UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE CUENCA

CARRERA DE INGENIERÍA AUTOMOTRIZ

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA PARA LA EMPRESA AGUILAR COMERCIAL AUTOMOTRIZ

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

AUTORES: CARLOS ANDRÉS AGUILAR VIZHÑAY

VÍCTOR MANUEL CHUYA OVIEDO

TUTORA: ING. DIANA PATRICIA MOYA LOAIZA, MSc.

Cuenca - Ecuador

2023

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros, Carlos Andrés Aguilar Vizhñay con documento de identificación N° 0705242386 y Víctor Manuel Chuya Oviedo con documento de identificación N° 0705999605; manifestamos que:

Somos los autores y responsables del presente trabajo; y, autorizamos a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Cuenca, 13 de julio del 2022

Atentamente,

Carlos Andrés Aguilar Vizhñay

1105818395

Víctor Manuel Chuya Oviedo

0705999605

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

Nosotros, Carlos Andrés Aguilar Vizhñay con documento de identificación N° 0705242386 y Víctor Manuel Chuya Oviedo con documento de identificación N° 0705999605, expresamos nuestra voluntad y por medio del presente documento cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del Proyecto técnico: "Estudio de factibilidad económica para la empresa Aguilar Comercial Automotriz", el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniero Automotriz, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribimos este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, 13 de julio del 2022

Atentamente,

Carlos Andrés Aguilar Vizhñay

1105818395

Víctor Manuel Chuya Oviedo

0705999605

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Diana Patricia Moya Loaiza documento de identificación N° 1718971524, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA PARA LA EMPRESA AGUILAR COMERCIAL AUTOMOTRIZ, realizado por Carlos Andrés Aguilar Vizhñay con documento de identificación N° 0705242386 y por Víctor Manuel Chuya Oviedo con documento de identificación N° 0705999605, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Proyecto técnico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, 13 de julio del 2022

Atentamente,

Ing. Diana Patricia Moya Loaiza, MSc.
1718971524

DEDICATORIA

Este proyecto se la dedico a mi madre Ec. Silvia Alicia Vizhñay Guapisaca, que siempre ha sido mi ejemplo a seguir y mi fuente de inspiración, gracias a sus consejos soy lo que soy.

De igual forma, se la dedico a mi padre Carlos Enrique Aguilar Fajador que gracias a su apoyo y consejos he podido alcanzar la profesionalización.

También, se lo dedico a mis abuelos Manuel de Jesús Vizhñay y María Mercedes Guapisaca por su ayuda, apoyo y sacrificio para hacer posible mi meta.

Se la dedico de igual forma a mi tío Pablo Vizhñay que ha sido mi mentor e inspiración para seguir esta hermosa carrea

A mi enamorada Paulette Valarezo y mi mascota Antonella.

Carlos Andrés Aguilar Vizhñay

DEDICATORIA

El presente proyecto, dedico a mis padres, Victor Remigio Chuya Sumba y Miryan Francelina Oviedo Armijos, quienes han creído en mi capacidad y han dado tiempo, paciencia y parte de su vida para que pueda lograr el objetivo de ser un profesional, sin todo lo que ellos han sacrificado por mí no habría podido superar todas las adversidades y alcanzar esta meta, pues todo lo que tengo y todo lo que soy es el trabajo arduo y ejemplar.

Es por ello por lo que doy este trabajo en honor a ellos mis padres por su amor, sacrificio y esfuerzo.

Víctor Manuel Chuya Oviedo

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios y la Virgen de la Nube por brindarme las fuerzas necesarias en este proyecto de investigación, a mi familia, amigos, compañeros y docentes que me han acompañado en este hermoso camino.

A mi tutora Ing. Diana Moya Ms. por su valiosa asesoría, disposición y conocimientos. Su guía y apoyo fueron importantes en cada etapa de este proyecto.

Carlos Andrés Aguilar Vizhñay

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mi padre y a mi madre, a mi hermana y a mis hermanos pequeños y como no a mi Tutora de Tesis.

Víctor Manuel Chuya Oviedo

RESUMEN

Para iniciar un proyecto, es importante conocer la demanda existente en el mercado actual en donde se pretende desarrollar una actividad comercial. Por ello, es primordial realizar un estudio de factibilidad económico que nos permita estimar la viabilidad para así ejecutar la propuesta. El presente proyecto "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA PARA LA EMPRESA AGUILAR COMERCIAL AUTOMOTRIZ", tiene como objetivo determinar la factibilidad económica para la Empresa Aguilar en la parroquia Jubones. A continuación, se presentan las fases a desarrollar para este proceso:

Primera fase se establecerá un marco teórico mediante una exploración bibliográfica, en el que se definirán conceptos, procesos y diferentes tipos de análisis para emplearlos en el presente proyecto.

Segunda fase se elaborará un análisis Pestel y estudio de mercado haciendo uso del marco teórico y verificando encuestas para así conocer la oferta y demanda existente en el cantón Machala mediante su respectivo análisis.

Finalmente, en la última fase se ejecutará un estudio de factibilidad económico basándose en los hallazgos de la primera y segunda fase, por ello se explorará detalladamente los costos que implica la implementación y operatividad de la Empresa Aguilar. Para cumplir este objetivo se construirá a un flujo económico y se realizaran las respectivas evaluaciones de factibilidad como lo son el VAN (valor actual neto), TIR (tasa interna de retorno) y PE (Punto de equilibrio), para determinar su factibilidad.

Palabras Claves: *Económica, Factibilidad, Estudio, Análisis.*

ABSTRACT

To start a project, it is important to know the existing demand in the current market where it is intended to develop a commercial activity. Therefore, it is essential to carry out an economic feasibility study that allows us to estimate the viability in order to execute the proposal. This project "ECONOMIC FEASIBILITY STUDY FOR THE COMPANY AGUILAR COMERCIAL AUTOMOTRIZ", aims to determine the economic feasibility for the Aguilar Company in the Jubones parish. Below are the phases to be developed for this process:

First phase, a theoretical framework will be established through a bibliographic exploration, in which concepts, processes and different types of analysis will be defined for use in this project.

Second phase will be developed a Pestel analysis and market study using the theoretical framework and verifying surveys in order to know the existing supply and demand in the Machala canton through their respective analysis.

Finally, in the last phase, an economic feasibility study will be carried out based on the findings of the first and second phases, therefore, the costs involved in the implementation and operation of the Aguilar Company will be explored in detail. To meet this objective, it will be built at an economic flow and the respective feasibility evaluations will be carried out, such as VAN (net present value), TIR (internal rate of return) and PE (break-even point), to determine their feasibility.

Keywords: *Economic, Feasibility, Study, Analysis.*

Contenido

DEDICATORIA V

AGRADECIMIENTO VII

RESUMEN 9

ABSTRACT..... 10

INTRODUCCIÓN 18

PROBLEMA..... 24

ANTECEDENTES 25

IMPORTANCIA Y ALCANCES..... 25

DELIMITACIÓN 26

OBJETIVOS 27

Objetivo General..... 27

Objetivos Específicos..... 27

CAPITULO 1..... 27

FUNDAMENTOS TEORICOS..... 27

Sector automotriz en el Ecuador / El Oro 28

Sector de venta de autoparte en el Ecuador / El Oro 28

Estudio de entorno 28

Análisis de Porter..... 29

fuerzas de Porter 29

Amenaza de la entrada de nuevos competidores 29
Amenaza de posibles productos sustitutos 29
Poder de negociación de los proveedores 30
Poder de negociación de los clientes 30
Rivalidad entre competidores existentes 30
Análisis Pestel 30
Factores políticos 31
Factores económicos 31
Factores sociales 31
Factores tecnológicos 31
Diagrama de Pareto 32
Estudio de mercado 32
Análisis de la oferta 33
Análisis de la demanda 33
Análisis de la comercialización 34
Análisis de Costos 34
Estrategia de precios 34
Estrategia en relación a la competencia 35
Estrategia por Discriminación de Precios 35
Estrategia por Afiliación 36

Estrategia por Volumen de Ventas 36
Marketing Comercial 36
Competidores 36
Clientes 37
Proveedor 37
Precio 37
Precio de mercado 37
Canales de distribución 37
Intermediarios 38
Estudio técnico 38
Localización del proyecto 38
Tamaño del proyecto 39
Tamaño óptimo 39
Factibilidad organizacional 40
Organigramas 40
Antecedentes económicos del estudio legal 40
Viabilidad legal 40
Análisis interno 41
Evaluación financiera 41
Evaluación económica 41

Evaluación social 42

Balance general 42

VAN 42

TIR 43

Punto de equilibrio 44

CAPITULO 2 44

DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL PROBLEMA (ANÁLISIS PEST) 45

Aspectos legales o político 45

Aspectos económicos 49

Aspectos sociales 53

Preferencia según por el tipo de vehículo 57

Preferencia según por el tipo de origen del vehículo 59

Preferencia según la marca del vehículo 60

Modelos de vehículos más vendidos en el Ecuador 61

Electromovilidad en el Ecuador 62

Aspectos tecnológicos 64

Incremento de los vehículos electrificados en el Ecuador 65

Inteligencia Artificial en los vehículos 66

Avances tecnológicos en la Industria Automotriz 66

Aspectos ambientales 68
Análisis PORTER 74
Rivalidad entre competidores existentes 74
Amenaza de ingreso de nuevos competidores 75
Amenaza de ingreso de productos sustitutos 76
Poder de negociación de los proveedores 76
Poder de negociación de los compradores 77
Estudio de mercado 77
Segmentación de mercado 78
Determinación de población 78
Demanda 78
Diseño de la Encuesta a los propietarios de vehículos del cantón Machala 80
Resultado y análisis de las encuestas realizadas 83
Perfil del Cliente 83
Datos Personales 83
Género y edad 83
Oferta 89
Análisis de la Oferta 89
Diseño de la Encuesta a los locales de venta de autopartes y lubricantes 90

Resultados de la encuesta dirigida a locales dedicados a la comercialización de autopartes y lubricantes..... 92

Descripción del producto / servicio 107

Descripción del producto 107

Compra de Autopartes o Lubricantes 108

Comercialización 109

Nichos de mercado deseado 109

Canales de comercialización 109

Medios de promoción 110

Descripción técnica 110

Macro Localización 110

Micro Localización 111

Descripción de procesos 112

Proceso de adquisición de repuestos automotrices y lubricantes al proveedor 112

Proceso para realizar las ventas de repuestos y lubricantes a los clientes 113

Proceso de venta de repuestos y lubricantes a domicilio 114

Distribución de planta 115

Plano de la empresa 115

Estimación y costeo de equipos, maquinaria, insumos, materiales 116

Estructura organizacional..... 129

Perfil de los cargos 130
Staff 130
Departamento de almacén 133
Departamento de ventas 134
CAPITULO 3 136
ESTUDIO FINANCIERO 136
Estado de situación inicial 136
Inventario 137
Depreciación 149
Sueldos de los empleados de la empresa 149
Amortización Financiera 150
Proyección de ventas 153
Flujo de caja 153
TIR y el VAN 154
Punto de equilibrio 154
CONCLUSIONES 155
RECOMENDACIONES 156
BIBLIOGRAFÍA 157

Índice de tablas

Tabla 1. Número de vehículos en la provincia de El Oro 56

Tabla 2. Venta de modelos más vendidos 61

Tabla 3. *Las leyes ambientales que se rigen en el cantón Machala* 70

Tabla 4. *Catálogo de Categorización Ambiental Nacional* 73

Tabla 5. *Certificados de registro ambiental* 73

Tabla 6. *Variables para la muestra de una población finita.* 79

Tabla 7. *Datos con respecto a la muestra* 80

Tabla 8. *Encuesta a propietarios de vehículos* 81

Tabla 9. *Encuesta a los locales del cantón Machala* 90

Tabla 10. *Locales comerciales en el cantón Machala* 103

Tabla 11. *Equipos de computación* 117

Tabla 12. *Equipos de oficina* 118

Tabla 13. *Suministros de aseo y oficina* 118

Tabla 14. *Muebles y enseres de oficina* 119

Tabla 15. *Terrenos y construcción* 119

Tabla 16. *Servicios básicos* 120

Tabla 17. *Gastos de constitución* 120

Tabla 18. *Vehículos* 121

Tabla 19. *Cotización de los sistemas y lubricantes* 121

Tabla 20. *Perfil del cargo para el gerente general para Aguilar Comercial Automotriz* 130

Tabla 21. *Perfil del cargo de secretaria para la empresa Aguilar Comercial Automotriz* 132

Tabla 22. *Perfil para el cargo de bodeguero para la empresa Aguilar Comercial Automotriz* 133

Tabla 23. *Perfil para el cargo de vendedor para la empresa Aguilar Comercial Automotriz* 134

Tabla 24. *Situación actual de la empresa* 136

Tabla 25. *Inventario propuesto para el local*..... 137

Tabla 26. *Depreciación de muebles y enseres, edificios, equipos de computación y oficina* 149

Tabla 27. *Sueldos del personal de la organización* 149

Tabla 28. *Amortización* 150

Tabla 29. *Proyección de ventas a cinco años* 153

Tabla 30. *Flujo de caja de la empresa* 153

Tabla 31. *Calculo del TIR y VAN de la empresa* 154

Tabla 32. *Punto de equilibro proyecto a 5 años* 154

Índice de figuras

Figura 1. *Parroquia Jubones* 26

Figura 2. Análisis PEST 32

Figura 3. Estrategias de precios 35

Figura 4. La importación de autopartes 52

Figura 5. Edades de motocicletas en el mes de diciembre 54

Figura 6. Edades de automóviles en el mes de diciembre 54

Figura 7. Edades de camionetas en el mes de diciembre 55

Figura 8. Edades de SUV en el mes de diciembre 55

Figura 9. Edades de vehículos pesados en el mes de diciembre 56

Figura 10. Ventas del periodo 2022 58

Figura 11. Comparación de ventas anuales 58

Figura 12. *Porcentaje de empresas que cuentan con licencia ambiental* 69

Figura 13. *Colocar nombre de la figura* 83

Figura 14. *Colocar nombre de la figura* 84

Figura 15. *Colocar el nombre de la figura* 85

Figura 16. *Colocar el nombre de la figura* 86

Figura 17. *Colocar el nombre de la figura* 87

Figura 18. *Colocar el nombre de la figura* 88

Figura 19. *La constitución de la parroquia Jubones* 89

Figura 20. *Colocar el nombre de la figura* 93

Figura 21. *Colocar el nombre de la figura* 94

Figura 22. *Colocar el nombre de la figura* 95

Figura 23. *Colocar el nombre de la figura* 96

Figura 24. *Colocar el nombre de la figura* 97

Figura 25. *Colocar el nombre de la figura* 98

Figura 26. *Colocar el nombre de la figura* 99

Figura 27. *Colocar el nombre de la figura* 100

Figura 28. *Colocar el nombre de la figura* 101

Figura 29. *Colocar el nombre de la figura* 102

Figura 30. *Diagrama de Flujo de la compra de autopartes o lubricantes*..... 108

Figura 31. *Localización del proyecto*..... 111

Figura 32. *Localización dentro del catón de Machala*..... 111

Figura 33. *Flujograma del proceso de adquisición de repuestos y lubricantes al proveedor* 112

Figura 34. *Flujograma del proceso para realizar las ventas de repuestos y lubricantes a los clientes* 113

Figura 35. *Flujograma del proceso para realizar de venta de repuestos y lubricantes a domicilio.* 114

Figura 36. *Planta baja de la empresa* 115

Figura 37. *Planta alta de la empresa* 116

Figura 38. *Propuesta de estructura organizacional* 130

INTRODUCCIÓN

Actualmente existe un gran crecimiento de vehículos tanto nuevos y de segunda mano en el cantón Machala, esto se ve manifestado de acuerdo con la indagación de la Empresa Pública de Movilidad de Machala que indica la matriculación de 40 960 vehículos (no todos son automotores pertenecientes al cantón). Debido a esto implica la oportunidad para la comercialización de autopartes y lubricantes dentro del cantón, por este motivo se lleva a cabo el presente proyecto con el tema: "Estudio de factibilidad económica para la Empresa Aguilar Comercial Automotriz", que permitirá la venta de autopartes y lubricantes, teniendo en cuenta la demanda existente en el cantón Machala.

Se considerará las preferencias de los clientes con respecto a las autopartes y lubricantes, por ello se realizará encuestas que nos facilite con la demanda que existe dentro del cantón Machala y así tener en cuenta cuáles son las necesidades al momento de adquirir una autoparte o lubricante.

Finalmente, de acuerdo con el estudio del proyecto se implementará un local de venta de autopartes y lubricantes de acuerdo con la demanda existen en el cantón Machala.

PROBLEMA

La Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE) en su anuario del 2021 registró un total de 119.316 vehículos vendidos a nivel nacional, la provincia de El Oro participó en un 2,4% de ventas llegando a un total de 2.901 de vehículos. El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos indica en el Censo Nacional Económico del 2010 registra 29.068 empresas dedicadas a la actividad automotriz el 30% está dedicada a la venta de partes, piezas, accesorios, combustibles y ventas de vehículos, además existen 1.338 establecimientos legalmente registrados (INEC, 2010). Con estos datos obtenidos la empresa Aguilar Comercial Automotriz desconoce la forma óptima para enfrentarse a la competencia existente en Machala para poder para adaptarse y consolidarse en el mercado de repuestos y lubricantes automotrices. Este estudio de caso contribuirá a la comprensión de los desafíos y oportunidades de ampliar un local automotriz dedicado a la comercialización de repuestos y lubricantes de vehículos a gasolina, en este sentido la empresa denominada como “Aguilar Comercial Automotriz”, busca investigar los factores claves que afectan a la viabilidad de la ampliación, como la demanda del mercado, la competencia, el análisis financiero, el estudio de localización y otros factores relevantes, con el fin de proporcionar una evaluación completa y fundamentada para la toma de decisiones en torno a la expansión del local, con la demanda que existe en la parroquia Jubones del cantón Machala.

ANTECEDENTES

Según la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE) en su anuario del 2021 registró un total de 119.316 vehículos vendidos a nivel nacional, la provincia de El Oro participó en un 2,4% de ventas llegando a un total de 2.901 de vehículos. El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos indica en el Censo Nacional Económico del 2010 registra 29.068 empresas dedicadas a la actividad automotriz el 30% está dedicada a la venta de partes, piezas, accesorios, combustibles y ventas de vehículos, además existen 1.338 establecimientos legalmente registrados (INEC, 2010).

IMPORTANCIA Y ALCANCES

La Empresa Aguilar Comercial Automotriz desconoce la forma óptima para enfrentarse a la competencia existente en Machala para poder para adaptarse y consolidarse en el mercado de repuestos y lubricantes automotrices. Este estudio de caso contribuirá a la comprensión de los desafíos y oportunidades de ampliar un local automotriz dedicado a la comercialización de repuestos y lubricantes de vehículos a gasolina, en este sentido la empresa denominada como "Aguilar Comercial Automotriz", busca investigar los factores claves que afectan a la viabilidad de la ampliación, como la demanda del mercado, la competencia, el análisis financiero, el estudio de localización y otros factores relevantes, con el fin de proporcionar una evaluación completa y fundamentada para la toma de decisiones en torno a la expansión del local, con la demanda que existe en la parroquia Jubones del cantón Machala.

DELIMITACIÓN

El presente proyecto, se aplicará en la Provincia de El Oro, en el cantón Machala, la cual tiene una población estimada de 476 848 habitantes y una extensión territorial aproximada de 66.5 km^2 , limitando al norte con los cantones El Guabo y Pasaje, al sur y este con el cantón Santa Rosa y con el Archipiélago de Jambelí al oeste.

La parroquia Jubones se encuentra limitada en la parte norte con la Circunvalación Norte, en la sección sur con la Avenida 4ta. Norte (Calle Boyacá), la sección este con la carretera 6ta. Este (Calle Buenavista), y la sección oeste con la carretera 5ta. Oeste (Calle Las Palmeras).

Figura 1.

Parroquia Jubones

Nota: Tomada de Google Maps (2023)

OBJETIVOS

Objetivo General

Proponer un estudio de factibilidad económica para la ampliación de la empresa de repuestos y lubricantes “Aguilar Comercial Automotriz” en el cantón Machala.

Objetivos Específicos

- Establecer un marco teórico a través de la revisión material bibliográfico para el establecimiento de la normativa técnica para la denominación de la factibilidad económica para la ampliación del Aguilar Comercial Automotriz.
- Determinar las condiciones actuales en las que se encuentra la empresa “Aguilar Comercial Automotriz” con la finalidad de identificar los factores de potencialización y los puntos críticos para garantizar su proceso de ampliación.
- Realizar el estudio técnico económico para determinar los recursos necesarios para la ampliación de la empresa “Aguilar Comercial Automotriz” y establecer la rentabilidad y factibilidad financiera.

CAPITULO 1

FUNDAMENTOS TEORICOS

En el primer capítulo indicaremos las principales definiciones para el estudio de factibilidad económica para la empresa Aguilar Comercial Automotriz.

De acuerdo a (Rivas, Lechuga, & Cruz, Cnocepto de proyecto de inversión, 2019), afirma que un proyecto de inversión simboliza una serie de acciones o actividades interrelacionadas para lograr un fin específico, para llegar a ello se requiere una

combinación de recursos humanos, técnicos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados. Con el fin de satisfacer una necesidad.

Sector automotriz en el Ecuador / El Oro

La Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE, 2021) en su anuario del 2021 registró un total de 119.316 vehículos vendidos a nivel nacional, la provincia de El Oro participó en un 2,4% de ventas llegando a un total de 2.901 de vehículos. El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos indica en el Censo Nacional Económico del 2010 registra 29.068 empresas dedicadas a la actividad automotriz el 30% está dedicada a la venta de partes, piezas, accesorios, combustibles y ventas de vehículos, además existen 1.338 establecimientos legalmente registrados (INEC, 2010).

Sector de venta de autoparte en el Ecuador / El Oro

De acuerdo a la información del Censo Nacional Económico 2010, existen 29.068 establecimientos económicos dedicados a actividades de comercio automotriz, de los cuales el 70% corresponden a establecimientos que realizan mantenimiento y reparación de vehículos automotores, mientras que el 30% restante se dedica a la venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores; venta al por menor de combustibles y venta de vehículos. (Inversiones, 2013). En el Ecuador el sector automotriz tiene una participación importante en la economía del país debido a los elevados ingresos que realiza las actividades tanto directa como indirecta. (Pro Ecuador, 2013).

Estudio de entorno

Según (Padilla, 2011) el análisis del entorno (demográfico, cultural, tecnológico) donde se sitúa la empresa y del proyecto se evalúa implementar es fundamental para determinar el impacto de las variables controlables y no controlables.

Analizar el entorno de cualquier empresa es una herramienta particularmente útil para con ello indicar las estrategias de marketing, y a su vez determinar el verdadero potencial de crecimiento al evaluar la gama de factores que lo influyen. Este estudio, ayudará a determinar cuáles son las debilidades para la empresa, es decir los puntos negativos que ocasionan la dificultad de lograr las metas planteadas.

Análisis de Porter

fuerzas de Porter

Según (Then, y otros, 2014) afirman que: el modelo de las cinco fuerzas de Porter nos ayuda a plasmar nuevas estrategias en el mercado para competir de acuerdo a las circunstancias con el objetivo de determinar la rentabilidad de un sector en específico, normalmente con el fin de evaluar el valor y la proyección futura de empresas o unidades de negocio que operan en dicho sector. (pág. 468)

Amenaza de la entrada de nuevos competidores

Para (Porter , 2008), menciona que los nuevos aspirantes a entrar en una industria aportan una nueva capacidad y un deseo de obtener una cuota de mercado que ejerce presión en los precios, los costes y el índice de inversión necesario para competir. En especial, cuando los nuevos aspirantes proceden de otras industrias y deciden diversificarse, pueden influir en la capacidad existente y en los flujos de liquidez para estimular la competitividad (pág. 37).

Amenaza de posibles productos sustitutos

Según (Diaz & Gonzales, 2021) el producto sustituto es un producto que puede brindar el mismo bien, servicio o recurso final del que está produciendo la competencia, que si no es igual suple necesidades.

Poder de negociación de los proveedores

Para (Paucara, 2016), señala que los proveedores, pueden ejercer poder de negociación contra los involucrados en la industria, al amenazar con subir el precio o reducir la calidad del producto o servicio.

Poder de negociación de los clientes

(Velástegui, 2010) afirma que los clientes que componen el sector industrial pueden inclinar la balanza negociadora a su favor cuando existen alternativas en el mercado, y exigen calidad, excelente servicio y precios bajos, lo que lleva a los proveedores a competir entre sí por estas necesidades.

Rivalidad entre competidores existentes

(Porter, Estrategia competitiva, 1997) asegura que la competencia entre los rivales existentes tiene como objetivo mejorar la posición de las empresas competidoras a través de estrategias como la divergencia de precios, publicidad, ingreso de nuevos productos y mayor servicio al cliente o garantías. La competencia ocurre porque uno o más competidores se sienten presionados o ven una ocasión de mejorar su posición.

Análisis Pestel

Según los autores (Beltrán, Maldonado, & Gallegos, 2020) en su estudio, mencionan que es un método utilizado para determinar el entorno externo que influye en factores como políticos, tecnológicos, socioculturales, ecológicos, económicos y legales. El mismo consiste en identificar las fuerzas que afectan un entorno particular: sectores, mercados laborales, grupos objetivo, competencia, etc. Con el objetivo de ayudar a implementar estrategias para diferenciarse de la competencia y adaptarse a los factores que afectan a una industria o mercado, para lo cual se detallan los factores del análisis Pestel.

Factores políticos

Son aquellas acciones políticas, que provienen del estado del gobierno y que interfieren directamente en la economía del país. Incluyendo políticas tributarias, impuestos, aranceles, clima político, etc. (Sanchez & León, 2017)

Factores económicos

Según (Jaramillo, Análisis PEST(EL), 2009) indica que los factores económicos se refieren a la situación económico actual de cada país como: tendencias económicas nacionales, tendencias ambientales internacionales, impuestos, política fiscal nacional, naturaleza del ciclo de comercialización, tendencias del mercado y canales de comercialización, etc.

Factores sociales

(Amador, 2022) indica que los factores sociales se incluyen la religión, creencias, la cultura, los hábitos, los intereses y las preferencias de las personas. Todos estos factores pueden tener un efecto favorable o desfavorable en los resultados que una empresa quiere lograr, debido a que los aspectos sociales van cambiando y mostrando nuevas tendencias.

Factores tecnológicos

Son todos los dispositivos o sistemas tecnológicos que pueden afectar la producción, distribución y lanzamiento de sus productos o servicios (por ejemplo: infraestructura de transporte, técnicas emergentes, automatización, tecnologías disponibles para la competencia, promoción y regulación). (Londoño, 2021)

Figura 2.

Análisis PEST

Nota: Herramientas utilizadas el modelo Pest Tomado de (Dávila, 2017) (párr. 20).

Diagrama de Pareto

Según (Pablo Juan Vedoy, 2006), es un gráfico de barras que precisa las categorías en el orden descendente en el sentido de izquierda a derecha, de modo que puede ser utilizado por el autor para examinar, comprender y tender a una mejora continua. De esta manera se necesita que sea más de la mitad de las categorías, obtener una suma mayor del 80% efecto o causa, obteniendo un buen análisis y una posterior acogida a los datos.

Estudio de mercado

Implica identificar y delimitar el mercado, determinar la oferta y la demanda, estimar los costos de operación o los precios del proyecto futuro, y proyectar las posibles acciones del servicio. Se requiere recopilar información confiable y actualizada de fuentes primarias directas para llevar a cabo este análisis. Además, es importante especificar las

políticas que se utilizarán como estrategia comercial para ayudar en la definición de los costos.

Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de productos o servicios que los fabricantes o proveedores colocan en el mercado para satisfacer las necesidades de los consumidores. Al analizar a los competidores, es posible identificar qué elementos son similares entre los bienes o servicios que se ofrecen al mismo segmento de mercado. Esta comprensión de las cualidades de semejanza permite establecer estrategias en el mercado para competir de manera efectiva. (Arturo Morales Castro, 2018)

Análisis de la demanda

El análisis de la demanda implica identificar y medir las necesidades de los consumidores en relación con un servicio o producto, así como evaluar la capacidad del servicio para satisfacer el aumento de la demanda. Para llevar a cabo este análisis (Artuto Morales Castro, 2018), se proponen los siguientes objetivos:

- Especifique la cantidad de servicios o productos que el mercado desea adquirir.
- Descubrir las características del servicio o producto que demanda el mercado.
- Evaluar si el servicio o producto cumple con las expectativas de las necesidades del mercado.
- Reconocer las necesidades de los consumidores y sus características. Para alcanzar estos objetivos, se utilizan diversas técnicas comunes de estudio de mercado que sirven como guía para la toma de decisiones.

Análisis de la comercialización

Una evaluación de comercialización es la estrategia de ventas que abarca no solo la generación de ingresos a corto o largo plazo, sino también las condiciones para aumentar o disminuir los ingresos. Además, es importante analizar la política de préstamos, porcentajes y otras combinaciones que pueden afectar los flujos de caja del proyecto. También son cruciales las decisiones sobre precios, canales de distribución, marca, estrategias publicitarias y el impacto que tienen las inversiones publicitarias en línea en la imagen de la empresa, calidad del producto, servicios de valor agregado, estilo de ventas, funciones necesarias y capacitación en ventas. (Nassir Sapag Chain R. S., 2014)

Análisis de Costos

(Urbina B. , 2013) , menciona que consiste en ofrecer un producto de calidad similar, pero a un precio inferior al de la competencia, frente a esto en la actualidad no existen datos económicos para realizar este análisis, se recomienda abordar la última parte del estudio, es decir, la última parte de la evaluación económica del proyecto, justo antes conclusiones generales. Del cual ha presentado una estrategia de precios basada en datos de costos, precio estimado y beneficio.

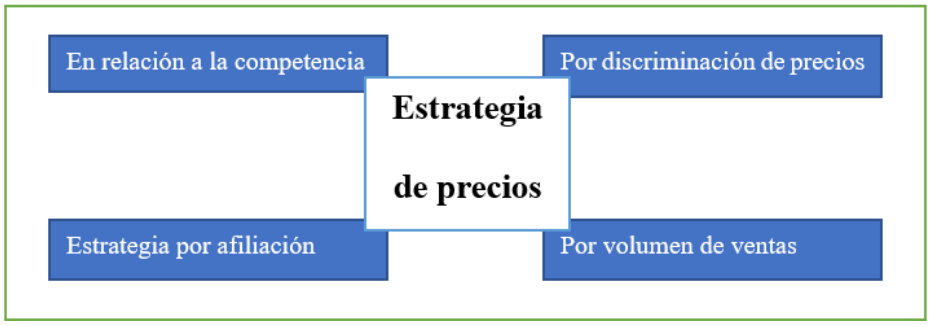
También (Universidad San Ignacio de Loyola, 2012), recalca que se estiman factores que predominan el precio y que se consideran como externos: objetivos de precio, costos, y también pueden ser internos como: competencia, factores ambientales y demanda.

Estrategia de precios

Según (Chiavenato, 2007), “menciona algunas de las estrategias comerciales que junto con la demanda define el perfil y nivel de ingresos” que se muestra en la siguiente figura.

Figura 3.

Estrategias de precios



Fuente: Autores.

A continuación, (Pursell, 2023), "explica cuatro estrategias de precios como fundamento teórico para el desarrollo que son":

Estrategia en relación a la competencia

Dependiendo de este criterio, hay varias opciones de precio, cuando el precio del competidor es más bajo que la empresa, es imperativo que la diferencia sea razonable para el comprador; este precio se llama base, esta estrategia se centra en la visión de las empresas competidoras y es posible fijar precios bajos, altos o en a veces en promedio al mercado. (Pursell, 2023)

Estrategia por Discriminación de Precios

Funciona aplicando diferentes precios a un mismo producto en función de las características del mercado objetivo. Difieren en la elasticidad de la demanda, así como por razones demográfica y económicas. De tal manera que cuando una empresa tiene conocimiento cuanto estará dispuesto a pagar a cada consumidor entonces el objetivo es tener mayor rentabilidad. (Pursell, 2023)

Estrategia por Afiliación

Consiste en afiliar al cliente frente a la competencia para ganar beneficios por ser consecutivo, en ello se promueven bajos costos, promociones, descuentos, etc. (Pursell, 2023)

Estrategia por Volumen de Ventas

Tiene relación con la economía a grande oferta y gran escala, por lo tanto, mientras mayor es el volumen de ventas los costos por unidad disminuyen, de esta manera se genera más espacio para reducir precios. (Nassir Sapag Chain R. S., 2014)

Marketing Comercial

(Levitt, 1965) , describe al marketing como un camino correcto para promover productos, obligando a la empresa a satisfacer las necesidades de los consumidores y proporcionar mejor servicio postventa. Esta costumbre se vuelve cada vez más popular, cada consumidor siempre preferirá un producto anunciado económico y de alta calidad en todas partes y entienda que el fabricante está interesado en conocer su opinión una vez que compro y uso el producto.

Competidores

En el ámbito económico, los competidores se refieren a un individuo o conjunto de empresas que operan en un mismo mercado y ofrecen productos o servicios similares. Están legalmente establecidas y registradas para poder vender o brindar sus servicios o productos y así participar en la competencia del mercado, atendiendo a las necesidades y demandas de los consumidores con la meta de obtener ganancias. (Economía 360, s.f.)

Clientes

Según (Padilla, 2011) “Los clientes son la parte fundamental de mercado, que se lo denomina “mercado meta o mercado objetivo” son los consumidores finales del producto o servicio que brindará el proyecto, constituyendo su razón de ser” (pág. 59).

Proveedor

“Es una entidad, ya sea una persona o una organización, que suministra de manera profesional un bien o servicio específico a otras personas o compañías como parte de su actividad económica, a cambio de una compensación o pago acordado” (Sánchez, s.f.)

Precio

“Una expresión monetaria de valor, una medida de valor expresada en términos monetarios. (comercialmente, el número de unidades monetarias requeridas por un vendedor o proveedor de un bien o servicio en particular)” (Rodriguez, 2009).

Precio de mercado

El valor del dinero, activo en las transacciones de mercado, surge de la interacción de la demanda y oferta; es lo que los clientes están dispuestos a pagar a pedido u oferta del vendedor. Para fijar el precio de venta, los oferentes suelen considerar: los costos de producción, la demanda y la competencia. (Rodriguez, 2009)

Canales de distribución

El canal de distribución es el trayecto que recorre un producto desde el productor hasta el cliente o consumidor final, aunque se detiene en varios puntos del camino. En cada intermediario o punto donde se detiene la ruta, existe un pago o transacción, y un

intercambio de información. El productor siempre intentará elegir el canal de distribución más optimo y eficiente. (Urbina G. B., 2013, pág. 50)

Intermediarios

Desempeñan un papel fundamental al facilitar el flujo eficiente de productos desde los productores hasta los consumidores, asegurando que, en lugares adecuados, en el momento oportuno y transferidos correctamente agregando valor al proporcionar beneficios en términos de tiempo, lugar y propiedad. Se pueden clasificar en tres categorías: mayoristas, agentes mercantiles, corredores y minoristas o detallistas. (Padilla, 2011, pág. 79)

Estudio técnico

Está destinado a verificar las posibilidades técnicas de fabricación, salida del producto o del servicio para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal es determinar si es posible producir y comercializar este producto o servicio con la calidad, cantidad y costos requerido. Para ello, es necesario determinar tecnología, maquinaria, equipo, insumos, materia prima, procesos, recursos humanos, etc. La investigación técnica se concentra en coordinarse con la investigación del mercado, ya que la producción debe satisfacer las ventas identificadas en esta última investigación. (Orozco, 2013, pág. 23)

Localización del proyecto

El estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario, abordada en dos etapas:

- Primera etapa: macro localización. Decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio

- Segunda etapa: micro localización. Elegir el punto precio, dentro de la macrozona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.

Este estudio constituye realizar un proceso detallado y critico debido a lo marcado de sus efectos sobre el éxito financiero y económico del nuevo proyecto. (Vélez, 2001, pág. 132)

Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto en su función de producción determina el alcance durante su periodo de operación normal, teniendo en cuenta las circunstancias específicas y del proyecto en cuestión. En relación al tiempo, se considera la estacionalidad en la disponibilidad y suministro de materias primas e insumo, lo cual afecta la utilización de la capacidad instalada. En función de la operación en conjunto, se identifica los puntos críticos que requieren la implementación de dos o más turnos en ciertas unidades de producción. (Vélez, 2001, págs. 119-120)

Tamaño óptimo

Se refiere a encontrar la configuración que genere el mejor resultado económico para el proyecto en su conjunto. Cuando se presentan varias opciones de tamaño para el proyecto, se requiere realizar un análisis exhaustivo y una evaluación completa de cada una, con el fin de determinar los indicadores que afectarían al proyecto y las implicaciones económicas, analizando cuales serían las mejores opciones para el proyecto. (Vélez, 2001, pág. 127)

Factibilidad organizacional

Aspectos de la organización que será responsable de implementar el proyecto, la puesta en marcha y la gestión futura de la empresa, se abordan en la fase de formulación de proyectos con el fin de resolver o plantear algunas cuestiones importantes, de manera oportuna para el éxito de las fases posteriores. (Vélez, 2001, pág. 203)

Organigramas

Es el diagrama de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad, que generalmente contiene las áreas principales dentro de la organización. Representa la herramienta básica de toda empresa para entender su estructura general. Es un sistema organizativo que se muestra de forma intuitiva y objetiva. También se les llama organigramas o diagramas, indica los vínculos entre los departamentos a lo largo de las principales líneas de autoridad, muestran: Divisiones de funciones, jerarquía y divisiones de facultades y responsabilidades. (Padilla, 2011, pág. 169)

Antecedentes económicos del estudio legal

El ordenamiento jurídico de cada país, fijado por su constitución política, sus leyes, reglamentos, decretos y costumbres, etc., determinan condiciones que se traducen en normas permisibles o prohibidas que pueden afectar flujos de efectivo proporcionados directa o indirectamente para el proyecto a evaluar. (Nassir Sapag Chain R. S., 2014, pág. 244)

Viabilidad legal

Tiene como principal objetivo determinar si existen restricciones legales para invertir en un proyecto que se está evaluando, los aspectos legales del estudio en la viabilidad económica tienen como objetivo determinar como la normativa existente afecta

los beneficios y costos del proyecto que ya demostró su viabilidad legal. (Nassir Sapag Chain R. S., 2014, pág. 244)

Análisis interno

Consiste en realizar evaluaciones claras de los recursos de la organización como son: el capital financiero, pericia técnica, capacidad de los empleados, gerentes experimentados, etc.; y las capacidades para realizar las diferentes actividades funcionales como: marketing, manufactura, sistemas de información, manejo de recursos humanos, entre otros. (Robbins, 2005, pág. 211)

Este análisis brinda información importante en base a los recursos y capacidades de una organización, si estas capacidades o recursos se diferencias o son únicos, se consideran competencias centrales de la organización, las cuales son las principales habilidades, capacidades y recursos que crean valor para la organización, para poder determinar sus armas competitivas. (Robbins, 2005, pág. 211)

Evaluación financiera

"Desde el punto de vista de un inversor, se define si los ingresos que recibe son mayores que el dinero que aporta. Se basa en el monto de los fondos recibidos o no recibidos por el inversionista, y utiliza precios de mercado o precios financieros para estimar los costos de inversión, operación, financiamiento y los beneficios generados por el proyecto" (Vélez, 2001, pág. 339).

Evaluación económica

Herramienta utilizada con el fin de analizar la contribución de un proyecto al bienestar nacional, teniendo en cuenta metas de eficiencia. Busca medir la contribución

neta de un proyecto al bienestar social del país en su conjunto, es decir, teniendo en cuenta toda la economía nacional. Las metas de eficiencia están asociadas con el nivel más alto de bienestar dados los recursos disponibles en un momento específico. (Vélez, 2001, pág. 373)

Evaluación social

"Contempla no solo un análisis de eficiencia de los impactos de un proyecto, sino que también analiza aspectos de equidad; es decir, los efectos que el proyecto tiene sobre la distribución de ingresos y riquezas" (Vélez, 2001, pág. 373).

Balance general

Activo, en el caso de una empresa, significa cualquier bien, material o inmaterial; pasivo, cualquier tipo de obligación o deuda contraída con un tercero. El capital se refiere a los activos expresado en términos monetarios o títulos de propiedad de los accionistas o propietarios inmediatos de una empresa. Entonces, la igualdad básica de saldos: Activos = Pasivos + Capital, da como definición que todo lo que tiene valor en la empresa (activos fijos, diferidos y capital de trabajo) le pertenece a alguien. Esta persona puede ser un tercero (como un banco o institución de crédito), entonces no debe ser prioridad del accionista. Es por eso que la igualdad siempre debe mantenerse. Todo en la empresa siempre pertenecerá a alguien. (Urbina G. B., 2013, pág. 188)

VAN

Según (Nassir Sapag Chain R. S.) el valor actual neto debe de aceptarse si es igual o superior a cero, en donde el VAN es la diferencia entre todos los ingresos y egresos como moneda actual. En otras palabras, se define como la suma de los valores actuales o presentes de los flujos netos de efectivo, menos la suma de los valores presentes de las inversiones netas. Se expresa con la formulación matemática la siguiente ecuación 1:

$$VAN = \sum_{t=1}^{n} \frac{Y_t}{(1+i)^t} - \sum_{t=1}^{n} \frac{E_t}{(1+i)^t} - I_0$$

(1)

En donde las variables tienen el significado de:

- Yt = representa el flujo de ingresos del proyecto,
- Et = los ingresos,
- $I0$ = es la inversión inicial en el momento cero de la evaluación.

Si el VAN tiene un resultado igual a cero, indica que proyecto produce precisamente la renta que el inversionista exige a la inversión, cuando ocurre esta situación existe una compensación que es perfecta, en el sentido que no solo es capaz de financiar costos, sino que adicionalmente se recupera el capital invertido y se genera como renta la tasa exigida. (Nassir Sapag Chain R. S., 2014, pág. 322)

TIR

"La tasa interna de retorno se refiere a la tasa de descuento que hace que el valor real neto sea igual a cero. Esto se interpreta como la tasa de rendimiento máximo que una inversión puede generar, dadas ciertas corrientes de efectivo. Por lo tanto, se tienen en cuenta tres factores para determinar la rentabilidad del proyecto" (Nassir Sapag Chain R. S., 2014, pág. 323).

- Si el TIR es mayor al VAN, el proyecto será aceptado
- Si el TIR es igual a cero (VAN), la situación podría llevarse a cabo si se mejora la posición
- competitiva.

- Si el TIR es menor al VAN, entonces el proyecto puede rechazarse.

Este criterio puede calcularse aplicando la siguiente ecuación 2:

$$TIR = \sum_{t=1}^{n} \frac{Y_t - E_t}{(1+i)^t} - I_0 = 0$$

(2)

En donde las variables tienen el significado de:

Yt = representa el flujo de ingresos del proyecto,

Et = los ingresos,

$I0$ = es la inversión inicial en el momento cero de la evaluación.

Punto de equilibrio

Es aquel en el cual los ingresos provenientes de las ventas son iguales a los costos de operación y de financiación. Este punto también se denomina umbral de rentabilidad, otra definición en términos de unidades físicas producidas, o del nivel de utilización de la capacidad, en el cual son iguales los ingresos por concepto de ventas y los costos de operación y de financiación. (Vélez, 2001, pág. 308)

CAPITULO 2

En este capítulo, identificaremos los principales parámetros necesarios, para establecer un estudio confiable que nos brinde un alto grado de confiabilidad. Esto será importante para determinar la factibilidad del proyecto. Como primeros pasos, analizaremos el mercado actual de venta de repuestos que se dispone en el catón Machala

con el respaldo respectivo de datos otorgado por los entes reguladores de dicho cantón, de igual forma se plantearan encuetas dirigidas a la población especifica.

DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL PROBLEMA (ANÁLISIS PEST)

En la siguiente etapa se evaluarán los elementos que afecten directa o indirectamente en el estudio de factibilidad económica para la empresa Aguilar Comercial Automotriz, ya que carece de cualquier tipo de análisis de mercado, desde su etapa inicial. Se empleará como metodología el análisis PEST, ya que considera los aspectos legales o políticos, sociales, técnicos y ambientales que son determinantes en el desarrollo y éxito del proyecto.

El análisis PEST del entorno macro es una herramienta muy útil, tanto para grandes empresas como para micro o pequeñas empresas porque facilita el conocimiento de importantes factores del entorno relevantes para la planificación estratégica, que de otra forma podrían pasar desapercibidos para la empresa. (Jaramillo, Análisis Pest, pág. 3)

Aspectos legales o político

La empresa Aguilar Comercial Automotriz se encuentra ubicada en las calles, Juan Montalvo y 8va Norte, en la parroquia Jubones del cantón Machala perteneciente a la provincia de El Oro, territorio ecuatoriano, por lo que todo aspecto político tomado de los altos funcionarios del país, afectaran a la empresa.

En el año 2008, el Banco Central del Ecuador experimento importantes cambios, la Asamblea Constituyente en ese mismo año, aprobó la nueva Constitución de la República del Ecuador el 25 de julio, se publicó el 20 de octubre del 2008 con el Registro Oficial N°

449, derogando la constitución anterior de 1998, como consecuencia, todas las normas que eran contrarias a la nueva Constitución del 2008 fueron anuladas, y esta nueva es la que está vigente en la actualidad. (Ecuador, pág. 17)

Las pymes juegan un papel fundamental en el sector productivo del país, representando aproximadamente el 99%, las pequeñas y medianas empresas son los responsables de generar tres de cada cuatro empleos, además de contribuir con dos tercios de los ingresos por ventas. Es considerado como el motor de la economía ecuatoriana este sector, debido a la potencialidad en su rol social e inclusivo, las políticas públicas enfocadas en las pymes tienen un impacto significativo en el crecimiento y desarrollo del país. (Montúfar, 2019, pág. 325)

En los artículos 288 y 2311 de la Constitución de la República del Ecuador 2008, se indica los incentivos para el sector de las pequeñas y medianas empresas, los artículos se relacionan tanto con las adquisiciones públicas como el sector financiero, respectivamente, y determinan un tratamiento diferenciado y preferencial con las pymes. (Montúfar, 2019, pág. 325)

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones destaca varias iniciativas en favor de las pymes, entre ellas:

a) Democratizar el acceso a los factores de producción,
b) Implementar políticas comerciales al servicio de su desarrollo,
c) Crear infraestructura especializada,
d) Mejora la productividad,
e) Capacitar, promocionar y proveer asistencia técnica,

f) Promover certificaciones de calidad,
g) Impulsar programas de producción limpia y responsabilidad social,
h) Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional,
i) Apoyar el acceso al financiamiento,
j) Fomentar participación en la contratación pública y
k) Desarrollar un registro único. (Montúfar, 2019, pág. 326)

En el Plan Nacional de Desarrollo 2007 – 2010 se destacan las siguientes iniciativas:

a) Apoyo decidido y permanentemente,
b) Aumentar la participación en el PIB y en las exportaciones,
c) Favorecer las compras públicas,
d) Acceso al crédito,
e) Asistencia técnica,
f) Dotación de infraestructura productiva y
g) Canalización de remesas. (Montúfar, 2019, pág. 326)

En el Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013 existen las siguientes iniciativas:

a) Establecer mecanismos internacionales de garantías y exportaciones,
b) Incrementar el 45% la participación en las compras públicas y
c) Generar mecanismos de apoyo financiero y no-financiero que promuevan el ahorro y faciliten el acceso al capital productivo. (Montúfar, 2019, pág. 326)

“El Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017 se destacan los siguientes puntos:

a) Implementar mecanismos de incentivos en actividades económicas,

b) Impulsar el desarrollo y acceso al conocimiento para mejorar los procesos productivos, incrementar, mejorar y diversificar la oferta exportable, y
c) Definir un margen de reserva de mercado en la compra pública" (Montúfar, 2019, pág. 326).

Con base legal para el sustento de las pymes en el Ecuador, su origen da en el artículo 276 de la Constitución aprobada en el año 2008, en el numeral 2, se plantea como objetivos del régimen del desarrollo del País: *"Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable"* (Constituyente, 2008).

La Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación aprobada en el año 2020 tiene por objetivo *"Establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor"*

La económica ecuatoriana experimento un fuerte impacto sistemático debido a la crisis sanitaria del COVI-19, en el 2020, el PIB se contrajo 7.8% en términos reales, el PIB per cápita retrocedió a niveles de 2012 y se registró un deterioro en el mercado laboral. (LEY ORGÁNICA PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBILIDAD FISCAL TRAS LA PANDEMIA, 2021, pág. 1)

Como consecuencia se dio la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID-19 que tiene como objeto "*Promover la*

sostenibilidad de las finanzas públicas, el reordenamiento del sistema tributario y fiscal ecuatoriano y la seguridad jurídica para la reactivación económica del Ecuador tras haber afrontado la pandemia del COVID-19" (LEY ORGÁNICA PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBILIDAD FISCAL TRAS LA PANDEMIA, 2021)

Aspectos económicos

Las pymes juegan un papel muy importante en la economía nacional por su impacto en la creación de empleo y el crecimiento económico. Su ventaja frente a las grandes empresas radica en su capacidad de adaptación a los requerimientos del mercado ya las necesidades de los clientes. A pesar de los enormes beneficios que trae a la economía, un gran problema para este tipo de empresas es la baja disponibilidad de recursos o el acceso limitado al crédito, lo que desencadena un círculo vicioso ya que estas limitaciones impiden hacer negocios y mejorar continuamente.

Según el Banco Central, se espera que la economía de Ecuador crezca un 2.9% en 2022, impulsada principalmente por el consumo de los hogares (influenciado por el crecimiento de las remesas, el crédito y las importaciones), así como el gasto del Gobierno y las exportaciones. Esta institución recorto su pronóstico de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) para 2023 al 2.6% de 3.1%, debido a la desaceleración de las exportaciones de petróleo y los acontecimientos internacionales. El Fondo Monetario Internacional (FMI) prevé que Ecuador crecerá 2.9% en 2023 convirtiéndose en la economía latinoamericana con mayor crecimiento. (ASOBANCA, 2023)

La tasa de desempleo mantuvo en un 5% entre enero y marzo del 2022, pero ha disminuido gradualmente a medida que la economía se recupera del impacto de la pandemia, que ha dejado sin trabajo a decenas de miles de ecuatorianos. A nivel nacional,

el 42.5% del empleo total en el periodo enero – marzo de 2023 se encuentra en el sector formal y el 5w.5% en el sector informal. La tasa de subempleo de Ecuador también cayó a un 20% entre enero y marzo de este año, en comparación con el 22.6% del mismo periodo en el año pasado. (Valencia, 2023)

La AEADE en el boletín del Sector Automotor en Cifras de Abril 2023 publicado el 24 de mayo del 2023 indica que se generaron 106.602 empleos en el Ecuador por parte del sector automotor, en venta de piezas y accesorios para vehículos cuenta con 15.907 trabajadores, venta de vehículos 17.023 trabajadores, en la fabricación de piezas y accesorios para vehículos automotores 1.395 trabajadores y en la fabricación de autoparte 279 empleadores, recalcando que estas cifran son por empresas afiliadas a la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador. (AEADE, Sector Automotor en Cifras Abril 2023, 2023)

El aumento de las ventas de automóviles en 2022, se debe a un mayor acceso a los préstamos, en los primeros dos meses de 2022, la banca privada otorgó $388 millones en crédito para la compra de automóviles, un aumento de 14% en comparación al crédito de 2021, indicando que el incremento en el volumen de crédito para la compra de vehículos es una respuesta al aumento de liquidez en el sistema financiero, ligado al alza en los precios internacionales del petróleo, principal producto de exportación del Ecuador. (Coba, 2055)

El Anuario 2022 de la Asociación de Empresas Automotrices (AEADE) indica que en el año 2022 se registró un total de 139.517 unidades vendidas, un incremento favorable en comparación al 2021 que se contó con un total de 119.316 ventas realizadas, recalcando que durante la emergencia sanitaria del COVID-19 se registraron una baja, llegando a

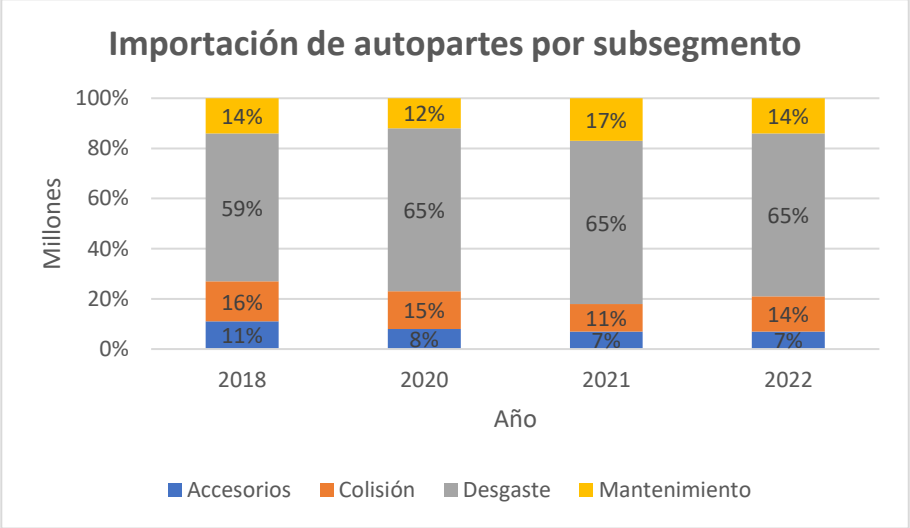
85.818 unidades vendidas, las cifras alcanzadas en el año 2022 son mediana mente iguales con el año 2018 con 137.615 vehículos vendidos, esto se debe que en esos años el país contaba con una estabilidad económica y política. (AEADE, ANUARIO 2022, 2022)

"En el 2022, el mayor volumen de importaciones de autopartes se registró en el segmento de desgaste, con el 65%" (AEADE, ANUARIO 2022, 2022, pág. 107). La AEADE mediante Partes plus indica que en el año 2018 se registró un total de $426 millones en importaciones de autopartes, en el 2020 se censo un total de $256 millones en repuestos una baja abismal correspondiente a la pandemia del COVID-19 tomando en cuenta que el promedio es de $371 millones, y en el año 2022 se registraron $473 millones en autopartes.

Las importaciones de autopartes que se realizan para el Ecuador se clasifican por subsegmento: accesorios, colisión, desgaste y mantenimiento. Recalcando que desde el año 2016 el subsegmento que predomina con un promedio del 62.57% hasta el 2022 es el de desgaste, esto indica que el consumidor ecuatoriano, no realiza los respectivos mantenimientos preventivos a sus vehículos, si no que esperan que exista una falla total del componente para acudir a las concesionarias o talleres autorizados.

Figura 4.

La importación de autopartes



Fuente: Autores

Según (AEADE, ANUARIO 2022, 2022) se registró $471 millones en importación de autopartes, dividiéndose en $34 millones para accesorios, $66 millones en repuestos de colisión, $306 millones en repuestos de desgaste y $67 millones en autopartes de manteamiento.

Las importaciones de autopartes en el mes de abril del 20223 se encuentras concentradas en los siguientes productos, neumáticos 34%, embragues y sus partes 8%, sistemas de suspensión 7%, frenos y sus partes 6%, ruedas y sus partes y accesorios 5%, baterías y sus partes 5%, caja de cambios y sus partes 4%, sistemas de dirección y sus partes 4%, rastreo satelital 4%, guardafangos, cubiertas de motor, puertas y sus partes 3% y otras autopartes se dividen el 20% restantes. (CINAE, Boletín Estadistico y Autopartes, 2023)

Aspectos sociales

Mediante este análisis de factores, se busca examinar no solo las posibles evoluciones y orientaciones que puedan impactar directamente el futuro de la empresa Aguilar Comercial Automotriz, sino a su vez entender como han desarrollado los estilos de vida de los demandantes en los últimos años.

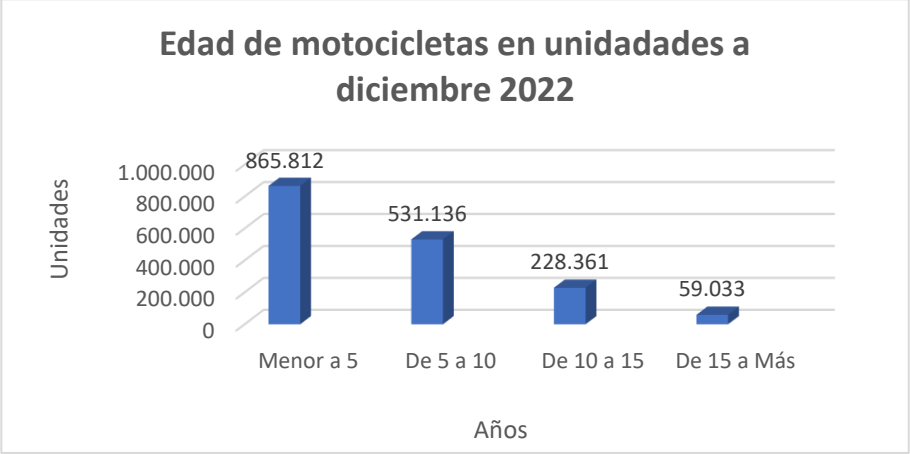
Los factores a tener en cuenta son la evolución demográfica, la movilidad social y cambios en el estilo de vida. También el nivel educativo y otros patrones culturales, la religión, las creencias, los roles de género, los gustos, las modas y los hábitos de consumo de la sociedad. En definitiva, las tendencias sociales que pueden afectar el proyecto de negocio. (Martín, 2017)

Ecuador cuenta con un parque móvil superior a los 2.700.000 vehículos de los cuales del 55% superan los 10 años de antigüedad. La antigüedad del parque móvil ecuatoriana se debe en gran medida a los altos precios de los automóviles con relación a la renta y las limitaciones en la oferta, lo cual alargan la vida útil de los mismo y ralentiza su devaluación a lo largo de los años; eso explica que el 20,6% de los automóviles en circulación tengan más de 20 años de antigüedad. (ICEX, 2022, pág. 4)

El Boletín Parque Automotor Circulante de la CINAE publicado en diciembre del 2022, indica el año y las unidades de vehículos que circulan en el país, a continuación, indicaremos mediante gráficas los valores respectivos de cada vehículo circulante.

Figura 5.

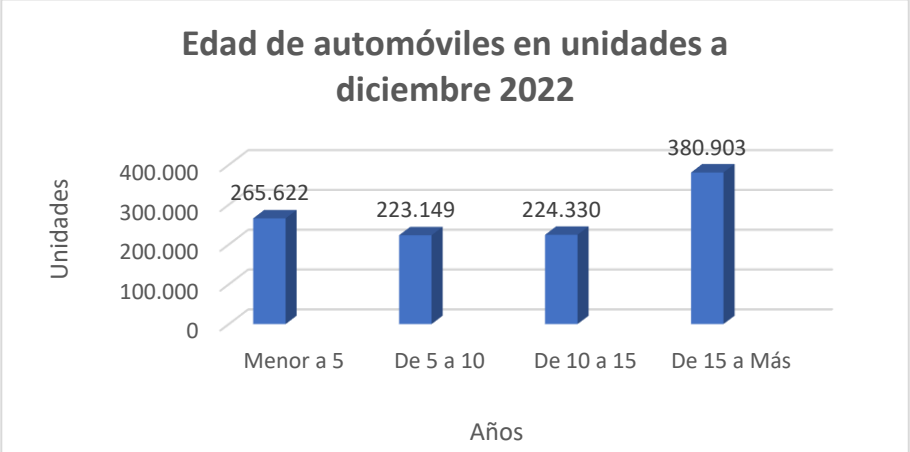
Edades de motocicletas en el mes de diciembre



Fuente: Autores

Figura 6.

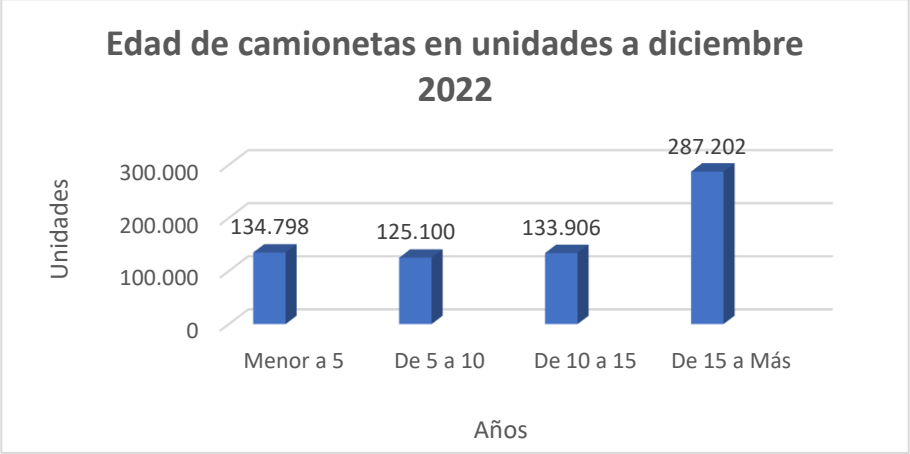
Edades de automóviles en el mes de diciembre



Fuente: Autores

Figura 7.

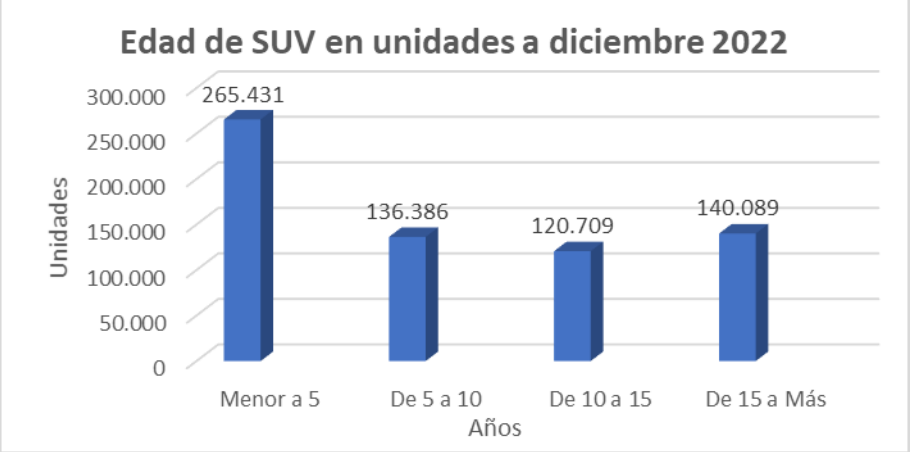
Edades de camionetas en el mes de diciembre



Fuente: Autores

Figura 8.

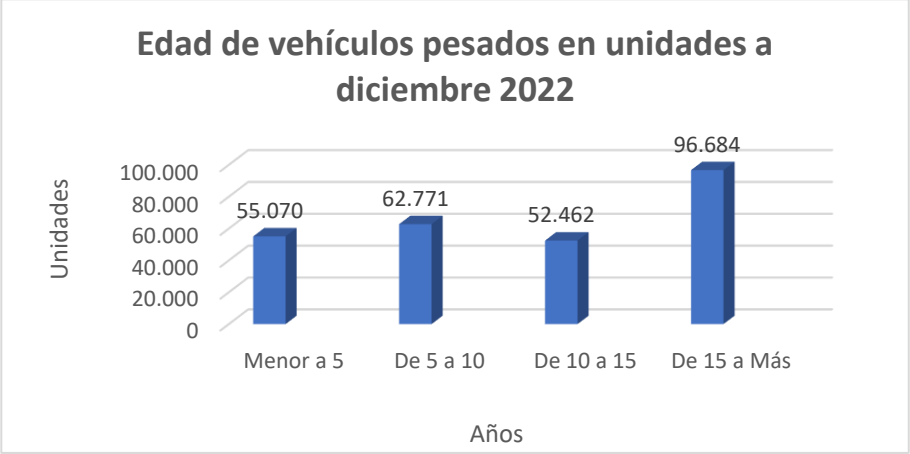
Edades de SUV en el mes de diciembre



Fuente: Autores

Figura 9.

Edades de vehículos pesados en el mes de diciembre



Fuente: Autores

Según (CINAE, Boletín Parque Automotor Circulante, 2022) en la sección de "Por lugar de venta y años de antigüedad en vehículos en unidades", indica que la provincia de El Oro cuenta con 72.051 vehículos circulantes contando con una participación del 3% del 2.704.612 total de vehículos circulantes en el país. En la siguiente gráfica indicaremos los años y unidades de los vehículos.

Tabla 1.

Número de vehículos en la provincia de El Oro

Provincia	**Años**								
El Oro	**Menos de 1**	**De 1 a 5**	**De 5 a 10**	**De 10 a 15**	**De 15 a 20**	**De 20 a 25**	**De 25 a 30**	**De 30 a 35**	**Mas de 30**
	2.836	9.731	12.258	16.807	10.623	4.696	5.096	3.304	6.700

Fuente: Autores

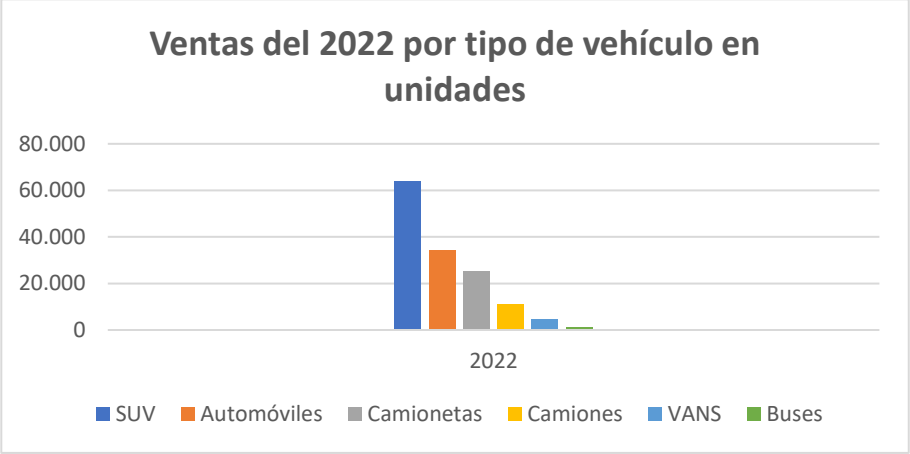
Para el sector de automoción, son muy importantes el número de automóviles en circulación (parque móvil) y su antigüedad. Dentro del subsector de repuestos y recambios, se observa una clara diferenciación entre repuestos genuinos y repuestos genéricos. Llamada poderosamente la atención que el 25% de los repuestos en el Ecuador sean genuinos, mientras que un 75% son genéricos. Esto se debe a que la mayoría de la población ecuatoriana prefiere acudir a un almacén de distribución de repuestos genéricos, dada la preferencia hacia la funcionalidad y no la exclusividad de los componentes, así como también por su precio que es más económico que los repuestos originales. Esto hace que se tenga preferencia por llevar los vehículos a talleres de servicio automotriz frente a casas concesionarias oficiales. (ICEX, 2022, pág. 4)

Preferencia según por el tipo de vehículo

La Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE) registro un total de ventas en el año 2022 de 139.517 vehículos, de los cuales 63.793 son de tipo SUV, 34.324 automóviles, 25.062 camionetas, 11.032 camiones, 4.355 VANS y 951 unidades de buses, resaltando una preferencia del consumidor ecuatoriano por las SUV, esta inclinación se viene fortaleciendo desde el año 2020 registrando 32.792 unidades vendidas en comparación a los automóviles con 28.542, esto se debe a que este tipo de vehículo (SUV) ofrece un mayor espacio en el interior y una mejor estabilidad o confort en carretera y caminos de segundo orden con respecto a los automóviles.

Figura 10.

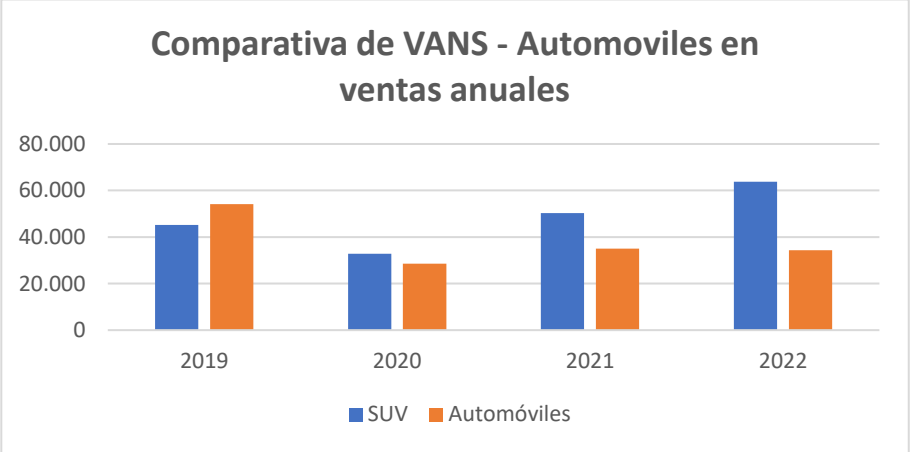
Ventas del periodo 2022



Fuente: Autores

Figura 11.

Comparación de ventas anuales



Fuente: Autores

El informe presentado por (Zapata, 2022) indica 8 diferencias entre un auto tipo automóvil (sedán) y un SUV; la primera se basa en la altura hasta el piso, los automóviles presentan una altura de 15 a 17 cm y los SUV es a partir de 20 cm; la segunda es que los

SUV son más estables en caminos rocosos, montañas y viajes largos en comparación a los automóviles que solo son convenientes transitar en zonas urbanas; la tercera diferencia es la tracción, los automóviles presentan una tracción 4x2 mientras que los SUV tiene tracción integral o 4x4; otra diferencia es que los tipo sedán son de 1.400 o 1.600 centímetros cúbicos (c.c.) y los SUV son a partir de 1.600 a los 2.500 c.c.; la potencia del motor es otro factor determinante para la preferencia del SUV ya son aptos para ser usados en terrenos más hostiles que el asfalto; la sexta diferencia se basa en la cantidad de ocupantes, un SUV puede llevar hasta 7 personas y un automóvil máximo 5; otra disimilitud es la capacidad de equipaje que pueden tener y finalmente se concluye con el consumo de combustible que va ligado con el tamaño del motor.

Preferencia según por el tipo de origen del vehículo

La Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana (CINAE) en el Boletín Vehículos Nuevos emitido en mayo del 2023 indica que los ecuatorianos prefieren los vehículos de procedencia del país de China Popular alcanzado un cifra de 20.150 unidades vendidas en el país, en el periodo de los meses de enero a mayo del 2023, la segunda preferencia de los consumidores son los vehículos ensamblados en la país, teniendo un total de 8.602 ventas en el periodo mencionado, obteniendo una participación del 14% en el mercado, creciendo 5 puntos en relación a mayo del 2022. Brasil, Japón e India entran en el TOP 5 de las procedencias preferidas por los ecuatorianos.

El (Mercurio, 2023) indica que los vehículos chinos que ingresan a Ecuador tendrán una reducción progresiva de aranceles en los próximos 20 años, hasta llegar a cero. En la actualidad, las tasas oscilan entre 35% y 40%. La reducción arancelaria, se prevé entre 1.75 y 2.6 puntos porcentuales cada año, una vez que entre en vigencia el acuerdo comercial

entre Ecuador y China, que aún debe ser aprobada por la Asamblea Nacional, en el país se estima que existen más de 40 marcas chinas de automóviles, camionetas, SUV y camiones.

Preferencia según la marca del vehículo

En el mes de mayo del 2023 se reportó 11.309 vehículos vendidos, un aumento de 283 unidades con respecto a mayo del 2022, las marcas como Kia 16.8%, Chevrolet 14.9%, Toyota 7.1%, Hyundai 5.1%, Chery 4.4%, Shineray 4.2%, Jac 4.2%, Reanult 3.9%, DFSK 3.3%, Suzuki 3.2%, Mazda 2.9%, Volkswagen 2.8%, Jetour 2.6%, Great Wall 2.4% y Hino 2.3% que concentran el 80% de las ventas registradas en este mes. (CINAE, Boletín Vehículos Nuevos, 2023)

De acuerdo al Desempeño de las Principales Marcas del Boletín Vehículos Nuevos presentado por la CINAE en el mes de mayo del 2023, se presenta el TOP 5 de las principales marcas preferidas por los ecuatorianos en lo que va del año, el primer lugar le pertenece a la marca de vehículos Chevrolet con un total de 10.199 unidades vendidas, le sigue la marca Kia con 9.554 vehículos vendidos, Toyota con un total de 3.973 automotores vendidos le pertenece el tercer lugar, la empresa coreana Hyundai cuenta con 2.992 unidades comercializadas en el país y finalmente la marca china Chery alcanzó un total de 2.828 vehículos vendidos.

Estos resultados confirman la confianza de los clientes ecuatorianos en la marca Chevrolet, ya que cuando con una extensa red de concesionarios en el país, el más completo portafolio de productos y repuestos y el mejor servicio postventa.

Modelos de vehículos más vendidos en el Ecuador

En los Modelos más vendidos por segmento – TOP 5 realizado por la AEADE en su Boletín de Ventas de abril del 2023, que se publicó el 9 de mayo del presente año, indica que el modelo de SUV más vendido por el momento en el país es el G01 de la marca Shineray con un total de 1.248 unidades, el modelo de automóvil preferido por los ecuatorianos es el Kia Soluto que registra 2.519 vehículos vendidos en el país y la camioneta más adquirida en el periodo de los meses de enero – abril del 2023 le pertenece a la marca Chevrolet con su modelo de D-Max teniendo un total de 2.992 unidades vendidas. (AEADE, Boletín de Ventas, 2023)

Tabla 2.

Venta de modelos más vendidos

SUV		
Modelo	Marca	Unidades
G01	Shineray	1.248
Automóvil		
Modelo	Marca	Unidades
Soluto	Kia	2.519
Camioneta		
Modelo	Marca	Unidades
D-Max	Chevrolet	2.992
Camión		
Modelo	Marca	Unidades

Serie NLR	Chevrolet	237
VAN		
Modelo	Marca	Unidades
X30	Shineray	260
Bus		
Modelo	Marca	Unidades
Serie AK8	Hino	173

Fuente. Autores

Los ecuatorianos han preferido al Kia Soluto por su atractivo diseño exterior que es moderno y elegante, teniendo un gran espacio interior, garantizando un excelente confort en viajes largos, cuenta con pantalla táctil, sistema de navegación GPS, cámara de retro y demás equipos tecnológicos, su consumo de combustible es bajo en comparación a otros modelos, resultando más económico para los ecuatorianos, también cuenta con características avanzadas en seguridad como; frenos ABS, airbags, asistencia de mantenimiento de carretera, garantizando que los ocupantes disfruten de sus viajes, ya que proporciona una conducción tranquila y segura en caso de un siniestro. (MotorPlan, 2023)

Electromovilidad en el Ecuador

Los vehículos que usan combustibles fósiles siguen dominando el mercado ecuatoriano, los vehículos que utilizan gasolina tienen el 80.92% de participación, el 17.87% pertenece a los que utilizan diésel, los vehículos híbridos y eléctricos en el país obtuvieron una participación del 1.11% según (CINAE, Boletín Parque Automotor Circulante, 2022).

En el país se comercializan estos tipos de vehículos electrificados: MHEV (híbridos ligeros), HEV (híbridos convencionales), PHEB (híbridos enchufables), EREV (eléctricos de rengo extendido) y BEV (eléctricos de batería).

Registros del 2021 de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE, Sector Automotor en Cifras Abril 2023, 2023) indica que se obtuvieron un total 4.175 unidades vendidas en el país, al finalizar el año 2022 se aumentó el número a 6.999 unidades vendidas en el país teniendo como protagonistas principales a los vehículos con tecnologías MHEV y HEV, en los primeros 5 meses del 2023 se registra ya un total de 3.340 vehículos vendidos, solo a 835 unidades de superar la comercialización obtenida del 2021.

Los concesionaros de vehículos en el país contaban con 13 modelos de vehículos propulsados por electricidad a la venta en el 2015, todo esto ha cambiado y ahora se cuenta con 93 diferentes modelos de vehículos eléctricos e híbridos, todas las marcas circulantes en el Ecuador poseen un modelo hibrido o eléctrico dentro de su stock. (Ekos/Negocios, 2023)

Los vehículos eléctricos son una inversión a largo plazo, debido a que el costo de sus mantenimientos es mucho más económico que de un vehículo hibrido o de combustión pues su motor tiene mucho menos componentes. Por lo tanto, las revisiones se reducen al estado de las llantas y frenos, accesorios que a su vez sufren un menor desgaste debido a la optimización de energía al momento de conducir. (Media Chevrolet, 2023, pág. 1)

Los vehículos más adquiridos con esta tecnología por los ecuatorianos han sido el Suzuki Swift con 793 unidades vendidas, Toyota Corolla Cross con 472 vehículos vendidos

y el Kia Stonic con 378 ventas al público, representan el 50% de 3.340 unidades vendidas de vehículos electrificados en el país datos del Servicio de Rentas Internas (SRI) recompilados por la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE) presentado en el Boletín de Ventas abril 2023.

Los autos eléctricos han pasado a convertirse en una tendencia mundial, que cada vez más, gana espacio dentro el mercado. En Ecuador, aunque estamos muy lejos de ver una infraestructura integral de la movilidad eléctrica, las marcas siguen presentando vehículos eléctricos debido a los altos precios de la gasolina como una alternativa para el consumidor. (Ruales, 2023, pág. 1)

Aspectos tecnológicos

Los factores tecnológicos son aquellos cambios o presencia de nueva tecnología que afectan a una determinada industria u organización. La tecnología hoy en día es indispensable para las empresas y es por eso por lo que estos factores sin de suma importancia. El internet de las cosas, la inteligencia artificial, nuevas aplicaciones, software, hardware, impresión en 3D, la robótica, son tecnología que cambian industrias y organizaciones. (Perera, 2017, pág. 17)

Analizaremos los avances y tendencias tecnológicas en el Ecuador en relación con la industria automotriz, además examinaremos como la tecnología influye en la interacción de los clientes con las empresas en la compra de un repuesto y como estas se están adaptando a los nuevos cambios.

Incremento de los vehículos electrificados en el Ecuador

Ecuador está por la cima de países latinoamericanos como: Perú, Chile y Paraguay en la venta de vehículos híbridos y eléctricos, en el país en el periodo de los meses de enero – marzo se han registrado 2.510 unidades vendidas en el país según (AEADE, Mercado Automotor Regional No. 73, 2023).

En el 2022 los vehículos híbridos y eléctricos tuvieron una participación del 4% en el mercado ecuatoriano, con registros hasta el mes de abril del 2023 estos vehículos vienen ganando espacio en el mercado incrementado su participación ya al 7%, dejando a los vehículos que utilizan diésel con el 24% y aún predominando el vehículo a gasolina con un total del 69% de participación.

Hasta el mes de abril del 2023 se han comercializado 3.340 vehículos híbridos y eléctricos, al finalizar el año 2022 registros de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE) indica que el país cerro con 6.999 unidades vendidas de estos vehículos, concluyendo que en solo el periodo de enero – abril del 2023 ya está aproximadamente el 50% del total de ventas del año pasado, tomando en cuenta que el 2021 se comercializaron 4.175 vehículos, todo esto indica el incremento exponencial de los vehículos electrificados en el Ecuador.

La Ley de Eficiencia Energética propone que para el 2025 las unidades para los segmentos de transporte público y carga pesada, sean eléctricas. Se buscan productos desde el BDE y la Conafips. Los vehículos eléctricos cuestan USD 250.000, por lo que se analiza el plazo, el interés y el crédito adecuados para los transportistas. Como política pública, la lógica es poner los pocos recursos en los servicios más públicos y masivos, indica Pamela

Mendieta, Subsecretaria de Transporte Terrestre del Ministerio de Transporte y Obras Públicas (MTOP). (AEADE, ANUARIO 2022, 2022)

Inteligencia Artificial en los vehículos

De manera lenta pero segura, la industria automotriz esta introducción la inteligencia artificial (IA) en sus productos de diversas formas. Se están introduciendo cámaras para asistentes digitales, sistemas ADAS y sistemas de seguridad a los vehículos. Si bien la influencia de la IA en los automóviles es limitada en la actualidad, se está expandiendo y eventualmente se hará cargo. Los automóviles que ya han implementado IA pueden identificar su entorno, notar peligros potenciales y usar la visión de la cámara. Esta tecnología en los asistentes digitales permite mejorar la experiencia del usuario a través del aprendizaje automático, adaptándose a las preferencias de los usuarios, cuentan con reconocimiento de rutas comunes, el ajuste del nivel de audio, control de temperatura, brindado una mejor comodidad al conductor.

Según (Moya, 2023) la marca de automóviles Hyundai, ha desarrollado funciones con sistemas IA basado en el aprendizaje autónomo, este mecanismo reconoce, analiza y aprende patrones de conducción que tiene el usuario, por lo tanto, es una acción personalizada para que la persona se sienta cómoda usando el vehículo, cabe recalcar que Hyundai es una de las marcas principales en el Ecuador, esto da a entender que en un futuro, el consumidor ecuatoriano tendrá que adaptarse a esta nueva tecnología.

Avances tecnológicos en la Industria Automotriz

La conducción asistida, un sistema que utiliza sensores y cámaras para vigilar todo el entorno del vehículo y dar asistencias sobre peligros al conductor, detectando los puntos

ciegos que se puede tener al momento de conducir, incluyendo características como la conducción y mantenimiento de carril asistidos.

El proceso de electrificación de los vehículos sigue ganando espacio en el mundo, las nuevas generación se están preocupando por el calentamiento mundial y están optando por estos vehículos, varias marcas de vehículos ya cuentan en su catálogo con modelos híbridos y eléctricos empleándolo no solo en los vehículos de uso particular si no también en vehículos comerciales como buses, camiones, furgonetas, etc.; los gobiernos a nivel mundial premian e incentivan la electrificación de los vehículos, reducen los aranceles y facilitan los préstamos para la adquisición de estos, también intensifican los avances tecnológicos para que estos vehículos sean más viables y atractivos para los consumidores.

La conectividad a internet permite que los nuevos modelos de vehículos que tiene este sistema incorporado, puedan obtener información en tiempo real del tráfico de la ciudad, las condiciones climáticas, el modo de conducción del conductor, las preferencias del usuario dando un mejor confort a la hora de viajar, los avances tecnológicos también llegan a las infraestructuras viales, como es el caso de la tecnología V2X que permite la comunicación con las carreteras inteligentes brindando una seguridad vial.

Uno de los vehículos más vendido en el Ecuador tipo SUV es el Shineray G01, este vehículo de procedencia china cautiva a los ecuatorianos por la tecnología inteligente que lleva y por su precio de 19.990$, un precio bastante accesible en comparación a las marcas tradicionales, el vehículo cuenta con estos principales sistemas de seguridad inteligente: Sistema de frenado ABS+EBD, control de estabilidad (ESP), control de tracción (TCS), asistencia en pendiente (HHC), sistema de alerta y mantenimiento de carril (LDW), advertencia de colisión frontal (FCW), cámara panorámica HD de 360° y airbags en todo

el vehículo, todos estos avances tecnológicos hacen que los ecuatorianos busquen vehículos que implementen estas innovaciones, ya que garantizan un nivel máximo de seguridad vehicular.

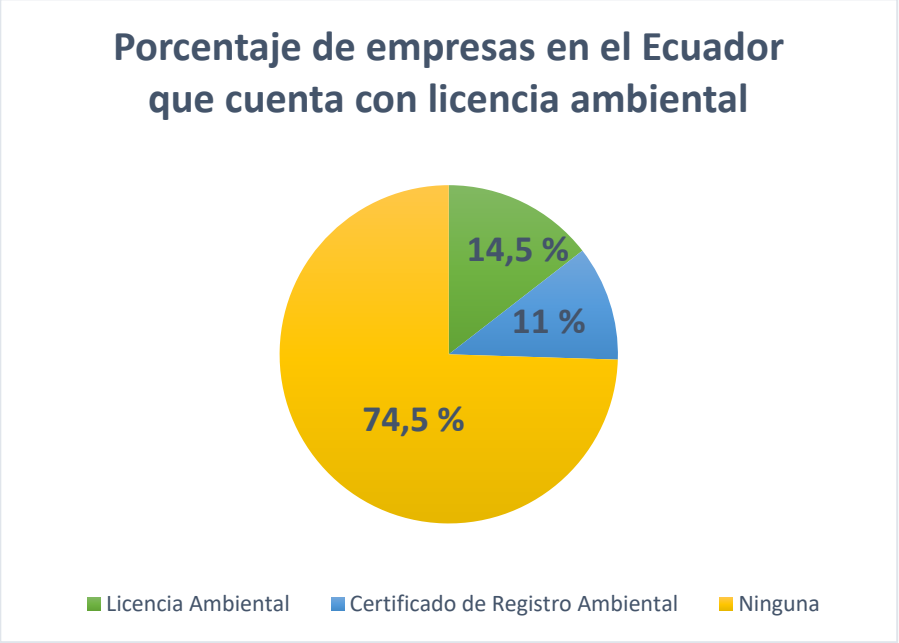
Aspectos ambientales

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) tienen un rol importante en el desarrollo económico en un país, estas contribuyen de manera significativa a la generación de empleo, crecimiento económico, desarrollo de la producción y manejo sostenible de la economía. Es vital implementar una gestión ambiental preventiva a estas empresas para mejorar el desempeño ambiental, optimizando sus productos y procesos. (Ordóñez, 2017)

Según la Información Ambiental Económica en Empresas realizado en el 2013 por la INEC, indico que, a través de una muestra de 10646 empresas públicas y privadas, el 11% cuentan con Licencia Ambiental para realizar sus actividades, el 14,5% cuentan con el certificado de Registro Ambiental, y 7931 empresas es decir el 74,5% de estas en el país no cuentan con ningún registro ambiental. (INEC, 2013)

Figura 12.

Porcentaje de empresas que cuentan con licencia ambiental



Fuente: (INEC, 2013)

En el año 2016 se realizó una investigación de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la ciudad de Machala, lo cual indica que, de una muestra de 185 pymes, el 62,70% tienen conocimientos de las leyes ambientales que deben tener según la actividad que realizan, el 48,11% de estas empresas, identifican la contaminación que producen y el 40% de estas pymes, tienen programas de concienciación y protección ambiental. Según la investigación realizada se determinó de las 185 empresas encuestadas, 51,35% no emplean

tecnología para mitigar el daño ambiental producido por sus actividades laborales y el 87,03% no tienden a participar en programas medio ambientales. (DAISY, 2016)

Se presentará la evolución de la normativa ambiental del Ecuador.

Tabla 3.

Las leyes ambientales que se rigen en el cantón Machala

Ley	Año de constitución	Observaciones y artículos relevantes
Constitución	1998	El tema medio ambiental se lo toma en la Sección Segunda del Capítulo V. Trata a la naturaleza como objeto de protección.
Ley de Gestión Ambiental	1999	**Art. 5 y Art.12.-** Los organismos seccionales son participes de la gestión ambiental, a los cuales se les asigna obligaciones de acuerdo a sus competidores **Art. 35.-** El Estado deberá establecer incentivos económicos para las actividades productivas que se enmarquen en la protección del medio ambiente y el manejo sustentable de los recursos naturales.

Texto Unificado de la Legislación Secundaria Ambiental (TULSMA)	2003	**Libro I** **Art. 1.-** "Misión del Ministerio del Ambiente: Se establece como misión institucional la siguiente: Ejercer en forma eficaz y eficiente el tol de autoridad ambiental nacional, rectora de la gestión ambiental del Ecuador, garantizando un ambiente sano y ecológicamente equilibrado" (TULSMA, 2003, pág. 1)
Constitución	2008	Promueve el desarrollo sustentable, mejorar la calidad de vida de los habitantes del país, mantener el patrimonio natural, fomentar la participación ciudadana en los temas medioambientales y de recursos naturales, tratando a la naturaleza como sujeto de derechos. (Constituyente, 2008)
Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)	2010	**Art. 3.-** "Objeto. – El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir" (COPCI, 2010, pág. 4)

Ley de Fomento Ambiental y Optimización de Ingresos del Estado	2011	"Reforma la Ley de Régimen Tributario Interno, la Ley para Equidad Tributaria del Ecuador, al Código Tributario, a la Ley de Hidrocarburos y de Minería con el fin de incluir parámetros ambientales" (León, 2015, pág. 69).
Código Orgánico del Ambiente (CODA)	2017	Art. 1.- "Objeto. Este Código tiene por objeto garantizar el derecho de las personas a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, así como proteger los derechos de la naturaleza para la realización del buen vivir o sumak kawsay" (CODA, 2017, pág. 11)

Fuente. Autores

Según (SUIA, 2013) los permisos ambientales en el Ecuador son de dos tipos:

- **Certificado de registro ambiental**, para los proyectos, obras u actividades cuyos impactos y riesgos ambientales son considerados como no significativos.
- **Licencia ambiental**, para los proyectos, obras u actividades cuyos impactos y riesgos ambientales son considerados de bajo impacto, mediano impacto y alto impacto.

El Ministerio del Ambiente mediante el Sistema Único de Información Ambiental realizaron el Catálogo de Categorización Ambiental Nacional (CCAN), que consiste en un listado de los diferentes proyectos, obras o actividades, mediante el cual se unifica el proceso de

regularización ambiental, tomando en cuenta las características, de los impactos y riesgos ambientales que estos presentan. (AMBIENTAL, 2015)

Tabla 4.

Catálogo de Categorización Ambiental Nacional

Código CCAN	Descripción de las actividades	Categoría (I, II, III, IV)
21.1.7.1	Comercializadora de los segmentos: automotriz, pesquero artesanal e industrial, naviero nacional e internacional, asfaltos, aceite agrícola (spray oil), solvente 1, mineral turpentine (trementina mineral), solvente 2 (rubber solvente), nafta industrial).	IV
44.1	Concesionarios de vehículos de motor y partes	
81.1.1.9.2	Venta de lubricantes	I

Fuente: (AMBIENTAL, 2015)

Según (León, 2015) además del Certificado de registro ambiental y de la Licencia ambiental, las pymes ecuatorianas pueden obtener otros certificados como son:

Tabla 5.

Certificados de registro ambiental

Certificación	Año	Observaciones
ISO 14001	2015	Normativa internacional que "especifica los requisitos para un sistema de gestión ambiental que una organización puede usar para mejorar su desempeño ambiental" (ISO, 2015, pág. 1)
Punto Verde	2015	**Capítulo I** **Art. 5.-** Objetivo. – Incentivar a los sectores estratégico, productivo, servicios y de la

		construcción del Ecuador a implementar estrategias preventivas de eficiencia de recursos, buenas prácticas ambientales, producción más limpia y disminución de la contaminación como herramientas para el mejoramiento del desempeño ambiental y posicionamiento competitivo en el mercado nacional, regional o internacional. (MAE, 2015, pág. 6)
Carbón Cero	**2021**	Art.1.- Objeto. El presente Acuerdo Ministerial tiene por objeto crear el Programa Ecuador Carbón Cero, así como, expedir sus lineamientos y criterios técnicos generales. De esta manera se promoverá la implementación de acciones que coadyuven el alcanzar un desarrollo sostenible compatible con el clima. (MAAE, 2021, pág. 7)

Fuente: Autores

Análisis PORTER

Rivalidad entre competidores existentes

El Instituto Nacional de Estadística y Censos indica en el Censo Nacional Económico 2010 registra 29.068 empresas dedicadas al comercio automotriz en el país, 20.348 corresponden a establecimientos que se realizan reparaciones y mantenimiento de vehículos, 8720 empresas se dedican a la venta de piezas, accesorios, partes de vehículos. (INEC, 2010)

La revista Info-economía publicado en noviembre del 2012 producto editorial del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), indica que en la provincia de El Oro se encuentran un total de 1.338 establecimientos económicos dedicados a la actividad automotriz, ya sean concesionarios, talleres de servicios, venta de vehículos o de repuestos automotrices. (INEC, 2010)

Con información recopilada del año 2022 la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, indica que en la provincia de El Oro existen un total de 4508 empresas activas, de las cuales 40 empresas registradas por esta entidad se dedican activamente a la "venta de todo tipo de partes, componentes, suministros, herramientas, y accesorios para vehículos automotores", de las empresas registradas, 10 empresas corresponden a empresas pequeñas las cuales son los rivales directos de Aguilar Comercial Automotriz.

Amenaza de ingreso de nuevos competidores

El Ministerio de Educación del Ecuador reveló que los bachilleres que no alcanzan el puntaje mínimo para entrar a una universidad u otros motivos, ingresan a los institutos técnicos y tecnológicos, dejando a la área de Mecánica Automotriz como la principal opción de estos; en la provincia de El Oro las universidades no ofertan la carrera de Ingeniería Automotriz, pero el Instituto Superior Tecnológico "Ismael Pérez Pazmiño" ubicado en el cantón Machala oferta la carrera de Tecnólogo en Electromecánica al igual que el Instituto Tecnológico Superior "José Ochoa León" pero ubicado en el cantón Pasaje, los futuros graduados de estas instituciones pueden ser las posibles amenazas entrantes para la empresa Aguilar Comercial Automotriz, es por eso que se debe tener un alto costos inicial en inversión en inventario, un buen plan logístico y un correcto manejo de marketing para poder disuadir a nuevos competidores.

La amenaza de nuevos competidores en la sección de venta de repuestos automotrices es moderadamente baja, desde una perspectiva de un importador de autopartes, las tasas arancelarias, la globalización y los acuerdos comerciales entre países favorecen a la creación de nuevas empresas en este mercado. Sin embargo, desde otra perspectiva como lo es la de los minoristas nacionales, existen ya varias empresas importantes dedicada a la comercialización de autopartes, se deben de enfrentar a grandes trabas u obstáculos como son; obtener un gran capital financiero para comprar el inventario adecuado, la obtención de créditos bancarios y de los proveedores para la compra de los productos, hacen que tenga una perspectiva negativa.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Actualmente existe una gran venta de repuestos genéricos en el país, se debe por muchas razones, la primera por la comercialización mayor de vehículos chinos, la segunda es el menor precio que adquieren las empresas intermediarias, la tercera los clientes se conforman por que los precios son accesibles para su presupuesto, la cuarta se debe a que muchas personas han comentado que algunas de estas autopartes genéricas si duran al tiempo propuesto de uso.

Poder de negociación de los proveedores

La venta mayoritaria de grandes proveedores se encuentra en la provincia del Guayas, al tener un mejor acceso gracias a la cercanía al puerto Internacional más grande que tiene el Ecuador y permite obtener precios más competitivos para las empresas del sector, por ello tenemos a la Empresa INDUSU INDUSTRIAL DEL SU S.A. dedicada a la negociación de camiones, repuestos automotrices, lubricantes y servicio técnico, la Empresa ITOCHU ECUADOR S.A. a la comercialización de un gran stock de repuestos

automotrices de la marca Isuzu y Suzuki, la Empresa PRODUCTOS METALURGICOS S.A. PROMESA dedicada a la distribución de autopartes de multimarca y un gran stock de lubricantes.

Poder de negociación de los compradores

En la ciudad de Machala existen empresas que distribuyen al por mayor y menor autopartes, accesorios y lubricantes alternas y originales, por lo que el poder de negoción de los compradores es alto. Un estudio realizado por (ICEX, 2022) con datos de la AEADE afirma que la población ecuatoriana activa en el parque automotor prefiere adquirir repuestos automotrices genéricos y una pequeña porción prefiere los repuestos originales, indicando que actualmente en el país el 75% son repuestos genéricos y el 25% son originales, esto se debe en especial a que priorizan el costo del producto a que su funcionalidad y fiabilidad.

Estudio de mercado

En este capítulo examinaremos los parámetros primordiales para poder establecer un estudio de mercado seguro y confiable, además nos brinde mayor grado de confiabilidad. De esta manera permitirá a la Empresa Aguilar Comercial Automotriz tomar decisiones fundamentales y estrategias efectivas para alcanzar el éxito en el mercado actual.

Iniciaremos con el análisis de la demanda en el mercado para comprender las necesidades, preferencias y comportamiento de los consumidores, por ello se empleará una encuesta dirigida a los propietarios de vehículos en el cantón Machala, con el fin de recopilar datos y obtener una visión clara del comportamiento de los mismos

Como segundo punto, también se analizará la oferta que rige en el mercado actual en la parroquia Jubones con la finalidad de conocer los servicios que ofrecen nuestros competidores, además se realizará una encuesta, pero en este caso será dirigida a los dueños de locales que comercializan repuestos automotrices y lubricantes.

Segmentación de mercado

Para (Castillo, 2018) la segmentación de los clientes es un método por el cual se pueden dividir a los clientes potenciales en diferentes grupos, lo que permite a una empresa dirigirse con una mejor perspectiva de los objetivos que se plantearon, en nuestro caso analizará a nuestros posibles clientes y competencia.

Determinación de población

Para conocer la determinación de la población y tener una cifra estimada que nos ayude con respecto al objetivo planteado de la investigación, hemos adquirido los datos del año 2019 hasta el 2020 que nos indica que se matricularon en el cantón Machala la cifra de 40 960 vehículos según lo menciona (Movilidad Machala EP, 2021).

Demanda

Para conocer la demanda en el mercado actual realizaremos encuestas dirigidas a propietarios de vehículos en el cantón Machala, pero para realizar dichas encuestas, primero debemos tener conocimiento del tamaño de la muestra para tener en cuenta el número de encuestas a realizar.

A continuación, se plantea la siguiente fórmula de (Urbina B. , 2013), para calcular el tamaño de muestra:

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

Cada variable se define como:

Tabla 6.

Variables para la muestra de una población finita.

n	Tamaño de la muestra
N	Tamaño de la población
Z	Valor crítico es el nivel de confianza
E	Nivel de precisión absoluta (porcentaje de error)
p	Proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia
q	Proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno en estudio (1 – p)

Fuente: Autores

Para calcular la cantidad de encuestados se contará con una confiabilidad del 95% (Z =1,96), nivel de precisión del 5% (d = 0,05), para el valor de p y q, debido a que se desconocen la aceptación o negación a los encuestados, estas variables toman el valor de 0,50 que viene ser el 50% respectivamente cada una.

Tabla 7.

Datos con respecto a la muestra

N	40 960 propietarios de vehículos
Z	95% = 1,96
q	50%
p	50%
d	5

Nota: El dato de 40 960 se obtuvo mediante (Movilidad Machala EP, 2021)

Resultado:

$$n = \frac{40\,960 * 1{,}96^2 * 0{,}5 * 0{,}5}{0{,}05^2(40\,960 - 1) + 1{,}96^2 * 0{,}5 * 0{,}5}$$

$$n = 381\ encuestados$$

Diseño de la Encuesta a los propietarios de vehículos del cantón Machala

El diseño de la encuesta se realizará en función de género, edades, frecuencia de compra, preferencias y aspectos de exigencia por parte de los consumidores. Así mismo, la encuesta nos ayudará a evaluar los tipos de consumidores que puedan existir en la demanda actual, con el fin de conocer los consumidores tradicionales, activos, escépticos y prácticos con respecto a la compra de autopartes y lubricantes.

A continuación, se puede apreciar el apartado de la encuesta empleada tabla:

Tabla 8.

Encuesta a propietarios de vehículos

ENCUESTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE VEHÍCULOS EN EL CANTÓN MACHALA			
Nota: Señale con una X a cada pregunta acorde a su realidad			
Datos Personales			
Genero			
Masculino		Femenino	
Edad			
18 – 25 años		26 – 45 años	
46 – en adelante			
Usted ha asistido a un local comercial de autopartes y lubricantes dentro del cantón Machala.			
Si		No	
¿Con que frecuencia acude a un local comercial de auto partes y lubricantes?			
Semanal		Mensual	
Trimestral		Semestral	
Anual			

¿Los locales dedicados a la venta de autopartes y lubricantes satisfacen su demanda?		
Si	No	

¿Se siente satisfecho con el servicio que ofrecen dicho local comercial?			
Si		No	

¿Cuáles son para usted los aspectos a considerar en el servicio del local comercial? En el rango de 1 a 3 señale con una X, el 1 siendo el menor.

Aspecto	1	2	3
Ubicación del local comercial			
Atención al cliente			
Perfil Profesional			
Stock en repuestos			
Comunicación ente el vendedor y el cliente en el instante de dudas con respecto al producto.			
Costo del producto			
Calidad del producto			

Fuente: Autores

Resultado y análisis de las encuestas realizadas

Las encuestas fueron realizadas en mayor número a los conductores de cooperativas de taxis, transporte de carga liviana (camionetas), y también a conductores particulares, pero estos en un menor número de encuestados.

A continuación, presentaremos los resultados adquiridos mediante la encuesta y a su vez se realizará un análisis por cada pregunta.

Perfil del Cliente

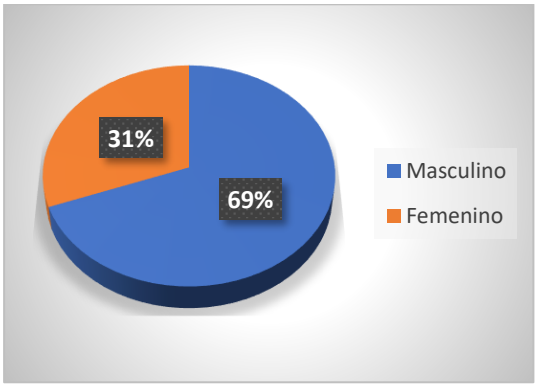
Nos enfocaremos en una descripción detallada de las características, necesidades y comportamientos de los clientes del cantón Machala, para así definir el perfil de cliente y gracias a esto la Empresa Aguilar Comercial Automotriz adaptará estrategias de marketing y ventas para llegar a su audiencia de manera más efectiva y ofrecer soluciones personalizadas.

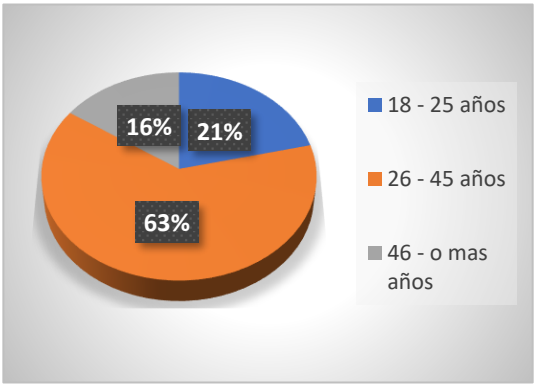
Datos Personales

Género y edad

Figura 13.

Colocar nombre de la figura





Fuente: Autores

Con respecto al ítem de datos personales (edad y género), se puede apreciar un 69% perteneciente al género masculino, este dato mayor se debe a que la encuesta fue dirigida más a los conductores de vehículos de cooperativas de taxis y carga liviana (camionetas). En cambio, el 31% corresponde al género femenino, debido a la cantidad menor de mujeres taxistas, pero si un número significativo de conductoras particulares.

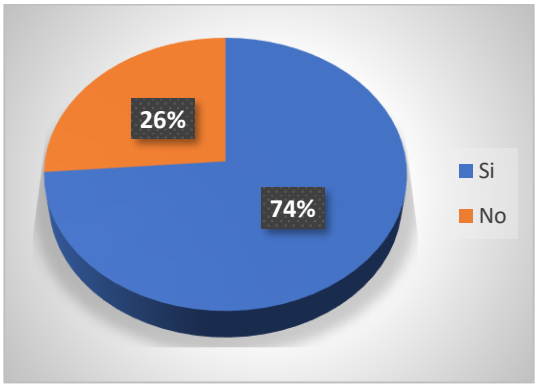
En cuanto a las edades se aprecia que el 63% se encuentran entre los 26 a 45 años, el 21% se encuentra en el rango de 18 a 25 años y por último tenemos que 16% corresponde a personas de más de 46 a más años de edad.

Pregunta 1:

¿Usted ha asistido a un local comercial de autopartes y lubricantes dentro del cantón Machala?

Figura 14.

Colocar nombre de la figura



Fuente: Autores

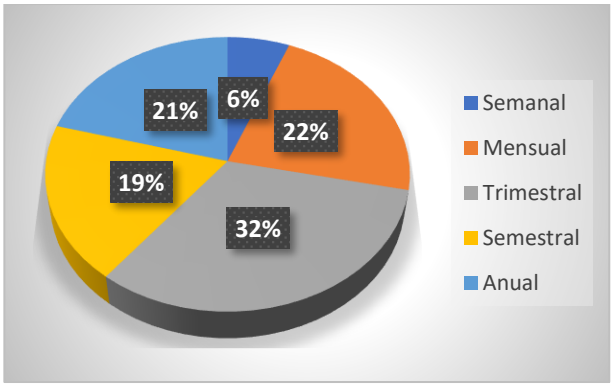
De acuerdo con la figura 13 se aprecia que el 74% de los encuestados nos indican que, si han acudido a un local comercial de autopartes y lubricantes en el cantón, sin embargo, el 26% expresan el desconocimiento de un local de autopartes.

Pregunta 2:

¿Con qué frecuencia acude a un local comercial de autopartes y lubricantes?

Figura 15.

Colocar el nombre de la figura



Fuente: Autores

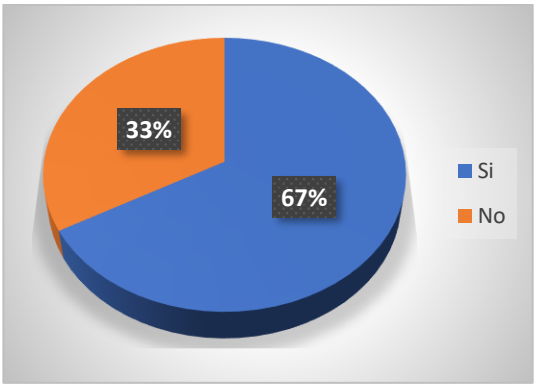
Acorde a la pregunta 2, el 32% de los encuestados acuden comúnmente a estos locales de manera trimestral, el 22% pertenece a las personas que acuden mensualmente a estos locales de autopartes, le sigue el 21% que acude anualmente a dichos locales, y finalmente el 19% y 6 %, que pertenecen a los clientes que acuden semestralmente y semanalmente.

Pregunta 3:

¿Los locales dedicados a la comercialización de autopartes y lubricantes satisfacen su demanda?

Figura 16.

Colocar el nombre de la figura



Fuente: Autores

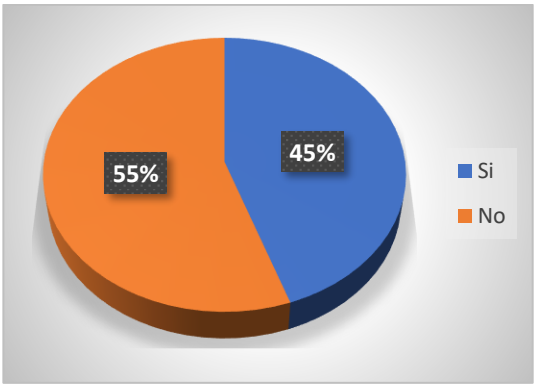
Con respecto a la pregunta 3, los encuestados nos indican que están conforme con la demanda existente en el cantón Machala, por ello tenemos una cantidad de 67% afirmando dicha demanda, en cambio el 33% de las personas nos indican lo contrario.

Pregunta 4:

¿Se siente satisfecho con el servicio que ofrecen dicho local comercial?

Figura 17.

Colocar el nombre de la figura



Fuente: Autores

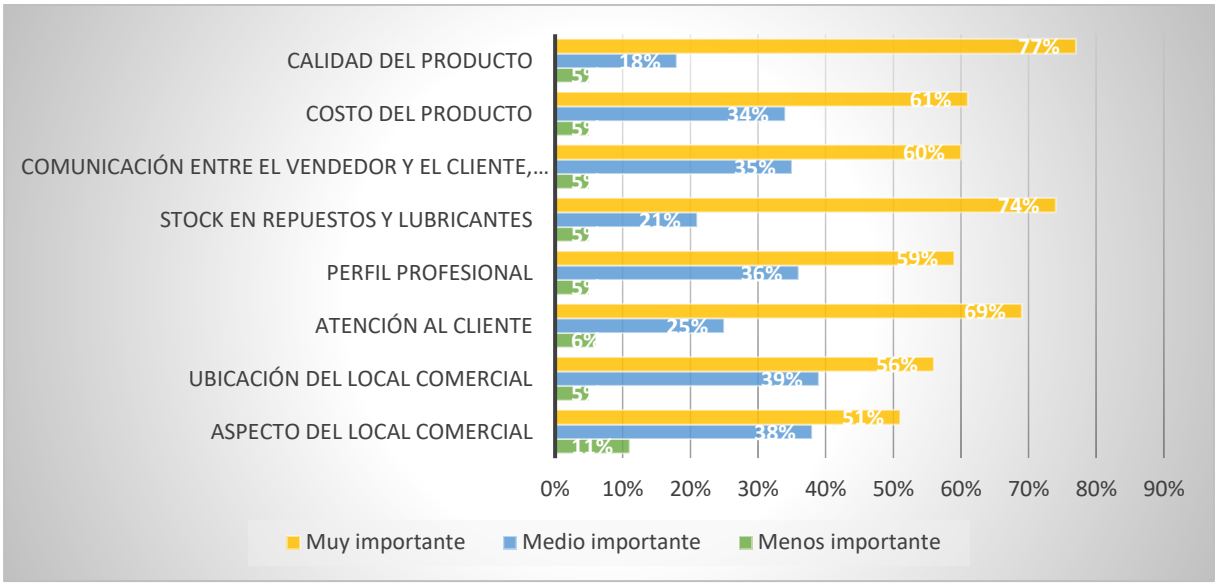
De acuerdo con la pregunta 4, el 55% de los encuestados nos manifiestan que no se sienten satisfechos con el servicio que estos locales comerciales ofrecen en el cantón Machala, pero en cambio, el 45% nos si se encuentra satisfecho.

Pregunta 5:

¿Cuáles son para usted los aspectos a considerar en el servicio del local comercial? En el rango de 1 a 3 señale con una X, siendo el número 1 (menos importante) y el 3 (muy importante).

Figura 18.

Colocar el nombre de la figura



Fuente: Autores

En la última pregunta de la encuesta, nos damos cuenta que para los clientes los aspectos más importantes por arriba del 55% son la calidad del producto, costo del producto, una buena comunicación entre el vendedor y el cliente, una gran variedad en stock en repuestos y lubricantes, el local tenga un buen perfil profesional y sobre todo una muy buena atención al cliente, también este en un sitio muy bien ubicado para que los clientes acudan más frecuentemente, en cambio por debajo del 55% tenemos el aspecto del local comercial, dado esto nos damos cuenta que los clientes del cantón Machala exigen mucho los aspectos mencionados anteriormente.

Oferta

Análisis de la Oferta

En cuanto al análisis de oferta primero se realizó una inspección visual de los competidores en la parroquia Jubones y sectores aledaños para con ello conocer nuestros competidores directos e indirectos en el mercado con respecto a la venta de repuestos y lubricantes.

Para conocer a más detalle donde realizaremos el análisis de la oferta, debemos conocer la delimitación geográfica de dicha parroquia. A continuación, se puede apreciar en la imagen de cómo está constituida la parroquia Jubones.

Figura 19.

La constitución de la parroquia Jubones

Nota: Adaptada de (Google, 2023)

Se encierra con líneas de color rojo la zona “A”, que corresponde los siguientes límites de ubicación: al norte con la Circunvalación Norte / Calle Palmeras, al sur con la Avenida 4ta. Norte (Calle Boyacá) y Av. Palmeras, al Este con la carretera 6ta. Este (Calle Buenavista) y Boyacá, y al Oeste con la circunvalación Norte y carretera ta. Este. La zona “B” limita al norte con la Vía Primavera, al sur con la Avenida 8va y Dos Bocas, al Este con la calle 8va Sector Las Katias, al Oeste con la Circunvalación Norte y Calle Guayas.

Diseño de la Encuesta a los locales de venta de autopartes y lubricantes

El diseño de la encuesta fue realizada a los locales comerciales de la parroquia Jubones y sectores aledaños, con el fin de conocer ciertos temas como: años que llevan en el mercado, horarios de atención, tipo de clientes, números de clientes que atienden, el cobro a sus clientes (efectivo, crédito, tarjeta), productos que ofrece, tipo de venta (al menor o mayor), etc.

A continuación, se puede apreciar el apartado de la encuesta empleada, tabla 10:

Tabla 9.

Encuesta a los locales del cantón Machala

ENCUESTA DIRIGIDA A LOCALES DE VENTA DE AUTOPARTES Y LUBRICANTES			
Nota: Señale con una X su respuesta en cada pregunta			
Nombre del local			
¿Cuántos años lleva en el mercado?			
1 - 5		6-10	

11-15		16-a más	
Horarios de Atención			
7 – 12 am / 13 – 17 pm		8 – 12 am / 13 – 17 pm	
8 – 12 am / 13 – 18 pm		9 – 12 am / 13 – 17 pm	
Tipos de clientes que más frecuentan a su local			
Ingenieros		Particulares	
Mecánicos		Otros	
Cuántos clientes atienden al día en su local			
1-10		21 – 30	
11– 20		31- a más	
Cómo es el pago de sus clientes hacia su local			
Efectivo		Crédito	
Tarjeta Débito		Tarjeta de Crédito	
Todas las anteriores			
¿Cuál es tipo de venta en su local hacia sus clientes?			
Al menor		Al por mayor	
Ambas			
¿Cuál es lubricantes más vendido en su local?			
Kendall		Havoline	

Golden Bear		Penzoil	
Otros			
¿Cuál es el sistema más vendido en su local?			
Sist. De Inyección		Sist. De Frenos	
Sist. De Suspensión		Sist. De Seguridad	
Sist. De Dirección		Otros	
¿Cuál es la marca de auto parte más vendida en su local?			
Chevrolet		Hyundai / Kia	
Toyota		Mazda	
Otros			
Siguiendo la respuesta de la anterior pregunta, ¿Qué año es la pieza más vendida?			
1980 – 1990		1991 – 2000	
2001 - 2010		2011 - 2023	

Fuente: Autores

Resultados de la encuesta dirigida a locales dedicados a la comercialización de autopartes y lubricantes

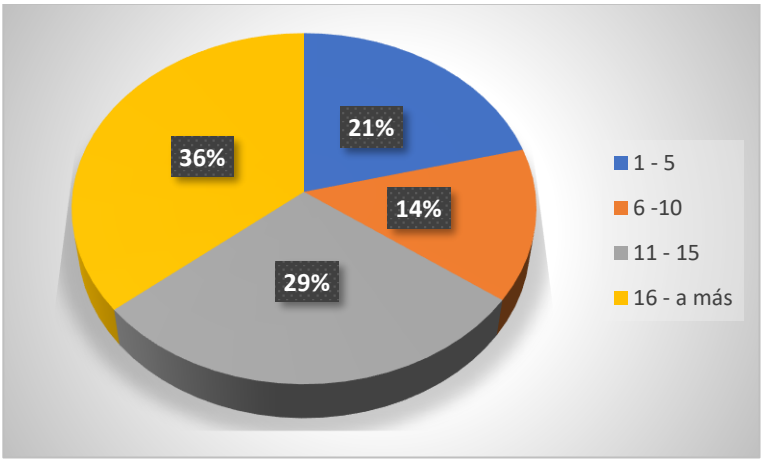
En esta sección empezamos con un análisis general de cada pregunta de la encuesta usada hacia los locales de venta de autopartes y lubricantes en el cantón Machala, en donde la mayor competencia para nuestra Empresa Aguilar Comercial Automotriz se encuentra en la parte céntrica del cantón por esa manera se ha encuestado a los locales del centro de la ciudad que tiene mayor oferta.

Pregunta 1

¿Cuántos años lleva en el mercado?

Figura 20.

Colocar el nombre de la figura



Fuente: Autores

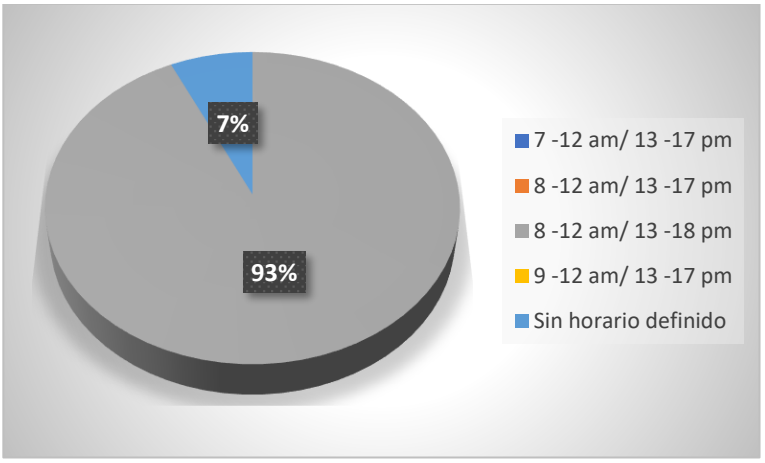
En la pregunta 1, nos indica el 36% de los locales en el cantón Machala cuentan con más de 16 años en el mercado, el 29% de 11 a 15 años, el 21% de 1 a 5 años y el 14% de 6 a 10 años.

Pregunta 2

Horarios de Atención

Figura 21.

Colocar el nombre de la figura



Fuente: Autores

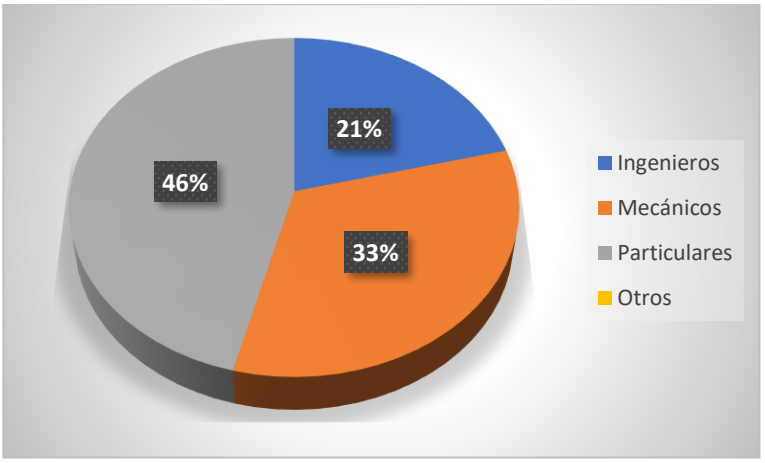
Con respecto a la pregunta 2, el 93% de los locales en el cantón Machala tienen el horario de atención a sus clientes de 8 am a 18 pm con una hora de almuerzo y el 7% de los locales no tienen un horario definido.

Pregunta 3

Tipos de clientes que más frecuentan su local

Figura 22.

Colocar el nombre de la figura



Fuente: Autores

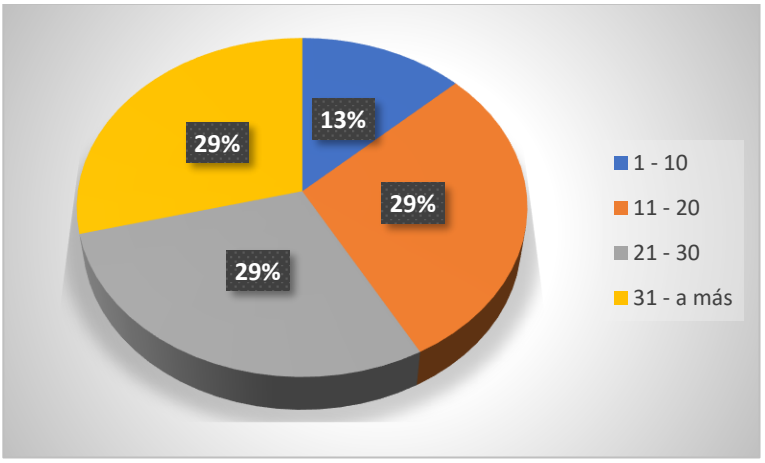
En la pregunta 3, el 46% de las personas que acuden a los locales de autopartes son particulares, el 33% son técnicos mecánicos, y un 21% ingenieros relacionados a la rama automotriz.

Pregunta 4

¿Cuántos clientes atiende al día en su local?

Figura 23.

Colocar el nombre de la figura



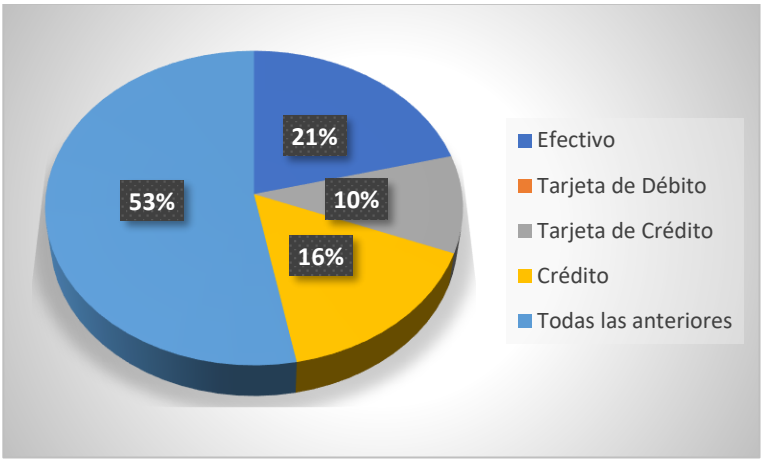
Acorde a la pregunta 4, un 29% de los locales de autopartes y lubricantes atienden a más de 31 clientes al día, un 29% atiende de 21 a 30 clientes diarios, otro 29% atiende de 11 a 20 clientes diarios y por último el 13% atiende de 1 a 10 clientes diarios.

Pregunta 5

¿Cómo es el pago de sus clientes hacia su local?

Figura 24.

Colocar el nombre de la figura



Fuente: Autores

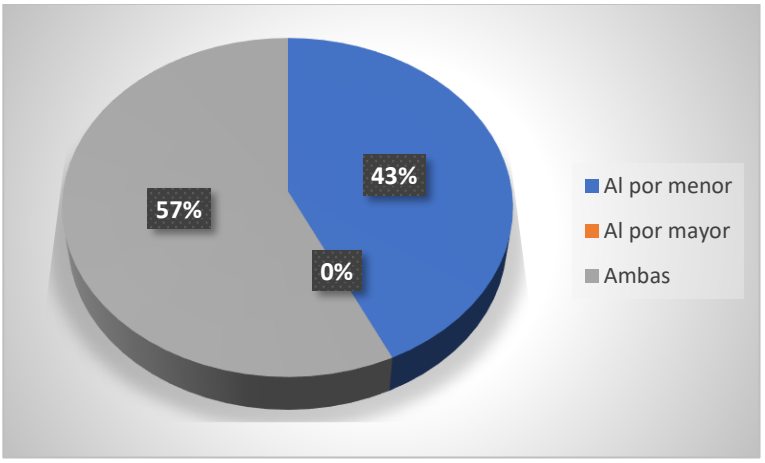
Con respecto a la pregunta 5, los locales trabajan con diferentes formas de pago, el 21% responde que sus cobros solo los realizan en efectivo, el 16% a crédito, el 10% a tarjeta de crédito y el 53% trabaja con todas las formas de pago antes descritas.

Pregunta 6

¿Cuál es el tipo de venta en su local hacia sus clientes?

Figura 25.

Colocar el nombre de la figura



Fuente: Autores

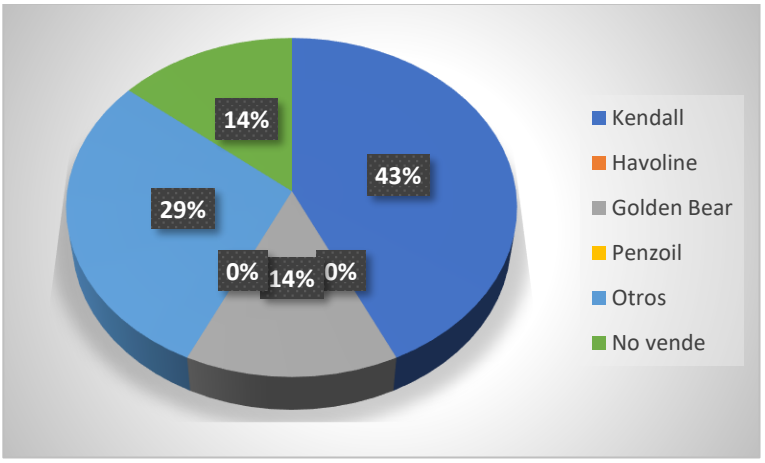
Acorde a la pregunta 6, el 43% realizan sus ventas solo al por menor y el 57% de los locales trabajan con los dos tipos de venta.

Pregunta 7

¿Cuál es el lubricante más vendido en su local?

Figura 26.

Colocar el nombre de la figura



Fuente: Autores

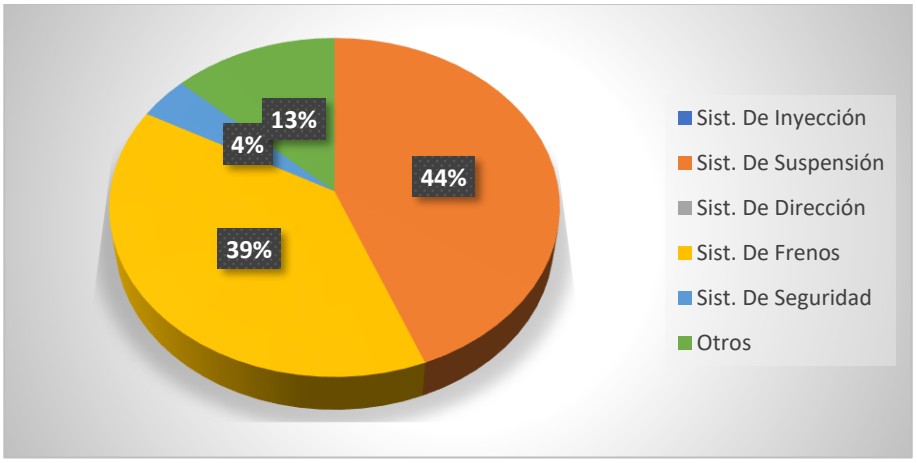
En la pregunta 7, con un 43% el lubricante más comercializado en el cantón Machala es de la marca Kendall, siguiéndole con un 29% marcas varias de lubricantes, con 14% el Golden Bear y el otro 14% no se dedica a la venta de lubricantes.

Pregunta 8

¿Cuál es el sistema más vendido en su local?

Figura 27.

Colocar el nombre de la figura



Fuente: Autores

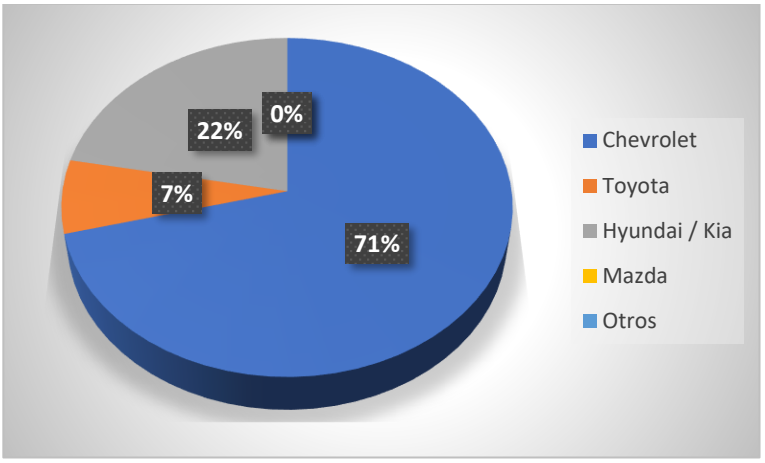
Con respecto a la figura 26, los sistemas más comercializados en el cantón Machala son el sistema de suspensión con un 44% y el sistema de frenos con un 39%, el sistema de seguridad con un 4% y el 13% de todos los sistemas ya que no los tiene identificados al detalle.

Pregunta 9

¿Cuál es la marca de autoparte más vendida en su local?

Figura 28.

Colocar el nombre de la figura



Fuente: Autores

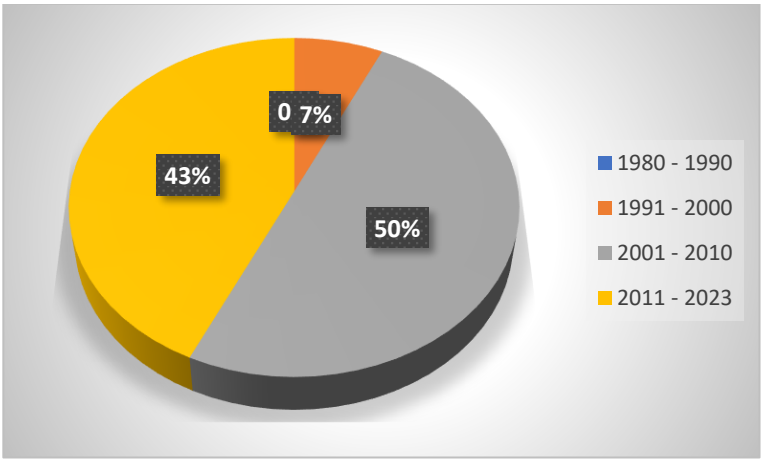
En la pregunta 9, la marca de autoparte más vendida en el mercado con el 71% pertenece a Chevrolet, siguiéndole con un 22% a la marca Hyundai/Kia y el 7% de la marca Toyota.

Pregunta 10

¿Qué año es la pieza más vendida?

Figura 29.

Colocar el nombre de la figura



Fuente: Autores

Acorde a la pregunta 10 relacionado con la pregunta anterior, con el 50% el año de la autoparte más vendida en el mercado oscila entre los años del 2001 al 2010, siguiéndole con un 43% entre los años del 2011 al 2023 y el 7% de los años de 1991 al 2000.

A continuación, en la tabla 11 se muestra los locales encuestados dedicados a la comercialización de autopartes y lubricantes en el cantón Machala.

Tabla 10.

Locales comerciales en el cantón Machala

Ítem	Nombre de la empresa	Años en el mercado	Actividad económica principal	Clientes diarios	Forma de pago	Lubricante más vendido	Marca de autoparte más vendida
1	La Central del Freno	15 años	Venta al por menor y mayor de lubricantes y autopartes.	Más de 31 clientes	Efectivo	Kendall	Hyundai / Kia
2	Automotriz Dalito	16 años	Venta al por menor de lubricantes y autopartes.	30 clientes	Efectivo Crédito Tarjeta de crédito	Kendall	Chevrolet
3	Centro Comercial Automotriz Machala	12 años	Venta al por menor y mayor de lubricantes y autopartes.	Más de 31 clientes	Efectivo Crédito Tarjeta de crédito Tarjeta de débito	Kendall	Toyota

4	Giovanny´s Repuestos	4 años	Ventas de lubricantes y repuestos de multimarca al por menor.	18 clientes	Efectivo Crédito Tarjeta de crédito Tarjeta de débito	Kendall	Chevrolet
5	Distrasur	18 años	Venta de autopartes al por menor.	20 clientes	Efectivo Crédito	No vende	Chevrolet
6	Freno Repuestos	15 años	Venta al por menor de autopartes.	10 clientes	Efectivo Crédito Tarjeta de crédito Tarjeta de débito	No vende	Chevrolet
7	IMPOREPUESTOS	10 años	Ventas al por menor y mayor de autopartes.	Más de 30 clientes	Efectivo Crédito Tarjeta de Crédito	No vende	Hyundai / Kia Chevrolet

8	Servicentro L.A	5 años	Venta al por menor y mayor de lubricantes y autopartes.	20 clientes	Efectivo Crédito Tarjeta de crédito Tarjeta de débito	Kendall Golden Bear	Chevrolet
9	Automotriz El Oro	19 años	Venta al por menor de lubricantes y autopartes.	35 clientes	Efectivo Crédito Tarjeta de crédito Tarjeta de débito	Kendall Golden Bear	Chevrolet Mazda
10	Autocost	17 años	Venta de autopartes en gran variedad en stock al por mayor y menor.	10 clientes	Efectivo Crédito Tarjeta de crédito Tarjeta de débito	Rol	Chevrolet
11	Automotriz TORATA	4 años	Venta al por menor de lubricantes y autopartes	20 clientes	Efectivo Crédito Tarjeta de crédito Tarjeta de débito	Golden Bear	Chevrolet

12	Lubriservicios Don Tene	17 años	Venta al por menor y mayor de una gran variedad de lubricantes.	30 clientes	Efectivo Crédito Tarjeta de crédito Tarjeta de débito	Golden Bear	No vende
13	Importadora Guerrero Portilla	10 años	Venta al por menor y mayor de repuestos automotrices.	Más de 35 clientes	Efectivo Crédito Tarjeta de crédito Tarjeta de débito	Ac Delco	Hyundai / Kia
14	Grupo Portilla Electroparts	15 años	Venta al por menor y mayor de autopartes y piezas eléctricas de un gran número en stock de multimarca.	Más de 40 clientes	Efectivo Crédito Tarjeta de crédito Tarjeta de débito	Ac Delco	Hyundai / Kia

Fuente: Autores

Descripción del producto / servicio

Mediante las encuestas realizadas en relación para la percepción del análisis de la oferta y la demanda, la Empresa Aguilar en el cantón Machala, buscará ofrecer una amplia gama de productos originales y genéricos para mejorar el rendimiento, la seguridad y la durabilidad de los vehículos de nuestros clientes.

Descripción del producto

Las autopartes genéricas son piezas más económicas a comparación de las autopartes originales, las genéricas están diseñadas para adaptarse y funcionar de una manera correcta para una gran variedad de vehículos. Es importante verificar la compatibilidad con el automóvil antes de colocar componentes genéricos. En cambio, los repuestos originales son componentes fabricados por el mismo fabricante de la marca del vehículo, las piezas funcionan de manera precisa en el vehículo y las grandes ventajas de estas autopartes son que tienen un calidad garantizada, confiabilidad y seguridad y garantía, pero el precio es más elevado a comparación del genérico.

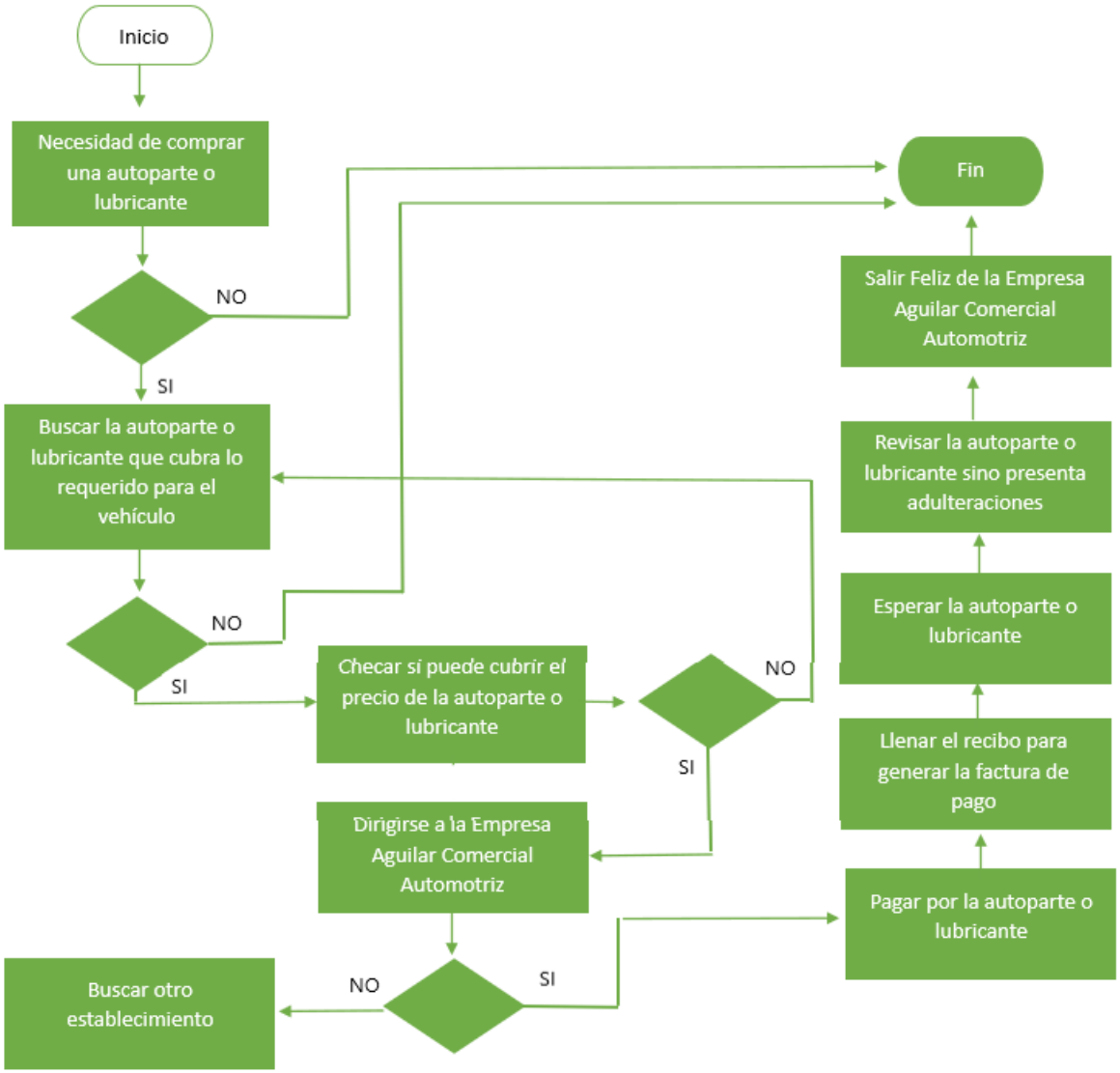
La Empresa Aguilar distribuirá autopartes y lubricantes de alta calidad para satisfacer las necesidades de los propietarios de vehículos. Los repuestos que se comercializarán en la empresa serán de calidad premium y fabricadas por marcas originales como: NGK, Bosch, Seiwa entre otras para la parte eléctrica del motor, para la suspensión y dirección las marcas RTK, Mando, Three Five , CTR y Yokubo, para el sistema de frenos las marcas High Power, Kashima, Seinken, Hi – Q, Hiper entre otras y en lubricantes las marcas Kendall, Golden Bear, Penzoil, Amalie y para los productos de limpieza/pegamentos se comercializaran marcas como WD-40, Abro, Loctite, Top Seal entre otros.

Compra de Autopartes o Lubricantes

La Empresa Aguilar desarrollará un diagrama de flujo de como efectuarán los clientes la compra de cualquier autoparte o lubricante en nuestra empresa.

Figura 30.

Diagrama de Flujo de la compra de autopartes o lubricantes



Fuente: Autores

Comercialización

La propuesta de La Empresa Aguilar es brindar un excelente servicio y contar con un gran stock en autopartes y lubricantes para el cantón Machala que le permita atraer un gran número de clientes, es por ello por lo que se enfocará en mantener un inventario de productos reconocidos por su calidad a un precio competitivo.

Nichos de mercado deseado

Nuestra propuesta se enfocará clientes en edades comprendidas entre los de 26 a 45 años, esta información se basa en la encuesta realizada a los conductores del cantón Machala, ya que el rango entre estas edades son las que más frecuentan a locales de venta de lubricantes y autopartes, la razón se debe porque la mayoría de los consumidores poseen vehículos en cooperativas de taxis y camionetas de carga liviana y la otra parte con vehículos particulares.

Por otra parte, nuestra empresa se enfocará en las necesidades que exigen los consumidores, como lo son: una muy buena atención al cliente, un buen perfil profesional, para la atención y como puntos primordiales que nuestra empresa cuente con un gran stock de repuestos y lubricantes, una excelente comunicación con los clientes con respecto a interrogantes sobre su vehículo para tomar la mejor decisión en la compra, y sobre todo que nuestros productos cuenten con la mejor calidad del mercado y tengan un costo justo para los consumidores.

Canales de comercialización

Utilizaremos las redes sociales, ya que según la encueta de forma abierta que se realizó como antecedente a la aplicación de estas son los medios más usados en la actualidad (Facebook, Instagram, WhatsApp y Twitter), es por ello la Empresa Aguilar

Comercial Automotriz empleará estas redes sociales como medio para conectar con los consumidores y darles a conocer los productos que ofrecemos y optimizar la comunicación con el cliente y lograr confianza hacia nuestra Empresa.

Medios de promoción

Nuestra empresa promocionará los productos de la siguiente forma:

- Carteles y afiches publicitarios
- Plataforma de redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram)
- Colocando vinil publicitario en los vehículos de nuestros clientes (parabrisas posterior)
- Periódico (Ofertas y promociones en algunos productos)
- Radio

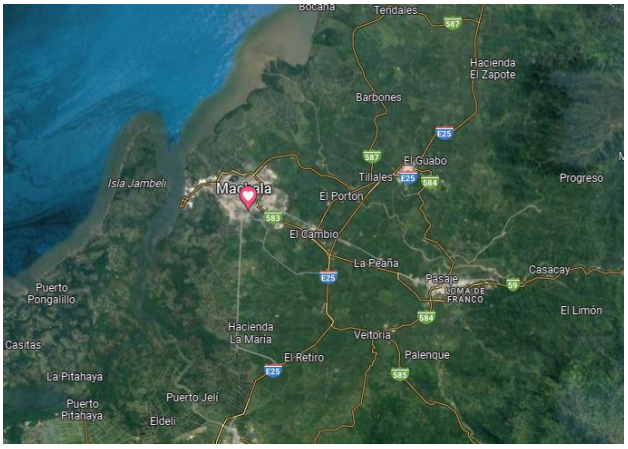
Descripción técnica

Macro Localización

La empresa Aguilar Comercial Automotriz estará localizada en la parroquia Jubones del cantón de Machala capital de la provincia de El Oro, en la región Litoral sur del Ecuador, está limitada al sur con el cantón Santa Rosa, al norte con el cantón El Guabo, este con el cantón de Pasaje y al oeste con el Océano Pacífico. La ciudad de Machala se encuentra el puerto marítimo de Puerto Bolívar lo que la convierte en la ciudad más activa económicamente de la provincia, teniendo un parque automotor grande y en crecimiento, requiere de servicios de repuestos y lubricantes automotrices.

Figura 31.

Localización del proyecto



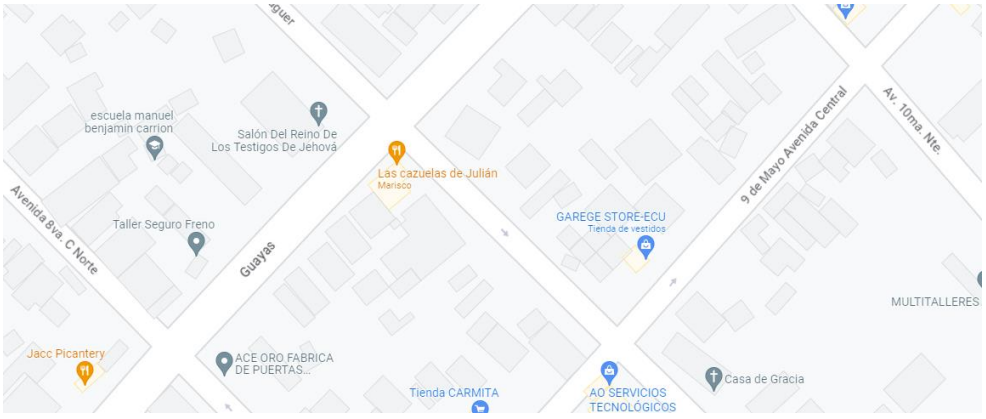
Fuente: Google Maps (2023)

Micro Localización

Se plantea como posible ubicación de la empresa en las calles Guayas y Avenida 9n Norte con las siguientes coordenadas en grados decimales (DD): -3.2513951473631857, -79.95302083165366 en la parroquia Jubones perteneciente al cantón Machala

Figura 32.

Localización dentro del catón de Machala



Fuente: Google Maps (2023)

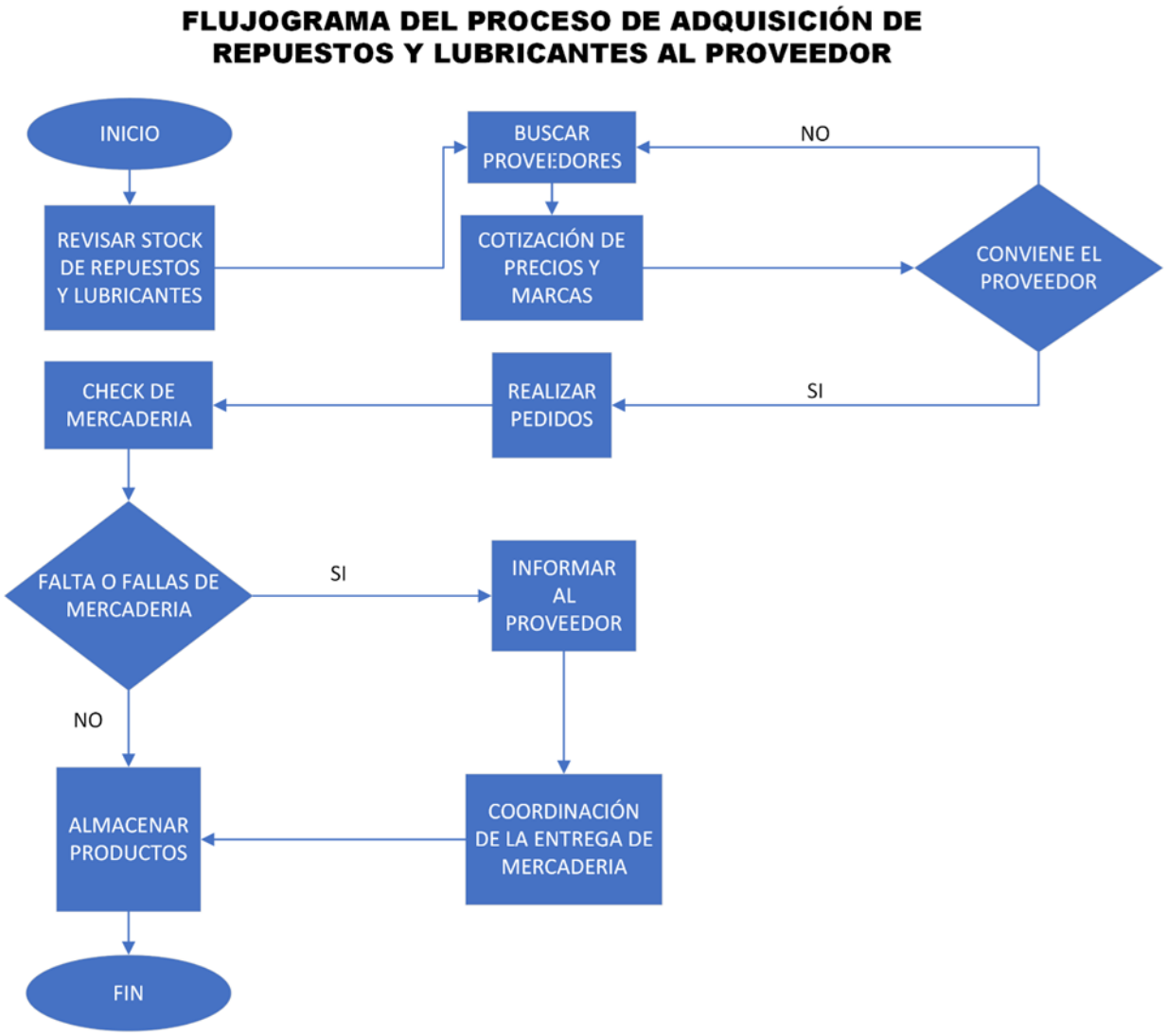
Descripción de procesos

A continuación, se detallan los diferentes procesos que formarán parte de la oferta de servicios de la Empresa Aguilar Comercial Automotriz:

Proceso de adquisición de repuestos automotrices y lubricantes al proveedor

Figura 33.

Flujograma del proceso de adquisición de repuestos y lubricantes al proveedor

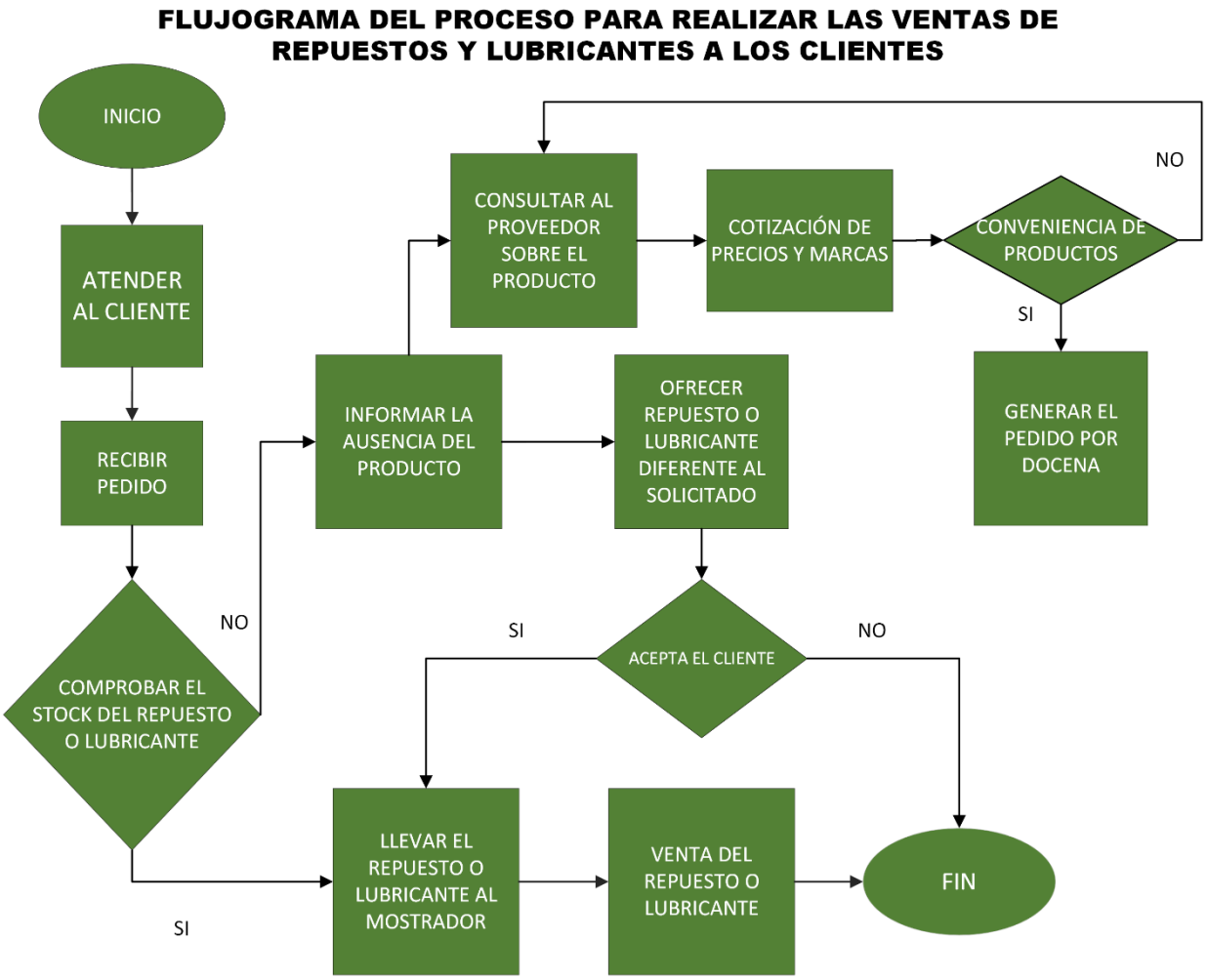


Fuente: Autores

Proceso para realizar las ventas de repuestos y lubricantes a los clientes

Figura 34.

Flujograma del proceso para realizar las ventas de repuestos y lubricantes a los clientes

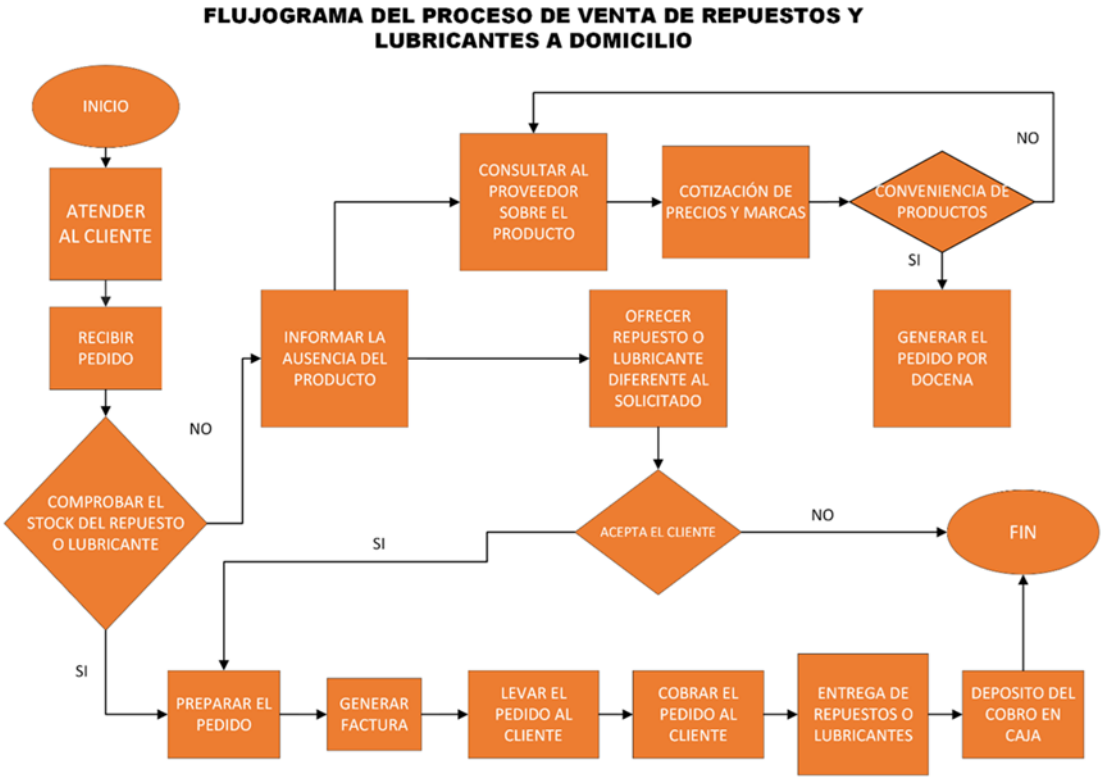


Fuente: Autores

Proceso de venta de repuestos y lubricantes a domicilio

Figura 35.

Flujograma del proceso para realizar de venta de repuestos y lubricantes a domicilio.



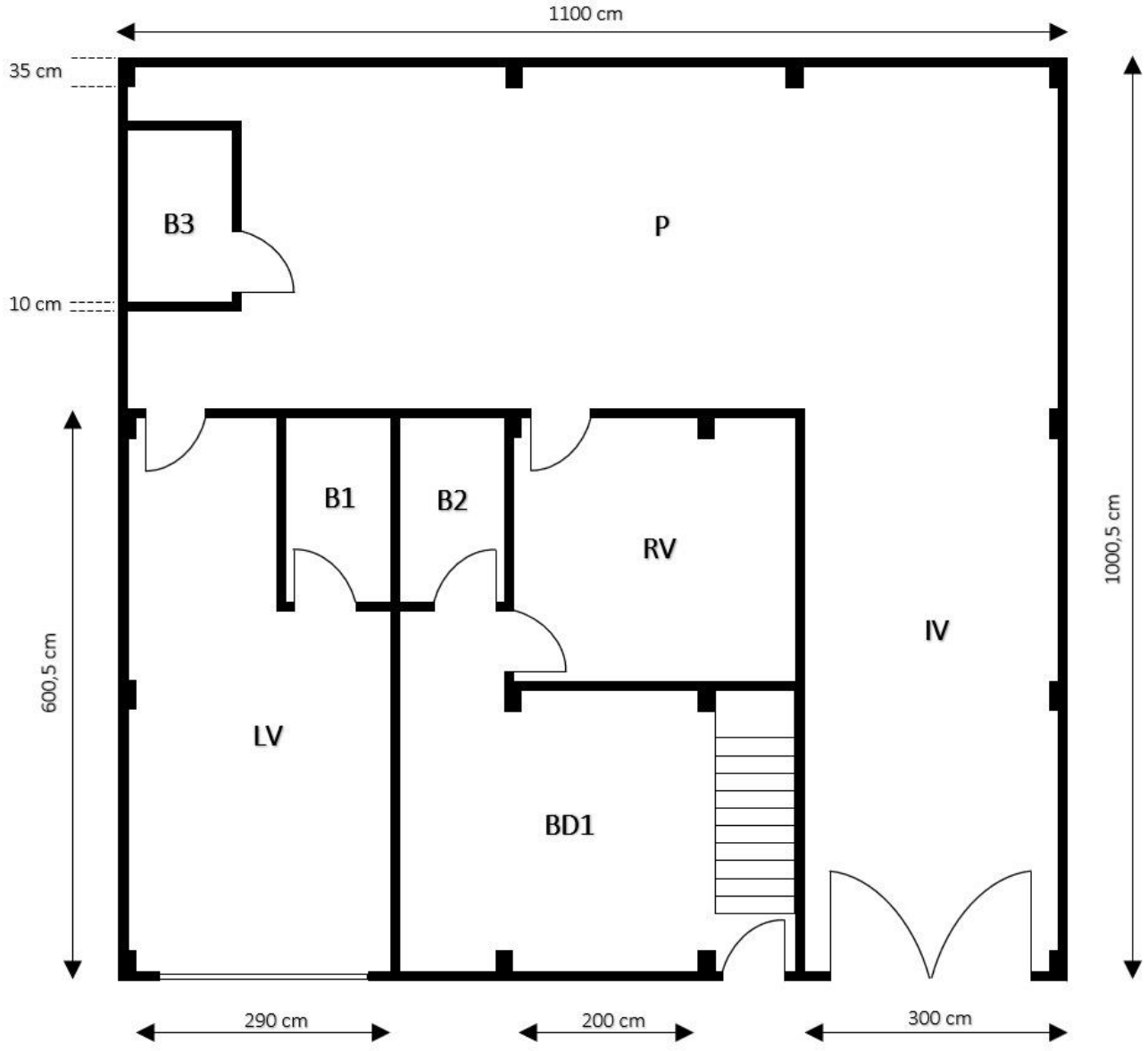
Fuente: Autores

Distribución de planta

Plano de la empresa

Figura 36.

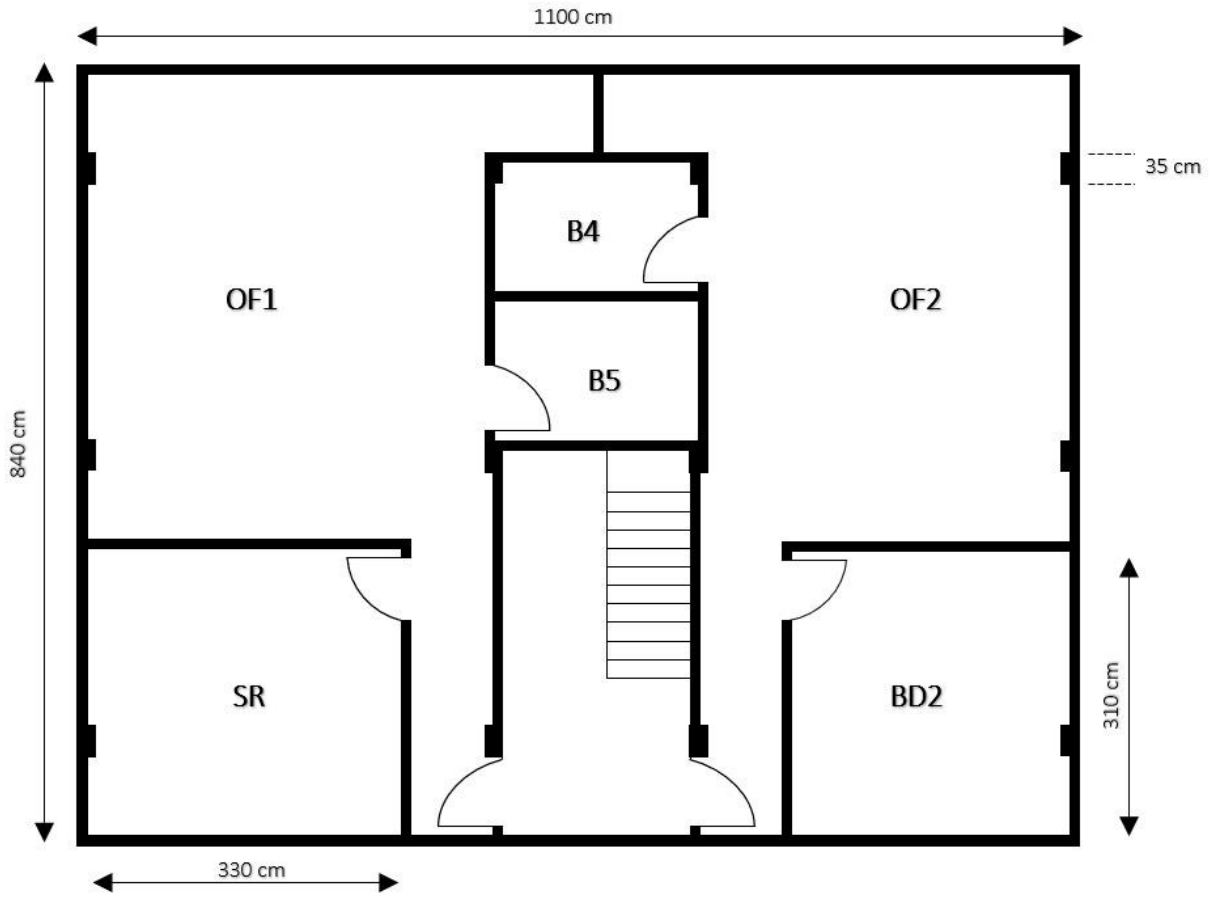
Planta baja de la empresa



Fuente: Autores

Figura 37.

Planta alta de la empresa



Fuente: Autores

Estimación y costeo de equipos, maquinaria, insumos, materiales

Para el análisis y cálculo de estimación y costeo consideremos los elementos importantes y necesarios para iniciar el proceso de ampliación de la empresa Aguilar Comercial Automotriz:

Tabla 11.

Equipos de computación

Equipos de computación			
Detalle	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Laptop Hp Corei7 11va + 16 Gb + 512 ssd	2	$ 858.28	$ 1716.56
Lenovo IdeaCentre AIO 3-2022, táctil FHD de 23,8 pulgadas, cámara HD 720p, Windows 11 Home, 8 GB de memoria, 512 GB de almacenamiento, AMD Ryzen 5 5625U	3	$ 927.99	$ 2783.97
Epson Impresora Multifunción Wifi Tinta Continua / L5290	2	$ 425	$ 850
Terminal DataFast	1	$ 380	$ 380
Adesso NuScan 2500TU Spill Resistant Antimicrobial 2D Bardecode Scanner	2	$ 119.95	$ 239.9
Total			**$ 5970.43**

Fuente: Autores

Tabla 12.

Equipos de oficina

Equipos de oficina			
Detalle	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Teléfono inalámbrico ampliable Panasonic con pantalla retroiluminada ámbar KX-TGC352B	2	$ 67.35	$ 134.7
Calculadora Casio fx-991LAX	4	$ 28	$ 120
Total			**$ 254.70**

Fuente: Autores

Tabla 13.

Suministros de aseo y oficina

Suministro de aseo y oficina			
Detalle	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Suministros de oficina (Papel, lapiceros, tinta, clips, grapas, etc)	1	$ 100	$ 100
Suministros de aseo (Escobas, trapeadores, cloro, detergente, aromatizante, guantes, etc)	1	$ 150	$ 150
Total			**$ 250**

Fuente: Autores

Tabla 14.

Muebles y enseres de oficina

Muebles y enseres de oficina			
Detalle	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Escritorio estación de trabajo	5	$ 150	$ 750
Sillas Ergonómica Soporte Lumbar	5	$ 80	$ 400
Silla de espera	8	$ 35	$ 280
Perchas Metálicas	10	$ 85	$ 850
Vitrina de aluminio con espejo	1	$ 375	$ 375
Estanterías para libros	5	$ 130	$ 650
Total			**$ 3305**

Fuente: Autores

Tabla 15.

Terrenos y construcción

Establecimiento			
Detalle	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Valor de construcción	1	20000	20000
Valor de terreno	1	40000	40000
Total			**$ 60000**

Fuente: Autores

Tabla 16.

Servicios básicos

Servicios básicos			
Detalle	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Energía eléctrica	1	$ 120	$ 120
Agua Potable	1	$ 23.50	$ 23.50
Telefonía	1	$ 20	$ 20
Internet de fibra óptica	1	$ 25	$ 25
Total			**$ 188.5**

Fuente: Autores

Tabla 17.

Gastos de constitución

Gastos de constitución			
Detalle	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Aprobación de constitución	1	$ 400	$ 400
Publicación de extracto	1	$ 80	$ 80
Inscripción en la cámara de comercio	1	$ 70	$ 70
Registro mercantil	1	$ 35	$ 35
Anotación marginal	1	$ 30	$ 30
Registro de marca	1	$ 100	$ 100
Patente municipal	1	$ 85	$ 85
Adecuación de las instalaciones	1	$ 500	$ 500

Total	$ 1300

Fuente: Autores

Tabla 18.

Vehículos

Vehículos			
Detalle	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Chevrolet D-Max 2009 Diésel	1	$ 13550	$ 13550
Daytona Wolf 2021	1	$ 1500	$ 1500
Tucson IX 2015	1	$ 11200	$ 11200
Total			**$ 26250**

Fuente: Autores

Tabla 19.

Cotización de los sistemas y lubricantes

DESCRIPCIÓN DEL ARTICULO	MARCA	MODELO	CALIDAD	COSTO UNITARIO
BOMBA DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	12,25
BOMBA DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	35,35
BOMBA DE FRENO	KIA	SPORTAGE	GENERICO	37,62
BOMBA DE FRENO	MAZDA	BT50	GENERICO	18,52
BOMBA DE FRENO	TOYOTA	HILUX	GENERICO	39,50
BOMBA DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	22,00
BOMBA DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	45,00
BOMBA DE FRENO	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	47,00
BOMBA DE FRENO	MAZDA	BT50	ORIGNAL	26,00
BOMBA DE FRENO	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	51,00
TAMBORES	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	6,25
TAMBORES	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	9,25

TAMBORES	KIA	SPORTAGE	GENERICO	10,25
TAMBORES	MAZDA	BT50	GENERICO	11,30
TAMBORES	TOYOTA	HILUX	GENERICO	12,25
TAMBORES	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	12,00
TAMBORES	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	16,00
TAMBORES	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	17,00
TAMBORES	MAZDA	BT50	ORIGNAL	20,00
TAMBORES	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	25,00
PASTILLAS DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	6,25
PASTILLAS DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	7,75
PASTILLAS DE FRENO	KIA	SPORTAGE	GENERICO	9,05
PASTILLAS DE FRENO	MAZDA	BT50	GENERICO	10,25
PASTILLAS DE FRENO	TOYOTA	HILUX	GENERICO	10,75
PASTILLAS DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	8,45
PASTILLAS DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	11,00
PASTILLAS DE FRENO	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	13,00
PASTILLAS DE FRENO	MAZDA	BT50	ORIGNAL	12,50
PASTILLAS DE FRENO	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	12,75
DISCO DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	7,25
DISCO DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	10,25
DISCO DE FRENO	KIA	SPORTAGE	GENERICO	11,25
DISCO DE FRENO	MAZDA	BT50	GENERICO	12,30
DISCO DE FRENO	TOYOTA	HILUX	GENERICO	13,25
DISCO DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	13,50
DISCO DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	17,25
DISCO DE FRENO	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	18,65
DISCO DE FRENO	MAZDA	BT50	ORIGNAL	21,05
DISCO DE FRENO	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	27,25
ZAPATAS DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	6,55
ZAPATAS DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	815,00
ZAPATAS DE FRENO	KIA	SPORTAGE	GENERICO	9,85
ZAPATAS DE FRENO	MAZDA	BT50	GENERICO	11,05
ZAPATAS DE FRENO	TOYOTA	HILUX	GENERICO	11,75
ZAPATAS DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	9,75
ZAPATAS DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	11,50
ZAPATAS DE FRENO	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	12,00

ZAPATAS DE FRENO	MAZDA	BT50	ORIGNAL	13,00
ZAPATAS DE FRENO	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	15,00
CILINDRO DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	6,75
CILINDRO DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	9,25
CILINDRO DE FRENO	KIA	SPORTAGE	GENERICO	10,05
CILINDRO DE FRENO	MAZDA	BT50	GENERICO	10,75
CILINDRO DE FRENO	TOYOTA	HILUX	GENERICO	12,25
CILINDRO DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	10,50
CILINDRO DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	12,00
CILINDRO DE FRENO	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	12,75
CILINDRO DE FRENO	MAZDA	BT50	ORIGNAL	13,75
CILINDRO DE FRENO	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	15,00
BOBINAS	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	10,50
BOBINAS	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	13,25
BOBINAS	KIA	SPORTAGE	GENERICO	14,75
BOBINAS	MAZDA	BT50	GENERICO	13,05
BOBINAS	TOYOTA	HILUX	GENERICO	24,00
BOBINAS	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	14,00
BOBINAS	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	16,00
BOBINAS	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	16,75
BOBINAS	MAZDA	B2200	ORIGNAL	17,50
BOBINAS	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	25,75
BUJIAS	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	4,40
BUJIAS	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	5,00
BUJIAS	KIA	SPORTAGE	GENERICO	5,00
BUJIAS	MAZDA	B2200	GENERICO	4,40
BUJIAS	TOYOTA	HILUX	GENERICO	5,00
BUJIAS	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	5,25
BUJIAS	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	6,50
BUJIAS	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	6,25
BUJIAS	MAZDA	B2200	ORIGNAL	6,50
BUJIAS	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	8,00
CABLE DE BUJIAS	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	6,65
CABLE DE BUJIAS	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	8,50
CABLE DE BUJIAS	KIA	SPORTAGE	GENERICO	9,75
CABLE DE BUJIAS	MAZDA	B2200	GENERICO	10,50

CABLE DE BUJIAS	TOYOTA	HILUX	GENERICO	11,75
CABLE DE BUJIAS	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	9,00
CABLE DE BUJIAS	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	10,00
CABLE DE BUJIAS	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	11,00
CABLE DE BUJIAS	MAZDA	B2200	ORIGNAL	11,75
CABLE DE BUJIAS	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	12,95
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	11,50
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	13,75
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	KIA	SPORTAGE	GENERICO	14,65
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	MAZDA	B2200	GENERICO	15,96
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	TOYOTA	HILUX	GENERICO	18,00
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	13,50
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	15,75
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	16,05
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	MAZDA	B2200	ORIGNAL	17,55
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	20,75
KIT DE EMBRAGUE	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	22,50
KIT DE EMBRAGUE	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	30,00
KIT DE EMBRAGUE	KIA	SPORTAGE	GENERICO	33,50
KIT DE EMBRAGUE	MAZDA	BT50	GENERICO	38,00
KIT DE EMBRAGUE	TOYOTA	HILUX	GENERICO	41,50
KIT DE EMBRAGUE	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	29,00
KIT DE EMBRAGUE	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	34,00
KIT DE EMBRAGUE	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	39,00
KIT DE EMBRAGUE	MAZDA	BT50	ORIGNAL	45,75
KIT DE EMBRAGUE	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	48,05
KIT DE DISTRIBUCIÓN	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	22,50
KIT DE DISTRIBUCIÓN	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	28,55
KIT DE DISTRIBUCIÓN	KIA	SPORTAGE	GENERICO	31,05
KIT DE DISTRIBUCIÓN	MAZDA	BT50	GENERICO	35,25
KIT DE DISTRIBUCIÓN	TOYOTA	HILUX	GENERICO	39,50

KIT DE DISTRIBUCIÓN	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	27,00
KIT DE DISTRIBUCIÓN	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	33,50
KIT DE DISTRIBUCIÓN	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	37,50
KIT DE DISTRIBUCIÓN	MAZDA	BT50	ORIGNAL	41,75
KIT DE DISTRIBUCIÓN	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	44,25
ROTULAS	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	5,25
ROTULAS	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	7,25
ROTULAS	KIA	SPORTAGE	GENERICO	7,95
ROTULAS	MAZDA	BT50	GENERICO	8,50
ROTULAS	TOYOTA	HILUX	GENERICO	9,75
ROTULAS	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	8,50
ROTULAS	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	10,05
ROTULAS	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	11,50
ROTULAS	MAZDA	BT50	ORIGNAL	12,20
ROTULAS	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	13,50
BUJES	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	9,50
BUJES	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	12,75
BUJES	KIA	SPORTAGE	GENERICO	15,50
BUJES	MAZDA	BT50	GENERICO	16,00
BUJES	TOYOTA	HILUX	GENERICO	18,25
BUJES	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	12,00
BUJES	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	13,00
BUJES	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	16,00
BUJES	MAZDA	BT50	ORIGNAL	18,00
BUJES	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	22,00
PLATO DE SUSPENSIÓN	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	9,50
PLATO DE SUSPENSIÓN	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	10,25
PLATO DE SUSPENSIÓN	KIA	SPORTAGE	GENERICO	11,00
PLATO DE SUSPENSIÓN	MAZDA	BT50	GENERICO	11,50
PLATO DE SUSPENSIÓN	TOYOTA	HILUX	GENERICO	12,75
PLATO DE SUSPENSIÓN	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	11,00
PLATO DE SUSPENSIÓN	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	13,00

PLATO DE SUSPENSIÓN	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	14,50
PLATO DE SUSPENSIÓN	MAZDA	BT50	ORIGNAL	15,25
PLATO DE SUSPENSIÓN	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	16,20
AMORTIGUADORES	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	12,25
AMORTIGUADORES	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	13,45
AMORTIGUADORES	KIA	SPORTAGE	GENERICO	14,50
AMORTIGUADORES	MAZDA	BT50	GENERICO	15,00
AMORTIGUADORES	TOYOTA	HILUX	GENERICO	16,25
AMORTIGUADORES	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	15,00
AMORTIGUADORES	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	18,00
AMORTIGUADORES	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	20,00
AMORTIGUADORES	MAZDA	BT50	ORIGNAL	21,00
AMORTIGUADORES	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	25,00
CRUCETAS	CHEVROLET	DMAX	GENERICO	5,50
CRUCETAS	MAZDA	BT50	GENERICO	6,75
CRUCETAS	TOYOTA	HILUX	GENERICO	8,25
CRUCETAS	CHEVROLET	DMAX	ORIGNAL	7,00
CRUCETAS	MAZDA	BT50	ORIGNAL	8,00
CRUCETAS	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	10,00
PUNTAS DE EJE	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	10,05
PUNTAS DE EJE	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	12,03
PUNTAS DE EJE	KIA	SPORTAGE	GENERICO	12,95
PUNTAS DE EJE	MAZDA	BT50	GENERICO	13,25
PUNTAS DE EJE	TOYOTA	HILUX	GENERICO	13,94
PUNTAS DE EJE	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	12,15
PUNTAS DE EJE	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	13,75
PUNTAS DE EJE	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	14,10
PUNTAS DE EJE	MAZDA	BT50	ORIGNAL	15,00
PUNTAS DE EJE	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	15,25
TERMINALES	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	5,00
TERMINALES	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	6,50
TERMINALES	KIA	SPORTAGE	GENERICO	7,75
TERMINALES	MAZDA	BT50	GENERICO	7,50
TERMINALES	TOYOTA	HILUX	GENERICO	9,25

TERMINALES	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	6,00
TERMINALES	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	8,00
TERMINALES	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	9,00
TERMINALES	MAZDA	BT50	ORIGNAL	9,00
TERMINALES	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	11,00
RODAMIENTOS	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	4,25
RODAMIENTOS	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	6,25
RODAMIENTOS	KIA	SPORTAGE	GENERICO	6,75
RODAMIENTOS	MAZDA	BT50	GENERICO	5,25
RODAMIENTOS	TOYOTA	HILUX	GENERICO	6,50
RODAMIENTOS	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	5,00
RODAMIENTOS	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	7,00
RODAMIENTOS	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	7,00
RODAMIENTOS	MAZDA	BT50	ORIGNAL	7,00
RODAMIENTOS	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	8,00
CREMALLERA	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	35,50
CREMALLERA	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	45,80
CREMALLERA	KIA	SPORTAGE	GENERICO	48,50
CREMALLERA	MAZDA	BT50	GENERICO	50,95
CREMALLERA	TOYOTA	HILUX	GENERICO	55,95
CREMALLERA	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	65,00
CREMALLERA	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	75,00
CREMALLERA	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	80,00
CREMALLERA	MAZDA	BT50	ORIGNAL	90,00
CREMALLERA	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	110,00
ACEITE PARA MOTOR	KENDALL	20W 50 G	ORIGNAL	21,50
ACEITE PARA MOTOR	GOLDEN BEAR	20W 50 G	ORIGNAL	21,50
ACEITE PARA MOTOR	PENZOIL	20W 50 G	ORIGNAL	23,50
ACEITE PARA MOTOR	AMALIE	20W 50 G	ORIGNAL	21,50
ACEITE PARA MOTOR	KENDALL	20W 50 L	ORIGNAL	6,75
ACEITE PARA MOTOR	GOLDEN BEAR	20W 50 L	ORIGNAL	6,75
ACEITE PARA MOTOR	PENZOIL	20W 50 L	ORIGNAL	8,75
ACEITE PARA MOTOR	AMALIE	20W 50 L	ORIGNAL	6,75
ACEITE PARA MOTOR	KENDALL	10W 30 G	ORIGNAL	21,50
ACEITE PARA MOTOR	GOLDEN BEAR	10W 30 G	ORIGNAL	21,50
ACEITE PARA MOTOR	PENZOIL	10W 30 G	ORIGNAL	23,50

ACEITE PARA MOTOR	AMALIE	10W 30 G	ORIGNAL	21,50
ACEITE PARA MOTOR	KENDALL	10W 30 L	ORIGNAL	21,50
ACEITE PARA MOTOR	GOLDEN BEAR	10W 30 L	ORIGNAL	6,75
ACEITE PARA MOTOR	PENZOIL	10W 30 L	ORIGNAL	8,75
ACEITE PARA MOTOR	AMALIE	10W 30 L	ORIGNAL	6,75
ACEITE PARA CAJA DE CAMBIOS	KENDALL	75W 85 L	ORIGNAL	7,50
ACEITE PARA CAJA DE CAMBIOS	AMALIE	75W 85 L	ORIGNAL	7,50
ACEITE PARA CAJA DE CAMBIOS	GOLDEN BEAR	75W 85 L	ORIGNAL	7,50
ACEITE PARA CAJA DE CAMBIOS	KENDALL	80W 90 L	ORIGNAL	8,15
ACEITE PARA CAJA DE CAMBIOS	AMALIE	80W 90 L	ORIGNAL	8,15
ACEITE PARA CAJA DE CAMBIOS	GOLDEN BEAR	80W 90 L	ORIGNAL	8,15
ACEITE HIDRAÚLICO	KENDALL	DEXRON III	ORIGNAL	6,15
ACEITE HIDRAÚLICO	GOLDEN BEAR	DEXRON III	ORIGNAL	6,15
ACEITE HIDRAÚLICO	AMALIE	DEXRON III	ORIGNAL	6,15
REFRIGERANTE PARA RADIADOR	AC DELCO	ANTICOGELANTE L	ORIGNAL	13,50
REFRIGERANTE PARA RADIADOR	HYDRAULAN	ANTICOGELANTE L	ORIGNAL	11,50
REFRIGERANTE PARA RADIADOR	PRESTONE	ANTICOGELANTE L	ORIGNAL	15,50
REFRIGERANTE PARA RADIADOR	AC DELCO	ANTICOGELANTE G	ORIGNAL	6,75
REFRIGERANTE PARA RADIADOR	HYDRAULAN	ANTICOGELANTE G	ORIGNAL	4,50
REFRIGERANTE PARA RADIADOR	PRESTONE	ANTICOGELANTE G	ORIGNAL	6,75
LIQUIDO DE FRENOS	WAGNER	DOT 3 5OZ	ORIGNAL	4,50
LIQUIDO DE FRENOS	ATE	DOT 3 5OZ	ORIGNAL	5,15
LIQUIDO DE FRENOS	WAGNER	DOT 3 12OZ	ORIGNAL	4,95
LIQUIDO DE FRENOS	ATE	DOT 3 12OZ	ORIGNAL	6,05
LIQUIDO DE FRENOS	WAGNER	DOT 4 5OZ	ORIGNAL	6,50
LIQUIDO DE FRENOS	ATE	DOT 4 5OZ	ORIGNAL	6,25
LIQUIDO DE FRENOS	WAGNER	DOT 4 12OZ	ORIGNAL	7,15
LIQUIDO DE FRENOS	ATE	DOT 4 12OZ	ORIGNAL	7,25
FILTRO DE COMBUSTIBLE	CHEVROLET	AVEO	SHONGUN/SKYFIL/ REDFIL	5,50
FILTRO DE COMBUSTIBLE	HYUNDAI	TUCSON IX	SHONGUN/SKYFIL/ REDFIL	5,75

FILTRO DE COMBUSTIBLE	KIA	SPORTAGE	SHONGUN/SKYFIL/ REDFIL	6,00
FILTRO DE COMBUSTIBLE	MAZDA	B2200	SHONGUN/SKYFIL/ REDFIL	6,00
FILTRO DE COMBUSTIBLE	TOYOTA	HILUX	SHONGUN/SKYFIL/ REDFIL	7,00
FILTRO DE ACEITE	CHEVROLET	AVEO	SHONGUN/REDFIL/ SAKURA	2,25
FILTRO DE ACEITE	HYUNDAI	TUCSON IX	SHONGUN/REDFIL/ SAKURA	2,25
FILTRO DE ACEITE	KIA	SPORTAGE	SHONGUN/REDFIL/ SAKURA	2,25
FILTRO DE ACEITE	MAZDA	B2200	SHONGUN/REDFIL/ SAKURA	2,25
FILTRO DE ACEITE	TOYOTA	HILUX	SHONGUN/REDFIL/ SAKURA	2,25
FILTRO DE AIRE	CHEVROLET	AVEO	SHONGUN/REDFIL/ SAKURA	5,50
FILTRO DE AIRE	HYUNDAI	TUCSON IX	SHONGUN/REDFIL/ SAKURA	5,50
FILTRO DE AIRE	KIA	SPORTAGE	SHONGUN/REDFIL/ SAKURA	5,50
FILTRO DE AIRE	MAZDA	B2200	SHONGUN/REDFIL/ SAKURA	5,50
FILTRO DE AIRE	TOYOTA	HILUX	SHONGUN/REDFIL/ SAKURA	5,50
LIMPIADOR DE FRENOS		ABRO/CYCLO/ SONAX	ORIGINAL	6,50
REMOVEDOR DE OXIDO		WD-40/3M	ORIGINAL	6,50
SILICON / PEGAMENTO		LOCTITE/ABRO/TOP SEAL	ORIGINAL	6,50
GRASA GRAFITADA		VISTONY/GRKLINLUBE	ORIGINAL	6,50

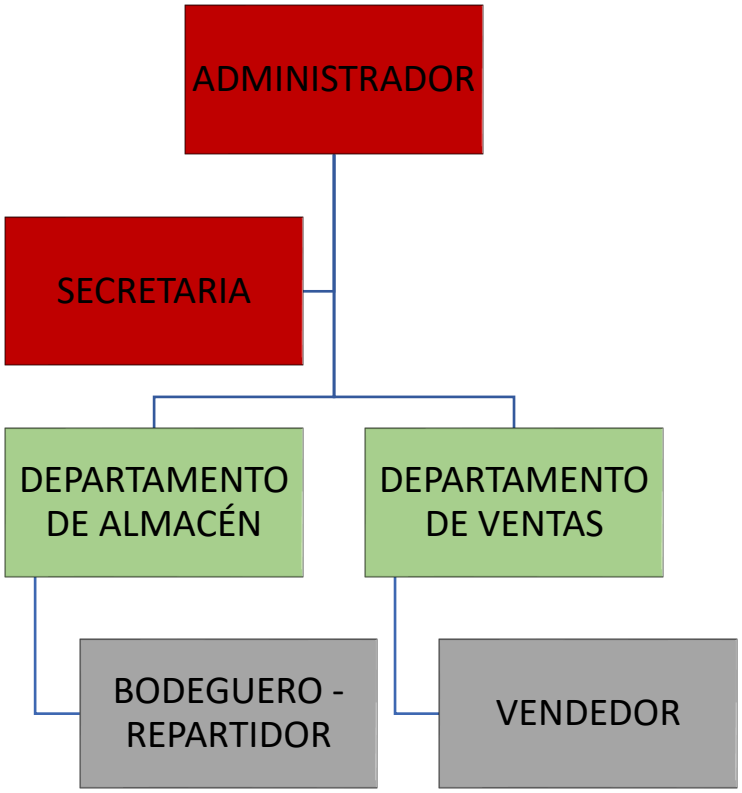
Fuente: Autores

Estructura organizacional

La empresa Aguilar se plantea la siguiente estructura organizacional para su expansión, con el objetivo de optimizar las operaciones de adquisición y venta de productos, para satisfacer de manera eficiente a los clientes.

Figura 38.

Propuesta de estructura organizacional



Fuente: Autores

Perfil de los cargos

Staff

Tabla 20.

Perfil del cargo para el gerente general para Aguilar Comercial Automotriz

AGUILAR COMERCIAL AUTOMOTRIZ

Cargo	Administrador

Perfil	Título de 3er Nivel en Ingeniería Automotriz o Administración de Empresas
Experiencia	Mínimo 2-4 años en cargos relacionados a gerencia automotriz
Actitudes	Líder de equipo Trabajo en equipo Responsable Ético Honesto
Funciones Principales	Supervisión de las operaciones de la empresa Ejecutar estrategias de crecimiento de la empresa
Funciones Secundarias	Entablar relaciones y negociaciones con proveedores Establecer metas de la empresa y analizar la operabilidad de la misma
Condiciones de Trabajo	Oficina
Jornada de Trabajo	Horarios Flexible
Salario	875 $

Fuente: Autores

Tabla 21.

Perfil del cargo de secretaria para la empresa Aguilar Comercial Automotriz

AGUILAR COMERCIAL AUTOMOTRIZ

Cargo	Secretaria
Perfil	Título en tecnología administrativa
Experiencia	Mínimo 2 años en cargos relacionados
Actitudes	Trabajo en equipo Responsable Ético Honesto Puntual
Funciones Principales	Apoyo administrativo Gestionar la correspondencia y realizar llamadas telefónicas Organizar reuniones y agendas
Funciones Secundarias	Labores de archivos y mantener la documentación actualidad
Condiciones de Trabajo	Oficina y local de ventas
Jornada de Trabajo	Lunes a viernes 8am – 5pm Sábado

	8am – 1pm
Salario	$500

Fuente: Autores

Departamento de almacén

Tabla 22.

Perfil para el cargo de bodeguero para la empresa Aguilar Comercial Automotriz

AGUILAR COMERCIAL AUTOMOTRIZ

Cargo	Bodeguero
Perfil	Título de bachiller técnico Licencia de conducir tipo B Conocimientos de almacenamiento y logística
Experiencia	Mínimo 2 años en gestión de almacenes
Actitudes	Organización Trabajo en equipo Atención al cliente Comunicación
Funciones Principales	Recibir y verificar los repuestos que ingresan al almacén Almacenar y organizar los productos de manera adecuada

	Gestionar el inventario y garantizar su disponibilidad
Funciones Secundarias	Preparar pedidos para él envió Realizar inventario periódico y mantener registros actualizados
Condiciones de Trabajo	Bodega – Local de ventas – Oficina
Jornada de Trabajo	Lunes a viernes 8am – 5pm Sábado 8am – 1pm
Salario	$ 490

Fuente: Autores

Departamento de ventas

Tabla 23.

Perfil para el cargo de vendedor para la empresa Aguilar Comercial Automotriz

AGUILAR COMERCIAL AUTOMOTRIZ

Cargo	Vendedor
Perfil	Título de bachiller técnico
Experiencia	Mínimo 2 años en puestos de ventas relacionados al sector automotriz

Actitudes	Orientación al cliente Capacidad de persuasión Habilidades de negociación Atención al cliente Motivación al equipo Trabajo en equipo Responsable
Funciones Principales	Atender y asesorar a los clientes en la compra de repuestos Realizar ventas y alcanzar los objetivos establecidos de la empresa Mantener un seguimiento adecuado de los clientes y generar fidelidad de ellos
Funciones Secundarias	Mantener el área de venta ordenada y atractiva Participar en campañas de marketing y promociones Analizar el mercado y la competencia
Condiciones de Trabajo	Oficina – Local de venta – Bodega
Jornada de Trabajo	Lunes a viernes 8am – 5pm Sábado 8am – 1pm

Salario	$ 490

Fuente: Autores

CAPITULO 3

ESTUDIO FINANCIERO

En esta unidad se efectuarán las estimaciones económicas para consolidar de manera efectiva nuestro proyecto propuesto. Se explicarán los activos necesarios para este proyecto, así también contará con una proyección a cinco años de los estados financieros, y se empleará el VAN para determinar cuál será nuestra mejor inversión y el TIR para saber en qué tiempo recuperaremos nuestra inversión.

Estado de situación inicial

Tabla 24.

Situación actual de la empresa

AGUILAR COMERCIAL AUTOMOTRIZ				
ESTADO DE SITUACION INICIAL				
AL 01 DE ENERO DEL 2024				
Activo				
Activo Corriente		10.000,00	Pasivo	
Caja - Bancos	10.000,00		Pasivos a Largo Plazo	
Activo Exigible		55.581,12	Obligaciones Bancarias	87.000,00
Inventarios	55.581,12			
Activos Fijos		69.530,13	Total, Pasivos	87.000,00
Terreno	40.000,00			
Edificios	20.000,00			
Muebles y enseres	3.305,00		Patrimonio	
Equipo de Computación	5.970,43		Capital Propio	49.411,25
Equipos de oficina	254,70			
Activos Diferidos		1.300,00	**Total, Patrimonio**	**49.411,25**
Gastos de Constitución	1.300,00			

Total, Activo	**136.411,25**	**Total, Pasivo y Patrimonio**	**136.411,25**

Fuente: Autores

Inventario

El inventario para la empresa Aguilar Comercial Automotriz se realizó de acuerdo a la información recopilada de las encuestas realizadas a los establecimientos de venta de repuestos y lubricantes de la ciudad de Machala, se propone poner en stock a los repuestos genéricos y originales de las marcas de vehículos Chevrolet, Hyundai, Kia, Toyota y Mazda; así mismo lubricantes de las marcas Kendall, Amalie, Golden Bear, Penzoil, Ac Delco, entre otros, además de poner en inventario artículos de limpieza y siliconas automotriz de marcas reconocidas y confiables.

Tabla 25.

Inventario propuesto para el local

DESCRIPCIÓN DEL ARTICULO	MARCA	MODELO	CALIDAD	COSTO UNITARIO	CANTIDAD EN STOCK	TOTAL, INVENTARIO
BOMBA DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	12,25	6	73,50
BOMBA DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	35,35	6	212,10
BOMBA DE FRENO	KIA	SPORTAGE	GENERICO	37,62	6	225,72
BOMBA DE FRENO	MAZDA	BT50	GENERICO	18,52	6	111,12
BOMBA DE FRENO	TOYOTA	HILUX	GENERICO	39,50	6	237,00
BOMBA DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	22,00	6	132,00
BOMBA DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	45,00	6	270,00
BOMBA DE FRENO	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	47,00	6	282,00
BOMBA DE FRENO	MAZDA	BT50	ORIGNAL	26,00	6	156,00

BOMBA DE FRENO	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	51,00	6	306,00
TAMBORES	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	6,25	12	75,00
TAMBORES	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	9,25	12	111,00
TAMBORES	KIA	SPORTAGE	GENERICO	10,25	12	123,00
TAMBORES	MAZDA	BT50	GENERICO	11,30	12	135,60
TAMBORES	TOYOTA	HILUX	GENERICO	12,25	12	147,00
TAMBORES	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	12,00	12	144,00
TAMBORES	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	16,00	12	192,00
TAMBORES	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	17,00	12	204,00
TAMBORES	MAZDA	BT50	ORIGNAL	20,00	12	240,00
TAMBORES	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	25,00	12	300,00
PASTILLAS DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	6,25	12	75,00
PASTILLAS DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	7,75	12	93,00
PASTILLAS DE FRENO	KIA	SPORTAGE	GENERICO	9,05	12	108,60
PASTILLAS DE FRENO	MAZDA	BT50	GENERICO	10,25	12	123,00
PASTILLAS DE FRENO	TOYOTA	HILUX	GENERICO	10,75	12	129,00
PASTILLAS DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	8,45	12	101,40
PASTILLAS DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	11,00	12	132,00
PASTILLAS DE FRENO	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	13,00	12	156,00
PASTILLAS DE FRENO	MAZDA	BT50	ORIGNAL	12,50	12	150,00
PASTILLAS DE FRENO	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	12,75	12	153,00
DISCO DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	7,25	12	87,00
DISCO DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	10,25	12	123,00
DISCO DE FRENO	KIA	SPORTAGE	GENERICO	11,25	12	135,00
DISCO DE FRENO	MAZDA	BT50	GENERICO	12,30	12	147,60
DISCO DE FRENO	TOYOTA	HILUX	GENERICO	13,25	12	159,00

DISCO DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	13,50	12	162,00
DISCO DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	17,25	12	207,00
DISCO DE FRENO	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	18,65	12	223,80
DISCO DE FRENO	MAZDA	BT50	ORIGNAL	21,05	12	252,60
DISCO DE FRENO	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	27,25	12	327,00
ZAPATAS DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	6,55	12	78,60
ZAPATAS DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	815,00	12	9.780,00
ZAPATAS DE FRENO	KIA	SPORTAGE	GENERICO	9,85	12	118,20
ZAPATAS DE FRENO	MAZDA	BT50	GENERICO	11,05	12	132,60
ZAPATAS DE FRENO	TOYOTA	HILUX	GENERICO	11,75	12	141,00
ZAPATAS DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	9,75	12	117,00
ZAPATAS DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	11,50	12	138,00
ZAPATAS DE FRENO	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	12,00	12	144,00
ZAPATAS DE FRENO	MAZDA	BT50	ORIGNAL	13,00	12	156,00
ZAPATAS DE FRENO	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	15,00	12	180,00
CILINDRO DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	6,75	6	40,50
CILINDRO DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	9,25	6	55,50
CILINDRO DE FRENO	KIA	SPORTAGE	GENERICO	10,05	6	60,30
CILINDRO DE FRENO	MAZDA	BT50	GENERICO	10,75	6	64,50
CILINDRO DE FRENO	TOYOTA	HILUX	GENERICO	12,25	6	73,50
CILINDRO DE FRENO	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	10,50	6	63,00
CILINDRO DE FRENO	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	12,00	6	72,00
CILINDRO DE FRENO	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	12,75	6	76,50
CILINDRO DE FRENO	MAZDA	BT50	ORIGNAL	13,75	6	82,50
CILINDRO DE FRENO	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	15,00	6	90,00

BOBINAS	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	10,50	6	63,00
BOBINAS	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	13,25	6	79,50
BOBINAS	KIA	SPORTAGE	GENERICO	14,75	6	88,50
BOBINAS	MAZDA	BT50	GENERICO	13,05	6	78,30
BOBINAS	TOYOTA	HILUX	GENERICO	24,00	6	144,00
BOBINAS	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	14,00	6	84,00
BOBINAS	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	16,00	6	96,00
BOBINAS	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	16,75	6	100,50
BOBINAS	MAZDA	B2200	ORIGNAL	17,50	6	105,00
BOBINAS	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	25,75	6	154,50
BUJIAS	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	4,40	24	105,60
BUJIAS	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	5,00	24	120,00
BUJIAS	KIA	SPORTAGE	GENERICO	5,00	24	120,00
BUJIAS	MAZDA	B2200	GENERICO	4,40	24	105,60
BUJIAS	TOYOTA	HILUX	GENERICO	5,00	24	120,00
BUJIAS	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	5,25	24	126,00
BUJIAS	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	6,50	24	156,00
BUJIAS	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	6,25	24	150,00
BUJIAS	MAZDA	B2200	ORIGNAL	6,50	24	156,00
BUJIAS	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	8,00	24	192,00
CABLE DE BUJIAS	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	6,65	6	39,90
CABLE DE BUJIAS	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	8,50	6	51,00
CABLE DE BUJIAS	KIA	SPORTAGE	GENERICO	9,75	6	58,50
CABLE DE BUJIAS	MAZDA	B2200	GENERICO	10,50	6	63,00
CABLE DE BUJIAS	TOYOTA	HILUX	GENERICO	11,75	6	70,50
CABLE DE BUJIAS	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	9,00	6	54,00
CABLE DE BUJIAS	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	10,00	6	60,00
CABLE DE BUJIAS	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	11,00	6	66,00

CABLE DE BUJIAS	MAZDA	B2200	ORIGNAL	11,75	6	70,50
CABLE DE BUJIAS	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	12,95	6	77,70
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	11,50	6	69,00
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	13,75	6	82,50
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	KIA	SPORTAGE	GENERICO	14,65	6	87,90
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	MAZDA	B2200	GENERICO	15,96	6	95,76
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	TOYOTA	HILUX	GENERICO	18,00	6	108,00
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	13,50	6	81,00
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	15,75	6	94,50
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	16,05	6	96,30
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	MAZDA	B2200	ORIGNAL	17,55	6	105,30
BANDAS DE DISTRIBUCIÓN	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	20,75	6	124,50
KIT DE EMBRAGUE	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	22,50	6	135,00
KIT DE EMBRAGUE	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	30,00	6	180,00
KIT DE EMBRAGUE	KIA	SPORTAGE	GENERICO	33,50	6	201,00
KIT DE EMBRAGUE	MAZDA	BT50	GENERICO	38,00	6	228,00
KIT DE EMBRAGUE	TOYOTA	HILUX	GENERICO	41,50	6	249,00
KIT DE EMBRAGUE	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	29,00	6	174,00
KIT DE EMBRAGUE	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	34,00	6	204,00
KIT DE EMBRAGUE	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	39,00	6	234,00

KIT DE EMBRAGUE	MAZDA	BT50	ORIGNAL	45,75	6	274,50
KIT DE EMBRAGUE	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	48,05	6	288,30
KIT DE DISTRIBUCIÓN	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	22,50	6	135,00
KIT DE DISTRIBUCIÓN	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	28,55	6	171,30
KIT DE DISTRIBUCIÓN	KIA	SPORTAGE	GENERICO	31,05	6	186,30
KIT DE DISTRIBUCIÓN	MAZDA	BT50	GENERICO	35,25	6	211,50
KIT DE DISTRIBUCIÓN	TOYOTA	HILUX	GENERICO	39,50	6	237,00
KIT DE DISTRIBUCIÓN	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	27,00	6	162,00
KIT DE DISTRIBUCIÓN	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	33,50	6	201,00
KIT DE DISTRIBUCIÓN	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	37,50	6	225,00
KIT DE DISTRIBUCIÓN	MAZDA	BT50	ORIGNAL	41,75	6	250,50
KIT DE DISTRIBUCIÓN	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	44,25	6	265,50
ROTULAS	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	5,25	6	31,50
ROTULAS	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	7,25	6	43,50
ROTULAS	KIA	SPORTAGE	GENERICO	7,95	6	47,70
ROTULAS	MAZDA	BT50	GENERICO	8,50	6	51,00
ROTULAS	TOYOTA	HILUX	GENERICO	9,75	6	58,50
ROTULAS	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	8,50	6	51,00
ROTULAS	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	10,05	6	60,30
ROTULAS	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	11,50	6	69,00
ROTULAS	MAZDA	BT50	ORIGNAL	12,20	6	73,20

ROTULAS	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	13,50	6	81,00
BUJES	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	9,50	6	57,00
BUJES	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	12,75	6	76,50
BUJES	KIA	SPORTAGE	GENERICO	15,50	6	93,00
BUJES	MAZDA	BT50	GENERICO	16,00	6	96,00
BUJES	TOYOTA	HILUX	GENERICO	18,25	6	109,50
BUJES	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	12,00	6	72,00
BUJES	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	13,00	6	78,00
BUJES	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	16,00	6	96,00
BUJES	MAZDA	BT50	ORIGNAL	18,00	6	108,00
BUJES	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	22,00	6	132,00
PLATO DE SUSPENSIÓN	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	9,50	6	57,00
PLATO DE SUSPENSIÓN	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	10,25	6	61,50
PLATO DE SUSPENSIÓN	KIA	SPORTAGE	GENERICO	11,00	6	66,00
PLATO DE SUSPENSIÓN	MAZDA	BT50	GENERICO	11,50	6	69,00
PLATO DE SUSPENSIÓN	TOYOTA	HILUX	GENERICO	12,75	6	76,50
PLATO DE SUSPENSIÓN	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	11,00	6	66,00
PLATO DE SUSPENSIÓN	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	13,00	6	78,00
PLATO DE SUSPENSIÓN	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	14,50	6	87,00
PLATO DE SUSPENSIÓN	MAZDA	BT50	ORIGNAL	15,25	6	91,50
PLATO DE SUSPENSIÓN	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	16,20	6	97,20
AMORTIGUADORES	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	12,25	6	73,50
AMORTIGUADORES	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	13,45	6	80,70
AMORTIGUADORES	KIA	SPORTAGE	GENERICO	14,50	6	87,00
AMORTIGUADORES	MAZDA	BT50	GENERICO	15,00	6	90,00
AMORTIGUADORES	TOYOTA	HILUX	GENERICO	16,25	6	97,50
AMORTIGUADORES	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	15,00	6	90,00

AMORTIGUADORES	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	18,00	6	108,00
AMORTIGUADORES	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	20,00	6	120,00
AMORTIGUADORES	MAZDA	BT50	ORIGNAL	21,00	6	126,00
AMORTIGUADORES	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	25,00	6	150,00
CRUCETAS	CHEVROLET	DMAX	GENERICO	5,50	6	33,00
CRUCETAS	MAZDA	BT50	GENERICO	6,75	6	40,50
CRUCETAS	TOYOTA	HILUX	GENERICO	8,25	6	49,50
CRUCETAS	CHEVROLET	DMAX	ORIGNAL	7,00	6	42,00
CRUCETAS	MAZDA	BT50	ORIGNAL	8,00	6	48,00
CRUCETAS	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	10,00	6	60,00
PUNTAS DE EJE	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	10,05	6	60,30
PUNTAS DE EJE	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	12,03	6	72,18
PUNTAS DE EJE	KIA	SPORTAGE	GENERICO	12,95	6	77,70
PUNTAS DE EJE	MAZDA	BT50	GENERICO	13,25	6	79,50
PUNTAS DE EJE	TOYOTA	HILUX	GENERICO	13,94	6	83,64
PUNTAS DE EJE	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	12,15	6	72,90
PUNTAS DE EJE	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	13,75	6	82,50
PUNTAS DE EJE	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	14,10	6	84,60
PUNTAS DE EJE	MAZDA	BT50	ORIGNAL	15,00	6	90,00
PUNTAS DE EJE	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	15,25	6	91,50
TERMINALES	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	5,00	6	30,00
TERMINALES	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	6,50	6	39,00
TERMINALES	KIA	SPORTAGE	GENERICO	7,75	6	46,50
TERMINALES	MAZDA	BT50	GENERICO	7,50	6	45,00
TERMINALES	TOYOTA	HILUX	GENERICO	9,25	6	55,50
TERMINALES	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	6,00	6	36,00
TERMINALES	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	8,00	6	48,00

TERMINALES	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	9,00	6	54,00
TERMINALES	MAZDA	BT50	ORIGNAL	9,00	6	54,00
TERMINALES	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	11,00	6	66,00
RODAMIENTOS	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	4,25	6	25,50
RODAMIENTOS	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	6,25	6	37,50
RODAMIENTOS	KIA	SPORTAGE	GENERICO	6,75	6	40,50
RODAMIENTOS	MAZDA	BT50	GENERICO	5,25	6	31,50
RODAMIENTOS	TOYOTA	HILUX	GENERICO	6,50	6	39,00
RODAMIENTOS	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	5,00	6	30,00
RODAMIENTOS	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	7,00	6	42,00
RODAMIENTOS	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	7,00	6	42,00
RODAMIENTOS	MAZDA	BT50	ORIGNAL	7,00	6	42,00
RODAMIENTOS	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	8,00	6	48,00
CREMALLERA	CHEVROLET	AVEO	GENERICO	35,50	6	213,00
CREMALLERA	HYUNDAI	TUCSON	GENERICO	45,80	6	274,80
CREMALLERA	KIA	SPORTAGE	GENERICO	48,50	6	291,00
CREMALLERA	MAZDA	BT50	GENERICO	50,95	6	305,70
CREMALLERA	TOYOTA	HILUX	GENERICO	55,95	6	335,70
CREMALLERA	CHEVROLET	AVEO	ORIGNAL	65,00	6	390,00
CREMALLERA	HYUNDAI	TUCSON	ORIGNAL	75,00	6	450,00
CREMALLERA	KIA	SPORTAGE	ORIGNAL	80,00	6	480,00
CREMALLERA	MAZDA	BT50	ORIGNAL	90,00	6	540,00
CREMALLERA	TOYOTA	HILUX	ORIGNAL	110,00	6	660,00
ACEITE PARA MOTOR	KENDALL	20W 50 G	ORIGNAL	21,50	36	774,00
ACEITE PARA MOTOR	GOLDEN BEAR	20W 50 G	ORIGNAL	21,50	36	774,00
ACEITE PARA MOTOR	PENZOIL	20W 50 G	ORIGNAL	23,50	36	846,00
ACEITE PARA MOTOR	AMALIE	20W 50 G	ORIGNAL	21,50	36	774,00

ACEITE PARA MOTOR	KENDALL	20W 50 L	ORIGNAL	6,75	36	243,00
ACEITE PARA MOTOR	GOLDEN BEAR	20W 50 L	ORIGNAL	6,75	36	243,00
ACEITE PARA MOTOR	PENZOIL	20W 50 L	ORIGNAL	8,75	36	315,00
ACEITE PARA MOTOR	AMALIE	20W 50 L	ORIGNAL	6,75	36	243,00
ACEITE PARA MOTOR	KENDALL	10W 30 G	ORIGNAL	21,50	36	774,00
ACEITE PARA MOTOR	GOLDEN BEAR	10W 30 G	ORIGNAL	21,50	36	774,00
ACEITE PARA MOTOR	PENZOIL	10W 30 G	ORIGNAL	23,50	36	846,00
ACEITE PARA MOTOR	AMALIE	10W 30 G	ORIGNAL	21,50	36	774,00
ACEITE PARA MOTOR	KENDALL	10W 30 L	ORIGNAL	21,50	36	774,00
ACEITE PARA MOTOR	GOLDEN BEAR	10W 30 L	ORIGNAL	6,75	36	243,00
ACEITE PARA MOTOR	PENZOIL	10W 30 L	ORIGNAL	8,75	36	315,00
ACEITE PARA MOTOR	AMALIE	10W 30 L	ORIGNAL	6,75	36	243,00
ACEITE PARA CAJA DE CAMBIOS	KENDALL	75W 85 L	ORIGNAL	7,50	36	270,00
ACEITE PARA CAJA DE CAMBIOS	AMALIE	75W 85 L	ORIGNAL	7,50	36	270,00
ACEITE PARA CAJA DE CAMBIOS	GOLDEN BEAR	75W 85 L	ORIGNAL	7,50	36	270,00
ACEITE PARA CAJA DE CAMBIOS	KENDALL	80W 90 L	ORIGNAL	8,15	36	293,40
ACEITE PARA CAJA DE CAMBIOS	AMALIE	80W 90 L	ORIGNAL	8,15	36	293,40
ACEITE PARA CAJA DE CAMBIOS	GOLDEN BEAR	80W 90 L	ORIGNAL	8,15	36	293,40
ACEITE HIDRAÚLICO	KENDALL	DEXRON III	ORIGNAL	6,15	36	221,40
ACEITE HIDRAÚLICO	GOLDEN BEAR	DEXRON III	ORIGNAL	6,15	36	221,40
ACEITE HIDRAÚLICO	AMALIE	DEXRON III	ORIGNAL	6,15	36	221,40

REFRIGERANTE PARA RADIADOR	AC DELCO	ANTICOGELANTE L	ORIGNAL	13,50	36	486,00
REFRIGERANTE PARA RADIADOR	HYDRAULAN	ANTICOGELANTE L	ORIGNAL	11,50	36	414,00
REFRIGERANTE PARA RADIADOR	PRESTONE	ANTICOGELANTE L	ORIGNAL	15,50	36	558,00
REFRIGERANTE PARA RADIADOR	AC DELCO	ANTICOGELANTE G	ORIGNAL	6,75	36	243,00
REFRIGERANTE PARA RADIADOR	HYDRAULAN	ANTICOGELANTE G	ORIGNAL	4,50	36	162,00
REFRIGERANTE PARA RADIADOR	PRESTONE	ANTICOGELANTE G	ORIGNAL	6,75	36	243,00
LIQUIDO DE FRENOS	WAGNER	DOT 3 5OZ	ORIGNAL	4,50	72	324,00
LIQUIDO DE FRENOS	ATE	DOT 3 5OZ	ORIGNAL	5,15	72	370,80
LIQUIDO DE FRENOS	WAGNER	DOT 3 12OZ	ORIGNAL	4,95	72	356,40
LIQUIDO DE FRENOS	ATE	DOT 3 12OZ	ORIGNAL	6,05	72	435,60
LIQUIDO DE FRENOS	WAGNER	DOT 4 5OZ	ORIGNAL	6,50	72	468,00
LIQUIDO DE FRENOS	ATE	DOT 4 5OZ	ORIGNAL	6,25	72	450,00
LIQUIDO DE FRENOS	WAGNER	DOT 4 12OZ	ORIGNAL	7,15	72	514,80
LIQUIDO DE FRENOS	ATE	DOT 4 12OZ	ORIGNAL	7,25	72	522,00
FILTRO DE COMBUSTIBLE	CHEVROLET	AVEO	SHONGUN/SKYFIL/ REDFIL	5,50	36	198,00
FILTRO DE COMBUSTIBLE	HYUNDAI	TUCSON IX	SHONGUN/SKYFIL/ REDFIL	5,75	36	207,00
FILTRO DE COMBUSTIBLE	KIA	SPORTAGE	SHONGUN/SKYFIL/ REDFIL	6,00	36	216,00
FILTRO DE COMBUSTIBLE	MAZDA	B2200	SHONGUN/SKYFIL/ REDFIL	6,00	36	216,00
FILTRO DE COMBUSTIBLE	TOYOTA	HILUX	SHONGUN/SKYFIL/ REDFIL	7,00	36	252,00

FILTRO DE ACEITE	CHEVROLET	AVEO	SHONGUN/REDFIL/SAKURA	2,25	36	81,00
FILTRO DE ACEITE	HYUNDAI	TUCSON IX	SHONGUN/REDFIL/SAKURA	2,25	36	81,00
FILTRO DE ACEITE	KIA	SPORTAGE	SHONGUN/REDFIL/SAKURA	2,25	36	81,00
FILTRO DE ACEITE	MAZDA	B2200	SHONGUN/REDFIL/SAKURA	2,25	36	81,00
FILTRO DE ACEITE	TOYOTA	HILUX	SHONGUN/REDFIL/SAKURA	2,25	36	81,00
FILTRO DE AIRE	CHEVROLET	AVEO	SHONGUN/REDFIL/SAKURA	5,50	36	198,00
FILTRO DE AIRE	HYUNDAI	TUCSON IX	SHONGUN/REDFIL/SAKURA	5,50	36	198,00
FILTRO DE AIRE	KIA	SPORTAGE	SHONGUN/REDFIL/SAKURA	5,50	36	198,00
FILTRO DE AIRE	MAZDA	B2200	SHONGUN/REDFIL/SAKURA	5,50	36	198,00
FILTRO DE AIRE	TOYOTA	HILUX	SHONGUN/REDFIL/SAKURA	5,50	36	198,00
LIMPIADOR DE FRENOS		ABRO/CYCLO/SONAX	ORIGINAL	6,50	24	156,00
REMOVEDOR DE OXIDO		WD-40/3M	ORIGINAL	6,50	24	156,00
SILICON / PEGAMENTO		LOCTITE/ABRO/TOP SEAL	ORIGINAL	6,50	24	156,00
GRASA GRAFITADA		VISTONY/GRKLINLUBE	ORIGINAL	6,50	24	156,00
TOTAL				**4.974,07**	**$ 3.984,00**	**$ 55.581,12**

Fuente: Autores

Depreciación

En la siguiente tabla se representan los valores de depreciación de los diferentes activos que tiene la empresa.

Tabla 26.

Depreciación de muebles y enseres, edificios, equipos de computación y oficina

Activos	Años de depreciación	Año 1 ($)	Año 2 ($)	Año 3 ($)	Año 4 ($)	Año 5 ($)
Muebles y Enseres	10	$ 330,50	$ 330,50	$ 330,50	$ 330,50	$ 330,50
Edificios	20	$1.000,00	$1.000,00	$ 1.000,00	$1.000,00	$1.000,00
Equipo de Computación	3	$1.989,94	$1.989,94	$ 1.989,94	$ 0	$ 0
Equipos de Oficina	10	$ 25,47	$ 25,47	$ 25,47	$ 25,47	$ 25,47
TOTAL		**$3.345,91**	**$3.345,91**	**$ 3.345,91**	**$1.355,97**	**$1.355,97**

Fuente: Autores

Sueldos de los empleados de la empresa

En la siguiente tabla indicaremos los costos que tiene que asumir la empresa Aguilar Comercial Automotriz por el pago de su personal, incluyendo décimos, fondos de reserva, aporte patronal y vacaciones.

Tabla 27.

Sueldos del personal de la organización

Cargo	Sueldo ($)	Décimo tercero ($)	Décimo cuarto ($)	Fondos de Reserva ($)	Aporte patronal ($)	Vacaciones ($)	Total, del sueldo mensual ($)	Total, del sueldo anual ($)
Administrador	$ 800,00	$ 66,67	35,42	$ 66,64	$ 97,20	$ 33,33	$1.099,26	$ 13.191,08
Secretaria	$ 550,00	$ 45,83	35,42	$ 45,82	$ 66,83	$ 22,92	$ 766,81	$ 9.201,68
Bodeguero - Repartido	$ 475,00	$ 39,58	35,42	$ 39,57	$ 57,71	$ 19,79	$ 67,07	$ 8.004,86
Vendedor	$ 475,00	$ 39,58	35,42	$ 39,57	$ 57,71	$ 19,79	$ 667,07	$ 8.004,86

TOTAL	**$2.300,0**	**$191,67**	**$141,67**	**$191,59**	**$ 279,45**	**$ 95,83**	**$ 3.200,21**	**$ 38.402,48**

Fuente: Autores

Amortización Financiera

Tabla 28.

Amortización

Tabla de amortización

Monto de crédito	87000
Tasa de interés	12%
Numero de pagos (mensuales)	60
Pago (mensual)	

Periodo	Cuota	Pago Interés	Amortización	Saldo	Préstamo	Intereses	Amortización
0				$ 87.000,00			
1	$ 2.320,00	$ 870,00	$ 1.450,00	$ 85.550,00			
2	$ 2.305,50	$ 855,50	$ 1.450,00	$ 84.100,00			
3	$ 2.291,00	$ 841,00	$ 1.450,00	$ 82.650,00			
4	$ 2.276,50	$ 826,50	$ 1.450,00	$ 81.200,00			
5	$ 2.262,00	$ 812,00	$ 1.450,00	$ 79.750,00			
6	$ 2.247,50	$ 797,50	$ 1.450,00	$ 78.300,00			
7	$ 2.233,00	$ 783,00	$ 1.450,00	$ 76.850,00			
8	$ 2.218,50	$ 768,50	$ 1.450,00	$ 75.400,00			
9	$ 2.204,00	$ 754,00	$ 1.450,00	$ 73.950,00			
10	$ 2.189,50	$ 739,50	$ 1.450,00	$ 72.500,00			
11	$ 2.175,00	$ 725,00	$ 1.450,00	$ 71.050,00			

12	$ 2.160,50	$ 710,50	$ 1.450,00	$ 69.600,00	$ 26.883,00	$ 9.483,00	$ 17.400,00
13	$ 2.146,00	$ 696,00	$ 1.450,00	$ 68.150,00			
14	$ 2.131,50	$ 681,50	$ 1.450,00	$ 66.700,00			
15	$ 2.117,00	$ 667,00	$ 1.450,00	$ 65.250,00			
16	$ 2.102,50	$ 652,50	$ 1.450,00	$ 63.800,00			
17	$ 2.088,00	$ 638,00	$ 1.450,00	$ 62.350,00			
18	$ 2.073,50	$ 623,50	$ 1.450,00	$ 60.900,00			
19	$ 2.059,00	$ 609,00	$ 1.450,00	$ 59.450,00			
20	$ 2.044,50	$ 594,50	$ 1.450,00	$ 58.000,00			
21	$ 2.030,00	$ 580,00	$ 1.450,00	$ 56.550,00			
22	$ 2.015,50	$ 565,50	$ 1.450,00	$ 55.100,00			
23	$ 2.001,00	$ 551,00	$ 1.450,00	$ 53.650,00			
24	$ 1.986,50	$ 536,50	$ 1.450,00	$ 52.200,00	$ 24.795,00	$ 7.395,00	$ 17.400,00
25	$ 1.972,00	$ 522,00	$ 1.450,00	$ 50.750,00			
26	$ 1.957,50	$ 507,50	$ 1.450,00	$ 49.300,00			
27	$ 1.943,00	$ 493,00	$ 1.450,00	$ 47.850,00			
28	$ 1.928,50	$ 478,50	$ 1.450,00	$ 46.400,00			
29	$ 1.914,00	$ 464,00	$ 1.450,00	$ 44.950,00			
30	$ 1.899,50	$ 449,50	$ 1.450,00	$ 43.500,00			
31	$ 1.885,00	$ 435,00	$ 1.450,00	$ 42.050,00			
32	$ 1.870,50	$ 420,50	$ 1.450,00	$ 40.600,00			
33	$ 1.856,00	$ 406,00	$ 1.450,00	$ 39.150,00			
34	$ 1.841,50	$ 391,50	$ 1.450,00	$ 37.700,00			
35	$ 1.827,00	$ 377,00	$ 1.450,00	$ 36.250,00			
36	$ 1.812,50	$ 362,50	$ 1.450,00	$ 34.800,00	$ 22.707,00	$ 5.307,00	$ 17.400,00

37	$ 1.798,00	$ 348,00	$ 1.450,00	$ 33.350,00			
38	$ 1.783,50	$ 333,50	$ 1.450,00	$ 31.900,00			
39	$ 1.769,00	$ 319,00	$ 1.450,00	$ 30.450,00			
40	$ 1.754,50	$ 304,50	$ 1.450,00	$ 29.000,00			
41	$ 1.740,00	$ 290,00	$ 1.450,00	$ 27.550,00			
42	$ 1.725,50	$ 275,50	$ 1.450,00	$ 26.100,00			
43	$ 1.711,00	$ 261,00	$ 1.450,00	$ 24.650,00			
44	$ 1.696,50	$ 246,50	$ 1.450,00	$ 23.200,00			
45	$ 1.682,00	$ 232,00	$ 1.450,00	$ 21.750,00			
46	$ 1.667,50	$ 217,50	$ 1.450,00	$ 20.300,00			
47	$ 1.653,00	$ 203,00	$ 1.450,00	$ 18.850,00			
48	$ 1.638,50	$ 188,50	$ 1.450,00	$ 17.400,00	$ 20.619,00	$ 3.219,00	$ 17.400,00
49	$ 1.624,00	$ 174,00	$ 1.450,00	$ 15.950,00			
50	$ 1.609,50	$ 159,50	$ 1.450,00	$ 14.500,00			
51	$ 1.595,00	$ 145,00	$ 1.450,00	$ 13.050,00			
52	$ 1.580,50	$ 130,50	$ 1.450,00	$ 11.600,00			
53	$ 1.566,00	$ 116,00	$ 1.450,00	$ 10.150,00			
54	$ 1.551,50	$ 101,50	$ 1.450,00	$ 8.700,00			
55	$ 1.537,00	$ 87,00	$ 1.450,00	$ 7.250,00			
56	$ 1.522,50	$ 72,50	$ 1.450,00	$ 5.800,00			
57	$ 1.508,00	$ 58,00	$ 1.450,00	$ 4.350,00			
58	$ 1.493,50	$ 43,50	$ 1.450,00	$ 2.900,00			
59	$ 1.479,00	$ 29,00	$ 1.450,00	$ 1.450,00			
60	$ 1.464,50	$ 14,50	$ 1.450,00	$ -	$ 18.531,00	$ 1.131,00	$ 17.400,00

Fuente: Autores

Proyección de ventas

Tabla 29.

Proyección de ventas a cinco años

Proyección de ventas a cinco años					
	Año 1($)	**Año 2($)**	**Año 3($)**	**Año 4($)**	**Año 5($)**
Cantidad de repuestos y lubricantes	26928	28.140	29.406	30.729	32.112
Precio de venta	22,73	27,27	32,72	39,27	47,12
VALOR TOTAL	**$ 611.956,46**	**$ 767.393,41**	**$ 962.311,33**	**$ 1.206.738,41**	**$ 1.513.249,96**

Fuente: Autores

Flujo de caja

Tabla 30.

Flujo de caja de la empresa

FLUJO DE CAJA						
DETALLES	**Año 0**	**Año 1 ($)**	**Año 2 ($)**	**Año 3 ($)**	**Año 4 ($)**	**Año 5 ($)**
INGRESOS						
CANTIDAD DE LUBRICANTES		26.928	28.140	29.406	30.729	32.112
PRECIO DE VENTA		22,73	27,27	32,72	39,27	47,12
VENTAS		611.956,46	767.393,41	962.311,33	1.206.738,41	1.513.249,96
VENTA DE ACTIVOS						
TOTAL, DE INGRESOS		611.956,46	767.393,41	962.311,33	1.206.738,41	1.513.249,96
COSTOS						
VARIABLES		480.776,24	594.343,57	736.260,50	913.698,79	1.135.650,11
FIJOS		260,00	260,00	260,00	260,00	260,00
DEPRECIACIONES						
MUEBLES Y ENSERES		330,50	330,50	330,50	330,50	330,50
EDIFICIOS		1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
EQUIPOS DE COMPUTACION		1.989,94	1.989,94	1.989,94	0,00	0,00
EQUIPOS DE OFICINA		25,47	25,47	25,47	25,47	25,47
GASTOS FINANCIEROS						

INTERESES CREDITO		$ 9.483,00	$ 7.395,00	$ 5.307,00	$ 3.219,00	$ 1.131,00
TOTAL, DE EGRESOS		**493.865,15**	**605.344,48**	**745.173,41**	**918.533,76**	**1.138.397,08**
UTILIDAD OPERATIVA		118.091,31	162.048,93	217.137,92	288.204,65	374.852,88
IMPUESTO		42.808,10	58.742,74	78.712,50	104.474,19	135.884,17
UTILIDAD NETA		**75.283,21**	**103.306,19**	**138.425,42**	**183.730,46**	**238.968,71**
INVERSIÓN FIJA	-49.411,25					
CAPITAL DE TRABAJO	-87.000,00	-17.400,00	-17.400,00	-17.400,00	-17.400,00	-17.400,00
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-136.411,25	-78.528,04	7.378,15	128.403,57	294.734,04	516.302,75

Fuente: Autores

TIR y el VAN

Tabla 31.

Calculo del TIR y VAN de la empresa

PERIODOS	FLUJO DE EFECTIVO ANUAL	VAN	TIR
Inversión inicial	$ -136.411,25		
Final del primer año	$ -78.528,04		
Final del segundo año	$ 7.378,15		
Final del tercer año	$ 128.403,57	432.554,97	45%
Final del cuarto año	$ 294.734,04		
Final del quinto año	$ 516.302,75		
K	8%		

Fuente: Autores

Punto de equilibrio

Tabla 32.

Punto de equilibro proyecto a 5 años

Punto de equilibrio proyecto de los 5 años					
Año 1 ($)	**Año 1 ($)**	**Año 2 ($)**	**Año 3 ($)**	**Año 4 ($)**	**Año 5 ($)**
Costos fijos	$ 260,00	$ 260,00	$ 260,00	$ 260,00	$ 260,00

Ventas	$ 611.956,46	$ 767.393,41	$ 962.311,33	$ 1.206.738,41	$ 1.513.249,96
Costos variables	$ 480.776,24	$ 594.343,57	$ 736.260,50	$ 913.698,79	$ 1.135.650,11
Punto de equilibrio	**$ 55,73**	**$ 58,63**	**$ 61,08**	**$ 63,14**	**$ 64,88**

Fuente: Autores

CONCLUSIONES

Mediante una exhaustiva investigación en fuente confiables de gestión automotriz y financiera, se determinó las bases necesarias para realizar un estudio de factibilidad en la empresa Aguilar Comercial Automotriz dedicada a la venta de repuestos y lubricantes, estos criterios proporcionan una base sólida para evaluar la viabilidad económica del proyecto.

La estrategia de ventas de la empresa Aguilar Comercial Automotriz carecía de investigación de mercado y análisis financiero; y el proceso de adquisición de productos se basaba en métodos empíricos sin considerar aspectos técnicos. Ante esta situación, se realizó este proyecto de investigación integral para analizar el mercado de autopartes en la ciudad de Machala, con los objetivos de posicionarse en el mercado, mejorar y optimizar la capacidad de satisfacer la demanda existente para competir de manera efectiva con las organizaciones establecidas de venta de repuestos y lubricantes.

Se determino que, para la ampliación de la empresa ubicada en la ciudad de Machala, es necesaria una inversión total de $ 136.411,25; los indicadores de evolución nos indica que la ampliación es económicamente factible, ya que se tiene un valor actual neto de 432.554,97 y una tasa de retorno interno del 45%.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la empresa Aguilar Comercial Automotriz implementar la ampliación del local, tomando como referencia el estudio presentado.

Es recomendable realizar análisis internos y externos de la empresa, además de encuestas a los clientes para identificar oportunidades de mejora y fortalecer el desempeño y la competitividad de la empresa.

Previo a la adquisición de repuestos y lubricantes para el inventario, es recomendable llevar a cabo estudios técnicos y económicos para asegurar la factibilidad de la compra.

BIBLIOGRAFÍA

TULSMA. (2003). Quito: TEXTO UNIFICADO DE LEGISLACION SECUNDARIA DE MEDIO AMBIENTE.

AEADE. (s.f.).

AEADE. (2021). *Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador*. Ecuador: Genaro Baldeón, Karla Reinoso, Juan José Abad, Roosevelt Sandoval, Melany Corella, Catherine Peñafiel.

AEADE. (2022). *ANUARIO 2022*. QUITO: AEADE.

AEADE. (2023). *Boletín de Ventas*. Quito: AEADE.

AEADE. (2023). *Mercado Automotor Regional No. 73*. Quito: AEADE.

AEADE. (2023). *Sector Automotor en Cifras Abril 2023*. Quito: AEADE.

Amador, C. (2022). *El análisis Pestel*. Obtenido de El análisis Pestel: https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa1/issue/archive

AMBIENTAL, C. (2015). *CATÁLOGO CATEGORIZACIÓN AMBIENTAL NACIONAL (CCAN)*. Sistema Único de Información Ambiental - SUIA.

Arturo Morales Castro, J. A. (2018). *Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación*. México DF: Mc Graw Hill.

Artuto Morales Castro, J. A. (2018). *Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación* . México: Mc Graw Hill.

ASOBANCA. (2023). *Boletíin Macroeconómico* . Quito: ASOBANCA.

Ayres, S., & Gonzalez, S. (2015). Análisis FODA. Una herramienta necesaria. *Revista de la Facultad de Odontología, 9*(1), 17-20.

Barojas, S. A. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones. *Salud en Tabasco*, 11(1-2),333 - 338.

Beltrán, J., Maldonado, J., & Gallegos, S. (2020). Análisis del principio de concurrencia en la subasta inversa electrónica en el cantón Santo Domingo utilizando análisis Pestel combinado con AHP de Satty. *Revista Universidad y Sociedad, 12*(6), 366-372. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000600366&script=sci_arttext&tlng=en

Castillo, A. A. (10 de 04 de 2018). *abtasty*. Obtenido de Segmentación de mercados: definición, tipos y estrategia: https://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/

Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración.* Mexico, Bogota, Buenos Aires, Caracas, Guatemala, Lisboa, Madrid, Nueva York, San Juan, Santiago: Mc Graw Hill.

CINAE. (2022). *Boletín Parque Automotor Circulante.* Quito: CINAE.

CINAE. (2023). *Boletín Estadistico y Autopartes.* Quito: CINAE.

CINAE. (2023). *Boletín Vehículos Nuevos.* Quito: CINAE.

Coba, G. (19 de Abril de 2055). Los ecuatorianos prefieren vehículos livianos de hasta USD 30.000. *Primicias*, pág. 5.

CODA. (2017). *CODIGO ORGANICO DEL AMBIENTE.* Quito: CODA.

Constituyente, A. (2008). *Constitución de la República del Ecuador.* Asamblea Constituyente.

COPCI. (2010). *COPCI.* CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION,COMERCI E INVERSIONES.

DAISY, A. H.-M. (2016). *ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANA EMPRESAS DE LA CIUDAD DE MACHALA.* MACHALA: UTMACH.

Dávila, C. (15 de Junio de 2017). *El modelo Pest*. Obtenido de El modelo Pest: https://blogculturacorporativa.wordpress.com/2017/06/15/el-modelo-pest/

Díaz, A. B. (s.f.). *Gestión y desarrollo de proyectos.* Universitat Oberta De Catalunya.

Diaz, D., & Gonzales, J. (28 de Agosto de 2021). *Gestión de las 5 fuerzas de Porter en el reposicionamiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Trujillo a Cooperativa de Servicios Múltiples, año 2020.* Obtenido de Gestión de las 5 fuerzas de Porter en el reposicionamiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Trujillo a Cooperativa de Servicios Múltiples, año 2020: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/7628/1/REP_DUGLANGELA.DIAZ_JUAN.GONZALES_GESTI%c3%93N.DE.LAS.5.FUERZAS.pdf

Economía 360. (s.f.). Obtenido de https://www.economia360.org/

Ecuador, B. C. (s.f.). *Presentación.* Quito: Banco Central del Ecuador. Obtenido de https://www.bce.fin.ec/

Ekos/Negocios. (18 de Junio de 2023). *Ekos*. Obtenido de Ekos: https://ekosnegocios.com/articulo/la-compra-de-autos-hibridos-y-electricos-en-ecuador-

crecio-un-80-en-2023#:~:text=Las%20ventas%20de%20autos%20el%C3%A9ctricos,veces%20m%C3%A1s%20que%20en%202021.

Gomez, I. (2004). *¿Qué es el FODA?* Obtenido de https://www.emagister.com/uploads_courses/Comunidad_Emagister_66994_66994-1.pdf

Huerta, D. S. (2020). *Análisis FODA o DAFO.* Madrid: Bubok. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=6h0JEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=An%C3%A1lisis++FODA+o+DAFO&ots=8ZRiR8ixDn&sig=zJL-oCYtGuz9rs98VgrJldFgpFk#v=onepage&q&f=false

ICEX. (2022). *El mercado de repuestos y autopartes en Ecuador.* Quito: Estudio de Mercado.

INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.* Ecuador: Andrea Molina Vera.

INEC. (2013). *Encuesta de Información Ambiental Económica en Empresas.* QUITO: INEC.

Inversiones. (2013). *Análisis del sector automotriz.* Ecuador: Pro Ecuador.

ISO. (2015). *ISO 14001 Sistemas de gestión ambiental — Requisitos con orientación para su uso.* ISO.

Jaramillo, E. (2009). *Análisis PEST(EL).* Obtenido de Análisis PEST(EL): https://www.docsity.com/es/analisis-pestel-nota/5503317/

Jaramillo, E. (s.f.). *Análisis Pest.* EADA.

Juan Pablo Verdoy, J. M. (2006). *Manual de control estadístico de calidad: Teoría y Aplicaciones.* México DF: Mc Graw Hill.

León, V. (2015). *Propuesta de Instrumentos de Politca Publica que promuevan la protección y cuidado ambiental en la gestión empresarial del Ecuador*. Quito: Pontifica Universidad Catolica del Ecuador.

Levitt, T. (1965). *Innovaciones de Marketing.* New York: Mc Graw Hill Education.

LEY ORGÁNICA PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBILIDAD FISCAL TRAS LA PANDEMIA. (2021).

Londoño, P. (4 de Octubre de 2021). *Hubspot*. Obtenido de https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-pest

MAAE. (2021). *PROGRAMA ECUADOR CARBÓN CERO.* QUIRO: MAAE.

MAE. (2015). *CERTIFICACIÓN ECUATORIANA AMBIENTAL PUNTO VERDE.* QUITO: MAE.

Martín, J. (15 de Mayo de 2017). *CEREM*. Obtenido de CEREM: https://www.cerem.es/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el

Media Chevrolet. (27 de Abril de 2023). Obtenido de Media Chevrolet: https://media.chevrolet.com/media/ec/es/chevrolet/news.detail.html/content/Pages/news/ec/es/2023/apr/0427-vehiculos.html

Mercurio, R. E. (30 de Mayo de 2023). Vehículos chinos ganan participación en mercado ecuatoriano. *El Mercurio*, pág. 5.

Montúfar, C. (2019). *Ecuador Balance de una Década.* Quito: Ediciones La Tierra.

MotorPlan. (13 de Abril de 2023). Obtenido de MotorPlan: https://www.motorplan-ecu.com/blog/kia-soluto-un-compacto-con-estilo-y-

tecnologia#:~:text=Puntos%20clave%20del%20Kia%20Soluto,tecnolog%C3%ADa%20avanzada%20y%20precios%20competitivos.

Movilidad Machala EP. (13 de 10 de 2021). *Rendición de cuentas 2021*. Obtenido de Movilidad Machala EP: https://diariocorreo.com.ec/62109/ciudad/centro-de-revision-vehicular-inaugurado#:~:text=Ayer%2012%20de%20octubre%20del,seis%20hect%C3%A1reas%2

Moya, R. (19 de Abril de 2023). *MOYABACA*. Obtenido de MOYABACA: https://www.moyabaca.com.ec/la-inteligencia-artificial-llegara-a-los-autos/

Nassir Sapag Chain, R. S. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos.* México DF: Mc Graw Hill.

Nassir Sapag Chain, R. S. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos.* México, Bogotá, Buenos Aires, Caracas, Guatemala, Madrid, Nueva York, San Juan, Santiago, Auckland, Londres, Milán: Mc Graw Hill Education.

Ordóñez, D. A. (2017). *La gestión ambiental en la competitividad de las PYMES del Ecuado.* Universidad Metropolitana.

Orozco, J. d. (2013). *Evaluación financiera de proyectos.* Bogotá: Ecoe Ediciones.

Pablo Juan Vedoy, J. M. (2006). *Manual de Control Estadístico de Calidad: Teoria y Aplicaciones.* España: Universitat Jaume.

Padilla, M. C. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos.* Bogotá: ECOE Ediciones.

Paucara, F. (Diciembre de 2016). *Integración de la lógica difusa en el análisis de la rentabilidad de la industria, basado en el modelo de competitividad de las cinco fuerzas de porter.* Obtenido de

https://repositorio.umsa.bo/xmlui/bitstream/handle/123456789/10791/T.3257.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Perera, R. (2017). *The PESTLE Analysis.* Nerdynaut.

Porter , M. (2008). Ser competitivo. En M. E. Porter, *Michael E. Porter Ser competitivo* (pág. 61). Barcelona: Ediciones Deusto.

Porter, M. (1997). *Estrategia competitiva.* Mexico: Editorial CONTINENTAL.

Pro Ecuador. (2013). *Guía Comercial de la República del Ecuador.* Ecuador: Vladimir Gómez.

Pursell, S. (10 de febrero de 2023). *hubspot*. Obtenido de https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-precio

Rivas, L., Lechuga, B., & Cruz, D. (2019). Cnocepto de proyecto de inversión. *Ingenio y Conciencia Boletín Cientifico De La Escuela Superior Ciudad Sahagún*, 97-98.

Rivas, L., Lechuga, B., & Cruz, D. (2019). Concepto de proyecto de inversión. *Ingenio Y Conciencia Boletín Científico De La Escuela Superior Ciudad Sahagún, 6*(12), 97-98.

Robbins, S. P. (2005). *Administración.* Ciudad de México: Pearson Educación.

Rodriguez, C. E. (2009). *Diccionario de Económia.* Mendoza.

Ruales, C. (02 de Marzo de 2023). *Fayals Autos*. Obtenido de Fayals Autos: https://www.fayals.com/2023/02/autos-electricos-ecuador-2023-precio.html

Sánchez, J. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de https://economipedia.com

Sanchez, T., & León, L. (2017). *La política económica en la gestión empresarial.* Machala: UTMACH. Obtenido de ConScienS: http://society.education/wp-content/uploads/2022/06/ConScienS-Proceedings.pdf#page=101

SUIA. (2013). *LICENCIAMIENTO AMBIENTAL POR CATEGORIZACIÓN (CATEGORÍA I, II, III y IV).* QUITO: MINISTERIO DEL AMBIENTE.

Then, L., Pimentel, S., Olivero, P., Soto, A., Luna, A., Cruz, G., . . . Lluberes, J. (2014). Análisis de las fuerzas competitivas de Porter en el sector de la promoción inmobiliaria del gran Santo Domingo. *Ciencia y Sociedad, 39*(3), 441-476. Obtenido de https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiw8dKcyuX6AhVhTDABHS1KAxIQFnoECA0QAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.redalyc.org%2Fpdf%2F870%2F87031897004.pdf&usg=AOvVaw3rKi-8jS2MjBB9iu9-alcw

Universidad San Ignacio de Loyola. (2012). *El estudio del Mercado del Proyecto.* Lima: Probide, 20.

Urbina, B. (2013). *Evaluación de Proyectos.* Mexico, Buenos Aires, Caracas, Guatemala, Lisboa, Nueva York, San Juan, SantaFé de Bogotá, Santiago, Sao Paulo: Mc Graw Hill Education.

Urbina, G. B. (2013). *Evaluación De Proyectos.* México DF: Mc Graw Hill.

Valencia, A. (28 de Abril de 2023). *Investing.com*. Obtenido de Investing.com: https://es.investing.com/news/economic-indicators/tasa-de-desempleo-en-ecuador-cae-al-38-en-primer-trimestre-2023-oficial-2391340#:~:text=Tasa%20de%20desempleo%20en%20Ecuador,trimestre%202023%3A%20oficial%20Por%20Reuters

Velástegui, R. (2010). *Creación de una microempresa de servicio de cafetería en el "Hospital Un Canto a la Vida" con la inclusión de las madres de niños y jóvenes con capacidades diferentes en el Sur de la Ciudad de Quito".* Obtenido de Bachelor's thesis: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjOiqbI5uX6AhXFTjABHf8fD1IQFnoECBcQAQ&url=https%3A%2F%2Fdspace.ups.edu.ec%2Fbitstream%2F123456789%2F4760%2F1%2FUPS-ST000759.pdf&usg=AOvVaw2dOYZ4JrZqRbQ3fTRRJAPh

Vélez, G. A. (2001). *Proyectoos (Formulación,Evaluación Y Control).* Cali: AC Editores.

Zapata, B. (16 de Junio de 2022). Estas son las ocho diferencias entre un auto tipo sedán y un SUV. *El Universo*, pág. 5.