de los objetivos planteados.
<input type="radio"/>	Orientar y aprobar la reformulación de los planes
<input type="radio"/>	Preparar informes sobre asuntos de interés
Requisitos y condiciones del puesto	
<input type="radio"/>	Educación formal: Superior
<input type="radio"/>	Especialidad y título: Administración, Ing. En administración de empresas o afines
<input type="radio"/>	Dominio del idioma inglés.
<input type="radio"/>	Tiempo y experiencia previa requerida: Cinco años en la dirección de una empresa
<input type="radio"/>	Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad 25 años; en adelante.
<input type="radio"/>	Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, Liderazgo, , negociación

Fuente: Investigación realizadas por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

Tabla 4-5. Requerimiento de funciones para un Contador

Nombre del Puesto: <u>CONTADOR</u>	
Detalle de Funciones	
<input type="radio"/>	Las aperturas de los libros de contabilidad.
<input type="radio"/>	Establecimiento de sistema de contabilidad
<input type="radio"/>	Estudios de estados financieros y sus análisis
<input type="radio"/>	Certificación de planillas para pago de impuestos.
<input type="radio"/>	Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.
<input type="radio"/>	La elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.
<input type="radio"/>	Declaración de las obligaciones para el SRI.
Requisitos y condiciones del puesto	
<input type="radio"/>	Educación formal: CBA o CPA
<input type="radio"/>	Especialidad y título: Contabilidad y Auditoría
<input type="radio"/>	Tiempo y experiencia previa requerida: Dos años en contabilidad.
<input type="radio"/>	Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 25 años; edad máxima 35 años.
<input type="radio"/>	Condiciones personales especiales: Trabajo bajo presión, negociación

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

Tabla 4-6. Requerimiento de funciones para cajeros

Nombre del Puesto: <u>CAJEROS</u>	
Detalle de Funciones	
<input type="radio"/>	Archivar las órdenes de trabajo.
<input type="radio"/>	Realizar el trabajo de facturación.
<input type="radio"/>	Realizar el registro de ventas.
<input type="radio"/>	Realizar los cuadros de caja.
<input type="radio"/>	Realizar los depósitos en bancos
Requisitos y condiciones del puesto	
<input type="radio"/>	Educación formal: Bachiller
<input type="radio"/>	Especialidad y título: Bachiller
<input type="radio"/>	Tiempo y experiencia previa requerida: 1 año en cargos similares.
<input type="radio"/>	Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 20 años; edad máxima 30 años.
<input type="radio"/>	Condiciones personales especiales: Trabajo bajo presión.

Fuente: Investigación realizadas por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

Tabla 4-7. Requerimiento de funciones de Bodegueros

NOMBRE DEL PUESTO: <u>BODEGA</u>	
DETALLE DE FUNCIONES	
○	Mantener la administración de los productos de consumo de la bodega y de oficina que se utilizan en las diferentes unidades de la institución.
○	Distribuir a las diferentes unidades los materiales de oficina requeridos y llevar control de existencias y pedidos.
○	Colaborar con las unidades en el traslado de documentación interna.
○	Mantener limpias y ordenadas las oficinas
○	Mantener limpios y ordenados los utensilios e implementos que se utilizan en las reuniones de trabajo de la institución
○	Guardar y custodiar el equipo utilizado en las diferentes reuniones y presentaciones de la institución.
○	Colaborar con las diferentes unidades cuando así sea requerido: reproducción de copias, envíos de fax, etc.
Requisitos y condiciones del puesto	
○	Educación formal: Bachiller
○	Especialidad y título: Bachiller
○	Tiempo y experiencia previa requerida: 1 año en cargos similares.
○	Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 20 años; edad máxima 30 años.
○	Condiciones personales especiales: Trabajo bajo presión.

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

Estudio de marketing

4.16 Proveedor

DISTRIBUIDORA GARZON

En el año 1988 funda la compañía DISTRIBUIDORA GARZON el Sr. Jaime Garzón relacionándose desde muy corta edad al sector automotriz, específicamente al transporte pesado. Iniciando su primer almacén en la ciudad de Guayaquil ubicado en las calles Alcedo y Machala. Su visión primordial la importación, distribución y comercialización de repuestos automotrices para transporte pesado tales como: Mercedes Benz, Volkswagen, Scania, Volvo, Yutong, etc.

Actualmente es representante y distribuidor de algunas marcas nacionales e internacionales reconocidas a nivel mundial. Siempre dándole un excelente servicio y satisfaciendo las necesidades de los clientes, contando con un gran stock de repuestos.

Figura 4.1. Distribuidora Garzón S.A



Fuente: Pagina Distribuidora Garzón
Elaborado por: Autora

Productos

Ilustración 4-6. Importaciones de repuestos



Fuente: Pagina Distribuidora Garzón
Elaborado por: Autora

4.17 Repuestos para buses Yutong

Lista de productos

Detallamos la siguiente lista de los repuestos que tienen mayor salida del cual nos vamos a enfocar en su respectiva venta dentro la comercializadora en General Villamil Playas, adicionalmente en anexos le adjuntamos el total de repuestos que tiene la Distribuidora Garzón.

Ilustración 4.9. Lista de repuestos para comercializadora

N.-	Código	Nombre
1	M9328	Acople Pinon 1ra /2da S690 Maet
2	M1589	Amortig.Carroc.Bus Marco Polo
3	Y2920	Amortig.Delt.Yutong 6100/6107 Sachs Aleman
4	S1819	Anillo Separad.Pinon 2da/Gr801r Scania K124 Euro
5	M0003	Automatico De Arranq 1721 Delco Mod.
6	S1005	Banda Motor 8pk1509 Scaniaa Gates
7	M1702	Base De Hierro Para Asiento Plastico Caio
8	C2875	Bendix Pinon Arranq Cumins Remy
9	M0013	Bobina De Campo Delco Remi 24 V Ant.
10	M1908	Bocines Biela Om366la Ecol Std Mahle.Jgo
12	M6022	Boton Del Piso Corto/Buss.Knorr
13	Y2178	Boya De Suspenc Mb Yuton Orig.46 Cm Connet
14	M1737	Brazo Pitman Direc. 1721/22 Orig
15	V1996	Buje Barra Tensora Post Vw 107x115x19 Varios Rei
16	S2077	Bujes Barra Leva Scania K124 Mahle Jgo
17	M3474	Cabezote De Compr C/Valv No Inc.1620 Knor

18	M6526	Cable Acelerador Completo Con Caja 1721 Bus
19	M5556	Caja Satelite 608/708 Bras
20	S0615	Camisas Scania K124 Std C/Una Mahle
21	M0157	Canast. Caja Dir 8062 Zf
22	M3629	Capuchon Palanca De Cambio 1924/2632 Dt
23	C1801	Chapas Bancada Cumins 325/360 0.25 Clevi Usa
24	M6630	Ciguenal De Compr.1620 Knorr
25	M0733	Cilin. Ahogad.Bomba Inyecc 366/403 8 Ml. Ruili
26	M2923	Colector Escape 352 Turbo Alto C/Freno Mot
27	M0507	Cono Sincron Bronce 1ra/2da G.60/85 Euro Mb
28	M3396	Corona 17x29 1924 Ant Aleman
29	M1618	Cruzeta Corona 1318/1620 29ml Euroric
30	M7602	Disco De Freno Post L-914/914c Bras
31	M1141	Empaque Cabezote 366 A/La Sabo
32	M3041	Filtro Secad Aire M Benz Gris Especial
33	V2670	Flange Rul Centro 17210 Volks Bras
34	M8232	Kit Barra Estab. Post.Jgo De 2 Comp Europa
35	M9201	Manguera Interc 1722 Roja
36	M0598	Mano Post 1720/ 1721/1722 Parte Post
37	M9130	Orquilla C/Camb 5ta.6ta S6-680 Zf Todas
38	M2172	Palanca De Orquilla Dual Mic Bras
39	M2177	Pin Caja Satelite 1318/1620/1721 Maet
40	M2137	Pinon De Bomba Inyeccion 366a/La 1721 Eur
41	M2666	Pistones Om355 0.50 Ml Jgo Oferta
42	M5020	Placa Lateral Rotor Bomba Dir 7683 Zf
43	M2000	Planetario 1113/1319/1419 Mod Euro/Maet
44	M4645	Plato Embr 352 Unas 280 Sachs Brasil

45	M3291	Polea De Bombona Dir Hidrau.352
46	M9169	Pulmon Post. 20/30 Typo Wabco Alem
47	M3895	Rache Autom Post 1417/1721/22/ Der/Izq Ruili
48	M1345	Resorte Grueso De Pulmon Post 12 Wabco
49	V3901	Rines Mwm 6.10 Tca Std Volk 17210 Icil Mahl
50	M3238	Rul 30312 Rued Delt.Int. Ant. Mar Yyyyy
51	M1995	Satelite 1113 Mod. Cinpal/Euror
52	M2195	Sincroniz. G/340 Zf Normal Bras
53	M7635	Tambor Delt.1113/1318/19 Orig.5.1/2 Sungre
55	M5547	Tapa Eje Piloto Caja G/360 Rei
56	M1183	Term Dir.Largo 1113/1115/ Buss Nakata
57	M1171	Tope De Auxiliar 1113/1513 Delt.Ant.
58	M3136	Tuerca De Ajuste Rul Cono 1513/1317/18 C/Dual
59	M0740	Valv. 4 Circuitos 1620/1721/22 Apu Tipo Wab.Ruil
60	M3058	Varilla Caja G-340 2da. 3ra. Bras
61	M4160	Vaso De Filtro Aceite 366/A Aluminio
62	V3076	Ventilador Volksw 17210 Solo Bras
63	M6005	Zapa F.Air 1318/19 1rue.Std 6.5 Plg.

Fuente: Distribuidora Garzón

Elaborado por: Autora

4.18 Marketing mix

Producto

Lo primordial en este proceso es identificar las estrategias del producto en el plan de negocio que en este caso son los repuestos de buses de transporte pesado. Las estrategias a implementarse en el producto son:

- Hacer convenio con proveedores para que distribuyan productos de excelente calidad.
- Abastecerse de suficiente Stock de repuestos.
- Variación de repuestos de diferentes marcas que sean calidad garantizada.

Precio

Para analizar los precios de venta se enfocan en la variedad de los repuestos de los buses ya que vamos a comercializar repuestos a partir de \$10.00 hasta repuestos que superan los \$200,00 que podemos analizar que el punto de equilibrio es idóneo ya que constamos con productos de buena calidad de accesible a los clientes y para ello utilizamos el uso correcto de las técnicas de fijación de precio donde se integran un porcentaje mínimo de utilidad o ganancia al precio. Para integrar este método es primordial:

Coste de insumos o útiles de oficina:

- Pago del local comercial.
- Gastos servicios básicos.
- Sueldos y Salarios del personal.
- Depreciación o amortización de activos.

Plaza

La plaza es el espacio o el lugar de ubicación el cual se iniciara el proyecto y se deberá diseñar ciertas estrategias:

- Implementar espacios amplios y diseñar ambientes para la atención del cliente externo.
- Distribuir a otras comercializadoras los repuestos.
- Enfatizar una excelente imagen en exterior e interior de la infraestructura.

Promoción.

La promoción se establece por las formas, métodos, medios o canales que el proyecto implementará para promocionar, comunicar y dar a conocer el producto y servicio que se comercializará. Las estrategias a implementarse son las siguientes:

- Anunciar en cadena de radio local Radio Costa que está ubicada en general Villamil Playas Tv Playas.
- Entregar volantes.
- Ofrecer descuentos en productos.
- Diseñar facilidades de pago.
- Publicidad mediante redes sociales.
- Realizar gigantografías – banner en las gasolineras y lugares específicos de general Villamil Playas
- Mediante cuñas publicitarias en la televisión Tv Playas que está ubicada en general Villamil Playas.

Estudio técnico

4.19 Localización

La ubicación de la comercializadora se obtiene en el sector central dentro del Cantón donde se obtendrá una visualización espacial de los consumidores estará frente al banco de Guayaquil y a pocos metros de dos cooperativa de transporte Villamil y Narcisca de Jesús. Podemos analizar que ventaja estratégica para fidelizar clientes e incrementar ventas.

Figura 4-1. Mapa geográfico de la comercializadora.



Fuente: Iwww.google.maps.com

Elaborado por: Autora, 2014

Figura 4-2. Visualización exacta de la comercializadora "ECUALOLIZ"



Fuente: Iwww.google.maps.com

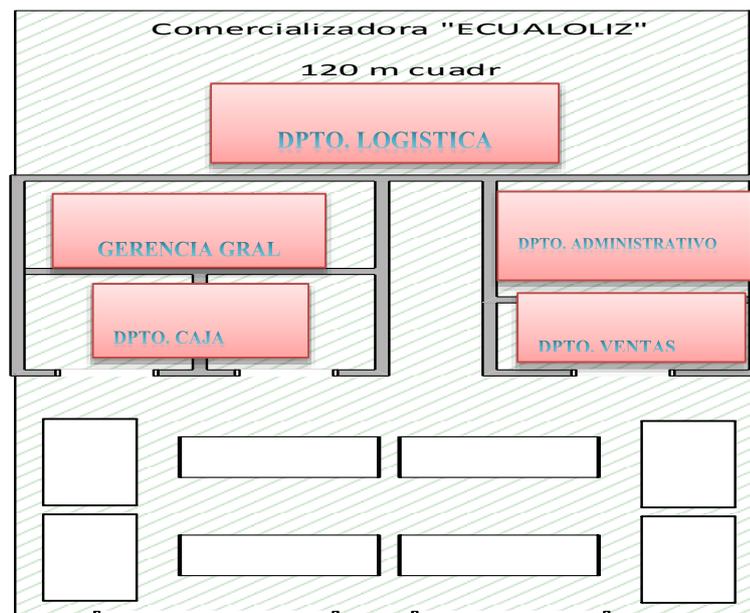
Elaborado por: Autora, 2014

4.20 Infraestructura

La infraestructura de la comercializadora va constar de cuatro áreas específicas que son Departamento de logística con 120 metros para el respectivo del almacenamiento de los repuestos con el fin de realizar una excelente estrategia d con la Distribuidora Garzón y un inventario óptimo. El departamento de Gerencia para obtener una supervisión optima dentro la atención al cliente y control de inventario que se realiza a diario.

El departamento de Cajas y ventas que se realiza con el fin de captar la mayor cantidad de clientes están en la parte para tener la visualización directa. Finalmente el departamento administrativo constaría de la parte contable y financiera para tener un control de cuentas de corto y largo plazo, adicional el respectivo índice financiero para su análisis empresarial

Figura 4-3. Plano de la comercializadora de repuestos



Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014
Elaborado por: Autora

4.21 Requerimientos de activos fijos

Los activos fijos dentro de la empresa para la respectiva inversión inicial constarían de Muebles y enseres que comprendería de seis escritorio para las respectivas áreas con excepción del administrativo que tendrían dos escritorios, además cuatro vitrinas para la mostración de los repuestos para la venta y finalmente para el almacenamiento de repuestos se invertiría cuatro repisas entendibles.

Equipo de oficina se invertiría en seis archivadores espaciales y las seis respectivas sillas para los escritorios. Finalmente en el equipo de computación invertiría en laptops y tres impresoras con scanner y tres copiadoras para su respectivo funciones dentro de la comercializadora.

Tabla 4-8. Inversión de los activos fijos

Inversión de activos fijos	
Detalle	Valor de venta
Muebles y Enseres	\$ 3.250,00
Equipo de oficina	\$ 750,00
Equipo de computación	\$ 3.500,00
Total de activos fijos	\$ 7.500,00

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

Estudio financiero

4.22 Capital de trabajo

4.23 Costo De mano directa o capital humano

El costo de mano de obra está constituida por cinco personas a contratar con el de fin ayudar con el desenvolvimiento y funciones de los respectivos de cada área y adicional se ingresara como gerente general entre los socios seleccionar la persona acorde con el perfil establecido de sus funciones ya que los tres socios son con estudios superiores. Adicional cada uno se establece los respectivos remuneraciones y provisiones de los décimos y vacaciones establecidas ante la ley.

Tabla 4-9. Costos directos para capital humano

Detalle		Personal Administrativo				
		Gerente	Supervisor	Contadora	Cajera	Bodega
N. de Personas		1	1	1	1	1
Sueldo Mensual		\$ 800,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 355,00	\$ 425,00
Tiempo - Meses		4	4	4	4	4
Total de sueldo por trabajador		\$ 3.200,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 1.420,00	\$ 1.700,00
Total de sueldos de los meses		\$ 3.200,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 1.420,00	\$ 1.700,00
Beneficios Sociales	Déc. Cuarto	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00	\$ 118,00
	Déc. Tercero	\$ 266,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 118,33	\$ 141,67
	Vacaciones	\$ 133,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 59,17	\$ 70,83
	Aporte Patronal	\$ 88,40	\$ 55,25	\$ 55,25	\$ 39,23	\$ 46,96
		\$ 3.806,40	\$ 2.423,25	\$ 2.423,25	\$ 1.754,73	\$ 2.077,46
Total por personal		\$ 3.806,40	\$ 2.423,25	\$ 2.423,25	\$ 1.754,73	\$ 2.077,46
Total del Primer Cuatrimestre		\$ 12.485,09				

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

4.24 Costo de arrendamiento

El costo de arrendamiento de los locales para implementar la distribuidora “ECUALOLIZ” dentro dl cantón General Villamil Playas en la Av. 15 de Agosto y

Paquisha tiene un costo de 800.00 ambos locales, y debemos estar conscientes que el valor está acorde con el mercado ya que son locales centrales y son remunerados por sector que se encuentran ubicados, lo calculamos por los cuatros meses, considerándolo en el capital de trabajo para inversión del negocio.

Tabla 4-10. Costo fijo operación o arrendamiento.

Alquiler de la comercializadora	
Valor Mensual	\$ 800,00
Tiempo	4,00
Total por Actividad	\$ 3.200,00
Garantía Inicial	\$ 800,00
Total del Primer Cuatrimestre	\$ 4.000,00

Fuente: Investigación realizadas por la autora

Elaborado por: Autora

4.25 Costos por gastos de remodelación

Tabla 4-11. Gastos por remodelación de Locales

Gastos por remodelación de Locales			
Concepto	Unidades	valor	Total
Pintura	6,00	\$ 15,00	\$ 90,00
Aire acondicionados	3,00	\$ 350,00	\$ 1.050,00
Servicios Higiénicos	3,00	\$ 120,00	\$ 360,00
Cafeteras	2,00	\$ 80,00	\$ 160,00
Dispensador de Agua	3,00	\$ 75,00	\$ 225,00
Iluminarias	10,00	\$ 12,00	\$ 120,00
Juego de sofá de Espera	1,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Televisor Plasma	1,00	\$ 450,00	\$ 450,00
Total de gastos			\$ 3.055,00

Fuente: Investigación realizadas por la autora

Elaborado por: Autora

4.26 Costo de venta

Podemos analizar que se incluye los respectivos sesenta y tres repuestos de mayor demanda para la venta de las cuales tenemos un margen de ganancia del 35% para la operación de la comercializadora dentro del cantón General Villamil Playas.

Tabla 4-12. Costo de venta de la operación distribuidora "ECUALOLIZ"

N.-	Código	Nombre	C.Venta	Margen Ganancia	PVP
1	M9328	Acople Pinon 1ra /2da S690 Maet	\$ 32,90	\$ 14,10	\$ 47,00
2	M1589	Amortig.Carroc.Bus Marco Polo	\$ 10,50	\$ 4,50	\$ 15,00
3	Y2920	Amortig.Delt.Yutong 6100/6107 Sachs Aleman	\$ 119,00	\$ 51,00	\$ 170,00
4	S1819	Anillo Separad.Pinon 2da/Gr801r Scania K124 Euro	\$ 15,40	\$ 6,60	\$ 22,00
5	M0003	Automatico De Arranq 1721 Delco Mod.	\$ 44,80	\$ 19,20	\$ 64,00
6	S1005	Banda Motor 8pk1509 Scaniaa Gates	\$ 20,30	\$ 8,70	\$ 29,00
7	M1702	Base De Hierro Para Asiento Plastico Caio	\$ 10,50	\$ 4,50	\$ 15,00
8	C2875	Bendix Pinon Arranq Cumins Remy	\$ 7,00	\$ 3,00	\$ 10,00
9	M0013	Bobina De Campo Delco Remi 24 V Ant.	\$ 44,80	\$ 19,20	\$ 64,00
10	M1908	Bocines Biela Om366la Ecol Std Mahle.Jgo	\$ 15,40	\$ 6,60	\$ 22,00
12	M6022	Boton Del Piso Corto/Buss.Knorr	\$ 32,90	\$ 14,10	\$ 47,00
13	Y2178	Boya De Suspenc Mb Yuton Orig.46 Cm Connet	\$ 32,90	\$ 14,10	\$ 47,00
14	M1737	Brazo Pitman Direc. 1721/22 Orig	\$ 80,50	\$ 34,50	\$ 115,00
15	V1996	Buje Barra Tensora Post Vw 107x115x19 Varios Rei	\$ 26,60	\$ 11,40	\$ 38,00
16	S2077	Bujes Barra Leva Scania K124 Mahle Jgo	\$ 43,40	\$ 18,60	\$ 62,00
17	M3474	Cabezote De Compr C/Valv No Inc.1620 Knor	\$ 44,80	\$ 19,20	\$ 64,00
18	M6526	Cable Acelerador Completo Con Caja 1721 Bus	\$ 44,80	\$ 19,20	\$ 64,00
19	M5556	Caja Satelite 608/708 Bras	\$ 56,00	\$ 24,00	\$ 80,00
20	S0615	Camisas Scania K124 Std C/Una Mahle	\$ 59,50	\$ 25,50	\$ 85,00
21	M0157	Canast. Caja Dir 8062 Zf	\$ 10,50	\$ 4,50	\$ 15,00
22	M3629	Capuchon Palanca De Cambio 1924/2632 Dt	\$ 7,00	\$ 3,00	\$ 10,00
23	C1801	Chapas Bancada Cumins 325/360 0.25 Clevi Usa	\$ 84,00	\$ 36,00	\$ 120,00
24	M6630	Ciguenal De Compr.1620 Knorr	\$ 66,50	\$ 28,50	\$ 95,00
25	M0733	Cilin. Ahogad.Bomba Inyecc 366/403 8 Ml. Ruili	\$ 10,50	\$ 4,50	\$ 15,00
26	M2923	Colector Escape 352 Turbo Alto C/Freno Mot	\$ 87,50	\$ 37,50	\$ 125,00

27	M0507	Cono Sincron Bronce 1ra/2da G.60/85 Euro Mb	\$ 43,40	\$ 18,60	\$ 62,00
28	M3396	Corona 17x29 1924 Ant Aleman	\$ 112,00	\$ 48,00	\$ 160,00
29	M1618	Cruzeta Corona 1318/1620 29ml Euroric	\$ 32,90	\$ 14,10	\$ 47,00
30	M7602	Disco De Freno Post L-914/914c Bras	\$ 52,50	\$ 22,50	\$ 75,00
31	M1141	Empaque Cabezote 366 A/La Sabo	\$ 7,00	\$ 3,00	\$ 10,00
32	M3041	Filtro Secad Aire M Benz Gris Especial	\$ 38,50	\$ 16,50	\$ 55,00
33	V2670	Flange Rul Centro 17210 Volks Bras	\$ 63,00	\$ 27,00	\$ 90,00
34	M8232	Kit Barra Estab. Post.Jgo De 2 Comp Europa	\$ 26,60	\$ 11,40	\$ 38,00
35	M9201	Manguera Interc 1722 Roja	\$ 26,60	\$ 11,40	\$ 38,00
36	M0598	Mano Post 1720/ 1721/1722 Parte Post	\$ 44,80	\$ 19,20	\$ 64,00
37	M9130	Orquilla C/Camb 5ta.6ta S6-680 Zf Todas	\$ 42,00	\$ 18,00	\$ 60,00
38	M2172	Palanca De Orquilla Dual Mic Bras	\$ 20,30	\$ 8,70	\$ 29,00
39	M2177	Pin Caja Satellite 1318/1620/1721 Maet	\$ 7,00	\$ 3,00	\$ 10,00
40	M2137	Pinon De Bomba Inyeccion 366a/La 1721 Eur	\$ 26,60	\$ 11,40	\$ 38,00
41	M2666	Pistones Om355 0.50 MI Jgo Oferta	\$ 84,00	\$ 36,00	\$ 120,00
42	M5020	Placa Lateral Rotor Bomba Dir 7683 Zf	\$ 14,00	\$ 6,00	\$ 20,00
43	M2000	Planetario 1113/1319/1419 Mod Euro/Maet	\$ 24,50	\$ 10,50	\$ 35,00
44	M4645	Plato Embr 352 Unas 280 Sachs Brasil	\$ 115,50	\$ 49,50	\$ 165,00
45	M3291	Polea De Bombona Dir Hidrau.352	\$ 20,30	\$ 8,70	\$ 29,00
46	M9169	Pulmon Post. 20/30 Typo Wabco Alem	\$ 84,00	\$ 36,00	\$ 120,00
47	M3895	Rache Autom Post 1417/1721/22/ Der/Izq Ruili	\$ 45,50	\$ 19,50	\$ 65,00
48	M1345	Resorte Grueso De Pulmon Post 12 Wabco	\$ 7,00	\$ 3,00	\$ 10,00
49	V3901	Rines Mwm 6.10 Tca Std Volk 17210 1cil Mahl	\$ 10,50	\$ 4,50	\$ 15,00
50	M3238	Rul 30312 Rued Delt.Int. Ant. Mar Yyyyy	\$ 14,00	\$ 6,00	\$ 20,00
51	M1995	Satelite 1113 Mod. Cinpal/Euror	\$ 10,50	\$ 4,50	\$ 15,00
52	M2195	Sincroniz. G/340 Zf Normal Bras	\$ 15,40	\$ 6,60	\$ 22,00
53	M7635	Tambor Delt.1113/1318/19 Orig.5.1/2 Sungre	\$ 63,00	\$ 27,00	\$ 90,00
55	M5547	Tapa Eje Piloto Caja G/360 Rei	\$ 28,00	\$ 12,00	\$ 40,00
56	M1183	Term Dir.Largo 1113/1115/ Buss Nakata	\$ 20,30	\$ 8,70	\$ 29,00
57	M1171	Tope De Auxiliar 1113/1513 Delt.Ant.	\$ 15,40	\$ 6,60	\$ 22,00
58	M3136	Tuerca De Ajuste Rul Cono 1513/1317/18 C/Dual	\$ 24,50	\$ 10,50	\$ 35,00
59	M0740	Valv. 4 Circuitos 1620/1721/22 Apu Tipo Wab.Ruil	\$ 38,50	\$ 16,50	\$ 55,00
60	M3058	Varilla Caja G-340 2da. 3ra. Bras	\$ 14,00	\$ 6,00	\$ 20,00
61	M4160	Vaso De Filtro Aceite 366/A Aluminio	\$ 26,60	\$ 11,40	\$ 38,00
62	V3076	Ventilador Volksw 17210 Solo Bras	\$ 44,80	\$ 19,20	\$ 64,00
63	M6005	Zapa F.Air 1318/19 1rue.Std 6.5 Plg.	\$ 10,50	\$ 4,50	\$ 15,00

	Total de Costo de Venta	\$ 2.282,00	\$ 978,00	\$ 3.260,00
	Unidades	15	15	15
	Cuatrimestre	4	4	4
	Total de Costo de Venta por Unidades	\$ 34.230,00	\$ 14.670,00	\$ 48.900,00
	Anual	\$ 136.920,00	\$ 58.690,00	\$ 195.600,00

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

4.27 Inversión inicial

La inversión inicial para la creación de la comercializadora “ECUALOLIZ” es de un capital inicial de \$ 94.381,61. El cual se compone de los costos de venta de los repuestos con un costo de \$ 34.230,00, el costo directo de producción del capital humano es de un valor de \$ 12.485,09, costo fijo o de arrendamiento dentro de cuatro meses el costo es de \$7.500,00 y finalmente por costos de permisos de \$ 361,52 y el 5% de imprevisto para la operación de un costo de \$ 250,00.

Tabla 4-13. Inversión Inicial de la distribuidora "ECUALOLIZ"

Capital de Trabajo		
	Tiempo / Meses	Total
Costos de producción o venta	4	\$ 34.230,00
Costos Directos	4	\$ 12.485,09
Costo de activos fijos		\$ 40.000,00
Costos Fijos	4	\$ 4.000,00
Costo permisos, SRI, otros	4	\$ 361,52
Gastos de remodelación del Local	4	\$ 3.055,00
5% de imprevisto	4	\$ 250,00
Total de Capital de Trabajo		\$ 94.381,61

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

4.28 Proyección de Ingresos

La proyección de ingresos por el margen de ganancias para la distribuidora de ECUALOLIZ con una cantidad de 945 repuestos anuales para su respectivo inventario y aumentos en ventas y de forma anual en el primer año tendrá un margen

de ganancia de \$ 58.680,00. Adicional en el presupuesto de ventas se proporcionan un aumento en ventas del 10% cada año de forma constante llegando al quinto año en un aumento en ventas por demanda y aceptación en el mercado.

Tabla 4-14. Proyección de ingresos por margen de ganancia

Presupuesto De Ingresos			
Nombre	C.Venta	Margen / Ganancia	Precio/ Venta
Total de costo de venta	\$ 2.282,00	\$ 978,00	\$ 3.260,00
Repuestos total	\$ 63,00	\$ 63,00	\$ 63,00
Unidades total	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Repuesto *unidades	\$ 945,00	\$ 945,00	\$ 945,00
Cuatrimestre	4	4	4
Total por cuatrimestre	\$ 34.230,00	\$ 14.670,00	\$ 48.900,00
Descuento anual 10%	\$ 13.692,00	\$ 15.061,20	\$ 16.567,32
Total por año	\$ 136.920,00	\$ 58.680,00	\$ 195.600,00

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

Tabla 4-15. Presupuesto de ingresos por venta de la comercializadora

PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTAS					
AÑOS	1	2	3	4	5
VENTAS	\$ 195.600,00	\$ 215.160,00	\$ 236.676,00	\$ 260.343,60	\$ 286.377,96

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora del proyecto

Ilustración 4-7. Presupuesto de ingresos por venta de la comercializadora



Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

4.29 Proyección Costo de ventas

Tabla 4-16. Presupuesto de Costos de Ventas

Presupuesto de Costos de Ventas					
	1	2	3	4	5
Costo venta bruto	\$ 136.920,00	\$ 150.612,00	\$ 165.673,20	\$ 182.240,52	\$ 200.464,57
Descuento	\$ 13.692,00	\$ 15.061,20	\$ 16.567,32	\$ 18.224,05	\$ 20.046,46
Costo venta neto	\$ 123.228,00	\$ 135.550,80	\$ 149.105,88	\$ 164.016,47	\$ 180.418,11

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

4.30 Proyección de Gastos de ventas

Los gastos de ventas en este presupuesto están representados por las estrategias que se realizarán para el respectivo plan de marketing o publicidad para posicionarse en el mercado y fidelizar clientes con el fin de aumentar las ventas y a su vez incrementar las ganancias como son los banner, volantes, cuñas publicitarias y acceso por redes sociales en el primer año obtenemos unos costos de venta de \$1000.00 y el quinto año baja el costo de venta en \$800.00

Tabla 4-17. Proyección de gastos de ventas

COSTO DE VENTA					
NOMBRE	1	2	3	4	5
BANNER	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 250,00	\$ 250,00
VOLANTES	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ -	\$ -
CUÑAS PUBLICITARIAS	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 400,00	\$ 350,00
REDES SOCIALES	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 250,00	\$ 200,00
TOTAL	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 900,00	\$ 800,00

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

4.31 Proyección de Gastos administrativo

La proyección de los gastos administrativos está planteada en el sueldo del talento humano que en primer año obtiene \$ 37.455,27 y llega a un incremento al quinto año en \$ 40.542,79 por el personal que se encuentra con sueldo básico. Los gastos de servicios básicos, suministros, internet y finalmente el 5% imprevistos. Logrando una proyección de gastos administrativos en el primer año de \$ 38.875,27 aumentando en el quinto año en \$ 41.962,79

Tabla 4-18. Proyección de gastos administrativos

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Años	1	2	3	4	5
Sueldos administrativos	\$ 37.455,27	\$ 38.204,38	\$ 38.968,46	\$ 39.747,83	\$ 40.542,79
Agua	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
E. Eléctrica	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Teléfono	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Suministros	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Internet y tv cable	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00
Imprevistos	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Total	\$ 38.875,27	\$ 39.624,38	\$ 40.388,46	\$ 41.167,83	\$ 41.962,79

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora d

4.32 Financiamiento

4.33 Financiamiento de terceros

El financiamiento primordialmente se lo realizará mediante inversión de tres socios que aportarán como se presenta a continuación:

Tabla 4-19. Financiamientos de socios

Financiamiento Socios	
Socio 1	\$ 11.500,00
Socio 2	\$ 11.500,00
Socio 3	\$ 11.500,00
Total	\$ 34.500,00

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

4.34 Financiamiento bancario

El financiamiento se lo realizará mediante un crédito bancario el cual se presenta a continuación:

Tabla 4-20. Financiamiento bancario

Financiamiento Bancario	
Cantidad	\$ 25.000,00
Tasa	14%
Años	3

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

El pago del financiamiento bancario se realizará en tres años con un interés del 14% de forma anual a su vez se pagará \$5759,87 por los intereses acumulados es decir el valor total a pagar sería de \$30.759,87 por la deuda del préstamo bancario para inversión inicial del plan de negocios de la comercializadora de la repuestos para buses en el cantón General Villamil Playas. A continuación tabla del pago de financiamiento bancario de forma anual en Anexo se adjunta tabla general ilustrada con los intereses mensuales.

Tabla 4-21. Tabla de pago de financiamiento bancario

Años	Pago de Interés Anual	Pago de Capital Anual	Valor total a pagar anual	Saldo
0	\$ 5.759,87	\$ 25.000,00	\$ 30.759,87	\$ 30.759,87
1	\$ 3.049,36	\$ 7.203,93	\$ 10.253,29	\$ 20.506,58
2	\$ 1.973,51	\$ 8.279,78	\$ 8.279,78	\$ 10.253,29
3	\$ 736,99	\$ 9.516,30	\$ 10.253,29	\$ 0,00

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

4.35 Financiamiento del vehículo

El vehículo que se obtendrá para la comercializadora es de una casa comercial, su costo será de \$32.500 pero los socios aportarán con la entrada inicial de \$7.500,00 y el \$25.0000, 00 se financiarán a cinco años plazos con un interés del 15%. Su objetivo es disminuir costo de transporte y aumentar los activos fijos de la empresa, pero principalmente aportar al momento de envío y entrega de repuestos para buses que se comercializarán dentro de la compañía.

Tabla 4-22. Financiamiento del vehículo

Años	Pago de Interés Anual	Pago de Capital Anual	Valor total a pagar anual	Saldo
0	\$ 10.684,90	\$ 25.000,00	\$ 35.684,90	\$ 35.684,90
1	\$ 3.507,16	\$ 3.629,81	\$ 7.136,98	\$ 28.547,92
2	\$ 2.923,66	\$ 4.213,32	\$ 4.213,32	\$ 21.410,94
3	\$ 2.246,34	\$ 4.890,63	\$ 7.136,98	\$ 14.273,96
4	\$ 1.460,15	\$ 5.676,83	\$ 7.136,98	\$ 7.136,98
5	\$ 547,58	\$ 6.589,40	\$ 7.136,98	\$ (0,00)

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

4.36 Cálculo depreciaciones de activos fijos

Los activos fijos de la compañía que se depreciaran son:

- Vehículo
- Equipo de oficina
- Muebles de oficina

El vehículo tiene una vida útil de cinco años para la compañía pero se logra un valor residual que obtendrá el activo al momento que llegue al quinto año:

Tabla 4-23. Datos depreciación de Vehículo

Depreciación de Vehículo	
Valor Inicial	\$ 32.500,00
Vida Útil	5
% Depreciación	20%
Valor Residual	\$ 5.000,00
Depreciación Línea Directa	\$ 5.500,00

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

Su respectiva tabla depreciación del vehículo:

Tabla 4-24. Depreciación de Vehículo

Periodo	% Depreciación	Valor/ Vehículo	Valor Residual	Valor Depreciación Anual	Valor Depreciado
1	20%	\$ 32.500,00	\$ 5.000,00	\$ 5.500,00	\$ 27.000,00
2	20%	\$ 32.500,00	\$ 5.000,00	\$ 5.500,00	\$ 21.500,00
3	20%	\$ 32.500,00	\$ 5.000,00	\$ 5.500,00	\$ 16.000,00
4	20%	\$ 32.500,00	\$ 5.000,00	\$ 5.500,00	\$ 10.500,00
5	20%	\$ 32.500,00	\$ 5.000,00	\$ 5.500,00	\$ 5.000,00

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

Los equipos de computación tiene una vida útil de tres años para la compañía y pero se logra un valor residual que obtendrá el activo al momento que llegue al tercer año:

Tabla 4-25. Datos depreciación de Equipo de Computación

Depreciación de Equipo de Computación	
Valor Inicial	\$ 3.500,00
Vida Útil	3
% Depreciación	33%
Valor Residual	\$ 750,00
Depreciación Línea Directa	
\$ 916,67	

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

Su respectiva tabla depreciación de los equipo de computación:

Tabla 4-26. Depreciación de Equipo de Computación

PERIODO	% DEPRECIACION	VALOR/ EQUIPO	VALOR RESIDUAL	VALOR DEPRECIACION ANUAL	VALOR DEPRECIADO
1	33%	\$ 3.500,00	\$ 750,00	\$ 916,67	\$ 2.583,33
2	33%	\$ 3.500,00	\$ 750,00	\$ 916,67	\$ 1.666,67
3	33%	\$ 3.500,00	\$ 750,00	\$ 916,67	\$ 750,00

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

Los muebles de oficina tienen una vida útil de diez años para la compañía y pero se logra un valor residual que obtendrá el activo al momento que llegue al quinto año:

Tabla 4-27. Datos depreciación de Muebles de Oficina

Depreciación de Muebles de Oficina	
Valor Inicial	\$ 3.250,00
Vida Útil	10
% Depreciación	10%
Valor Residual	\$ 500,00
Depreciación Línea Directa	\$ 275,00

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

Su respectiva tabla depreciación de los equipo de computación:

Tabla 4-28. Depreciación de Muebles de Oficina

Periodo	% Depreciación	Valor/ Muebles	Valor Residual	Valor Depreciación Anual	Valor Depreciado
1	10%	\$ 3.250,00	\$ 500,00	\$ 275,00	\$ 2.975,00
2	10%	\$ 3.250,00	\$ 500,00	\$ 275,00	\$ 2.700,00
3	10%	\$ 3.250,00	\$ 500,00	\$ 275,00	\$ 2.425,00
4	10%	\$ 3.250,00	\$ 500,00	\$ 275,00	\$ 2.150,00
5	10%	\$ 3.250,00	\$ 500,00	\$ 275,00	\$ 1.875,00
6	10%	\$ 3.250,00	\$ 500,00	\$ 275,00	\$ 1.600,00
7	10%	\$ 3.250,00	\$ 500,00	\$ 275,00	\$ 1.325,00
8	10%	\$ 3.250,00	\$ 500,00	\$ 275,00	\$ 1.050,00
9	10%	\$ 3.250,00	\$ 500,00	\$ 275,00	\$ 775,00
10	10%	\$ 3.250,00	\$ 500,00	\$ 275,00	\$ 500,00

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

4.37 Balance General

El balance general hacia este proyecto se puede visualizar que nos denota un total de \$ 121.508,64 dentro el primer año por la adquisición de activos fijos para la comercializadora y por préstamos bancarios para el capital de trabajo y compra del vehículo. En el quinto año se mantendrá de forma constante en un total de \$ 104.275,31

Tabla 4-29. Balance General

BALANCE GENERAL					
ACTIVO					
ACTIVO CTE.	1	2	3	4	5
CAJA Y BANCO	\$ 30.000,00	\$ 31.500,00	\$ 33.075,00	\$ 34.728,75	\$ 36.465,19
CTAS POR COBRAR	\$ 15.000,00	\$ 15.750,00	\$ 16.537,50	\$ 17.364,38	\$ 18.232,59
INVENTARIO	\$ 20.000,00	\$ 21.000,00	\$ 22.050,00	\$ 23.152,50	\$ 24.310,13
TOTAL DE ACTIVO CTE.	\$ 65.000,00	\$ 68.250,00	\$ 71.662,50	\$ 75.245,63	\$ 79.007,91
ACTIVO FIJO					
EQ. COMPUTACION	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
VEHICULO	\$ 32.500,00	\$ 32.500,00	\$ 32.500,00	\$ 32.500,00	\$ 32.500,00
MUEBLES DE OFICINA	\$ 3.250,00	\$ 3.250,00	\$ 3.250,00	\$ 3.250,00	\$ 3.250,00
EQ. OFICINA	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
TOTAL DE ACTIVO	\$ 105.000,00	\$ 108.250,00	\$ 111.662,50	\$ 115.245,63	\$ 119.007,91
PASIVO					
PASIVO CTE	1	2	3	4	5
CTAS POR PAGAR	\$ 616,45	\$ 6.845,09	\$ 6.000,00	\$ 5.269,55	\$ 4.669,19
PRESTAMO	\$ 25.000,00	\$ 17.796,07	\$ 9.516,30	\$ 0,00	\$ 0,00
INTERES CORTO PLAZO	\$ 5.759,87	\$ 2.710,51	\$ 736,99	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL DE PASIVO CTE	\$ 31.376,32	\$ 27.351,67	\$ 16.253,29	\$ 5.269,55	\$ 4.669,19
PASIVO LARGO PLAZO					
PRESTAMO VEHICULO	\$ 25.000,00	\$ 21.370,19	\$ 17.156,86	\$ 12.266,23	\$ 6.589,40
DTOS POR PAGAR	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 10.383,20	\$ 23.750,00	\$ 28.750,00
INTERES POR PAGAR	\$ 10.684,90	\$ 7.177,73	\$ 4.254,08	\$ 2.007,73	\$ 547,58
TOTAL DE PASIVO LARGO PLAZO	\$ 35.684,90	\$ 28.547,92	\$ 37.044,14	\$ 45.273,96	\$ 43.136,98
TOTAL DE PASIVO	\$ 67.061,21	\$ 55.899,58	\$ 53.297,43	\$ 50.543,51	\$ 47.806,17
CAPITAL					
PATRIMONIO	1	2	3	4	5
CAPTAL	\$ 22.500,00	\$ 22.500,00	\$ 22.500,00	\$ 22.500,00	\$ 22.500,00
APORTE SOCIOS	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00
UTILIDADES	\$ 7.938,79	\$ 22.350,42	\$ 28.365,07	\$ 34.702,12	\$ 41.201,74
TOTAL DE CAPITAL	\$ 37.938,79	\$ 52.350,42	\$ 58.365,07	\$ 64.702,12	\$ 71.201,74
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 105.000,00	\$ 108.250,00	\$ 111.662,50	\$ 115.245,63	\$ 119.007,91

*Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014
Elaborado por: Autora*

4.38 Estado Resultado

El estado de resultados de pérdidas y ganancias en este proyecto arroja que en primer año se obtendrán unos ingresos netos de 195.600,00 llegando a una utilidad neta de \$ 13.054,61 y llegando al quinto año con un aumento en utilidad neta de \$ 37.392,85 lo que significa que el proyecto es rentable para la comercializadora dentro del cantón general Villamil Playas.

Tabla 4-30. Estado de resultado de la comercializadora.

Estado de Resultado					
Rubro por año	1	2	3	4	5
Ventas brutas	\$ 195.600,00	\$ 215.160,00	\$ 236.676,00	\$ 260.343,60	\$ 286.377,96
Costo de producción	\$ 123.228,00	\$ 135.550,80	\$ 149.105,88	\$ 164.016,47	\$ 180.418,11
Margen bruto	\$ 72.372,00	\$ 79.609,20	\$ 87.570,12	\$ 96.327,13	\$ 105.959,85
Gastos administrativos	\$ 38.875,27	\$ 39.624,38	\$ 40.388,46	\$ 41.167,83	\$ 41.962,79
Gastos de ventas	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 900,00	\$ 800,00
Gastos de depreciación	\$ 6.250,00	\$ 6.250,00	\$ 6.250,00	\$ 6.250,00	\$ 6.250,00
Utilidad operacional	\$ 26.246,73	\$ 32.734,82	\$ 39.931,66	\$ 48.009,30	\$ 56.947,06
Gastos financieros totales	\$ 6.556,53	\$ 4.897,17	\$ 2.983,34	\$ 1.460,15	\$ 547,58
Utilidad	\$ 19.690,20	\$ 27.837,66	\$ 36.948,32	\$ 46.549,15	\$ 56.399,48
15% trabajador	\$ 2.953,53	\$ 4.175,65	\$ 5.542,25	\$ 6.982,37	\$ 8.459,92
Utilidad antes de impuesto	\$ 16.736,67	\$ 23.662,01	\$ 31.406,07	\$ 39.566,77	\$ 47.939,56
22% Imp. a la renta	\$ 3.682,07	\$ 5.205,64	\$ 6.909,34	\$ 8.704,69	\$ 10.546,70
Utilidad neta	\$ 13.054,61	\$ 18.456,37	\$ 24.496,74	\$ 30.862,08	\$ 37.392,85

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

4.39 WACC

La tasa de descuento del costo capital promedio ponderado a considerar en este proyecto es de 10.77%. Podemos analizar que es una tasa excelente y viable para el proyecto dentro de un análisis financiero que estamos analizando y se expresa de la siguiente fórmula:

$$WACC = \frac{E}{V} * Re + \frac{D}{V} * Rd * (1 - Tc)$$

$$WACC = \frac{35000}{84500} * 10\% + \frac{35000}{84500} * 14\% * (1 - 0.22)$$

$$WACC = 10.77\%$$

4.40 Flujo de Caja

Estado de flujo de efectivo verificamos con los gastos de capital obtenidos se visualiza que en primer año el flujo liquido de dinero es -\$33.997,20 y en el quinto año hay un aumento considerable de flujo liquida en \$48.205,85 ES decir en los primeros años no se podrá tener una utilidad neta considerada ya que se estará pagando el préstamo bancario de los\$25.000,00 hasta el tercer año y el préstamo para el vehículo hasta el quinto año se financiara

Tabla 4-31 Flujo de caja para el proyecto

Cash Flow					
	1	2	3	4	5
Utilidad antes de impuesto	\$ 26.246,73	\$ 32.734,82	\$ 39.931,66	\$ 48.009,30	\$ 56.947,06
22% Imp. a la renta	\$ 5.774,28	\$ 7.201,66	\$ 8.784,96	\$ 10.562,05	\$ 12.528,35
Utilidad neta	\$ 20.472,45	\$ 25.533,16	\$ 31.146,69	\$ 37.447,25	\$ 44.418,70
Depreciación	\$ 6.250,00	\$ 6.250,00	\$ 6.250,00	\$ 7.166,67	\$ 7.166,67
Δ Activo Fijo		\$ -	\$ -	\$ 3.500,00	\$ -
Δ NOF	\$ 55.000,00	\$ 2.250,00	\$ (11.331,50)	-2272,73	\$ (606,01)
Free Cash Flow	\$ (28.277,55)	\$ 29.533,16	\$ 48.728,19	\$ 43.386,65	\$ 52.191,39
Deuda a corto plazo	\$ -	\$ -	\$ 15.750,00	\$ (1.514,52)	\$ 3.500,08
Deuda a largo plazo	\$ 10.833,74	\$ 1.659,36	\$ 1.913,83	\$ (8.730,10)	\$ 912,58
Intereses	\$ 5.114,09	\$ 3.819,79	\$ 2.327,00	\$ 1.138,92	\$ 427,11
Free Cash Flow para accionistas	\$ (33.997,20)	\$ 31.693,60	\$ 33.391,37	\$ 54.770,20	\$ 48.205,85

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

4.41 Cash Flow para accionistas

Tabla 4-32. Cash Flow para accionistas

Cash Flow Accionistas						
	0	1	2	3	4	5
Flujo	\$ (69.381,61)	\$ (33.997,20)	\$ 31.693,60	\$ 33.391,37	\$ 54.770,20	\$ 48.205,85
Valor Actual Neto	\$ 18.333,14					
TIR	15,80%					

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

4.42 Free cash Flow

Tabla 4-33. Free cash Flow

Free Cash Flow						
	0	1	2	3	4	5
Flujo	\$ (69.381,61)	\$ (28.277,55)	\$ 29.533,16	\$ 48.728,19	\$ 43.386,65	\$ 52.201,31
Valor Actual Neto	\$ 24.668,46					
TIR	19,05%					

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

4.43 Periodo de recuperación

La evaluación del proyecto se lo realiza con la inversión y los flujos netos acumulados lo que se visualiza que en cuarto año hay un retorno en capital de la inversión y volvemos a confirmar que el proyecto es rentable.

Tabla 4-34 Evaluación del periodo de recuperación

Años	Flujo Neto	Flujo Acumulados	Inversión
0			(\$ 69.381,61)
1	(\$ 33.997,20)	(\$ 103.378,81)	
2	\$ 31.693,60	(\$ 71.685,22)	
3	\$ 33.391,37	(\$ 38.293,85)	
4	\$ 54.770,20	\$ 16.476,35	
5	\$ 48.205,85	\$ 64.682,19	

Fuente: Investigación realizada por la autora, 2014

Elaborado por: Autora

4.44 Evaluación del proyecto

Con el análisis del plan financiero de este proyecto que se realizó para el estudio de viabilidad de la creación de la comercializadora obteniendo unos resultados positivos en VAN, TIR, WACC y adicionalmente la evaluación del periodo de recuperación certero que es rentable el proyecto.

El Valor actual neto del proyecto dio un resultado \$ 18.333,42 se denota que el proyecto obtiene valores positivos y es una excelente oferta para la inversión. Además la Tasa interna de retorno del proyecto nos pronostica un resultado positivo del 15.80% para el proyecto. Con la tasa interna de retorno y valor actual neto se analiza que es una excelente propuesta de inversión ya que ambas son positivas y rentable para el inversionista de la comercializadora de repuestos de buses.

Adicionalmente podemos conjugar con la evaluación del periodo de recuperación del proyecto se verifica que en el cuarto año se obtiene una recuperación logrando superar la inversión del proyecto. En el costo promedio ponderado del proyecto se establece un resultado positivo del 10.77% para los inversionista lo que brinda una apertura en la negociación.

Finalmente se establece que es viable la creación de la comercializadora de repuestos para buses en General Villamil Playas por sus resultados positivos dentro del análisis financiero realizados dentro de este plan de negocios y se asegurar excelente beneficios para los inversionistas del proyecto.

Conclusiones

Es beneficioso para la compañía ECUALOLIZ invertir \$58.026,61 para la creación de la empresa comercializadora de repuestos para buses, ubicada en el cantón General Villamil Playas, puesto que en la actualidad el cantón posee tres cooperativas de transportes de buses para la realizar compra y venta de los repuestos dentro del cantón General Villamil Playas.

En la actualidad el cantón General Villamil Playas está atravesando un aumento de visitantes, como único balneario de la provincia del Guayas. Adicionalmente posee el segundo mejor clima del mundo lo que genera un incremento en turistas y a la vez mayor cantidad de buses marca Yutong, y lo cual favorece como empresa ya que aumenta las demanda de repuestos en el cantón General Villamil Playas.

En base al análisis y al estudio financiero realizado dentro del proyecto se obtuvo una TIR del 15.80% lo que verifica que el proyecto es rentable y adicional se recuperará la inversión inicial a partir del cuarto año de concluir con el pago del préstamo bancario para obtener el capital de trabajo para la inversión.

Determinando el VAN de \$18.333,42 demuestra que es un proyecto rentable para el estudio de la viabilidad de la creación de la comercializadora ECUALOLIZ dentro del cantón General Villamil Playas. Gracias a las estrategias de ventas y marketing se logrará obtener mayor número de compradores o clientes potenciales y lograr fidelizar sus clientes.

Recomendaciones

Se recomienda obtener o establecer un excelente inventario es decir una mayor cantidad de repuestos de buses mayor. Esto favorecerían a la empresa en la cantidad y calidad del repuesto obtenido, de esta manera se podrían lograr un aumento en ventas y a su vez incrementar las tan esperadas ganancias.

Se debe capacitar al personal en la recopilación de información y técnicas de los repuestos de buses Yutong que se van a ofrecer a los clientes con el fin de darles un servicio y comodidad adicional y lograr fidelización de los clientes y poder lograr acaparar otros mercados.

Se sugiere llevar a cabo la ejecución de este proyecto, debido que el porcentaje de la tasa de retorno es factible y conveniente para el inversionista o socio que se interese en integrar a la empresa. ES un proyecto llamativo para cualquier negociante en este tipo de actividad, adicionalmente se aprovecharán los recursos con los que cuenta la compañía en la actualidad y se beneficiará al cantón General Villamil Playas.

Es recomendable además, diseñar las estrategias que permiten atraer a los consumidores potenciales y minoristas ya que mediante el estudio realizado se demostró que nos ayudarán a tener la permanencia en el mercado competitivo en el sector comercial.

Bibliografía

(s.f.).

Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición. (s.f.). *Concepto de investigación de mercados*.
Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>

(1993), S. (s.f.). *GESTIOPOLIS*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/marketing-2/marketing-comercializacion-orientacion-mercado-definicion-tendencias-principales.htm>

¿Qué son las PYMES? (s.f.). Obtenido de Grupoenroke:
<http://www.grupoenroke.com/index.php/proyecto-pymes/46-que-son-las-pymes>

ANDES. (12 de 2014). *Cepal proyecta crecimiento para Ecuador en 2015*. Obtenido de www.andes.info.ec/es/noticias/cepal-proyecta-crecimiento-38-ecuador-2015-encima-promedio-regional.html

ANDES. (s.f.). *Cambio de la matriz Productiva*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/consiste-cambio-matriz-productiva-ecuador.html-0>

Busmamotors. (s.f.). *Yutong*. Obtenido de <http://busmamotors.com/acerca-de-yutong.pdf?type=raw>

Calderon, C. (s.f.). *Conceptos de mercadeo*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/concmerc.htm>

Carlson, D. (s.f.). *Definición del nombre de la empresa*. Obtenido de <http://www.business-opportunities.biz/espanol/2006/05/26/definicion-del-nombre-de-la-empresa/>

Cecilia, S. (s.f.). Obtenido de Proyecto Aprobado de tesina:
www.comercioexteriorub.com/tesina/...03/.../proyecto_tesina_serena.rtf

ClubPlaneta. (s.f.). *Resumen Ejecutivo*. Obtenido de http://www.trabajo.com.mx/resumen_ejecutivo.htm

Comercio.com, E. (08 de 01 de 2015). *El sector empresarial comienza el 2015*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/aranceles-importaciones-salvaguardia-economia-empresarios.html>

Consultores.com. (s.f.). *Evaluación de resultados*. Obtenido de <http://www.mapa.ziglaconsultores.com/content/evaluacion-de-resultados>

Creativo, P. (s.f.). *Marketing Mix*. Obtenido de <http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-marketing.html>

DE, D. (s.f.). *DEFINICIÓN DE INVERSIÓN*. Obtenido de <http://definicion.de/inversion/>

Debitoor.es. (s.f.). *Definición de proveedor*. Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-proveedor>

Definicion.com. (s.f.). *Capital de Trabajo*. Obtenido de <http://definicion.de/capital-de-trabajo/>

Definiciones. (s.f.). *Definición de cliente interno*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/telecoprd/definicion-de-cliente-interno>

Economia Gencat. (s.f.). *La proyección del presupuesto base de ingresos y gastos*. Obtenido de http://economia.gencat.cat/web/.content/70_economia_catalana/arxius/jordi_banos_ne_99_esp.pdf

Elemprendedor.ec. (03 de 2012). *Abrir una empresa en Ecuador, trámites legales*. Obtenido de <http://www.elemprendedor.ec/tramites-abrir-empresa-en-ecuador/>

Eoi.es. (s.f.). *Análisis Porter de las cinco fuerzas en Competitividad*. Obtenido de http://www.eoi.es/index.php/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas_en_Competitividad

España, M. d. (s.f.). *DATOS DEL REGISTRO GENERAL. DEFINICIONES*. Obtenido de

http://www.fomento.es/MFOM/LANG_CASTELLANO/DIRECCIONES_GENERALES/TRANSPORTE_TERRESTRE/_INFORMACION/INFORMACION_ESTADISTICA/definiciones.htm

Expansion.com. (s.f.). *Diccionario económico*. Obtenido de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/inversion.html>

Financiamiento.com. (s.f.). *¿Qué es el financiamiento?* Obtenido de <http://www.financiamiento.com.mx/wp/?p=11>

FINANZAS PRÁCTICAS. (s.f.). *La importancia de los estados financieros*. Obtenido de <http://www.redempresariosvisa.com/IdeasCenter/Article/la-importancia-de-los-estados-financieros>

Galeon.com. (s.f.). *DISTRIBUCION*. Obtenido de <http://inbarrios.galeon.com/aficiones2564235.html>

Gczarrias. (s.f.). *Diferencias entre un logotipo, un isotipo, un imagotipo, una marca*. Obtenido de <http://www.gczarrias.com/ALUMNOS/archivos/disenio/Diferencias%20entre%20un%20logotipo.pdf>

Gerencie.com. (s.f.). *Capital de trabajo*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>

Gonzalez, P. (s.f.). *Cómo preparar un estado de flujos de efectivo*. Obtenido de <http://es.wikihow.com/preparar-un-estado-de-flujos-de-efectivo>

Guayas, L. P. (s.f.). *Gral. Villamil Playas*. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/cantones/playas>

Guía de la calidad. (s.f.). *Plan Estratégico*. Obtenido de <http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/plan-estrategico>

- Houston, L. v. (s.f.). *¿Qué es un cliente interno y un cliente externo?* Obtenido de <http://pyme.lavoztx.com/qu-es-un-cliente-interno-y-un-cliente-externo-5284.html>
- Kotler. (s.f.). *GESTIOPOLIS*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/marketing-2/marketing-comercializacion-orientacion-mercado-definicion-tendencias-principales.htm>
- La prefectura del Guayas. (s.f.). *Gral. Villamil Playas*. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/cantones/playas>
- Liderazgo_y_mercadeo.com. (s.f.). *Posicionamiento de Mercado*. Obtenido de http://www.liderazgoymercadeo.com/mercadeo_tema.asp?id=50#
- Marketingdirecto.com. (2013). <http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/mision-vision-y-valores-conceptos-fundamentales-para-el-buen-desarrollo-de-una-empresa/>. Obtenido de <http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/mision-vision-y-valores-conceptos-fundamentales-para-el-buen-desarrollo-de-una-empresa/>
- matrizfoda.com. (s.f.). *Matriz foda*. Obtenido de <http://www.matrizfoda.com/>
- Medina, M. (s.f.). *Política organizacional. Concepto y esquema en la empresa*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/politica-organizacional-concepto-y-esquema-en-la-empresa.htm>
- Nacional, C. F. (s.f.). *Corporación Financiera Nacional*. Obtenido de <file:///C:/Users/Talento/Downloads/AE-PLAN-DE-NEGOCIOS.pdf>
- Nacional, C. F. (s.f.). *Corporación Financiera Nacional*. Obtenido de <file:///C:/Users/claro/Downloads/PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20inc.%20%20PI%20FC.pd>
- NEGOCIOS, E. E. (29 de 12 de 2014). *Perspectivas económicas 2015*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=5094>

Productividad, M. d. (09 de 01 de 2015). *Empresas Chinas con interés en invertir e instalar plantas industriales en Ecuador*. Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/bp-003-empresas-chinas-con-interes-en-invertir-e-instalar-plantas-industriales-en-ecuador/>

Promonegocios.net. (s.f.). Obtenido de El Pronóstico de Ventas: <http://www.promonegocios.net/venta/pronostico-ventas.html>

SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR. (s.f.). www.aduana.gob.ec. Obtenido de http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action

SOBRECONCEPTOS. (s.f.). Obtenido de Concepto de cliente: <http://sobreconceptos.com/cliente>

SRM Group. (s.f.). *ESLOGAN O SLOGAN PUBLICITARIO*. Obtenido de <http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=6278&PHPSESSID=2a0cdbcebc2c1282048f443065198688>

Thompson, I. (s.f.). www.promonegocios.net. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>

todos, E. p. (s.f.). *Glosario del Inversionista*. Obtenido de https://www.citibank.com.co/educacionfinanciera/resources/pdf/Glosario_del_Inversionista.pdf

UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIATEGUI . (s.f.). *LA ESTRATEGIA DE DIFERENCIACION DE*. Obtenido de http://bv.ujcm.edu.pe/links/cur_comercial/EstraMarkEmpresarial-5.pdf

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA A DISTANCIA. (s.f.). *MÉTODOS DE VENTA*. Obtenido de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/102610/Curso%20Distribucion%20Comercial%202013/leccin_23_mtodos_de_venta.html

Upiicsa.ipn.mx. (s.f.). *Matriz de Evaluación de Factor Externo*. Obtenido de http://www.sites.upiicsa.ipn.mx/polilibros/portal/polilibros/P_proceso/Planeacion_y_Control_Estrategio_Lic_Enrique_Lopez_Berzunza/UMD/Unidad%20IV/43.htm

Upiicsa.ipn.mx. (s.f.). *Matriz De Evaluación Del Factor Interno (MEFI)*. Obtenido de http://www.sites.upiicsa.ipn.mx/polilibros/portal/polilibros/p_terminados/Planeacion_Estrategica_ultima_actualizacion/polilibro/Unidad%20IV/Tema4_4.htm

www.cooperativavillamil.com. (s.f.). Obtenido de <http://www.cooperativavillamil.com/index.html>

www.visitaecuador.com. (s.f.). Obtenido de <http://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=389&idServicio=119&idClasificacion=8&informacion=3>

Anexos

CEPAL proyecta crecimiento de 3,8% para Ecuador en 2015, por encima del promedio regional

La economía ecuatoriana crecerá el próximo año 3,8%, por encima del 2,2% estimado para la región, que enfrenta el desafío de dinamizar el crecimiento y revertir la desaceleración en el actual contexto mundial, según las proyecciones anunciadas el martes 2 de Diciembre del 2014 por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Las estimaciones para el siguiente año y el balance preliminar de la economía regional para 2014 fueron divulgados por la secretaria del organismo de Naciones Unidas, la mexicana Alicia Bárcena, en Santiago de Chile. Las cifras indican que el producto interno bruto promedio (PIB) de América Latina y el Caribe crecerá 1,1%, el más bajo desde 2009, pero experimentará en 2015 un recuperación aumentando a 2,2%.

"Esta moderada alza se dará en un contexto de una lenta y heterogénea recuperación de la economía mundial, con una dinámica a la baja en los precios de las materias primas y un escaso dinamismo de la demanda externa de la región, además del aumento de la incertidumbre financiera", indicó la CEPAL en un comunicado.

Según el organismo regional, los países "que liderarán la expansión regional el próximo año" serán: Panamá, con un alza en PIB de 7,0%, Bolivia (5,5%), Perú, República Dominicana y Nicaragua (5,0%). Colombia y Ecuador siguen a esas naciones con crecimientos de 4,3% y 3,8%, respectivamente, resultados levemente menores que los proyectados para 2014 de 4,8% y 4%.

"Dinamizar el crecimiento económico y revertir la desaceleración en el actual contexto de la economía mundial implica amplios desafíos para la región", señaló Bárcena a periodistas. "Entre ellos se requiere reactivar la demanda interna privilegiando la dinámica de la inversión. Esto impactaría positivamente en la productividad y competitividad de las economías", agregó.

Ante esto, la CEPAL propone adoptar medidas para impulsar el crecimiento y fomentar la inversión, incorporando mecanismos que protejan el financiamiento, especialmente para infraestructura. También señala como clave la integración regional tanto en el aumento de la demanda regional y de las cadenas de valor regionales como en la capacidad de enfrentar choques externos a través de la integración financiera.

Para el caso ecuatoriano y añadiendo el panorama de reducción del precio del barril de petróleo, principal exportación, el gobierno ha garantizado que Ecuador "está preparado" para enfrentar ese escenario. Entre las últimas medidas adoptadas, el Ejecutivo envió a la Asamblea Nacional un proyecto de ley para incentivar la producción y la inversión y evitar el fraude fiscal, que deberá ser tramitado con el carácter de "urgente" en los próximos 30 días.

El ministro de Finanzas, Fausto Herrera, resaltó que la propuesta legal fomentará y acelerará la inversión privada, conservando la pública, con el fin de mantener el empleo y el crecimiento económico proyectado. Dijo que la propuesta dará estabilidad tributaria, por ejemplo, al sector minero-metálico y a inversiones que superen los 50 millones de dólares. Las micro y pequeñas empresas también tendrán sus beneficios, indicó.

Buses Yutong



Fuente: Bussmotors

Elaborado por: Autora, 2015

Yutong, un compañero de confianza Especializado en la fabricación y venta de autobuses de alta calidad, así como piezas y componentes de automóviles, Yutong es una empresa a gran escala y la marca No. 1 de autobús en China.

Yutong ocupa un 25% del mercado de autobuses de China, muy por delante de otras contrapartes en China. Siendo la base de fabricación de autobuses más grande en el mundo ha ganado el premio de la marca de autobús más valioso en China por muchos años sucesivos. La fuerza de marca de Yutong contribuye a su fuerza técnica, al equipo de investigación y desarrollo con alta calificación, nivel avanzado de gestión y a la calidad superior de los productos.

Hasta ahora, Yutong ha establecido una línea completa de productos de 6 m a 25 m, de nivel medio y de lujo, que abarca distintos segmentos incluido el tránsito carretero de pasajeros, turismo, transporte público, autobuses de uso especial y entre otros. Sus productos han sido exportados a más de 70 países y regiones, Cuba, Rusia, Irán, Arabia Saudita, Sudán, etc. Sobre la base de la calidad del producto y garantía de servicio en el extranjero a través de la disposición estratégica de largo plazo, Yutong logró el certificado de la WVTA de la Unión Europea, comienza a entrar oficialmente en el mercado europeo.

Con una superficie de 1, 12 millones de metros cuadrados, Yutong se ha convertido en la empresa más grande y más avanzada técnicamente de producción de autobuses grandes y medianos empresas en el mundo, con un volumen productivo diario de 140 unidades. Mantener el ritmo de la tecnología de bus internacional y cooperar con empresas famosas son el propósito constante de Yutong. Vinculación de relación estratégica con los fabricantes de autobuses de fama internacional y proveedores de partes como MAN, Wabco, ZF, Voith, Vogel, Cummins, etc., Yutong sigue la adopción de las tecnologías y técnicas de fabricación avanzada y aplicarlas a la producción de autobuses rápidamente.

Constantemente adherida al principio de “crear mayor valor para los clientes” y continua superando las expectativas de los clientes, Yutong Bus nunca se detiene en desafiarse a sí mismo y mantener el espíritu innovador, recibiendo así una serie de honores y premios por medio del desempeño sobresaliente del mercado:

En 2010, Yutong fue premiado como Fabricante de Bus del Año por BAAV.

En 2009, Yutong fue premiado con Premio de exportación de autos de China a América de Sur.

En 2007, Yutong fue premiado de La Mejor Campaña de Marketing del Año, otorgado por BAAV.

En 2007, Yutong Bus fue premiado de El Mejor Bus del Año, otorgado por BAAV.

En 2006, Yutong logró el certificado de Exención de Inspección para Exportación, convirtiéndose en la primera empresa en la Industria automotriz de China.

En 2005, Yutong se encontró entre “Las 500 marcas más valiosas de China” y “Los primeros 500 grupos empresariales más grandes de China”, ubicada continuamente la primera en la industria de bus de China.

New Lion's Star fue premiado "Red Dot Reward" en dos años consecutivos, así como Bus del Año 2004, otorgado por Busworld Europe.

En 2004, Yutong se convirtió en el único proveedor de bus de gran tamaño para la Copa Asiática China 2004, y ZK6120HE fue reconocido como el único bus de gran tamaño para dicho evento. Premio "Fabricante de Coach del Año 2002",

Técnica exquisita crea obra de arte

La calidad del producto es la principal preocupación de los clientes, que es también fundamento de ánimo de lucro. Con la técnica exquisita de fabricación y el proceso estrictamente controlado, los productos se integran con muchas tecnologías avanzadas, con una combinación perfecta de seguridad, comodidad, fiabilidad y rendimiento económico, para crear obras maestras de autobuses de calidad.

Diseño personalizado para cumplir con sus expectativas

El mercado de autobuses es una zona muy amplia y profunda. La variedad de climas globales y las condiciones de la carretera, junto con las diversas necesidades de diferentes clientes, contribuyen a las altas exigencias para la fabricación de autobuses. Teniendo en cuenta todas las situaciones antes de la operación y la construcción de la cartera de productos diversificada son el símbolo de filosofía de Yutong "Yutong para usted". La raza de todos los autobuses Yutong significa el cumplimiento de los requisitos de clientes.

Centro de experimento de simulación de carretera

Todos los nuevos productos de Yutong han sido sometidos a la prueba de fiabilidad de 1.000.000 km

Cada autobús está estratégicamente inspeccionado a través de la prueba de carretera, el cual garantiza la transitabilidad en diferentes situaciones de carretera y la fiabilidad de chasis.

Técnica de liderazgo, belleza de alta duración

Contratados y realizados por la internacionalmente famosa Dürr Company de Alemania, con una inversión total de 300 millones de yuanes, la línea se utiliza para el tratamiento de electroforesis de carrocería de autobuses. Hasta ahora, solo unas pocas empresas de automóviles de clase mundial tienen líneas de electroforesis de autobuses, como Mercedes-Benz, MAN, Irisbus, Hyundai, etc. Puesta en funcionamiento en marzo de 2009, la línea de electroforesis de Yutong es totalmente automatizada, y los materiales de pintura son importados de EE.UU. y de Alemania. Con técnica de fabricación e instalaciones avanzadas a nivel internacional, su dimensión y capacidad de producción han tomado la delantera de todo el mundo.

Construir buque insignia de técnicos en la industria de autobuses.

Posee el único centro técnico a nivel nacional en la industria de autobuses de China.

Yutong ha obtenido casi un centenar de patentes. Cada año, cientos de millones de inversión se pusieron en el área de investigación y desarrollo.

La primera estación de trabajo post-doctorado en la industria de autobuses de China

En abril de 2004, la primera estación de trabajo post-doctorado en la industria de autobuses de China se estableció en Yutong para guiar y validar el diseño y desarrollo de productos de autobuses.

Encuesta



Nombre:

Cooperativa:

Nº Bus:

1.- ¿Con qué frecuencia usted hace mantenimiento a su transporte intercantonal?

- a.- 3 veces al mes
- b.- 2 veces al mes
- c.- 1 veces al mes
- d.- otros: _____

2.- ¿Con qué frecuencia se le daña su transporte intercantonal?

- a.- 2 veces a la semana
- b.- 4 veces a la semana
- c.- a diario
- d.- otros: _____

3.- ¿A qué ciudad suele comprar repuestos cuando se le daña?

- a.- Guayaquil
- b.- Libertad
- c.- Milagro
- d.- otros: _____

4.- A la cuidad que suele comprar los repuestos. ¿Cuánto tiempo se demora en adquirirlo?

a.- 45 minutos

b.- 1 hora

c.- 2 horas

d.- otros: _____

5.- ¿Cuánto usted suele gastar para ir a conseguir los repuestos?

a.- \$ 25 a \$ 100

b.- \$ 125 a \$200

c.- \$ 225 a \$ 300

d.- otros: _____

6.- ¿Cuáles son los repuestos que suele adquirir a menudo para su bus intercantonal?

a.- mecánico

b.- eléctricos

c.- ambos

d.- otros: _____

7.- ¿Qué cantidad de repuestos suele adquirir al mes?

a.- 4 repuestos

b.- 8 repuestos

c.- 12 repuestos

d.- otros: _____

8.- ¿A qué distribuidora de repuestos suele usted adquirir los repuestos?

9.- ¿Usted cree que sería necesario la creación de una comercializadora de buses para cubrir la demanda? y ¿Por qué?

10.- En caso de existir una comercializadora de repuestos para buses en el cantón General Villamil Playas ¿Usted qué servicio adicional desea que ofrezcan?

Entrevista a los socios de las diferentes cooperativas.

¿Cuáles son los beneficios que obtuvo al pertenecer como socio de una cooperativa de transporte intercantonal?

¿Cuánto tiempo ha transcurrido de pertenecer como socio de la Cooperativa de Transporte Villamil?

¿Es rentable poseer un bus de transporte intercantonal como inversionista a largo plazo?

¿Cuál es motivo que realiza mantenimiento a su bus intercantonal de forma constante?

¿Cuál es la cantidad estimada de repuestos para su bus intercantonal que adquiere mensualmente?

¿Cuáles son los tipos de repuestos que generalmente sufren daños con mayor frecuencia su bus intercantonal?

¿Cuál es el costo de transporte por adquisición de los repuestos para su bus?

¿Cuál es procedencia de los repuestos que utilizan con mayor frecuencia para su bus intercantonal?

¿Cuál es el tiempo promedio de duración de los repuestos su bus intercantonal?

¿Cuál es el beneficio que le brinda la distribuidora que adquieren los repuestos para su bus intercantonal?

Entrevista al Gerente General de la Distribuidora Garzón

¿Desde qué año aproximadamente se inició la distribuidora a importar repuestos de buses modelo Yutong en el Ecuador?

¿Existe crecimiento en el sector automotriz en el Ecuador? y ¿Por qué?

¿Cuáles son las distribuidoras con mayores ventas de repuestos para buses en el Ecuador?

En su distribuidora ¿Cuáles son los tipos de repuestos para buses con mayores ventas que han obtenido?

¿Cuál es la calidad de los repuestos que ofrece al mercado nacional?

¿Cuál es la cantidad promedio de repuestos para buses en su inventario a nivel nacional?

¿Cuál es el tiempo de duración del proceso importación de repuestos para buses desde China?

¿Su distribuidora brinda un beneficio adicional a sus clientes al momento de adquirir repuestos los bus intercantonal o interprovincial?

Entrevista

Distribuidora Garzón dio la apertura para la verificación de los repuestos para buses de transporte pesado y adicional venta de buses marca Yutong para cooperativa intercantonal e interprovincial importados directamente de China se encuentra ubicado la matriz Av. Las Américas frente al Centro de Convenciones de Guayaquil y una sucursal en el cantón Duran.

El Gerente General de la Distribuidora Garzón Ing. Reineira Reyna encargado de la matriz y sucursal excelente profesional y que se denota sus conocimientos previos con la Administración de la compañía ya se encuentra en un ascenso en ventas ya que son repuestos y buses originales de la marca Yutong, establecen un inventario de excelente calidad y variedad a la compañía.

Adicional se encargan de brindar el servicio de mantenimiento a los buses vendidos por la compañía con el fin de maximizar el tiempo de vida útil del vehículo a los propietarios de los buses de diferentes cooperativas de transporte de marca Yutong.

Para concluir comprendo la situación de sigilo de los datos financieros de la compañía de cierto punto no los pudieron brindar, pero me llevo una gran satisfacción de conocer una excelente compañía de servicios de alta calidad para el Ecuador.

Financiamiento

Préstamo Financiero

Monto	\$ 25.000,00
Tasa anual	14%
N.- pagos	36
P. Mensual	\$ 854,44

Pagos a realizar por préstamo bancario:

Años	Meses	Pago de Interés mensual	Pago de Interés Anual	Pago de Capital Mensual	Pago de Capital Anual	Valor total a pagar mensual	Valor total a pagar anual	Saldo
0	0	\$ 5.759,87		25000				\$ 30.759,87
1	1	\$ 291,67	\$ 3.049,36	\$ 562,77	\$ 7.203,93	\$ 854,44	\$ 10.253,29	\$ 29.905,43
	2	\$ 285,10		\$ 569,34		\$ 854,44		\$ 29.050,99
	3	\$ 278,46		\$ 575,98		\$ 854,44		\$ 28.196,54
	4	\$ 271,74		\$ 582,70		\$ 854,44		\$ 27.342,10
	5	\$ 264,94		\$ 589,50		\$ 854,44		\$ 26.487,66
	6	\$ 258,06		\$ 596,38		\$ 854,44		\$ 25.633,22
	7	\$ 251,11		\$ 603,34		\$ 854,44		\$ 24.778,78
	8	\$ 244,07		\$ 610,37		\$ 854,44		\$ 23.924,34
	9	\$ 236,95		\$ 617,50		\$ 854,44		\$ 23.069,90
	10	\$ 229,74		\$ 624,70		\$ 854,44		\$ 22.215,46
	11	\$ 222,45		\$ 631,99		\$ 854,44		\$ 21.361,02
	12	\$ 215,08		\$ 639,36		\$ 854,44		\$ 20.506,58
2	13	\$ 207,62	\$ 1.973,51	\$ 646,82	\$ 8.279,78	\$ 854,44	\$ 10.253,29	\$ 19.652,14
	14	\$ 200,07		\$ 654,37		\$ 854,44		\$ 18.797,70
	15	\$ 192,44		\$ 662,00		\$ 854,44		\$ 17.943,26
	16	\$ 184,72		\$ 669,72		\$ 854,44		\$ 17.088,81
	17	\$ 176,90		\$ 677,54		\$ 854,44		\$ 16.234,37
	18	\$ 169,00		\$ 685,44		\$ 854,44		\$ 15.379,93
	19	\$ 161,00		\$ 693,44		\$ 854,44		\$ 14.525,49
	20	\$ 152,91		\$ 701,53		\$ 854,44		\$ 13.671,05
	21	\$ 144,73		\$ 709,71		\$ 854,44		\$ 12.816,61
	22	\$ 136,45		\$ 717,99		\$ 854,44		\$ 11.962,17
	23	\$ 128,07		\$ 726,37		\$ 854,44		\$ 11.107,73
	24	\$ 119,60		\$ 734,84		\$ 854,44		\$ 10.253,29

3	25	\$ 111,02	\$ 736,99	\$ 743,42	\$ 9.516,30	\$ 854,44	\$ 10.253,29	\$ 9.398,85
	26	\$ 102,35		\$ 752,09		\$ 854,44		\$ 8.544,41
	27	\$ 93,58		\$ 760,86		\$ 854,44		\$ 7.689,97
	28	\$ 84,70		\$ 769,74		\$ 854,44		\$ 6.835,53
	29	\$ 75,72		\$ 778,72		\$ 854,44		\$ 5.981,09
	30	\$ 66,63		\$ 787,81		\$ 854,44		\$ 5.126,64
	31	\$ 57,44		\$ 797,00		\$ 854,44		\$ 4.272,20
	32	\$ 48,14		\$ 806,30		\$ 854,44		\$ 3.417,76
	33	\$ 38,74		\$ 815,70		\$ 854,44		\$ 2.563,32
	34	\$ 29,22		\$ 825,22		\$ 854,44		\$ 1.708,88
	35	\$ 19,59		\$ 834,85		\$ 854,44		\$ 854,44
	36	\$ 9,85		\$ 844,59		\$ 854,44		\$ 0,00
				\$ 5.759,87		\$ 5.759,87		\$ 25.000,00

Préstamo del vehículo

Monto	\$ 25.000,00
Tasa anual	15%
N.- pagos	60
P. Mensual	\$ 594,75

Pagos a realizar por préstamo del vehículo:

Años	Meses	Pago de Interés mensual	Pago de Interés Anual	Pago de Capital Mensual	Pago de Capital Anual	Valor total a pagar mensual	Valor total a pagar anual	Saldo
0	0	\$ 10.684,90		\$ 25.000,00				\$ 35.684,90
1	1	\$ 312,50	\$ 3.507,16	\$ 282,25	\$ 3.629,81	\$ 594,75	\$ 7.136,98	\$ 35.090,15
	2	\$ 308,97		\$ 285,78		\$ 594,75		\$ 34.495,40
	3	\$ 305,40		\$ 289,35		\$ 594,75		\$ 33.900,65
	4	\$ 301,78		\$ 292,97		\$ 594,75		\$ 33.305,90
	5	\$ 298,12		\$ 296,63		\$ 594,75		\$ 32.711,15
	6	\$ 294,41		\$ 300,34		\$ 594,75		\$ 32.116,41
	7	\$ 290,66		\$ 304,09		\$ 594,75		\$ 31.521,66

	8	\$ 286,86		\$ 307,89		\$ 594,75		\$ 30.926,91
	9	\$ 283,01		\$ 311,74		\$ 594,75		\$ 30.332,16
	10	\$ 279,11		\$ 315,64		\$ 594,75		\$ 29.737,41
	11	\$ 275,17		\$ 319,58		\$ 594,75		\$ 29.142,66
	12	\$ 271,17		\$ 323,58		\$ 594,75		\$ 28.547,92
2	13	\$ 267,13	\$ 2.923,66	\$ 327,62	\$ 4.213,32	\$ 594,75	\$ 7.136,98	\$ 27.953,17
	14	\$ 263,03		\$ 331,72		\$ 594,75		\$ 27.358,42
	15	\$ 258,89		\$ 335,86		\$ 594,75		\$ 26.763,67
	16	\$ 254,69		\$ 340,06		\$ 594,75		\$ 26.168,92
	17	\$ 250,44		\$ 344,31		\$ 594,75		\$ 25.574,17
	18	\$ 246,13		\$ 348,62		\$ 594,75		\$ 24.979,43
	19	\$ 241,77		\$ 352,97		\$ 594,75		\$ 24.384,68
	20	\$ 237,36		\$ 357,39		\$ 594,75		\$ 23.789,93
	21	\$ 232,90		\$ 361,85		\$ 594,75		\$ 23.195,18
	22	\$ 228,37		\$ 366,38		\$ 594,75		\$ 22.600,43
	23	\$ 223,79		\$ 370,96		\$ 594,75		\$ 22.005,69
	24	\$ 219,16		\$ 375,59		\$ 594,75		\$ 21.410,94
3	25	\$ 214,46	\$ 2.246,34	\$ 380,29	\$ 4.890,63	\$ 594,75	\$ 7.136,98	\$ 20.816,19
	26	\$ 209,71		\$ 385,04		\$ 594,75		\$ 20.221,44
	27	\$ 204,89		\$ 389,85		\$ 594,75		\$ 19.626,69
	28	\$ 200,02		\$ 394,73		\$ 594,75		\$ 19.031,94
	29	\$ 195,09		\$ 399,66		\$ 594,75		\$ 18.437,20
	30	\$ 190,09		\$ 404,66		\$ 594,75		\$ 17.842,45
	31	\$ 185,03		\$ 409,72		\$ 594,75		\$ 17.247,70
	32	\$ 179,91		\$ 414,84		\$ 594,75		\$ 16.652,95
	33	\$ 174,73		\$ 420,02		\$ 594,75		\$ 16.058,20
	34	\$ 169,48		\$ 425,27		\$ 594,75		\$ 15.463,45
	35	\$ 164,16		\$ 430,59		\$ 594,75		\$ 14.868,71
	36	\$ 158,78		\$ 435,97		\$ 594,75		\$ 14.273,96
4	37	\$ 153,33	\$ 1.460,15	\$ 441,42	\$ 5.676,83	\$ 594,75	\$ 7.136,98	\$ 13.679,21
	38	\$ 147,81		\$ 446,94		\$ 594,75		\$ 13.084,46
	39	\$ 142,22		\$ 452,52		\$ 594,75		\$ 12.489,71
	40	\$ 136,57		\$ 458,18		\$ 594,75		\$ 11.894,97
	41	\$ 130,84		\$ 463,91		\$ 594,75		\$ 11.300,22
	42	\$ 125,04		\$ 469,71		\$ 594,75		\$ 10.705,47
	43	\$ 119,17		\$ 475,58		\$ 594,75		\$ 10.110,72
	44	\$ 113,22		\$ 481,52		\$ 594,75		\$ 9.515,97
	45	\$ 107,21		\$ 487,54		\$ 594,75		\$ 8.921,22
	46	\$ 101,11		\$ 493,64		\$ 594,75		\$ 8.326,48
	47	\$ 94,94		\$ 499,81		\$ 594,75		\$ 7.731,73
	48	\$ 88,69		\$ 506,06		\$ 594,75		\$ 7.136,98
5	49	\$ 82,37	\$ 547,58	\$ 512,38	\$ 6.589,40	\$ 594,75	\$ 7.136,98	\$ 6.542,23
	50	\$ 75,96		\$ 518,79		\$ 594,75		\$ 5.947,48
	51	\$ 69,48		\$ 525,27		\$ 594,75		\$ 5.352,73
	52	\$ 62,91		\$ 531,84		\$ 594,75		\$ 4.757,99

53	\$ 56,26		\$ 538,48		\$ 594,75		\$ 4.163,24
54	\$ 49,53		\$ 545,22		\$ 594,75		\$ 3.568,49
55	\$ 42,72		\$ 552,03		\$ 594,75		\$ 2.973,74
56	\$ 35,82		\$ 558,93		\$ 594,75		\$ 2.378,99
57	\$ 28,83		\$ 565,92		\$ 594,75		\$ 1.784,24
58	\$ 21,76		\$ 572,99		\$ 594,75		\$ 1.189,50
59	\$ 14,59		\$ 580,15		\$ 594,75		\$ 594,75
60	\$ 7,34		\$ 587,41		\$ 594,75		(\$ 0,00)
	\$ 10.684,90	\$ 10.684,90	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 35.684,90	\$ 35.684,90	

Inflación de sueldo básico

Inflación Sueldos Básicos		
Años	Inflación	Variación
2009	9%	0
2010	10.09%	0.12130479
2011	10.00%	-0.00909091
2012	10.61%	0.06060606
2013	8.90%	-0.16046967
2014	6.92%	-0.22302854
2015	6.63%	-0.04213565
2016	6.13%	-0.07482374
2017	5.59%	-0.08797031
2018	4.93%	-0.11768558

Fuente: Banco Central del Ecuador y Autora del proyecto

Elaborado por: autora