



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA COMERCIALIZADORA DE VEHICULOS USADOS EN  
LA CIUDAD DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA:

KATHERINE YESENIA HINOJOSA MERA

DIRECTOR:

ING. MARCELO VALLEJOS

IBARRA, JUNIO 2015

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad brinda las directrices necesarias para la implementación de una comercializadora de vehículos usados en la ciudad Quito, provincia de Pichincha. Las recientes reformas establecidas por el gobierno actual han provocado que el parque automotriz de la capital aumente considerablemente, los elevados costos a los vehículos importados y el incremento notable en los precios de los ensamblados a nivel nacional obliga a que las personas busquen otras opciones.

Los estudios realizados en este proyecto nos demuestran la existencia de un mercado potencial insatisfecho ya que cada vez es más complicado y más costoso adquirir un vehículo del año o también conocido como "de casa". La comercialización informal de vehículos usados es poco confiable y en ciertos casos hasta peligrosa ya que se corre el riesgo de adquirir un producto en mal estado o de dudosa procedencia. Estos y otros factores nos motivaron a formalizar la comercialización de vehículos usados a través de la creación de un patio de autos.

A través del estudio técnico se determinó el tamaño de la empresa requerida, para satisfacer la demanda insatisfecha identificada. Con el estudio financiero se ha podido establecer los presupuestos de inversión necesarios para poner en funcionamiento este proyecto, así como los requerimientos de inversiones, capital de trabajo, estados financieros e indicadores para determinar la viabilidad del proyecto.

De acuerdo a todos los análisis realizados, el proyecto es factible, no solo por el cumplimiento de las variables financieras sino también por su impacto positivo en las distintas áreas.

## SUMMARY

This feasibility study provides the necessary guidelines for the implementation of a trader for used vehicles in the city of Quito, Pichincha province. Recent reforms established by the actual government have caused a significant increase on the vehicle park, the high cost of imported vehicles and the prices of national assemblies are forcing people to seek other options.

The studies we have made in this project demonstrate the unfulfilled potential market as it gets more complicated and expensive to purchase a vehicle of the year or also known as a "house car". The informal trading of used vehicles is unreliable and in some cases even dangerous, because there's a risk of buying a car in a poor condition or doubtful origins. This and other important factors led us to formalize the sale of used vehicles by creating a legal trader.

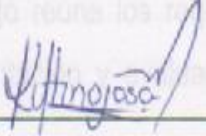
Through the technical study the size of the requested company was determined to meet the identified unmet demand. With financial study it has been established investment budgets needed to operate this project and investment requirements, working capital, financial statements and other indicators that helped us determine project feasibility.

According to all the analyzes, the project is feasible, not only for compliance with the financial variables but also for their positive impact in different areas.

## AUTORÍA

Yo, Katherine Yesenia Hinojosa Mera, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en el mismo.

LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE VEHÍCULOS USADOS EN LA CIUDAD DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación por parte del Jurado Examinador que se designe.

  
Katherine Yesenia Hinojosa Mera

## CERTIFICACIÓN

En calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la Srta. **Katherine Yesenia Hinojosa Mera**, para optar por el Título de **Ingeniería Comercial.**, cuyo tema es **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE VEHÍCULOS USADOS EN LA CIUDAD DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA"**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación y evaluación por parte del Jurado Examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, al mes de Junio de 2015.



Ing. Marcelo Vallejos

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Katherine Yesenia Hinojosa Mera**, con cédula de ciudadanía Nro. **171411008-5** manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE VEHÍCULOS USADOS EN LA CIUDAD DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA"**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

### DATOS DEL CONTACTO

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Teléfono Fijo: 022570960

### DATOS DE LA OBRA

Título: **Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de vehículos en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha**

(Firma): 

Nombre: **KATHERINE YESENIA HINOJOSA MERA**

Cedula: **171411008-5** Junio 2015

### SOLO PARA TRABAJO DE GRADO

Programa:  Pregrado  Posgrado

Ibarra, Junio de 2015.  Ingeniero Comercial

## AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte, dentro del Proyecto Repositorio Digital institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad Técnica del Norte.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>Cédula de Identidad</b>	171411008-5
<b>Apellidos y nombres</b>	Katherine Yesenia Hinojosa Mera
<b>Dirección</b>	Pasaje N12A Oe7-18 y Panamá
<b>E-mail</b>	katyyhm1991@hotmail.com
<b>Teléfono Fijo</b>	022570980

<b>DATOS DE LA OBRA</b>					
<b>Título</b>	“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de vehículos en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha”.				
<b>Autor</b>	Katherine Yesenia Hinojosa Mera				
<b>Fecha</b>	Junio 2015				
<b>SOLO PARA TRABAJO DE GRADO</b>					
<b>Programa</b>	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="text-align: center;"><b>Pregrado</b></td><td style="text-align: center;"><b>Posgrado</b></td></tr><tr><td style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td><td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td></tr></table>	<b>Pregrado</b>	<b>Posgrado</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Pregrado</b>	<b>Posgrado</b>				
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
<b>Título por el que opta</b>	Ingeniero Comercial				
<b>Asesor / Director</b>	Ing. Marcelo Vallejos				

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo Katherine Yesenia Hinojosa Mera, con cédula de ciudadanía No 171411008-5, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el repositorio digital institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión: En concordancia con la ley de educación superior artículo 144.

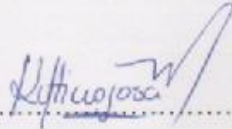
*Con todo mi amor,*

### 3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo; sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original, y que es el autor de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamaciones por parte de terceros.

Ibarra, Junio del 2015

#### AUTOR:

Firma: .....  .....

Katherine Y. Hinojosa Mera

C.I.: 171962700-0

Facultado por resolución de Consejo Universitario



## **DEDICATORIA**

A mis padres, Pablo y Sonia, quienes me han demostrado su amor, ternura e incondicional apoyo, alentándome a diario para ser mejor. Gracias a ellos y a sus buenas enseñanzas soy la mujer que soy, con principios y valores bien fundamentados.

A mi hermana Kimberly y a mi hermano Pablo, quienes me motivan a superarme día a día. Llenan mis días de alegría y han hecho de este esfuerzo algo placentero. Espero que mis esfuerzos sirvan de ejemplo y de punto de partida para que ustedes lleguen a ser mucho mejores.

Con todo mi amor.

Katherine

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer principalmente a Dios, porque sé que gracias a Él y su infinita gracia soy quien soy. Dios ha sido mi fortaleza en los momentos de prueba y siempre me da razones para seguir adelante.

A mis padres, hermana y hermano, quienes me acompañaron en más de una noche de desvelo. Sé que sin su apoyo, motivación y amor nada de esto hubiera sido posible.

Al American Junior College y a la UTN por ser mi fuente de conocimientos y enseñanzas en esta larga pero bella travesía.

Muchas gracias.

Katherine

## PRESENTACIÓN

El presente proyecto ha sido elaborado para determinar la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de vehículos usados en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, el mismo que consta de siete capítulos expuestos de la siguiente manera:

Para el cumplimiento de los objetivos de investigación se desarrollarán los siguientes capítulos, en el primero es un diagnóstico situacional en el cual se definen como se encuentra actualmente el entorno en el cual se realizará el proyecto. En el capítulo dos se estructurará una base teórica que permitirá conocer a fondo cada uno de los conceptos que nos servirán como una guía para el entendimiento de esta investigación.

En el tercer capítulo se elaborará un estudio de mercado, el cual es importante para identificar claramente el servicio que se va a ofrecer, junto con los servicios sustitutos y nuestro consumidor final. Se define como está estructurado el mercado para así definir una muestra y hacer un análisis adecuado de la oferta y la demanda.

En el cuarto capítulo se describe a detalle el producto, proceso, tamaño y localización del proyecto. Definiremos la distribución de las áreas y realizaremos un análisis de la inversión para continuar con el capítulo cinco en el cual realizamos el estudio económico y financiero y así se demostrará la viabilidad del proyecto.

Una vez desarrollados todos estos capítulos se propone la estructura de la empresa en el capítulo seis y se define la base filosófica, estructura legal, organigrama y las estrategias de marketing que vamos a utilizar. Una vez definidos estos aspectos se puede definir el nivel de impactos que tendrá el proyecto, estos pueden ser positivos o negativos. Entre otros estarán detallados los impactos sociales, económicos y culturales.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **Objetivo General**

Realizar un estudio en el que se mida la factibilidad de crear una empresa comercializadora de vehículos usados en la ciudad de Quito.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un diagnóstico situacional para conocer profundamente el entorno en el que el negocio se va a desenvolver.
- Estructurar una base teórica que permita definir conceptos bibliográficos de los temas que van a ser tratados durante una investigación.
- Realizar un estudio de mercado que permita identificar los factores fundamentales para el lanzamiento de nuestra propuesta a través de un análisis de la oferta y la demanda.
- Estructurar un estudio técnico que nos permita determinar las características de nuestro servicio y la localización y tamaño de nuestra empresa.
- Elaborar un estudio financiero que nos permita determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto.
- Fijar una propuesta estratégica que explique la razón de ser de la empresa y su estructura funcional.
- Determinar los principales impactos económicos, sociales y culturales que generará la creación de la empresa.

## JUSTIFICACIÓN

Después de analizar los factores antes mencionados se propone la creación de una comercializadora de vehículos usados, cuya finalidad es servir como intermediario entre los vendedores y compradores de autos, garantizando el estado mecánico y la legalidad de los documentos de los vehículos. El objetivo es que las personas se sientan seguras y confiadas del lugar a que acuden para negociar sus vehículos y así poder garantizar su inversión.

La formalización de este negocio será beneficiosa para todas las partes que intervienen en el negocio, el vendedor tendrá la facilidad de entregar su auto a personas que se asegurarán de conseguir la mejor oferta. Por otro lado el comprador tiene la seguridad de comprar un automóvil de procedencia lícita con todos los documentos en orden y con la garantía de que el vehículo fue revisado y está en perfecto estado, además obtendrán un adecuado asesoramiento legal para realizar de manera adecuada los trámites de traspaso. La tercera parte implicada somos nosotros, los intermediarios, que nos vamos a beneficiar de la rápida rentabilidad que genera el negocio, además al ofrecer un buen servicio atraemos a más clientes que nos permitirá una rápida expansión en el mercado.

Nuestra comercializadora de vehículos tiene objetivos más allá de lo palpable, no solo queremos vender vehículos sino que también queremos ser parte del cumplimiento de sueños e ilusiones. Ayudar a que las personas que siempre han soñado con un automóvil ahora puedan tenerlo con más facilidades. Para adquirir un auto en la feria libre el pago debe ser de contado, obligando a las personas a correr riesgos innecesarios; tanto el comprador como el vendedor corren el riesgo de no recibir el pago completo o dinero falsificado y además pone en riesgo su vida siendo presas fáciles de la delincuencia al transportar estos valores de un lugar a otro. Al constituirnos como empresa podemos ofrecer mejores servicios a nuestra clientela, como es el financiamiento de su auto o pagos con tarjeta

de crédito, esto permitirá que las personas eviten dichos riesgos y que además adquieran el vehículo de sus sueños con nuestras facilidades de pago.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
SUMMARY .....	iii
AUTORÍA .....	iv
CERTIFICACIÓN .....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vii
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO .....	x
PRESENTACIÓN .....	xi
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	xii
JUSTIFICACIÓN.....	xiii
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	xv
ÍNDICE DE CUADROS .....	xx
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxii
CAPÍTULO I .....	23
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	23
Antecedentes .....	23
Descripción de la Empresa.....	25
Análisis Externo .....	26
Macro ambiente.....	26
Variable política .....	26
Situación económica .....	27
Micro Ambiente .....	32
Objetivos .....	34
Objetivo General .....	34
Objetivos específicos .....	34
Variables Diagnósticas.....	34
Indicadores .....	35
Matriz de Relación Diagnóstica.....	36

Análisis AOOR .....	37
Aliados .....	37
Oponentes .....	37
Oportunidades .....	37
Riesgos .....	38
Oportunidad de inversión .....	38
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>40</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>40</b>
Conceptos generales.....	40
La administración.....	40
Emprendedor .....	41
La Empresa .....	41
Comercialización.....	42
Comercio .....	42
Comercio Informal .....	43
Comercio Informal en Ecuador .....	43
Comercio de vehículos usados en Ecuador .....	43
Plan de negocios.....	45
El Mercado .....	45
Los clientes .....	46
La competencia .....	47
Segmentos de mercado.....	47
Plan de mercadeo .....	49
Económico.....	50
Estructura organizacional.....	53
Impactos .....	54
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>55</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	<b>55</b>
Objetivos del Estudio de Mercado .....	55
Identificación de los Productos y Servicios .....	55
Características .....	55
Competencia.....	56



Consumidores.....	58
Población o universo .....	58
Segmentación .....	59
Cálculo de la muestra .....	59
Investigación de Campo.....	61
Diseño de la Encuesta .....	61
Análisis e interpretación de datos .....	62
Análisis de la demanda.....	78
Factores que la afectan .....	78
Demanda Actual.....	79
Proyección de la demanda.....	80
Análisis de la Oferta.....	80
Factores que afectan la oferta.....	81
Oferta actual .....	81
Proyección de la oferta.....	83
Proyección de la demanda insatisfecha.....	84
Conclusión .....	84
CAPITULO IV .....	85
ESTUDIO TÉCNICO .....	85
Descripción del Producto .....	85
Descripción del Proceso .....	86
Diagrama de Flujo.....	86
Diagrama de flujo para la compra de un vehículo .....	87
Diagrama de flujo para la venta de un vehículo.....	88
Descripción de Actividades.....	89
Para la Compra de un vehículo .....	89
Para la venta de un vehículo.....	89
Tamaño del proyecto.....	90
En función de la demanda .....	90
En función del financiamiento .....	91
Localización del proyecto .....	91
Macro localización .....	91

Micro localización.....	92
Distribución del espacio.....	93
Análisis de la inversión.....	94
Inversión Fija.....	94
Inversión Diferida.....	96
Costos y Gastos.....	97
Capital de trabajo.....	99
Inversión Total del Proyecto.....	100
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>101</b>
<b>ESTUDIO FINANCIERO.....</b>	<b>101</b>
Presupuestos.....	101
De Inversión.....	101
Activos Fijos.....	101
Activos diferidos.....	102
Capital de trabajo.....	102
Proyección de ingresos.....	103
Proyección de Egresos.....	105
Estructura del Financiamiento.....	109
Estados Financieros.....	111
Estado de Resultados (Pérdidas y ganancias).....	111
Flujo de caja.....	113
Punto de Equilibrio.....	115
Evaluación Financiera.....	116
Determinación de la tasa de descuento.....	116
Criterios de Evaluación.....	116
Valor Actual Neto (VAN).....	116
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	117
Periodo de recuperación de la inversión.....	118
Relación beneficio / costo.....	118
Análisis de sensibilidad.....	119
Conclusiones del análisis financiero.....	122
<b>CAPITULO VI.....</b>	<b>124</b>

PROPUESTA ADMINISTRATIVA.....	124
La Empresa.....	124
Nombre de la empresa o razón social .....	124
Titularidad de la empresa .....	125
Tipo de Empresa .....	125
Base filosófica.....	125
Misión .....	125
Visión .....	126
Principios y valores .....	126
Principios .....	126
Valores .....	126
Estructura legal.....	127
Conformación de Capital .....	127
Constitución .....	127
Marco Legal .....	128
Organización y recursos humanos .....	128
Organigrama estructural.....	128
Descripción de funciones .....	129
Aspectos Laborales .....	133
Seguridad social y salud ocupacional .....	135
CAPÍTULO VII.....	136
IMPACTOS .....	136
Impacto económico .....	136
Impacto social .....	137
Impacto cultural .....	138
Impacto Ambiental.....	139
Resumen de Impactos .....	140
CONCLUSIONES .....	141
BIBLIOGRAFÍA.....	143
LINKOGRAFÍA.....	144
ANEXOS .....	145

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1: Inversión en Investigación y Desarrollo.....	32
Cuadro N°2: Matriz de Relación Diagnóstica .....	36
Cuadro N°3: Tipos de Administración.....	40
Cuadro N°4: Tipos de Empresas.....	41
Cuadro N°5: Tipos de Mercado .....	45
Cuadro N°6: La competencia y sus servicios .....	57
Cuadro N°7: Población .....	58
Cuadro N°8: Compra de vehículo .....	62
Cuadro N°9: Cambio de vehículo.....	63
Cuadro N°10: Estado mecánico .....	64
Cuadro N°11: Documentación del Vehículo .....	65
Cuadro N°12: Procedencia del vehículo .....	66
Cuadro N°13: Verificación de número Chasis y Motor .....	67
Cuadro N° 14: Aspecto mecánico .....	69
Cuadro N° 15: Estado de la carrocería.....	70
Cuadro N°16: Estado del interior.....	71
Cuadro N°17: Estado mecánico .....	72
Cuadro N°18: Precio del vehículo .....	73
Cuadro N°19: Problemas del vehículo.....	74
Cuadro N°20: Fallas encontradas .....	75
Cuadro N°21: Ubicación.....	76
Cuadro N°22: Asesoría legal .....	77
Cuadro N°23: Demanda Actual.....	79
Cuadro N°24: Proyección de la demanda .....	80
Cuadro N°25: Oferta Actual .....	83
Cuadro N°26: Proyección de la oferta .....	83
Cuadro N°27: Demanda Insatisfecha.....	84
Cuadro N°28: Micro localización.....	92
Cuadro N°29: Equipos y Maquinaria .....	95
Cuadro N°30: Requerimiento muebles y encerados.....	95
Cuadro N°31: Cálculo de la inversión fija.....	96

Cuadro N°32: Inversión Diferida .....	96
Cuadro N°33: Suministros de oficina y limpieza.....	97
Cuadro N°34: Gastos Operativos.....	98
Cuadro N°35: Capital de trabajo.....	99
Cuadro N°36: Inversión Total .....	100
Cuadro N°37: Activo Fijo.....	102
Cuadro N°38: Activos Diferidos .....	102
Cuadro N°39: Capital de trabajo.....	103
Cuadro N°40: Ingresos Proyectados.....	103
Cuadro N°41: Proyección de Gastos Administrativos.....	106
Cuadro N°42: Proyección de Gastos de Ventas.....	107
Cuadro N°43: Costos Totales.....	108
Cuadro N°44: Financiamiento .....	109
Cuadro N°45: Préstamo para la financiación.....	110
Cuadro N°46: Estado de Pérdidas y Ganancias .....	112
Cuadro N°47: Flujo de Caja .....	114
Cuadro N°48: Punto de Equilibrio .....	115
Cuadro N°49: Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento .....	116
Cuadro N°50: Valor Actual Neto .....	116
Cuadro N°51: Tasa Interna de Retorno.....	117
Cuadro N°52: Periodo de Recuperación.....	118
Cuadro N°53: Relación Beneficio Costo .....	118
Cuadro N°54: Estado de Resultados .....	119
Cuadro N°55: Estado de Resultados .....	120
Cuadro N°56: Análisis de sensibilidad con disminución del 5% en los ingresos.....	121
Cuadro N°57: Conformación de Capital.....	127
Cuadro N°58: Valoración de Impactos .....	136
Cuadro N°59: Impacto económico .....	137
Cuadro N°60: Impacto social.....	137
Cuadro N°61: Impacto cultural .....	138
Cuadro N°62: Impacto Ambiental.....	139

Cuadro N°63: Resumen de impactos.....	140
---------------------------------------	-----

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Producto Interno Bruto, PIB precios constantes de 2007, Tasas de variación .....	28
Gráfico N°2: PIB por sectores 2013 .....	28
Gráfico N°3: Inflación mensual 2012-2014.....	30
Gráfico N°4: Compra de vehículo.....	62
Gráfico N°5: Cambio de vehículo .....	63
Gráfico N°6: Estado mecánico .....	64
Gráfico N°7: Documentación del vehículo.....	65
Gráfico N°8: Procedencia del vehículo .....	66
Gráfico N° 9: Verificación de número de chasis y motor.....	67
Gráfico N°10: Aspecto mecánico.....	69
Gráfico N°11: Estado de la carrocería .....	70
Gráfico N°12: Estado del interior .....	71
Gráfico N°13: Estado mecánico .....	72
Gráfico N°14: Precio del vehículo .....	73
Gráfico N°15: Problemas con el vehículo .....	74
Gráfico N°16: Fallas encontradas .....	75
Gráfico N°17: Ubicación .....	76
Gráfico N°18: Asesoría legal.....	77
Gráfico N°19: Proyección de la Demanda.....	80
Gráfico N°20: Establecimientos automotrices por provincia .....	82
Gráfico N°21: Proyección de la oferta.....	83
Gráfico N°22: Macro localización .....	91
Gráfico N°23: Distribución del Espacio Físico .....	94
Gráfico N°24: Organigrama estructural .....	128

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Antecedentes**

Quito es la ciudad capital de Ecuador y la segunda más poblada del país. Actualmente es considerada la capital económica del país y se estima que para el 2020 será la ciudad más poblada, debido a su alto índice de desarrollo humano.

Quito está ubicada sobre la hoya de Guayllabamba en las laderas orientales del estrato volcán Pichincha, en la parte occidental de los Andes y su altitud promedio es de 2800 msnm. La ciudad está dividida en 32 parroquias, las cuales se subdividen en barrios. La ciudad de Quito es el centro político de la República, y además de ser la capital administrativa del Ecuador, es la nueva capital económica del país, según el censo económico de 2010

La geografía de la ciudad se extiende de norte a sur teniendo así aproximadamente 50km de largo y solo 8 km de ancho, por lo cual las avenidas más importantes se extienden de norte a sur. Se encuentran en proyección y ejecución, algunas avenidas transversales, tanto en el centro, sur y norte de la ciudad con conectividad a los dos valles orientales de Quito, con las que la ciudad crecerá efectivamente hacia sus conurbaciones y entonces el área de la ciudad, triplicará la actual.

Quito enfrenta una situación de carácter estructural y es el acumulado de la aplicación de un modelo de crecimiento basado en una expansión horizontal de la mancha urbana hacia los extremos norte y sur. Desde el punto de vista de la movilidad podemos decir que el transporte público en Quito es considerado hasta cierto punto deficiente, por las pocas unidades de transporte y su cobertura no tan extensa hacia las zonas periféricas.

El uso de automóvil se ha convertido en algo esencial para mucho de los Quiteños, por comodidad, seguridad y rapidez. Sin embargo la situación económica de las personas disminuye su poder adquisitivo, lo cual no les permite adquirir vehículos nuevos y optan por comprar vehículos de segunda, influyendo así para que un buen número de personas se dediquen al negocio de la compra y venta de vehículos.

Cabe indicar que existen otros factores que influyen en el incremento de la demanda de este bien, más que toda reforma política como lo es el impuesto a consumos especiales y la sustitución de importaciones, la cual rige desde diciembre del 2013 y con la cual se pretende sustituir 6.000 millones de dólares en importaciones hasta el 2017. El impuesto a consumos especiales incrementa el valor de los automóviles importados, haciendo de estos un bien suntuario inaccesible para la gran parte de los quiteños y ahora con la sustitución de importaciones ya solo se podrán comercializar vehículos ensamblados dentro del país.

Se puede decir que las recientes reformas políticas y la situación económica del país, la cual disminuye el poder adquisitivo de las personas, han sido factores influyentes para que día a día sean más personas las que quieran adquirir vehículos de segunda mano.

Ésta a su vez es la oportunidad perfecta para que el mercado libre de compra – venta de vehículos incremente, y no existen ordenanzas municipales que controlen este tipo de negociación, por lo cual podemos decir que no existe una adecuada organización ni regulación que garantice la adquisición correcta y legal de estos automóviles.



## **1.2. Descripción de la Empresa**

Después de analizar los factores antes mencionados se propone la creación de una comercializadora de vehículos usados, cuya finalidad es servir como intermediario entre los vendedores y compradores de autos, garantizando el estado mecánico y la legalidad de los documentos de los vehículos. El objetivo es que las personas se sientan seguras y confiadas del lugar a que acuden para negociar sus vehículos y así poder garantizar su inversión.

La formalización de este negocio será beneficiosa para todas las partes que intervienen en el negocio, el vendedor tendrá la facilidad de entregar su auto a personas que se asegurarán de conseguir la mejor oferta. Por otro lado el comprador tiene la seguridad de comprar un automóvil de procedencia lícita con todos los documentos en orden y con la garantía de que el vehículo fue revisado y está en perfecto estado, además obtendrán un adecuado asesoramiento legal para realizar de manera adecuada los trámites de traspaso. La tercera parte implicada somos nosotros, los intermediarios, que nos vamos a beneficiar de la rápida rentabilidad que genera el negocio, además al ofrecer un buen servicio atraemos a más clientes que nos permitirá una rápida expansión en el mercado.

Nuestra comercializadora de vehículos tiene objetivos más allá de lo palpable, no solo queremos vender vehículos sino que también queremos ser parte del cumplimiento de sueños e ilusiones. Ayudar a que las personas que siempre han soñado con un automóvil ahora puedan tenerlo con más facilidades. Para adquirir un auto en la feria libre el pago debe ser de contado, obligando a las personas a correr riesgos innecesarios; tanto el comprador como el vendedor corren el riesgo de no recibir el pago completo o dinero falsificado y además pone en riesgo su vida siendo presas fáciles de la delincuencia al transportar estos valores de un lugar a otro. Al constituirnos como empresa podemos ofrecer mejores servicios a nuestra clientela, como es el financiamiento de su auto o pagos con tarjeta

de crédito, esto permitirá q las personas eviten dichos riesgos y que además adquieran el vehículo de sus sueños con nuestras facilidades de pago.

### **1.3. Análisis Externo**

#### **1.3.1. Macro ambiente**

##### **1.3.1.1. Variable política**

Los cambios políticos por los cuales ha atravesado Ecuador han causado cierta inestabilidad económica. Por lo que desde el 2007, con la elección del Eco. Rafael Correa como Presidente Constitucional de la República del Ecuador, se presentaron una serie de cambios en las reformas y políticas constitucionales, para dar cumplimiento a la ideología de la Revolución Ciudadana.

Unas de las medidas implementadas en el país son las regulaciones al comercio exterior en cuanto a la implementación de aranceles y salvaguardias, que en la mayoría de los casos representa un incremento en aproximadamente un 21% al valor CIF de la mercadería. Este tipo de medidas tomadas por el gobierno afectan directamente a las importaciones pero a su vez incentiva a la producción nacional, lo cual crea un mercado interno más competitivo.

La economía ecuatoriana se caracteriza por ser proveedora de materias primas y a su vez importa bienes y servicios con valor agregado. La diferencia, entre los precios internacionales por la materia prima y el costo de adquirir los bienes y servicios, es cada vez más grande; lo cual nos ubica en un intercambio desigual en el mercado.

Conscientes de la situación, el gobierno actual ha decidido impulsar un proyecto cuyo objetivo es el cambio de la matriz productiva, con el cual se pretende general un mayor valor agregado a la producción. Para ello se

han establecido cuatro ejes en los que estará concentrada la transformación de la matriz productiva:

- Diversificación productiva basada en el desarrollo de industrias estratégicas como petroquímica, siderúrgica, metalurgia, biocombustibles, entre otros.
- Agregar valor a la producción existente con la implementación de tecnología y mejores conocimientos.
- Sustitución selectiva de importaciones con bienes y servicios que ya se producen actualmente y los cuales seríamos capaces de sustituir a corto plazo.
- Fomentar las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos para así diversificar y ampliar los destinos internacionales de nuestros productos.

Esta transformación en la matriz productiva alterará la manera en cómo se organiza la producción y todas las relaciones sociales que se desprenden de estos procesos.

#### **1.3.1.2. Situación económica**

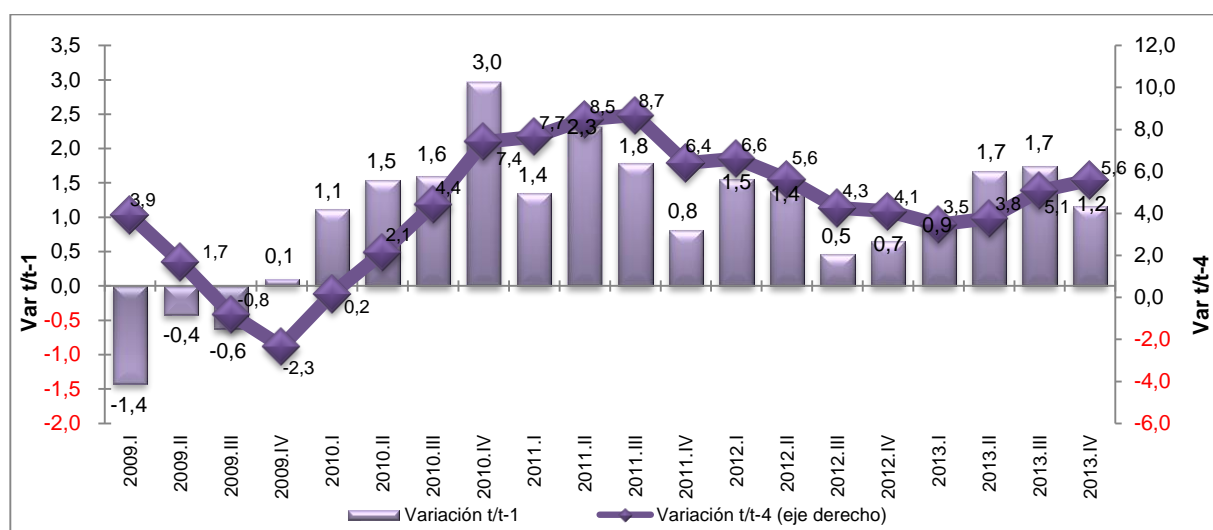
##### **Producto Interno Bruto PIB**

*"El Producto Interno Bruto es la medida que abarca la producción total de bienes y servicios de un país. Es la suma del valor monetario de consumo, la inversión bruta, el gasto público y las exportaciones netas producidas dentro de un país en un año cualquiera."*  
(Samuelson & Nordhaus, 2010)

Un indicador fundamental para el desarrollo de cualquier inversión es el PIB, es por esta razón que la evolución del mismo debe ser analizada con atención para la implementación de nuestro proyecto.

El siguiente cuadro presenta la evolución del PIB en los últimos 5 años según datos presentados por el Banco Central del Ecuador.

**Gráfico N°1: Producto Interno Bruto, PIB precios constantes de 2007, Tasas de variación**

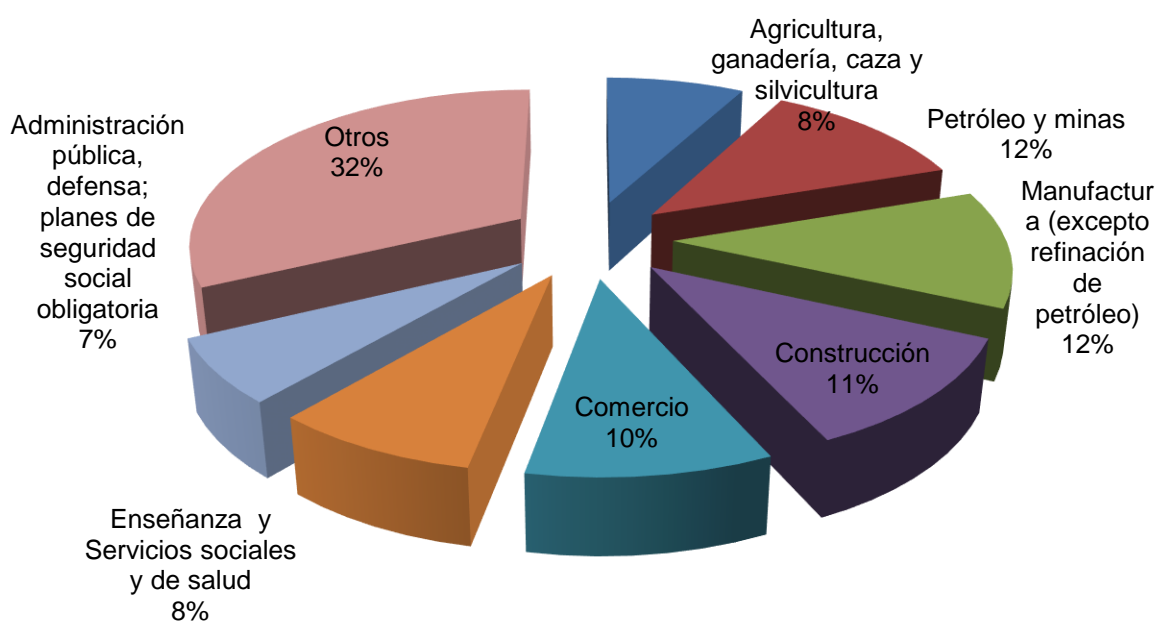


Fuente de datos: Banco Central del Ecuador

Elaboración: La Autora

El comportamiento del PIB nos da una idea clara de cómo se presenta el escenario a nivel económico, sin embargo es necesario conocer de que manera aporta el sector comercial de vehículos dentro del PIB.

**Gráfico N°2: PIB por sectores 2013**



Fuente de datos: Banco Central del Ecuador

Elaboración: La Autora

Como se puede apreciar en el gráfico 2, la industria del comercio representa el 10% del valor total del PIB, ocupando el cuarto lugar entre más de 18 industrias. Además podemos decir que el Ecuador está mostrando un crecimiento sostenido, y siendo un país en desarrollo nos da la oportunidad de incursionar en la industria del comercio ofertando bienes y servicios.

### **PIB per cápita**

Otro de los factores importantes de análisis es el PIB per cápita, el cual se define como la relación que hay entre el Producto Interno Bruto y la cantidad de habitantes de un país. Estos datos nos permiten conocer el poder adquisitivo de las familias para así determinar el comportamiento de nuestros consumidores.

A raíz de la crisis mundial que inicio en el 2008 hubieron diferentes aspectos que repercutieron en la economía nacional, por el mismo hecho de que somos un país que depende en su mayor parte del comercio exterior y de las divisas de los migrantes, las cuales también se ven reducidas por las crisis que afectan el país en el que residen.

En el Ecuador se expidieron decretos y disposiciones para proteger el sector productivo del país y fortalecer el sistema financiero. Entre las medidas emergentes que adoptó el Gobierno está el incremento del Impuesto a Consumos Especiales (ICE) para todos los bienes importados que no se producen en el país. Como parte de estas medidas se elevaron los aranceles a ciertos productos de importación; para el caso automotriz se establece un nivel de 35% para automóviles, 10% para camiones y 3% para CKD de estos vehículos.

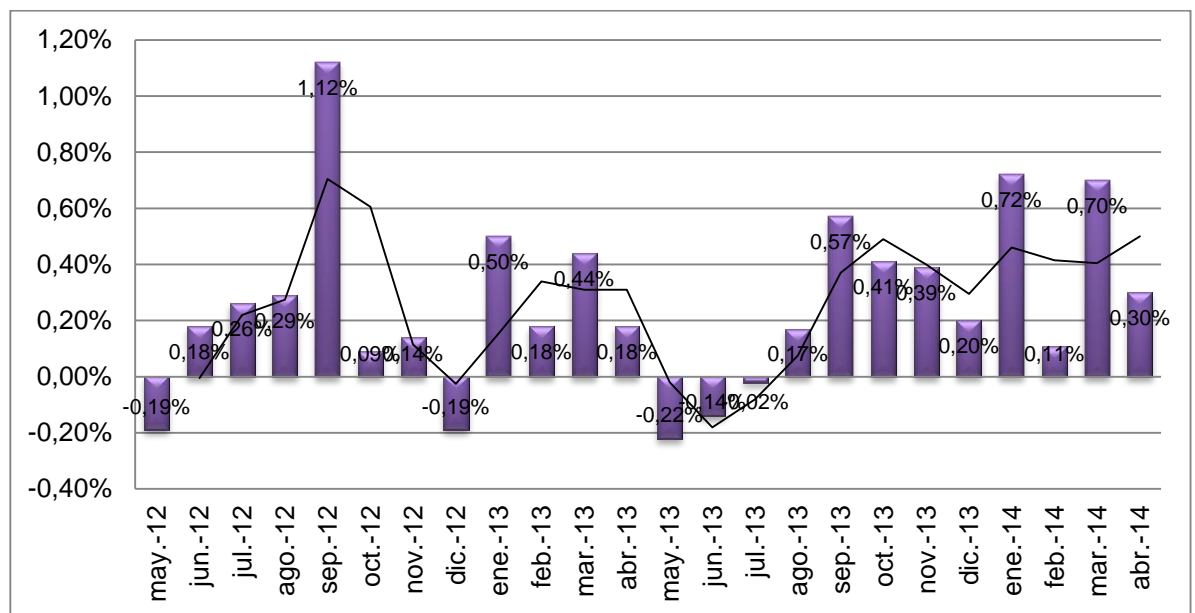
### **Población Económicamente Activa**

La PEA está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron empleo, o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo.

## Tasa de Inflación

El Banco Central del Ecuador afirma que la inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

**Gráfico N°3: Inflación mensual 2012-2014**



Fuente de datos: Banco Central del Ecuador

Elaboración: La Autora

Las economías galopantes son aquellas que tienen variaciones notorias entre un periodo de tiempo y otro, éste tipo de economías hacen más daño y pueden llegar a destruir la economía de un país y derrumbar sus gobiernos. Como se puede ver en la gráfica la inflación desde el julio del 2013 no ha tenido cambios bruscos, lo cual demuestra que hasta cierto punto nuestra economía no es tan inestable como lo fue hasta mediados del 2013 con tasas de inflación galopantes.

## Variable Social

Así como en el ámbito económico, el gobierno ha invertido mucho a nivel social, generando un mejor acceso a los servicios públicos y mejorando así la calidad de vida de los sectores más vulnerables del país. En la aprobación de la constitución del 2008 se socializó el concepto del “Buen Vivir” el cual se enfoca en brindar una vida armónica, equilibrada entre todos los individuos y las colectividades, con la sociedad y con la naturaleza.

Por otro lado se generó el proyecto “Ecuador sin Barreras” el cual fue creado a favor de los discapacitados que vivían marginados en situaciones de pobreza y exclusión. En este programa se establecen diversas formas de integración y participación que se promueven en beneficio de las personas con discapacidad y la auto sostenibilidad de los mismos.

Otro factor social que es importante mencionar es que debido a políticas gubernamentales grupos minoristas han cambiado los esquemas, abriéndose espacio en donde antes existían barreras laborales, lo cual está directamente ligado a los niveles de educación como factor decisivo.

El Índice de Desarrollo Humano (IDH) en Ecuador fue de 0,724 para el año 2012 (PNUD, 2012), lo cual nos ubica en el puesto 89 de 187 países y en el grupo de naciones con un IDH alto. En este índice se miden los avances de las personas en tres aspectos: vivir una vida larga y saludable, acceder al conocimiento y contar con un ingreso que permita vivir con dignidad.

### **Variable Tecnológica**

La tecnología es el conjunto de conocimientos que permite diseñar y crear bienes y servicios que satisfagan deseos y necesidades de la humanidad. La tecnología ha permitido crear diseños que influyen positivamente en el desarrollo de la industria, así como en el progreso social y económico de un país, por lo tanto el perfeccionamiento y avance de la misma es esencial para todas las industrias. Una de las tareas pendientes en el Ecuador es reducir la brecha digital para así facilitar el acceso a las nuevas tecnologías, la prioridad de los países en desarrollo es dotarse de conectividad ya que estudios recientes indican que esto mejora el entorno

socioeconómico y las posibilidades de desarrollo. Actualmente en el país existe una baja inversión en innovación tecnológica, según la Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología., en relación al PIB nuestra inversión es de 0,06, ubicándonos así en el tercer lugar de la lista.

**Cuadro N°1: Inversión en Investigación y Desarrollo**

INVERSION DEL PAIS EN I & D	% del PIB
Brasil	0,91
Chile	0,68
Ecuador	0,06
España	1,07
Estados Unidos	2,7

**Fuente de datos:** Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología

**Elaboración:** La Autora

### 1.3.2. Micro Ambiente

Para el éxito de nuestra empresa es importante conocer acerca de la posible amenaza que representan en el mercado la existencia de nuevos competidores, la importancia que tienen nuestros proveedores y las necesidades de nuestros consumidores; pues esto nos permitirá formular nuevas estrategias para sobresalir en el mercado y así evolucionar en el negocio. Para ello es necesario conocer a cada una de las parte.

#### **Competencia**

La competencia son todas aquellas empresas que ofrecen un servicio o producto similar al nuestro, éstas se diferencian por la calidad de servicio que ofrecen al consumidor. Nuestro objetivo es enfocarnos en la satisfacción del cliente ofreciendo un servicio de calidad y además garantizando la compra del vehículo.

#### **Sustitutos**



Son todas las empresas que buscan satisfacer la misma necesidad que nuestra empresa con un producto distinto. En nuestro caso, la necesidad principal a cubrir es la movilidad, por lo tanto toda empresa cuyo objetivo sea cumplir dicha necesidad será un sustituto; en este caso las empresas de transporte público, cooperativas de taxis y la misma Empresa Pública de Movilidad y Obras Públicas (EPMOP), la cual ofrece el servicio de la Bici-Q como servicio gratuito.

### **Proveedores**

Son todas las empresas o personas naturales que proporcionan de los insumos necesarios a la empresa para producir los bienes o servicios que ofrecen. Al ser una comercializadora de vehículos no podemos definir exactamente nuestros proveedores, ya que todo aquel que desee vendernos su auto se convertirá en un proveedor; sin embargo podemos considerar a las concesionarias uno de nuestros principales proveedores ya que nuestro objetivo es negociar los autos que ellos reciben como parte de pago.

### **Clientes**

Son todas aquellas personas u organizaciones que quieren negociar un vehículo, por un lado están las personas que tienen el capital para invertir en la compra de un vehículo y quieren garantizar su compra, por otro lado están aquellas personas que quieren poner en venta su vehículo y recibir la mejor oferta. Por lo tanto nuestro nicho de mercado es bastante amplio.

## **Productos Sustitutos**

En mercados en los que existen muchos productos o servicios similares los consumidores son propensos a sustituir por lo tanto la fijación de precios varía, en nuestro caso, ofrecemos un servicio de compra y venta de vehículos ofreciendo buen servicio, financiamiento y garantía del producto que se compra, sin embargo habrán quienes prefieran seguir haciéndolo de la forma informal o quizás prefieran acercarse a un patio de autos, en nuestro caso los sustitutos son todas aquellas organizaciones que oferten un servicio de transporte, ya que satisfacen la misma necesidad de movilización.

### **1.4. Objetivos**

#### **1.4.1. Objetivo General**

Desarrollar un estudio situacional y de mercado que permita determinar la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de vehículos usados en la ciudad de Quito.

#### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Determinar los costos de capital y trabajo para la implementación de la empresa.
- Conocer la situación actual de la empresa en el mercado.
- Efectuar un análisis para definir la oferta y la demanda de vehículos usados en la ciudad de Quito.

### **1.5. Variables Diagnósticas**

Para alcanzar los objetivos se considerarán las siguientes variables diagnósticas:

- Financiamiento
- Comercialización
- Oferta y Demanda

## **1.6. Indicadores**

### **Variable de financiamiento**

- Fuentes de financiamiento

### **Variable de comercialización**

- Número de competidores
- Precio
- Servicio al cliente
- Estrategia de promoción de venta

### **Variable de la demanda**

- Producto: Modelos de vehículos
- Precio de Compra y venta
- Estrategia de Precio
- Ubicación del establecimiento

## 1.7. Matriz de Relación Diagnóstica

**Cuadro N°2: Matriz de Relación Diagnóstica**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	TÉCNICAS
Determinar los costos de capital y trabajo para la implementación de la empresa	Financiamiento	- Fuentes de financiamiento	Secundaria	Investigación
Determinar la situación actual de la empresa en el mercado	Comercialización	- Numero de competidores	Secundaria	Investigación
		- Precio	Primaria	Encuesta
		- Servicio al cliente	Primaria	Encuesta
		- Estrategia de promoción de venta	Secundaria	Investigación
Efectuar un análisis para definir la oferta y demanda de vehículos usados en la ciudad de Quito.	Oferta y Demanda	Producto	Primaria	Encuesta
		- Estrategia de precio	Secundaria	Investigación
		- Modelos de vehículos	Primaria	Encuesta
		- Ubicación del establecimiento	Primaria	Investigación
		- Medios de promoción y publicidad	Secundaria	investigación

Elaborado por: La Autora

## **1.8. Análisis AOR**

### **1.8.1. Aliados**

- Concesionarios y casas de vehículos comerciales que reciban como parte de pago vehículos usados, la venta de los mismos puede ser canalizada a través de nosotros para así garantizar el estado del vehículo, ya que ellos revisan el automotor antes de recibirlo como parte de pago.
- Las instituciones financieras, con las cuales podemos aliarnos para el financiamiento de los vehículos.
- Compradores y vendedores informales, los cuales pueden negociar sus vehículos a través de nosotros obteniendo un valor preferencial para que más adelante puedan convertirse en socios y así ayudamos disminuir el comercio informal.
- Otras comercializadoras de vehículos, con las cuales podemos formar alianzas para ofrecer mayor variedad de vehículos a nuestros clientes. De esta manera atraemos clientela y además nos apoyamos mutuamente y creamos una relación en la cual todos ganamos.

### **1.8.2. Oponentes**

- Otras comercializadoras de vehículos usados, con mayor inversión, infraestructura y posicionamiento en el mercado.
- Comerciantes informales que pueden ofrecer un precio competitivo por el hecho de que no tienen que invertir en publicidad, arriendos de espacios ni gastos de constitución los cuales nosotros si debemos cubrir y recuperar con la rentabilidad que obtengamos.

### **1.8.3. Oportunidades**

- Crecimiento del parque vehicular en Quito, ya que cada vez se facilita la adquisición de un automotor a través de financiamientos, convirtiéndola así en una necesidad cada vez más alcanzable.

- Cifras de estafas, en la comercialización informal, creciente. Lo cual obliga a las personas a preferir adquirir sus vehículos a través de comercializadoras que ofrezcan garantía, legalidad y seriedad en los negocios.
- Incremento en los aranceles a vehículos importados, dificultando así a la importación de vehículos nuevos y de cierta forma obligando a adquirir vehículos de segunda.
- Reducción en los cupos de importación de vehículos nuevos.

#### **1.8.4. Riesgos**

- Reformas políticas cambiantes, las cuales generan inestabilidad en muchos comercios.
- Reformas arancelarias. No se puede saber a ciencia cierta si más adelante se establezca un impuesto para los vehículos usados también, lo cual podría afectar el negocio.
- Nuevas leyes que pueden complicar la comercialización de vehículos de segunda.

#### **1.9. Oportunidad de inversión**

Después del diagnóstico situacional realizado, se han identificado una serie de oportunidades para el desarrollo de nuestro proyecto, entre esas está el aumento de estafas a la hora de comerciar un vehículo, y el incremento descontrolado en los aranceles a vehículos nuevos. Por otro lado está la reducción en los cupos de importaciones, lo cual reduce la oferta de vehículos nuevos y de cierta forma colabora al crecimiento de la demanda por vehículos usados.

Las oportunidades deben ser aprovechadas con el objetivo de satisfacer de una manera eficiente a nuestros clientes. El uso de estrategias de mercado nos permitirá ser primeros en el negocio, brindando el mejor servicio con satisfacción garantizada.

Por lo expuesto anteriormente, se considera que crear una comercializadora de vehículos usados es una excelente oportunidad de inversión. La demanda de vehículos aumenta a medida que pasa el tiempo y no se ha logrado satisfacer la misma, permitiéndonos así incursionar en el mercado con una gran posibilidad de éxito.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Conceptos generales

##### 2.1.1. La administración

*"Es la ciencia social y técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de todos los recursos (humanos, financieros, tecnológicos, etc) de una organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible, pudiendo este ser de carácter económico o social, dependiendo de los fines que persigue la organización". (Maldonado, 2012)*

Considero que la administración nos permite conocer como una compañía está organizada y la manera en la que gestiona sus recursos y procesos para obtener los mejores resultados.

**Cuadro N°3: Tipos de Administración**

Nombre	Descripción
Administración Financiera	Se centra en las decisiones monetarias que las empresas hacen y en las herramientas utilizadas para realizar el análisis.
Administración Comercial	Se encarga de identificar las necesidades del mercado objetivo y de construir estrategias para satisfacer dichas necesidades de forma más eficiente que la competencia.
Administración de Producción	Se enfoca en la planificación, organización, dirección, control y mejora de los sistemas que producen los bienes y servicios de la empresa.
Administración de Recursos Humanos	Es el sistema de gestión que se ocupa seleccionar, contratar, formar, emplear y retener al personal de la organización.

Fuente: Wikipedia - Administración

Elaborado por: La Autora



### 2.1.2. Emprendedor

*"Un emprendedor es una persona que enfrenta, con resolución, acciones difíciles y que está dispuesto a asumir riesgos económicos o de otra índole, especialmente en el campo de la economía, finanzas o negocio." (Maldonado, 2012)*

El emprendedor es la persona que sabe como utilizar todos los recursos que el mercado le presenta para utilizarlos a favor y así empezar con su propio negocio.

### 2.1.3. La Empresa

*"La empresa es la unidad básica de producción, es decir, un conjunto sistemático de recursos humanos, financieros, técnicos y de información que le permiten participar activamente en el proceso económico de la sociedad." (Mendez Morales, 2007)*

Una empresa es una institución constituida legalmente que con la prestación de un servicio o la venta de un producto logran satisfacer las distintas necesidades que se presentan en el mercado.

**Cuadro N°4: Tipos de Empresas**

<b>Criterio</b>	<b>Descripción</b>
Según sus relaciones	Empresas Aisladas: Son aquellas que son independientes del resto del mercado, lo que significa que todo el proceso es realizado por ellos mismos, desde la materia prima. Redes de Empresas: Unión temporal de empresas con objetivos en común, en la cual cada uno aporta con sus competencias personales para satisfacer las necesidades del mercado.
Según el sector de la actividad	Industriales: Se encargan de la producción de bienes mediante la transformación de materiales o extracción de materia prima.

	<p>Comerciales: Son los intermediarios entre el productor y el consumidor, su función primordial es la compra y venta.</p> <p>Servicio: Son las encargadas de brindar servicios a la comunidad.</p>
Según su forma judicial	<p>Individuales: Si solo pertenece a una persona, es la forma más sencilla de establecer un negocio.</p> <p>Sociedades: Constituidas por varias personas, puede ser sociedad anónima, colectiva, comanditaria o de responsabilidad limitada.</p>
Según su tamaño	<p>Microempresa: Si posee menos de 10 trabajadores.</p> <p>Pequeña empresa: Tiene entre 10 y 49 trabajadores.</p> <p>Mediana empresa: Entre 50 y 250 trabajadores.</p> <p>Gran empresa: Si posee 250 o más trabajadores.</p>

Fuente: Wikipedia - Administración

Elaborado por: La Autora

#### 2.1.4. Comercialización

*"La comercialización es la actividad que permite al productor o vendedor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar."* (Baca Urbina, 2010)

Para una empresa es sumamente importante la comercialización, se podría decir que es la base de su desarrollo y por ello es que está directamente relacionada con los esfuerzos que realice la empresa para estimular la demanda y así poder satisfacerla.

#### 2.1.5. Comercio

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor.

#### **2.1.5.1. Comercio Informal**

*El sector informal puede describirse, generalmente, como un conjunto de unidades que producen bienes o servicios principalmente con la finalidad de crear empleos e ingresos para las personas involucradas. Estas unidades, que tienen un bajo nivel de organización, operan a pequeña escala y de manera específica, con poca o ninguna división entre el trabajo y el capital como factores de producción. (OIT, 2003)*

El comercio informal se caracteriza por no ser reconocido ni protegido por los marcos legales ni regulatorios. Este fenómeno es común en los países menos industrializados y la falta de estudios con respecto a su comportamiento, dinamismo y origen lo hacen ver como una problemática para los países. El sector informal es la oportunidad para que las personas con escasos recursos se incorporen a la economía pero en condiciones de alta vulnerabilidad.

#### **2.1.5.2. Comercio Informal en Ecuador**

En el Ecuador el comercio informal es importante para la generación de empleo y por esta razón se convierte en un factor de la economía del país, por está y más razones es necesario analizar las características generales de este sector. Con este análisis se podrá determinar si afecta a la productividad o si contribuye a la eliminación de la pobreza.

En el Ecuador el comercio informal de vehículos incrementa cada vez más por las condiciones en las que se presenta, es muy fácil ingresar al comercio informal de vehículos ya que si alguien decide vender su vehículo usado ya se convierte en un potencial comerciante informal.

#### **2.1.5.3. Comercio de vehículos usados en Ecuador**

En el Ecuador el mercado automotriz incrementa en función a la demanda y podemos decir que hoy en día la compra de un vehículo se ha convertido en una necesidad de la sociedad moderna. Dentro de los objetivos

personales que una persona desea alcanzar en su vida es la adquisición de un vehículo y por el alto costo de los vehículos nuevos se considera como una adquisición innecesaria, por esta razón prefieren adquirir un auto de segunda mano.

Existen muchos factores que han influenciado en el incremento de la compra de vehículos usados, para empezar desde el 2008 se han implementado 10 medidas regulatorias entre impuestos y restricciones, como por ejemplo:

- En el 2008 se impuso el Impuesto a los Consumos Especiales (ICE), el cual va desde el 5% al 35%.
- En el 2009 se aplicó una salvaguarda a la importación de vehículos por el 35% debido a la crisis económica.
- En ese mismo año se impone un recargo arancelario del 12%
- En el 2010 se elimina la exoneración de impuestos a los vehículos híbridos.
- En el 2011 se incrementa el 5% al arancel de los vehículos de hasta 1900 cm<sup>3</sup> los cuales pasan de un arancel de 35% a 40%
- En el 2012 se crean impuestos a los CKD que van desde el 5 al 18%.
- En el 2013 se crea el impuesto ambiental e incrementan el Impuesto a la Salida de Divisas del 2 al 5%.
- Por último la reducción al cupo de importaciones para las concesionarias de vehículos.

Todas estas medidas han provocado el incremento desmesurado en los precios de los vehículos nuevos y usados, en el segundo trimestre del 2014, el precio de los autos usados incrementó en un 11% con respecto al 2013; además los concesionarios han optado por voltear su atención a la venta de los autos semi-nuevos ante la insuficiente disponibilidad de vehículos cero kilómetros.

### 2.1.6. Plan de negocios

*"El plan de negocios, es un documento que describe en detalle todos los aspectos del negocio. Está diseñado de tal manera que muestra cómo funcionará tu negocio y luego como podrás ponerlo en práctica.*

*Un plan de negocios esquematiza de manera clara la información necesaria para conocer si el nuevo negocio o la ampliación de la actividad productiva va a ser exitosa y rentable". Pag. 33 (Maldonado, 2012)*

Es indispensable el uso de un plan de negocios para definir claramente y a detalle los aspectos de la nueva empresa y así definir la rentabilidad de nuestro negocio.

### 2.2. El Mercado

*"El mercado es donde confluyen la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Por ejemplo: el mercado de los autos está formado no solamente por aquellos que poseen un automóvil sino también por quienes estarían dispuestos a comprarlo y disponen de los medios para pagar su precio." (Bonta & Farber, pág. 19)*

Se entiende por mercado al lugar en el que se relacionan los comerciantes con los consumidores, dentro de los consumidores están considerados los compradores potenciales ya que ellos también forman parte del mercado.

**Cuadro N°5: Tipos de Mercado**

criterio	Tipo de mercado
<b>Nivel de competencia</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Monopolio</li><li>• Oligopolio</li><li>• Competencia perfecta</li><li>• Competencia monopolística</li></ul>

<b>Tipo de demanda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercados de consumo inmediato</li> <li>• Mercados de consumo duradero</li> <li>• Mercados de servicios</li> <li>• Mercados organizacionales</li> </ul>
<b>Ámbito geográfico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Local</li> <li>• Regional</li> <li>• Nacional</li> <li>• Internacional</li> </ul>
<b>Naturaleza de los productos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agropecuarios</li> <li>• Materias primas</li> <li>• Manufacturados</li> <li>• Servicios</li> <li>• Activos financieros</li> <li>• Ideas</li> </ul>
<b>Características del consumidor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sociodemográficas</li> <li>• Económicas</li> <li>• Culturales</li> <li>• Estilos de vida</li> <li>• Consumo</li> </ul>
<b>Temporalidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corto plazo</li> <li>• Medio plazo</li> <li>• Largo plazo</li> </ul>
<b>Por su propia naturaleza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercados financieros</li> <li>• Mercado bilateral</li> <li>• Mercado cautivo</li> <li>• Mercado gris</li> <li>• Mercado libre</li> <li>• Mercado negro</li> <li>• Mercado laboral</li> </ul>

Fuente: NASSIM, Maldonado. Emprendimiento y Gestión

Elaborado por: La Autora

### 2.2.1. Los clientes

*"La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a "la persona que depende de". Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que*

*mi empresa pueda satisfacer."* (Barquero, Rodríguez de Llauder, Barquero, & Huertas, 2007)

Son las personas más importantes en un negocio. La mayoría de los esfuerzos de la empresa deberán de estar orientados a satisfacer sus necesidades, intereses y deseos. Para esto se deberá ofrecer la mejor calidad en nuestro producto, un precio accesible y un excelente trato. Esto nos asegura tener una clientela satisfecha que regresará, comprará más y recomendará nuestros servicios.

### **2.2.2. La competencia**

*"La competencia está representada por otros negocios existentes en el mercado que ofrezcan productos o servicios iguales o similares a los tuyos."* (Maldonado, 2012)

Antes de conocer a nuestra posible competencia, es importante conocerlos y de esta manera determinar con quienes voy a competir y con quienes no. En el concepto actual del mercado, no se considera a la competencia como un adversario sino como un aliado con el cual se pueden establecer alianzas y de esta manera fortalecer nuestras actividades.

### **2.2.3. Segmentos de mercado**

*"Un mercado no es totalmente homogéneo ya que los millones de individuos que existen se diferencian unos con otros en función de su ubicación, nivel socioeconómico, cultura, preferencias de compra, estilos, personalidad, etc. Esta gran diversidad hace imposible que encaminemos nuestros esfuerzos hacia todo el mercado, primero por el alto costo que esto implicaría y segundo porque no se lograría obtener el resultado deseado como para que sea rentable."* (Maldonado, 2012).

Ya que todo el mercado no es igual es necesario dividirlo en grupos con características semejantes, lo cual nos permitirá diseñar un plan que sea

dirigido hacia nuestro grupo objetivo. Es recomendable dividir al mercado para así reducir costos y obtener mejores resultados.

#### **a) Competencia perfecta**

*"La competencia perfecta es un tipo o modelo de mercado en el que existen numerosos vendedores y compradores que están dispuestos a vender o comprar libremente entre ellos productos que son homogéneos o iguales en un mercado dado (como el mercado del cobre, de la madera, del trigo u otras materias primas, productos agrícolas, valores financieros o productos que son bien conocidos y estandarizados), pero, sin tener influencia distinguible en el precio de venta porque este es fijado de manera impersonal por el mercado; en el cual, la información circula de manera perfecta de tal forma que los compradores y vendedores están bien informados."* (Thompson, 2006)

En un mercado de competencia perfecta las empresas no tienen el poder para manipular los precios ya que existen gran cantidad de vendedores y compradores lo cual no permite que una sola empresa ejerza una influencia decisiva sobre el precio de venta del producto o servicio.

#### **b) Demanda**

*"Es la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado."* (Baca Urbina, 2010)

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que se necesitan para satisfacer la necesidad de un mercado, de ésta depende el éxito de un negocio. El estudio de la demanda es indispensable para determinar la producción y las ventas que una empresa deberá tener para ser exitosa.



### **c) Oferta**

*"El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios." (Sapag, 2008)*

La oferta es lo que las empresas estén en capacidad de entregar a los consumidores para así satisfacer sus distintas necesidades

### **d) Demanda insatisfecha**

*"Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hace el estudio". (Baca Urbina, 2010)*

Ratificando el concepto del autor puedo decir que la demanda insatisfecha es la relación directa entre la demanda y la oferta, la diferencia que exista entre estos dos factores determinará la demanda insatisfecha y así podremos definir si es necesaria o no la creación de una empresa.

## **2.3. Plan de mercadeo**

Un plan de promociones, mercadeo o marketing es un conjunto de acciones encaminadas a lograr los objetivos comerciales definidos por parte de la empresa o negocio. Para elaborar este plan se utiliza las 4P's del mercadeo, que son:

- **Producto.**- es cualquier bien, servicio o idea que se ofrece al mercado.
- **Precio.**- es la cantidad de dinero que debe ser dado a cambio de un bien o servicio.
- **Promoción.**- es el proceso de comunicación entre la empresa y el mercado con la finalidad de informar, persuadir o recordar la existencia, características o beneficios de un producto, una marca o una empresa.
- **Plaza.**- se refiere al lugar donde está ubicado un negocio.

## **2.4. Económico**

### **a. Ingresos**

*"Valor de cualquier naturaleza que recibe un sujeto sea en dinero o especie.*

*Equivalente monetario de las ventas que la empresa ha realizado con sus clientes en un período de tiempo."* (Bravo, 2013).

*"Se debe elaborar durante la vida útil de un proyecto una proyección de los ingresos, que garanticen el cumplimiento de las obligaciones que se generen con la ejecución del proyecto."* (Cordoba, 2006)

Los ingresos son todos los valores que serán generados por la empresa en el cumplimiento de sus funciones y que servirán para el cumplimiento de las obligaciones y para generar rentabilidad.

### **b. Balance general**

*"Es un informe contable que representa ordenada y sistemáticamente las cuentas del activo, pasivo y patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado."* (Zapata, 2011)

El balance general es un instrumento financiero que nos informa ordenadamente cual es la situación económica de la empresa que esta expresada fundamentalmente en los activos, pasivos y patrimonio. El balance general muestra los beneficios que corresponden a las distintas clases de propietarios en el valor del activo neto o líquido, conocido también como Estado Financiero, Estado de Activos y Pasivos, Estado de Recursos y Obligaciones, Estado de Situación o simplemente Estado, que muestra la naturaleza e importe de los Activos, Pasivos, y Capital (activo neto) de un negocio, en una fecha dada.

### **c. Balance de resultados**

*"El Estado de Resultados es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos; en base a este estado se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa." (Sarmiento, 2005, pág. 247)*

El estado de resultados o también llamado estado de pérdidas y ganancias, es la herramienta que nos sirve para analizar el resultado de las operaciones efectuadas dentro de un periodo determinado. Es utilizado como respaldo para informar a los propietarios, accionistas o socios el rendimiento de la empresa ya que en éste se ve reflejado la utilidad o pérdida de un ejercicio económico.

### **d. Flujo de caja**

*"Se define como el número esperado de periodos que se requieren para que se recupere una inversión original. El proceso es sencillo se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto quede por lo menos cubierto." (Padilla, 2006, pág. 335)*

El flujo de caja es una herramienta que nos permite realizar una evaluación económica a la empresa ya que nos refleja el tiempo estimado en el que se recuperará la inversión del proyecto.

### **e. Tasa interna de retorno**

*"Es la tasa de descuento en la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial." (Baca Urbina, 2010)*

Es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo, tanto positivos como negativos dé una determinada inversión igual a cero.

Es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto del capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones.

**f. Valor actual neto**

*"El cálculo del valor actual neto es necesario en la toma de decisiones financieras, en el tanto para el financiamiento, como para una inversión a futuro, no es otra cosa que la eliminación de las causas de distorsión del dinero a través del tiempo, mediante el cálculo de los flujos de fondos presentes y futuros, positivos y negativos en valores homogenizados o montos de igual valor, convirtiéndose en una de las herramientas indispensables en la Administración Financiera para la toma de decisiones." (Chiriboga, 2010)*

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

**g. Periodo de recuperación de la inversión**

*"El período de recuperación de la inversión se define como el tiempo requerido para que la suma de los flujos de efectivo neto positivos, producidos por una inversión sea igual a la suma de los flujos de efectivo neto negativos requeridos por la misma inversión." (Arboleda, 2001, pág. 343)*

Este es un criterio utilizado para determinar el tiempo en el que se va a recuperar la totalidad del valor invertido, este análisis nos ayudará a definir qué tan factible es nuestra empresa.

## **h. Punto de equilibrio**

*"El 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." (Arboleda, 2001, pág. 308)*

El punto de equilibrio es el nivel de ventas en el que mis ingresos cubren con todos mis gastos fijos y costos variable. Es el punto en el que la empresa no tiene ni utilidad ni pérdida. Lo ideal para una empresa es que las ventas nunca estén por debajo de este punto de equilibrio.

## **2.5. Estructura organizacional**

*"Puesto que las organizaciones son grupos humanos que se constituyen para alcanzar fines comunes, estos no se podrán alcanzar si no existen un orden entre los grupos y personas, todos haciendo lo mismo no tiene sentido, así como tampoco lo tiene el que cada uno haga lo que le venga en gana. Es menester que se acomoden, que se arreglen para formar un cuerpo congruente con las funciones que habrán de realizar para conseguir esos fines." (Torres, 2007, pág. 269)*

Es la asignación de cargos y responsabilidades que debe cumplir cada uno de los integrantes de la institución, si la empresa está organizada de la manera correcta facilita el cumplimiento de metas.

### **a) Visión**

*"La visión de una organización es la definición deseada de su futuro, responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo." (D' Alessio, 2008)*

Se puede definir a la visión como la proyección que tenga para el futuro y las metas que pretenda alcanzar dentro de un determinado tiempo.

## **b) Misión**

*"La misión es la razón de ser de la organización, su formulación es una etapa de las más importantes en el proceso de planeación."*

(Munch, 2006)

La misión es el motivo por el cual existe la organización, dentro de esta puede considerarse las actividades que realiza a diario.

## **2.6. Impactos**

*Los impactos son posibles consecuencias que puedan presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto. (Jacome, 2005)*

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado es un análisis de todos los requerimientos que tienen los consumidores, lo cual nos permitirá conocer exactamente cuáles son sus gustos y preferencias. Con el estudio de mercado podremos determinar la existencia de una demanda insatisfecha y por ende determinaremos que tan viable es la ejecución de nuestro proyecto.

#### **3.1. Objetivos del Estudio de Mercado**

Nos hemos establecido objetivos claros para la elaboración de este estudio, entre esos:

- Realizar un análisis en el cual podamos definir la tendencia del mercado para así determinar el comportamiento de la oferta y demanda.
- Identificar claramente el producto o servicio a ofertar y cuáles serán las características que nos diferenciará de la competencia.
- Identificar a nuestros competidores y los posibles productos sustitutos con el fin de determinar las estrategias a emplearse.
- Determinar las estrategias de comercialización a emplearse, las cuales nos permitan incrementar la demanda y sobresalir en el mercado.

#### **3.2. Identificación de los Productos y Servicios**

##### **3.2.1. Características**

El objetivo de nuestro negocio es la comercialización de vehículos usados, brindando a nuestra clientela un excelente servicio y precios competitivos en el mercado. Para complementar el servicio de compra/ venta de autos ofreceremos los siguientes servicios adicionales:

- Intermediación de compra

- Servicio gratuito de asesoría de precios.
- Avalúos mecánicos y comerciales.
- Servicio de trámites para la matriculación de vehículos, los cuales incluyen:
  - Traspaso del beneficiario
  - Pago de matriculas en bancos
  - Certificaciones
  - Reconocimiento de firmas
  - Levantamiento de prenda en el Registro Mercantil
  - Certificados por parte de la Agencia Nacional de Tránsito
- Financiamiento y garantía.

### **3.2.2. Competencia**

Todas las empresas que ofrecen un servicio similar a nuestra comercializadora representan una amenaza en el mercado, la presencia de la misma nos obliga a esforzarnos por mejorar día a día innovando en los servicios prestados. La mercadotecnia nos sugiere que el éxito se logra a través de la satisfacción de las necesidades y deseos de nuestros consumidores ya que se puede decir que un cliente satisfecho es nuestra mejor carta de presentación.

Previa una investigación se pudo determinar que el comercio de vehículos usados se realiza en: ferias libres, que se llevan a cabo los sábados y domingos en el norte y sur de la ciudad, y patios de vehículos usados alrededor de toda la ciudad. Existen aproximadamente 180 patios de autos, entre grandes y pequeños, ubicados en el distrito metropolitano y sus alrededores, de acuerdo a los servicios que ofrecen y al tamaño, los que representan una gran competencia son los siguientes:



**Cuadro N°6: La competencia y sus servicios**

Nombre de la Comercializadora	Servicios
<p><b>F1 AUTOS</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intermediación de compra</li> <li>• SRI</li> <li>• Corpaire</li> <li>• CNTTTSV (desactivación de prenda, etc)</li> <li>• Seguros del vehiculo</li> <li>• Rastreador Satelital</li> <li>• Servicio de Mecánica</li> <li>• Servicio de Lavadora</li> <li>• Servicio Pulido</li> </ul>
<p><b>STOPCAR OUTLET</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para vehículos del 2008 en adelante ofrecen financiamiento con el Banco del Austro 35% de entrada y la diferencia hasta 48 meses plazo.</li> <li>• Mecánica ligera</li> <li>• Asesoría de precios y avalúos de autos gratuitamente</li> </ul>
<p><b>AUTOPONCE</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguro vehicular</li> <li>• Trámites de matriculación</li> <li>• Anuncio de vehículos de manera gratuita</li> <li>• Intermediación en la compra</li> </ul>
<p><b>MANUEL MERIZALDE VEHICULOS</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiamiento a largo plazo a través de una sólida entidad financiera nacional que respalda nuestro servicio, para vehículos del año 2008 en adelante.</li> <li>• Financiamiento propio para vehículos cuyo año de fabricación sea menor al 2008.</li> <li>• Asesoría total en el trámite de legalización de contratos de COMPRA-VENTA para los vehículos comercializados por nosotros</li> <li>• Asesoría en trámites de matriculación para los vehículos comercializados por nosotros.</li> </ul>

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

### 3.2.3. Consumidores

Los clientes potenciales, debe tenerse en cuenta que es posible que sean personas que actúen como consumidores finales, así como pueden ser organizaciones que adquieren el bien o servicio con intenciones de consumo, mientras que se pueden encontrar aquellos que adquieren los productos con un interés comercial. En el presente estudio se ha definido como consumidores a todas aquellas personas que quieran adquirir o vender su vehículo.

### 3.3. Población o universo

La población o universo para la investigación se constituye por la población del cantón Quito con edades comprendidas entre 20 y 59 años, que son las edades en las que consideramos que las personas se encuentran en capacidad económica para comercializar sus vehículos.

Según las proyecciones realizadas por el INEC para el año 2014, en la provincia de Pichincha la población total será de aproximadamente 2'891,472 habitantes, de los cuales 2'239,191 estarán ubicados en el cantón Quito y 1'424,379 habitantes tienen edades comprendidas entre 20 y 55 años. Para realizar un estudio más exacto necesitamos un grupo objetivo al cual aplicar nuestra investigación y para eso hemos decidido segmentar dicha población.

**Cuadro N°7: Población**

ÁREA DE POBLACIÓN	NÚMERO DE HABITANTES
Provincia de Pichincha	2'891,472
Cantón Quito	2'239,191
Parroquia Quito	1'619,146
<b>Población pobre y extrema pobreza</b>	<b>-(276,216)</b>
	1'342,930
Habitantes centro norte y norte	577,924
<b>Edades entre 20-59 años</b>	<b>275,670</b>

Fuente: Censos de Población y Vivienda INEC

Elaborado por: La autora

De acuerdo a la información obtenida del INEC se determinó que la población a analizar es de 275,670 habitantes.

### **3.3.1. Segmentación**

#### **Segmentación Geográfica**

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

Localidad: Distrito Metropolitano de Quito

#### **Segmentación Demográfica**

Género: Femenino – Masculino

Edad: 20 – 60

Clase social: Media, Alta

Después de realizar la segmentación de mercado se definió que los encuestados deben pertenecer al Distrito Metropolitano de Quito, independientemente de su género deben ser personas con edades comprendidas entre 20 y 59 años ya que son parte de la Población Económicamente Activa y con capacidad de adquirir vehículos.

### **3.3.2. Cálculo de la muestra**

Con la información obtenida en la segmentación de la población se calcula el tamaño de la muestra con la siguiente fórmula:

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

En donde:

- **Valor de N:** Corresponde al tamaño del universo poblacional, es decir 275,670.
- **Valor de Z:** Es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%.

Los valores K más utilizados y sus niveles de confianza son:

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

Para este cálculo utilizaremos un nivel de confianza del 95%, es decir Z=1.96

- **Valor de P:** Representa a la porción de éxitos, ya que no se tiene una proporción de aceptación se la dará un valor de 0,5.
- **Valor de E:** Representa el error permitido, en nuestro caso se va a permitir un error del 5%

Reemplazando los valores en la fórmula quedaría así:

$$n = \frac{275670 * 1.96^2 * 0.5 (1 - 0.5)}{(275670 - 1)0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 (1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{264753.47}{690.13}$$

$$n = 383.62$$

Con la aplicación de la formula se determina que el tamaño de la muestra es de 384 encuestas a realizarse.

### **3.4. Investigación de Campo**

Para la obtención de la información se empleará el muestreo probabilístico ya que a través de este se recopilará la información necesaria. Se empleará una encuesta, la cual se aplicará a las personas en el rango de edad comprendido entre los 20 y 59 años, de sector centro- norte y norte de la ciudad de Quito, con el fin de determinar la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de vehículos.

#### **3.4.1. Diseño de la Encuesta**

La encuesta se realizó por conveniencia, debido a la información que deseábamos obtener, por lo que se la realizó en los patios de autos usados que se encuentran ubicados en el sector centro- norte y norte de la ciudad de Quito.(**ANEXO 1**)

### 3.4.2. Análisis e interpretación de datos

1.- Ha comprado alguna vez un vehículo usado?

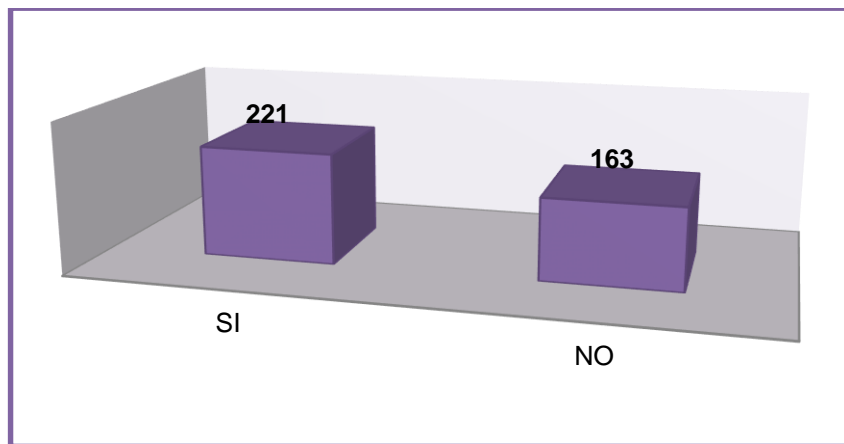
**Cuadro N°8: Compra de vehículo**

Variables	Cantidad	%
<b>SI</b>	221	58%
<b>NO</b>	163	42%
<b>TOTAL</b>	384	100%

Fuente: Investigación poblacional

Elaborado por: La autora

**Gráfico N°4: Compra de vehículo**



Elaborado por: La Autora

De las encuestas realizadas, 221 personas respondieron que si habían adquirido un vehículo usado, mientras que las 163 restantes dijeron que no lo habían hecho nunca.

2.- Cada qué tiempo cambia de vehículo?

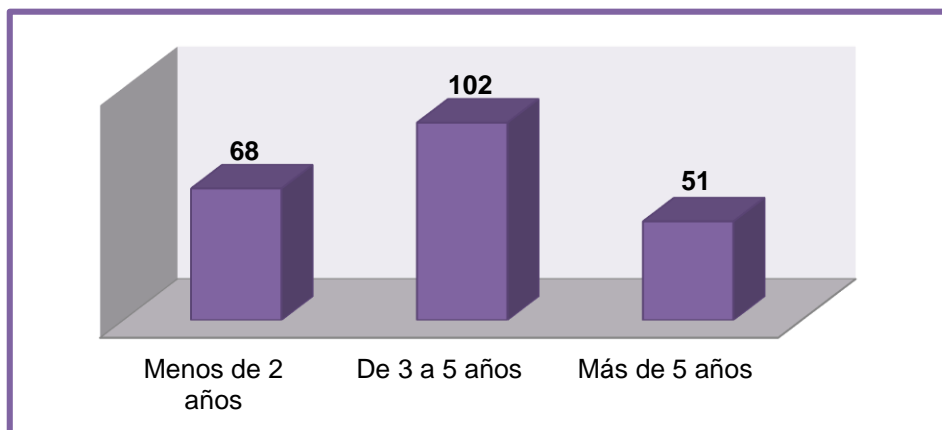
**Cuadro N°9: Cambio de vehículo**

<b>Variables</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
<b>Menos de 2 años</b>	68	31%
<b>De 3 a 5 años</b>	102	46%
<b>Más de 5 años</b>	51	23%
<b>TOTAL</b>	221	100%

Fuente: Investigación poblacional

Elaborado por: La autora

**Gráfico N°5: Cambio de vehículo**



Elaborado por: La autora

De las 221 personas que afirmaron haber comprado un vehículo usado, 68 dijeron que cambiaban de auto en menos de dos años, 102 afirmaron que cambiaban de auto de 3 a 5 años y solo 51 en un tiempo mayor a 5 años.

3.- A la hora de comprar un vehículo, defina su posición ante los siguientes factores.

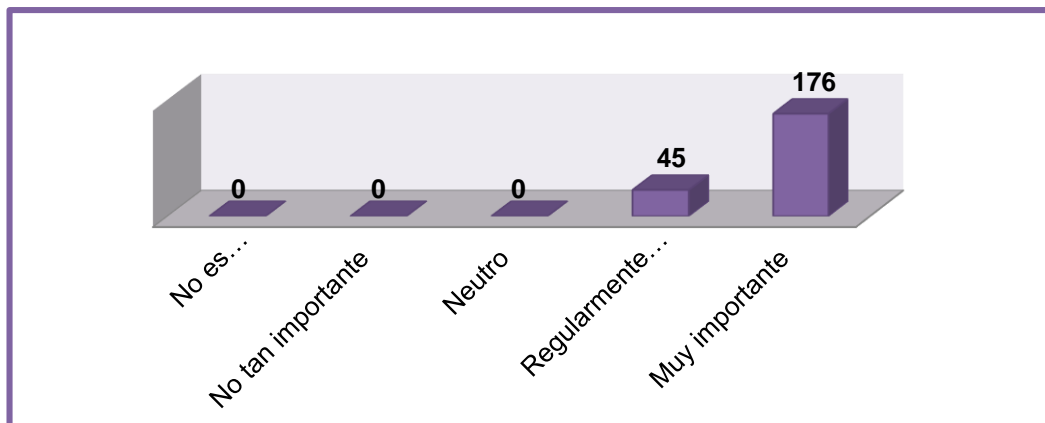
**Cuadro N°10: Estado mecánico**

Variable	Cantidad	%
No es importante en absoluto	0	0%
No tan importante	0	0%
Neutro	0	0%
Regularmente importante	45	20%
Muy importante	176	80%
<b>TOTAL</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación poblacional

Elaborado por: La autora

**Gráfico N°6: Estado mecánico**



Elaborado por: La autora

Como refleja los resultados de la encuesta, el estado mecánico del vehículo es un aspecto muy importante para el 80% de los encuestados, el 20% restante lo considera regularmente importante.



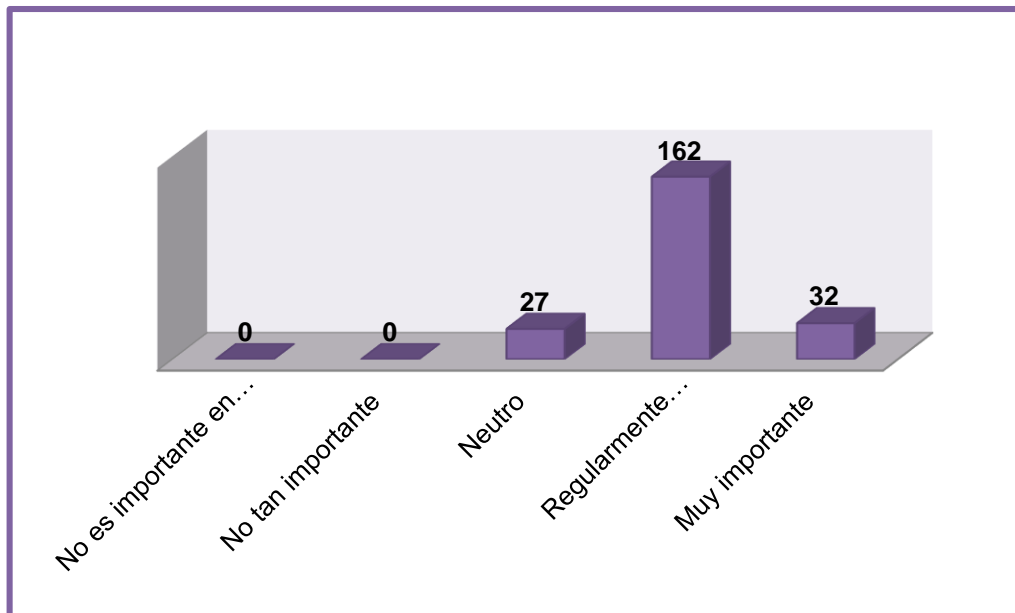
**Cuadro N°11: Documentación del Vehículo**

Variables	Cantidad	%
No es importante en absoluto	0	0%
No tan importante	0	0%
Neutro	27	12%
Regularmente importante	162	73%
Muy importante	32	14%
TOTAL	221	100%

Fuente: Investigación poblacional

Elaborado por: La autora

**Gráfico N°7: Documentación del vehículo**



Elaborado por: La autora

Según los encuestados, que los documentos del vehículo estén en orden es el segundo aspecto más importante a la hora de comprar un vehículo. El 73% respondió que es regularmente importante.

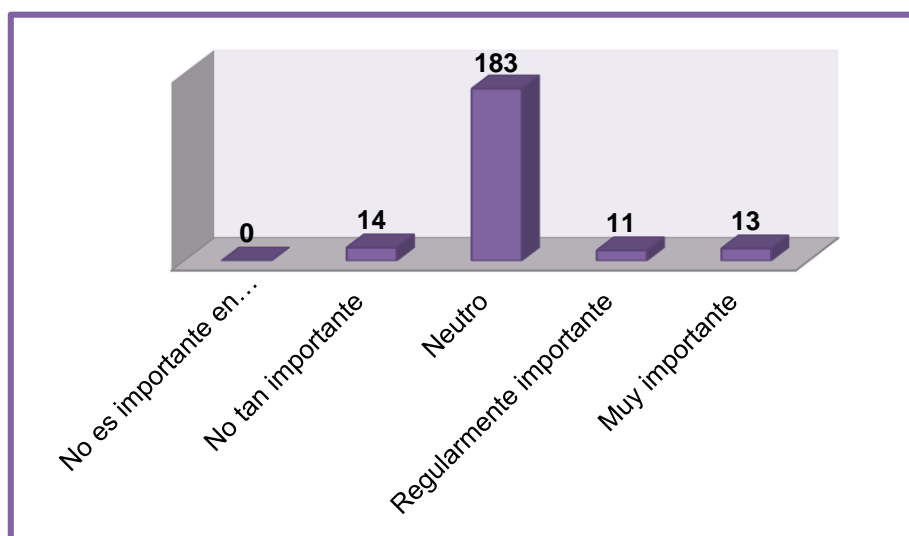
**Cuadro N°12: Procedencia del vehículo**

Variables	Cantidad	%
No es importante en absoluto	0	0%
No tan importante	14	6%
Neutro	183	83%
Regularmente importante	11	5%
Muy importante	13	6%
<b>TOTAL</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación poblacional

Elaborado por: La autora

**Gráfico N°8: Procedencia del vehículo**



Elaborado por: La autora

La encuesta indica que para el 83% de las personas les da igual la documentación del vehículo, es decir le prestan poco interés a indagar la legalidad de los mismos. Este es uno de los aspectos más importantes y tan solo el 6% de las personas le da la importancia que se merece.

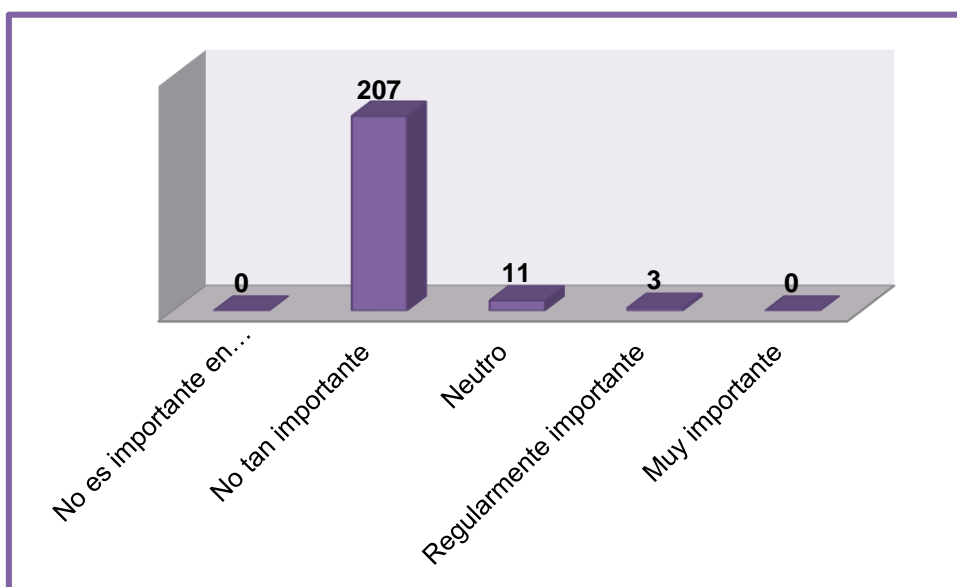
**Cuadro N°13: Verificación de número Chasis y Motor**

Variables	Cantidad	%
No es importante en absoluto	0	0%
No tan importante	207	94%
Neutro	11	5%
Regularmente importante	3	1%
Muy importante	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación poblacional

Elaborado por: La autora

**Gráfico N° 9: Verificación de número de chasis y motor**



Elaborado por: La autora

La encuesta nos indica que todos los encuestados el 94% considera que la verificación del número de motor y chasis no es tan importante, la única manera de que nosotros mismos podamos verificar que un vehículo no sea robado es verificando el número en el chasis con el indicado en la matrícula.

Todos los aspectos son importantes en el momento de la decisión de compra, sin embargo unos son mucho más importantes que otros. Las encuestas realizadas nos indican que según el orden de importancia estos factores se determinan de la siguiente manera:

- Estado mecánico

- Documentación del vehículo
- Procedencia
- Verificación de número de chasis y motor

Consideramos que se le está dando muy poca importancia a ciertos aspectos que nos podrían ayudar a evitar la cantidad de fraudes que existen, si las personas supieran como revisar adecuadamente la documentación o si indagaran más en la procedencia de un vehículo se disminuiría de manera notable la cantidad de fraudes.

4.- Cómo revisa usted el aspecto mecánico de los vehículos en el momento de comprar?

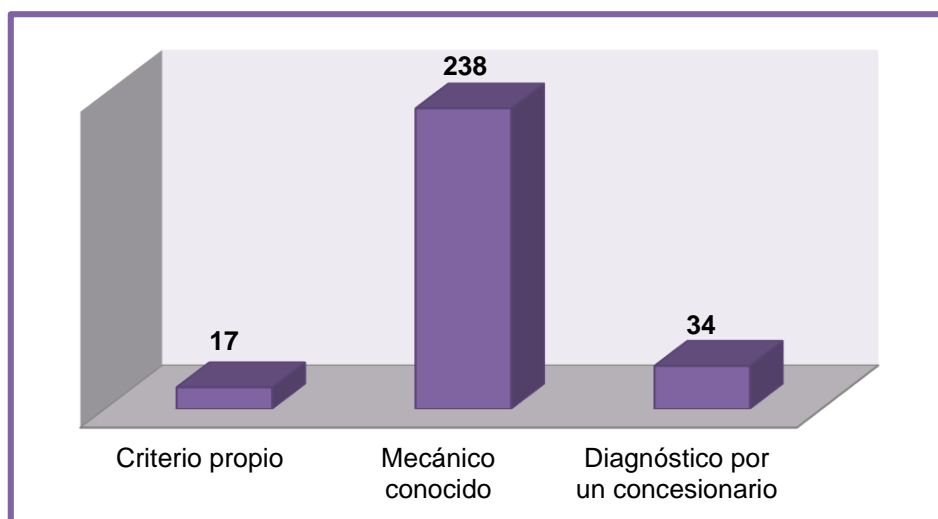
**Cuadro N° 14: Aspecto mecánico**

Variables	Cantidad	%
Criterio propio	17	8%
Mecánico conocido	170	77%
Diagnóstico por un concesionario	34	15%
<b>TOTAL</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación poblacional

Elaborado por: La autora

**Gráfico N°10: Aspecto mecánico**



Elaborado por: La autora

Los resultados de la encuesta nos indican que las personas prefieren que el aspecto mecánico sea revisado por un mecánico de confianza en lugar del diagnóstico de un concesionario o por criterio propio. Los encuestados supieron expresar que esto se debe a que no confían en el diagnóstico de cualquier mecánico y además su criterio no es de gran ayuda ya que no son expertos en el tema. El aspecto mecánico es el más importante ya que si existe alguna falla importante el arreglo tendría un costo elevado, lo cual a su vez elevaría el valor del vehículo; es por esta razón que es tan importante su revisión.

5.- Qué es más importante a la hora de decidir la compra de un vehículo?

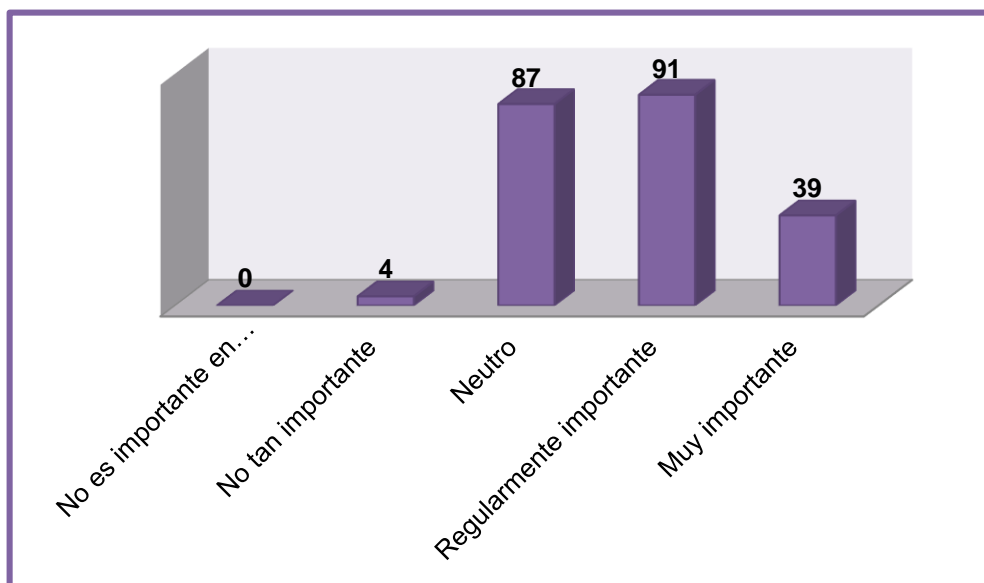
**Cuadro N° 15: Estado de la carrocería**

Variables	Cantidad	%
No es importante en absoluto	0	0%
No tan importante	4	2%
Neutro	87	39%
Regularmente importante	91	41%
Muy importante	39	18%
<b>TOTAL</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación poblacional

Elaborado por: La autora

**Gráfico N°11: Estado de la carrocería**



Elaborado por: La autora

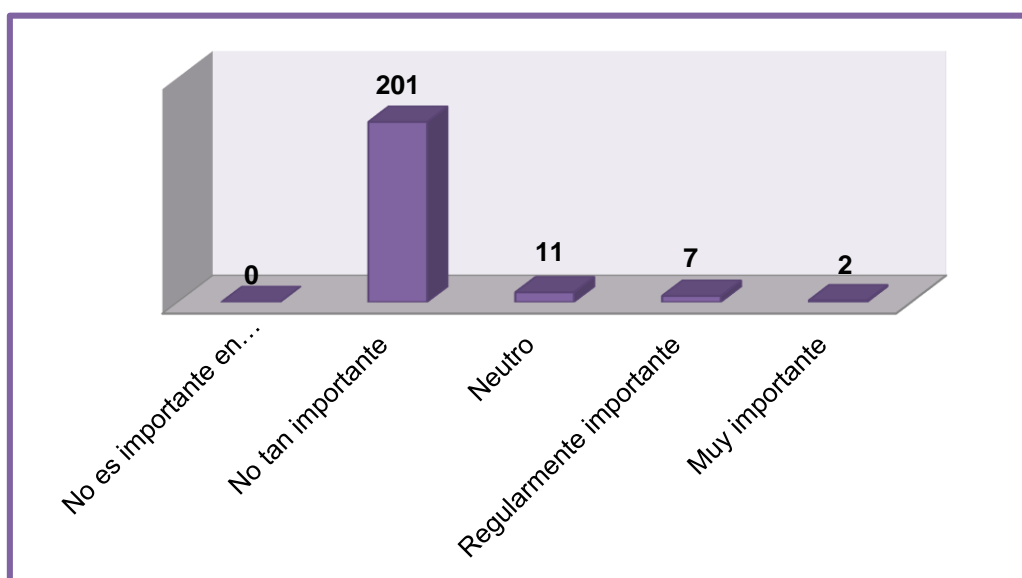
**Cuadro N°16: Estado del interior**

Variables	Cantidad	%
No es importante en absoluto	0	0%
No tan importante	201	91%
Neutro	11	5%
Regularmente importante	7	3%
Muy importante	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación poblacional

Elaborado por: La autora

**Gráfico N°12: Estado del interior**



Elaborado por: La autora

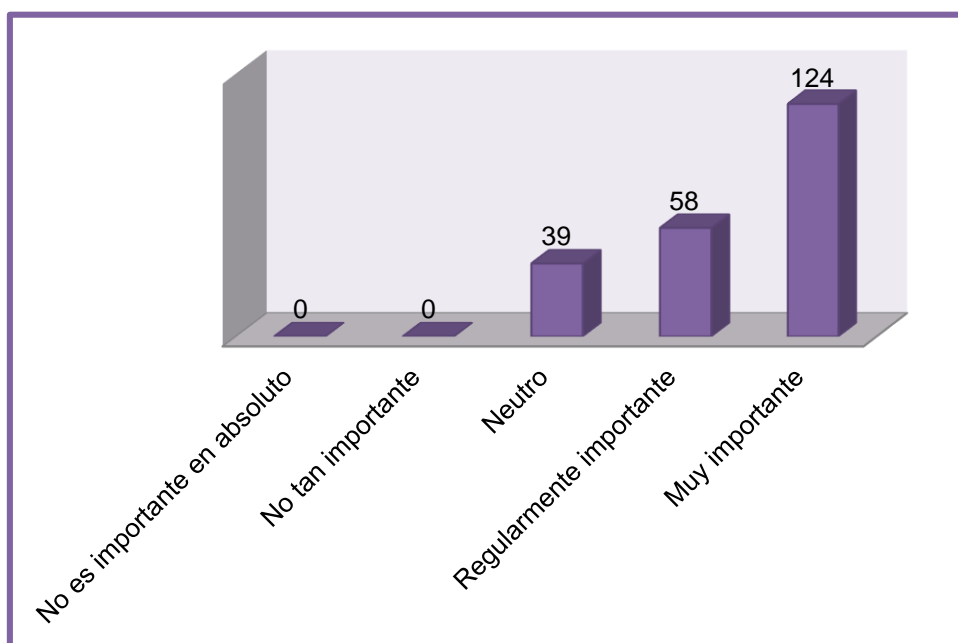
**Cuadro N°17: Estado mecánico**

Variables	Cantidad	%
No es importante en absoluto	0	0%
No tan importante	0	0%
Neutro	39	18%
Regularmente importante	58	26%
Muy importante	124	56%
<b>TOTAL</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación poblacional

Elaborado por: La autora

**Gráfico N°13: Estado mecánico**



Elaborado por: La autora



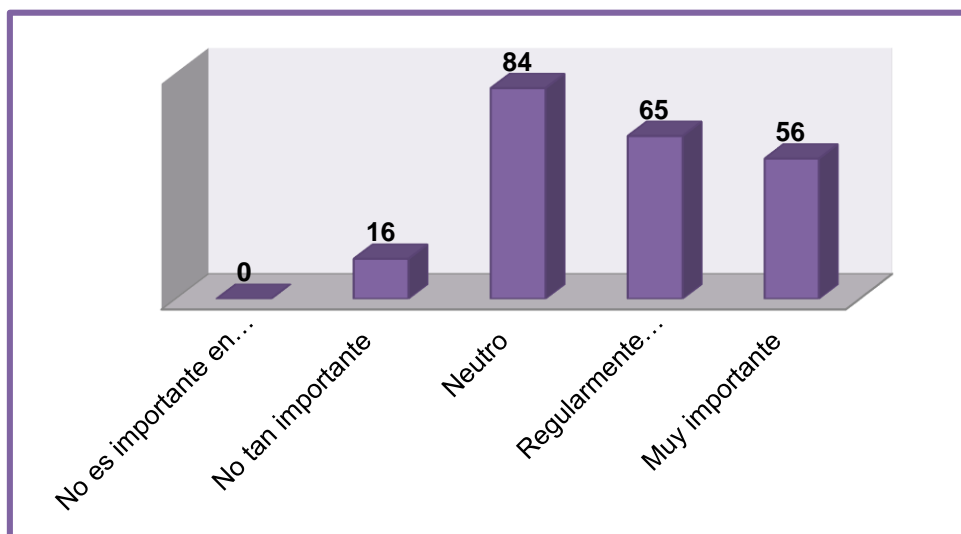
**Cuadro N°18: Precio del vehículo**

Variables	Cantidad	%
No es importante en absoluto	0	0%
No tan importante	16	7%
Neutro	84	38%
Regularmente importante	65	29%
Muy importante	56	25%
<b>TOTAL</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación poblacional

Elaborado por: La autora

**Gráfico N°14: Precio del vehículo**



Elaborado por: La autora

Existen factores que se toman en cuenta en el momento de buscar un auto y definir la compra, según las encuestas realizadas aspectos como el estado mecánico y el estado de la carrocería son los más importantes, seguidos por el precio, el cual nos indicaron que importaba menos si valía la pena pagar por el buen estado del vehículo. Con lo que respecta al estado del interior del vehículo es uno de los aspectos menos importantes a tomar en cuenta.

6.- Después de efectuada la compra ha tenido problemas?

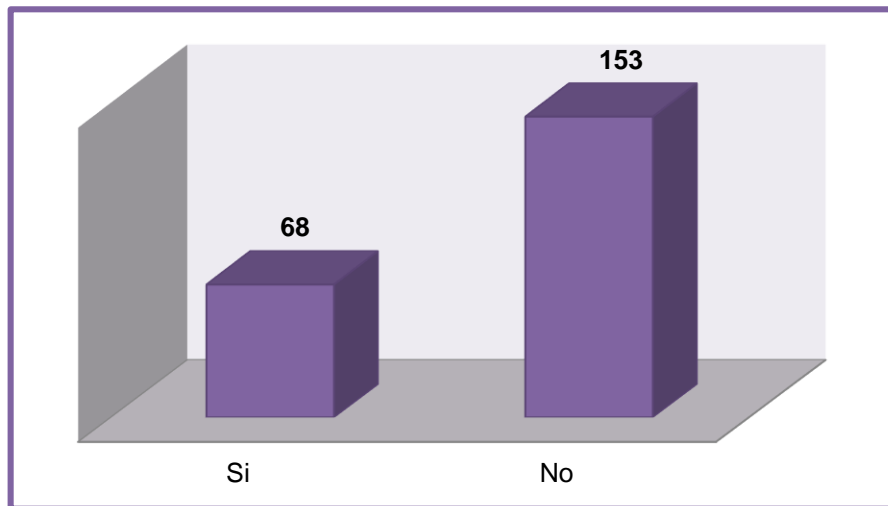
**Cuadro N°19: Problemas del vehículo**

Variables	Cantidad	%
Si	68	31%
No	153	69%
<b>TOTAL</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación poblacional

Elaborado por: La autora

**Gráfico N°15: Problemas con el vehículo**



Elaborado por: La autora

A pesar de que la mayoría de los encuestados afirmaron no haber tenido problemas después de la compra del vehículo, un número considerable de personas indicó todo lo contrario, como se mencionó anteriormente el objetivo de la creación de esta comercializadora es reducir al mínimo la insatisfacción de los clientes por la compra de un vehículo en mal estado.

7.- Cuáles han sido?

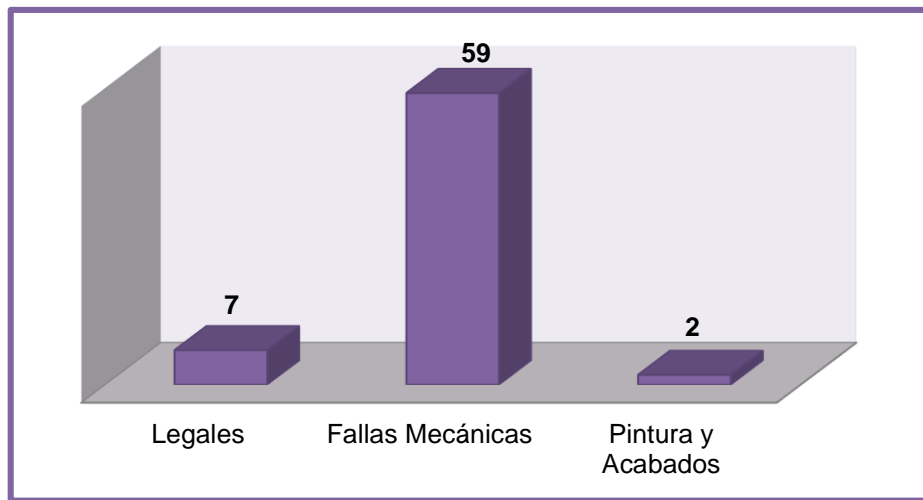
**Cuadro N°20: Fallas encontradas**

Variables	Cantidad	%
Legales	7	10%
Fallas Mecánicas	59	87%
Pintura y Acabados	2	3%
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación poblacional

Elaborado por: La autora

**Gráfico N°16: Fallas encontradas**



Elaborado por: La autora

De las personas que indicaron que habían sufrido de fallas el 87% afirmó que fueron fallas mecánicas, el 10% por asuntos legales y el 3% restante problemas de pintura y acabados. Estos datos nos permiten tener la pauta de cómo erradicar las fallas en los vehículos y por lo tanto los clientes insatisfechos.

8.- Determine su preferencia por la ubicación del patio de autos.

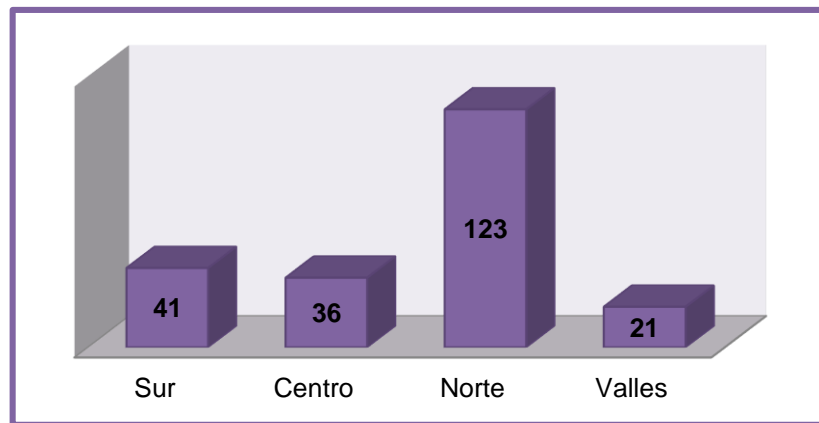
**Cuadro N°21: Ubicación**

Variables	Cantidad	%
Sur	41	19%
Centro	36	16%
Norte	123	56%
Valles	21	10%
<b>TOTAL</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación poblacional

Elaborado por: La autora

**Gráfico N°17: Ubicación**



Elaborado por: La autora

De las personas encuestadas 123 dijeron que preferirían que el patio de autos se ubique en el norte de la ciudad lo cual representa el 56% de la población encuestada, seguido por el sur, el centro y después los valles. La accesibilidad del sector norte de la ciudad hace de éste un lugar atractivo para la ubicación de nuestra comercializadora.

9.- Cuánto estaría dispuesto a pagar por tramitación legal?

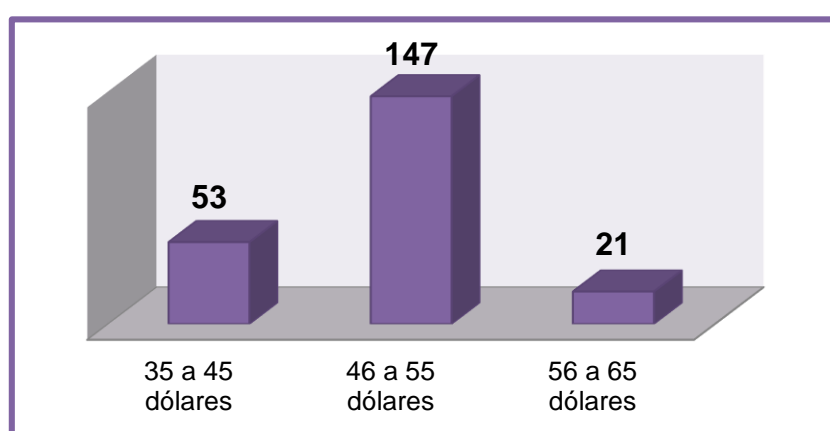
**Cuadro N°22: Asesoría legal**

Variables	Cantidad	%
35 a 45 dólares	53	24%
46 a 55 dólares	147	67%
56 a 65 dólares	21	10%
<b>TOTAL</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación poblacional

Elaborado por: La autora

**Gráfico N°18: Asesoría legal**



Elaborado por: La autora

De todos los encuestados, 147 dijeron que pagarían un valor de entre 46 a 55 dólares por un servicio de tramitación legal, en el cual estaría incluido el reconocimiento de firmas y traspaso del vehículo. De los restantes 53 dijeron que pagarían de 35 a 45 dólares y 21 dijeron que pagarían de 56 a 65 dólares.

### **3.5. Análisis de la demanda**

Los resultados de la encuesta aplicada nos indican que el 72% de la población han comprado alguna vez un vehículo de segunda y ahora también sabemos que de esas personas el 46% cambian de auto en un lapso de 3 a 5 años.

#### **3.5.1. Factores que la afectan**

**Aranceles:** los aranceles impuestos por el gobierno son factores decisivos que afectan la demanda. Un ejemplo claro son los aranceles a los CKD (partes de autos), que se importan para que los autos sean ensamblados en el país, están entre el 5 y 18%.

**Precio del dólar:** la depreciación del dólar frente a otras monedas extranjeras como el Yen es un factor que provoca un alza en los precios de los vehículos importados, lo cual hace que la demanda de vehículos usados incremente.

**Precios de los repuestos:** el incremento en los precios de los repuestos de los vehículos importados hace que la demanda de los mismos disminuya y que la gente prefiera comprar vehículos usados cuyo mantenimiento sea más económico.

**Restricciones de crédito:** que se vuelve más exigente con las reformas que disponen que el deudor pueda entregar el vehículo prendado, con lo que cancela el préstamo.

**Crecimiento poblacional:** el incremento en la población hace que la demanda también incremente, y que con el transcurrir del tiempo van a necesitar cada vez más autos.

**Nivel de ingresos:** a diferencia de los vehículos nuevos, los vehículos usados están destinados a casi todos los estratos sociales, ya que existe una gran variedad de precios, sin embargo si el nivel de ingresos incrementa entonces la demanda de vehículos va a ser mayor y el precio de los mismos también puede incrementar.

### 3.5.2. Demanda Actual

Para determinar la demanda existente de vehículos usados se consideró la población de toda la provincia de Pichincha, según el censo del 2010 realizado por el INEC Pichincha tiene 2'576,287 habitantes, de los cuales 1'379,560 están en edades comprendidas entre 20-59 años y 1'190,632 tienen trabajos, es decir cumplen con una actividad económica.

Según la investigación realizada el 72% de de los encuestados han comprado vehículos usados y cambian de vehículo cada cierto tiempo, para determinar la demanda anual se debe establecer una cantidad de autos promedio como lo indica el cuadro que sigue.

**Cuadro N°23: Demanda Actual**

<b>A.</b>	Población Total	1.190.632
-----------	-----------------	-----------

		<b>B=(A x 72%)</b>
<b>B.</b>	Demanda Total	857.255

#### Cambio de Vehículo

	<b>C. Cada 2 años</b> C=B x 31%	<b>D. De 3 a 5 años</b> D=B x 46%	<b>E. Más de 5 años</b> E= B x 23%	
<b>Demanda total</b>	265.749	394.337	197.169	
	<b>F = C / 2</b>	<b>G = D / 4</b>	<b>H = E / 7</b>	<b>Total = F+G+H</b>
<b>Demanda Anual</b>	132.875	98.584	28.167	259.626

Fuente: Investigación poblacional

Elaborado por: La autora

La demanda anual que se estima que hay es de 259,626 vehículos, lo cual representa el 21,81% con respecto a la población.

### 3.5.3. Proyección de la demanda

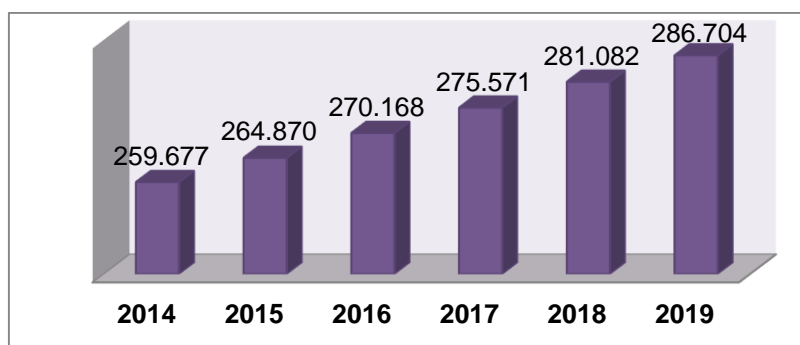
Considerando los datos de la demanda actual y las tasas de crecimiento de la población proporcionadas por el INEC, se determinó que en los próximos años la población se incrementará en un 2% cada año. Con ésta información se realizará la proyección a 5 años.

**Cuadro N°24: Proyección de la demanda**

Año	Población Total	Demanda (21,81%)
2014	1.190.632	259.677
2015	1.214.445	264.870
2016	1.238.734	270.168
2017	1.263.508	275.571
2018	1.288.778	281.082
2019	1.314.554	286.704

Elaborado por: La autora

**Gráfico N°19: Proyección de la Demanda**



Elaborado por: La autora

### 3.6. Análisis de la Oferta

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores están dispuestos a poner a disposición del mercado a un determinado valor. La oferta está formada por todas las empresas que ofrecen servicios similares a los nuestros.



### 3.6.1. Factores que afectan la oferta

**Número de Participantes:** el número de comercializadoras que existan en el mercado afecta directamente a la oferta, mientras más empresas dedicadas al negocio existan entonces mayor será la cantidad de autos ofertados.

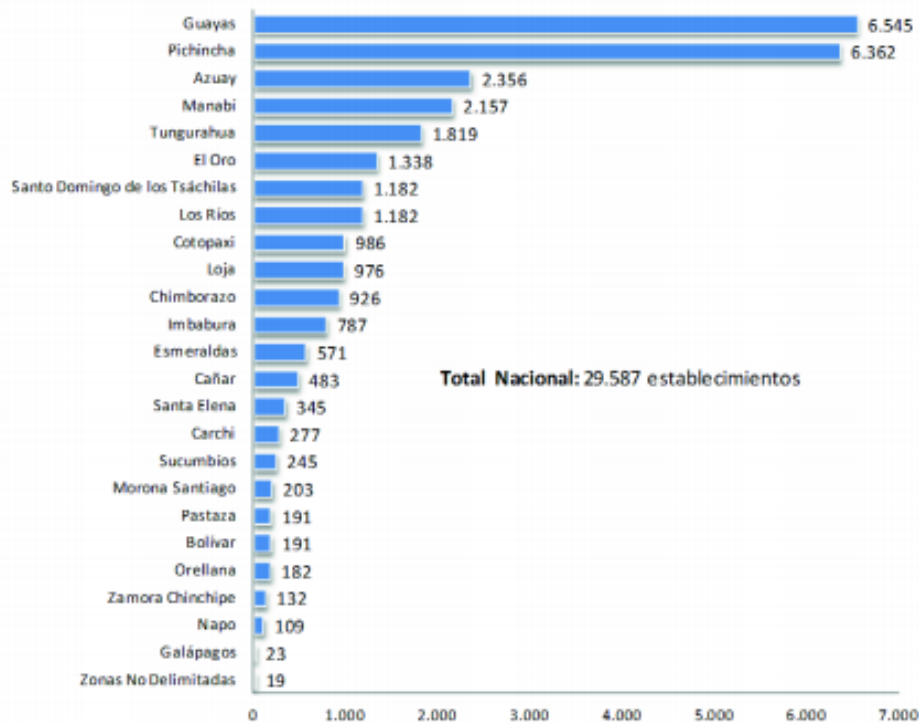
**Incremento de la demanda:** el mismo hecho de que la demanda tenga una tendencia a incrementar obliga a que la oferta también incremente. Como fue mencionado anteriormente, el objetivo de este proyecto es poco a poco ir disminuyendo el comercio informal sin embargo por la facilidad que existe para comercializar vehículos usados y la rentabilidad del negocio las personas tienden a dedicarse a este tipo de actividades, ya sea formal o informalmente.

**Productos sustitutos:** a pesar de que en los resultados de las encuestas se pudo determinar que el 72% de la población a comprado vehículos usados, eso no quiere decir que no pueden adquirir productos sustitutos como puede ser un auto nuevo. Sin embargo los aranceles y las restricciones impuestas en las importaciones hacen que la oferta de vehículos nuevos sea cada vez menor.

### 3.6.2. Oferta actual

A escala nacional, 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 (INEC, 2012)

**Gráfico N°20: Establecimientos automotrices por provincia**



**Fuente:** Censo Nacional Económico 2010, INEC.

**Elaboración:** Dirección de Estadísticas Económicas, INEC

Según la información del INEC existen 6362 establecimientos dedicados a actividades automotrices en la provincia de Pichincha, de los cuales el 30% se dedica a la comercialización de vehículos. Ésta información nos permite determinar el número aproximado de comercializadoras existentes actualmente en Pichincha.

Las empresas dedicadas al sector de Comercio automotriz son 1900, de los cuales se ha determinado que solo 250 realizan actividades de comercialización de vehículos usados.

De las investigaciones realizadas a las comercializadoras nos confirmaron que cada una comercializa un promedio de 40 autos al mes, lo cual hace que la oferta quede de la siguiente manera:

**Cuadro N°25: Oferta Actual**

Número de establecimientos	Oferta mensual por establecimiento	Oferta mensual total	Oferta anual
250	40	10000	120000

Elaborado por: La autora

### 3.6.3. Proyección de la oferta

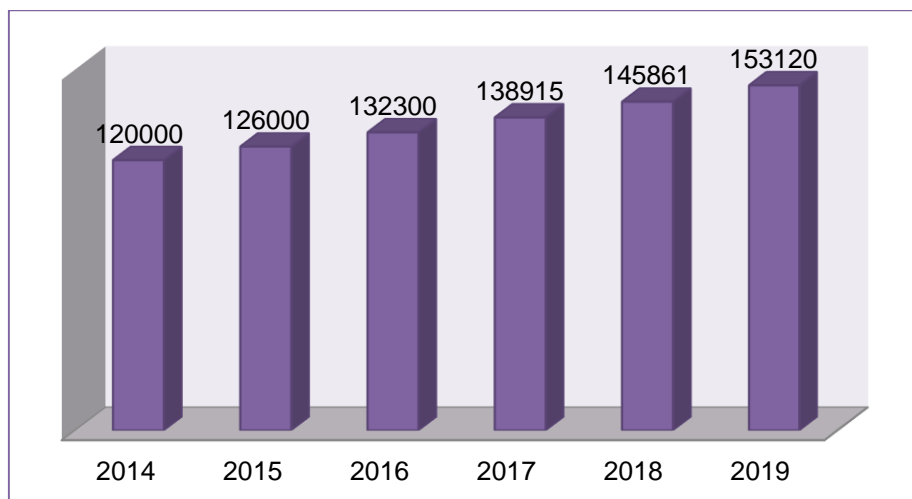
Para proyectar la oferta vamos a considerar la misma tasa de crecimiento utilizada en la demanda, es decir que incrementará un 2% el número de vehículos vendidos por cada comercializadora.

**Cuadro N°26: Proyección de la oferta**

Año	Número de establecimientos	Oferta	Oferta Total
1	250	480	120000
2	263	480	126000
3	276	480	132300
4	289	480	138915
5	304	480	145861

Elaborado por: La autora

**Gráfico N°21: Proyección de la oferta**



Elaborado por: La autora

### 3.7. Proyección de la demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que los ofertantes no pueden satisfacer, para esta proyección hemos utilizado los datos calculados en la proyección de la demanda y la oferta.

**Cuadro N°27: Demanda Insatisfecha**

<b>Año</b>	<b>Demanda Total</b>	<b>Oferta Total</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
<b>2014</b>	259,677	120,000	139,677
<b>2015</b>	264,870	126,000	138,870
<b>2016</b>	270,168	132,300	137,868
<b>2017</b>	275,571	138,915	136,656
<b>2018</b>	281,082	145,861	135,221
<b>2019</b>	286,704	153,120	133,584

Elaborado por: La autora

### 3.8. Conclusión

Después de realizado el estudio de mercado se puede determinar que la demanda de vehículos es bastante elevada y a pesar de que exista un oferta creciente hay mucho mercado al que podemos dirigirnos. En esta ocasión se consideró la inflación como un factor determinante de la demanda, sin embargo, como se menciona en el estudio de la demanda existen factores como la imposición de aranceles a los vehículos importados o a los CKD lo cual afecta de manera positiva a la demanda de vehículos usados e incrementa el mercado insatisfecho, creando así el escenario perfecto para nuestra comercializadora.

## **CAPITULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. Descripción del Producto**

Después del estudio realizado se concluye que la mejor opción para formalizar el negocio de la compra – venta de vehículos usados, en la ciudad de Quito, es la creación de una empresa que permita a los comerciantes informales realizar actividades con el respectivo asesoramiento legal, técnico y mecánico, el cual permita conocer las condiciones en las que se encuentra el vehículo.

De la misma manera, para aquellas personas que deseen adquirir un vehículo, aseguramos su inversión, ya que cuentan con el traspaso del vehículo legalizado y un certificado en el cual constan las condiciones en las que se encuentra el automotor.

La Empresa que se formará tendrá los siguientes servicios:

- Compra - venta de vehículos usados.
- Prestación de los servicios de comisionista en la venta de vehículos usados.
- Prestación de los servicios de compra de vehículos con pedido de los clientes cobrando una comisión.
- Prestación del servicio de exhibición de los vehículos a los comerciantes informales para que realicen permanentemente los negocios en las instalaciones de la empresa.
- Prestación de servicios de diagnóstico de los vehículos para la compra-venta.

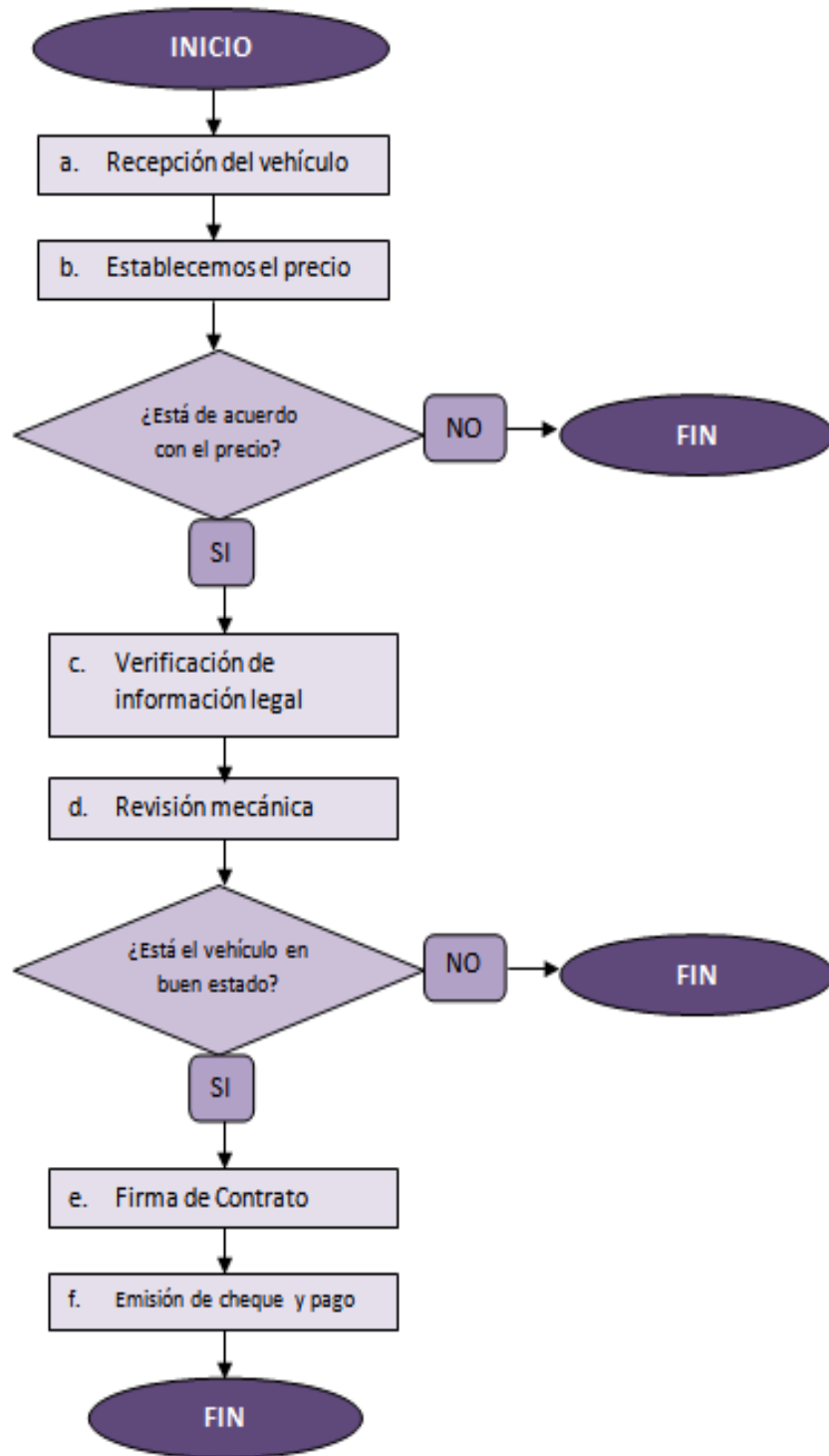
## **4.2. Descripción del Proceso**

En esta sección se pretende determinar los procesos a seguir, la distribución de los espacios físicos y todos los aspectos necesarios para la instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto.

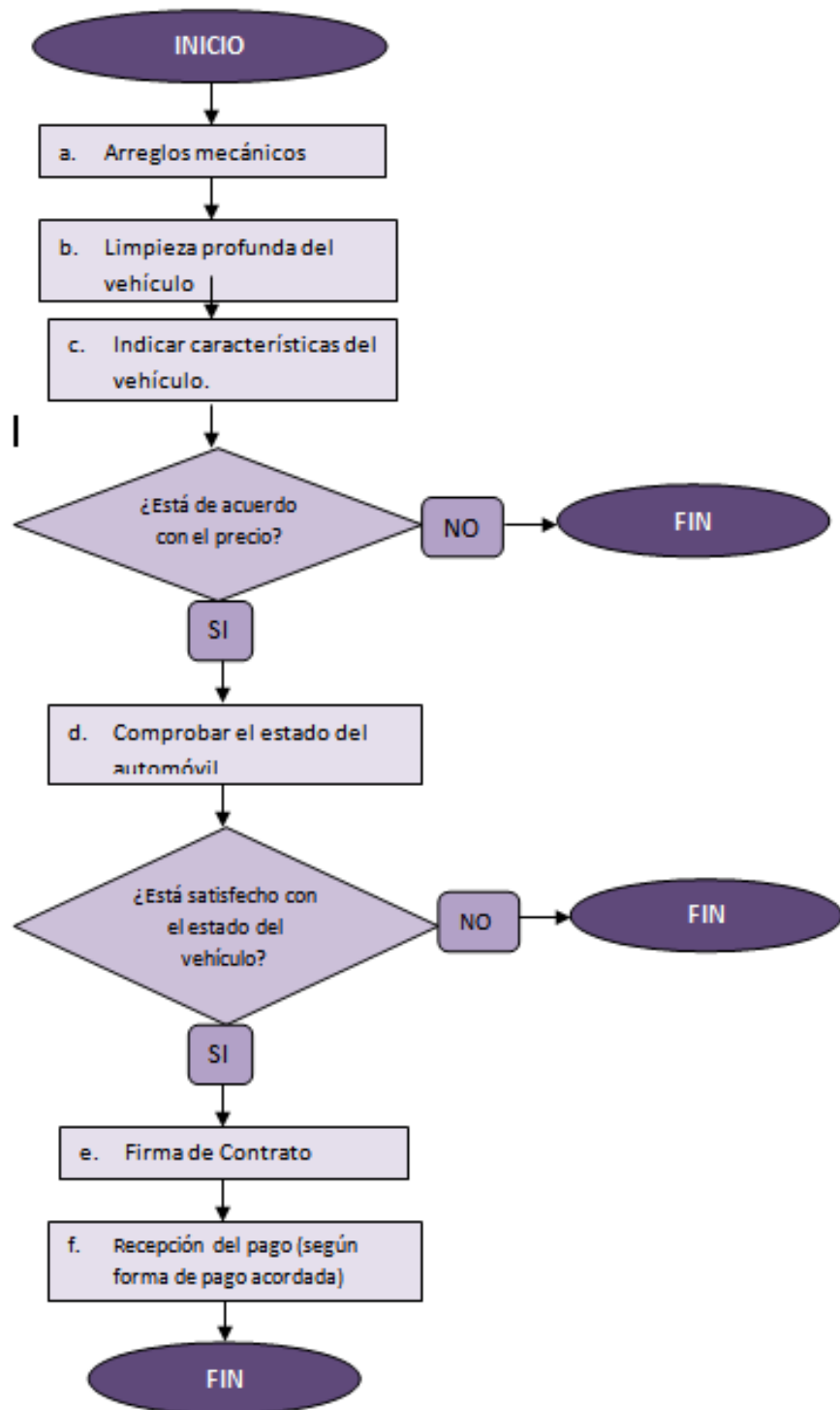
### **4.2.1. Diagrama de Flujo**

El diagrama de flujo es una herramienta que permite establecer las actividades que se realizarán para la compra y venta de los vehículos dentro del patio de comercialización.

4.2.1.1. Diagrama de flujo para la compra de un vehículo



#### 4.2.1.2. Diagrama de flujo para la venta de un vehículo





## **4.2.2. Descripción de Actividades**

### **4.2.2.1. Para la Compra de un vehículo**

Para la compra del vehículo es necesario cumplir con las siguientes actividades:

- a. Verificar los documentos del vehículo, es decir, comprobar con la matrícula el número de motor y de chasis, además verificar el nombre del propietario con su cédula.
- b. Se establece un valor para el vehículo de acuerdo al precio del mercado y estado del mismo. Si se logra definir el valor adecuado para las dos partes el proceso continúa, de lo contrario ahí termina.
- c. Verificar en los respectivos portales que el vehículo no tenga ningún desgravamen, impedimentos de venta, multas de tránsito, valores por pagar o que se encuentre en algún proceso judicial.
- d. Revisión del vehículo por parte del mecánico para verificar su estado mecánico.
- e. Una vez comprobado la legalidad de los documentos, el buen estado del vehículo y negociado el valor del mismo se procede a la firma del contrato y otro documento para realizar el reconocimiento de firmas.
- f. Solicitar al área de gerencia la emisión del cheque o la transferencia para realizar el respectivo pago por el valor acordado.

### **4.2.2.2. Para la venta de un vehículo**

- a. Se realizan los arreglos necesarios para reparar las fallas encontradas en el diagnóstico mecánico, para que de esta manera quede en perfecto estado.
- b. Lavar, encerar y dar el respectivo mantenimiento, para que la apariencia del vehículo sea la mejor.
- c. Al posible comprador se le detalla todas las características del vehículo, respondiendo a todas sus inquietudes y se le indica el valor que está establecido para ese automóvil.

- d. Si el cliente está de acuerdo con el valor puede comprobar el estado del vehículo, ya sea revisándolo el mismo o haciéndolo revisar por su mecánico de confianza.
- e. Cuando el cliente ya está satisfecho con el estado del vehículo y el precio está pactado se firma el contrato y se entrega toda la documentación legalizada.
- f. Se recibe el pago por parte del comprador, este pago se lo puede realizar en efectivo, cheque certificado o de gerencia, transferencia bancaria o por financiamiento si así lo requieren.

### **4.3. Tamaño del proyecto**

Juan José Miranda indica que el tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia de un proyecto.

Es importante definir el tamaño del proyecto ya que el mismo tiene incidencia en el nivel de las inversiones y los costos que se generen. Una vez que se determine el tamaño se podrá definir el nivel de operación.

#### **4.3.1. En función de la demanda**

A través del estudio de mercado se puede determinar si existe o no una demanda potencial y en qué cantidad. Por esta razón es que el tamaño del proyecto está estrechamente ligado con la demanda insatisfecha que se busca cubrir cuando la empresa entre a operar.

En el estudio realizado se determinó que la demanda insatisfecha es de aproximadamente 140000 unidades por año, el cual es un volumen bastante alto, mientras que la oferta promedio de un patio de autos, según el estudio realizado, es de 40 unidades al mes; eso quiere decir de 480 unidades por año. En vista de que la demanda es mayor y tiene tendencia a incrementar podemos tener una proyección de crecimiento.

### 4.3.2. En función del financiamiento

El recurso financiero es uno de los factores más importantes al momento de determinar el tamaño de un proyecto ya que la inversión necesaria se puede ver afectada por la capacidad financiera. En nuestro caso se requiere de \$ 197959.39, este monto estará dividido entre capital propio en un 76% y un capital financiado por una Institución Bancaria del 24%. El dinero requerido, permitirá desarrollar la implementación y creación de la empresa.

### 4.4. Localización del proyecto

#### 4.4.1. Macro localización

La comercializadora será ubicada en la Ciudad de Quito, Provincia de Pichincha, República del Ecuador. Se ubicará en el sector centro norte de la ciudad, como lo indica el grafico.

Gráfico N°22: Macro localización



#### 4.4.2. Micro localización

La micro localización es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar el lugar exacto para instalar el proyecto, siendo este el sitio que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir el menor costo posible. Para esto se toman en cuenta las siguientes variables:

##### a. Costo y disponibilidad de terrenos

Es importante contar con áreas de terreno disponibles para la construcción de la infraestructura necesaria, al igual que el precio de la propiedad.

##### b. Disponibilidad de servicios básicos

Los servicios básicos son fundamentales para la implementación del proyecto ya que contribuyen como fuente de apoyo a la operatividad del proyecto

##### c. Cercanía al mercado objetivo

La ubicación del proyecto debe ser en un lugar estratégico donde exista afluencia de tráfico y facilidades de acceso.

**Cuadro N°28: Micro localización**

LUGAR	ELOY ALFARO	RIO COCA	LA MARISCAL
<b>FACTORES</b>			
COSTO DE TERRENOS	6	6	8
SERVICIOS BÁSICOS	9	9	9
MERCADO OBJETIVO	7	8	9
<b>TOTAL</b>	22	23	36

La compañía ubicará sus instalaciones en la avenida Juan Leon Mera y La Niña, en la ciudad de Quito, el terreno que se utilizará tiene una superficie de 2.660 m<sup>2</sup>, y todas las obras de infraestructura, cuentan con una alta

circulación vehicular y es un área completamente comercial, lo cual constituye un lugar privilegiado para esta actividad económica.

#### **4.5. Distribución del espacio**

El patio de autos consta de tres áreas bien definidas que son:

- a. El patio de exhibición de los vehículos
- b. Área administrativa.
- c. Área de diagnóstico y lavado

Patio de exhibición.- Tiene un área de 600 metros cuadrado con cerramiento, con una puerta de ingreso y salida, con una capacidad de estacionamiento de 30 vehículos tomando en cuenta las normas del Municipio de Quito para zonas de parqueo que es de 5 metros por 3 metros.

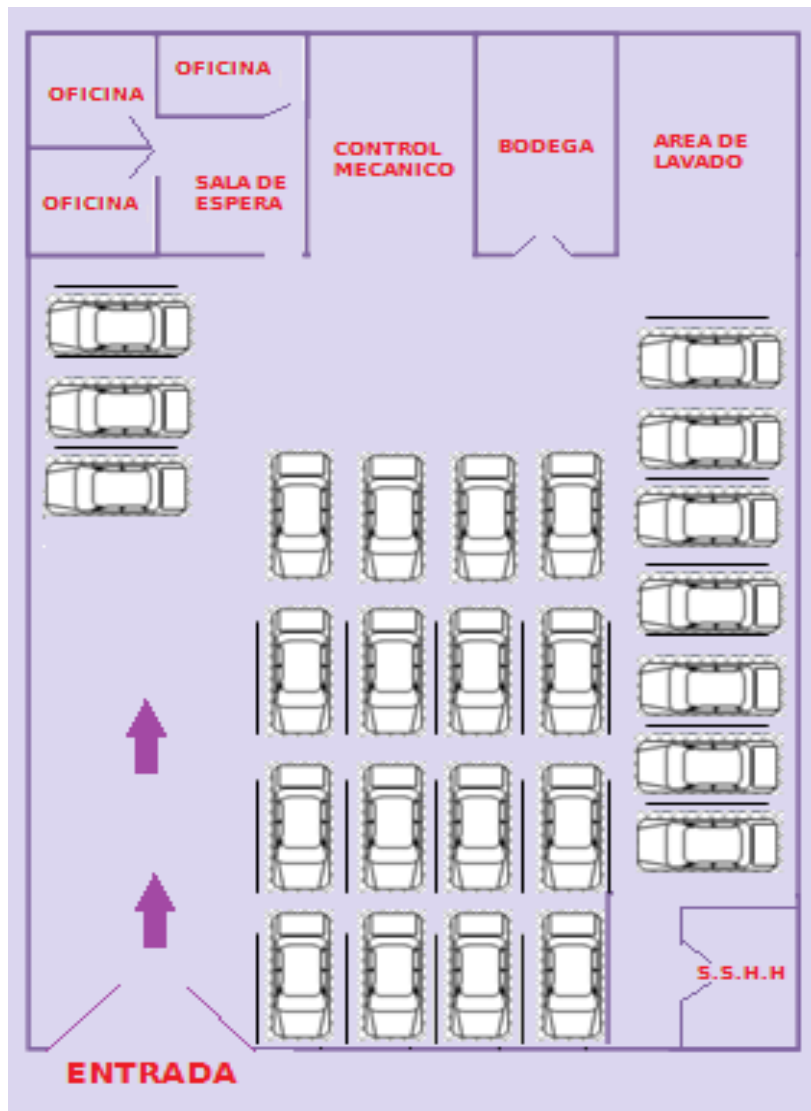
Área administrativa.- Es una construcción de una planta, que está dividida de la siguiente manera:

- Tres oficinas para gerentes y jefes, con una área de 9 metros cuadrados cada uno (3 X 3).
- Sala de espera, con puerta de ingreso y salida con accesos a la gerencia y oficina de negocios cuanta con batería sanitaria y la área disponible es de 10.50 metros cuadrados (3 X 3.50).

Área de diagnóstico.- Que está organizada de la siguiente manera:

- Área para las revisiones mecánicas, con un espacio de 24 metros cuadrados (6 X 4)
- Un espacio para la bodega con un área total de 18 metros cuadrados (6 X 3), este espacio está designado para guardar todas las herramientas e implementos que se utilizarán en el lavado, limpieza y revisión mecánica.
- Zona de Lavado con un espacio de 24 metros cuadrados (6 X 4)
- Baño Completo

**Gráfico N°23: Distribución del Espacio Físico**



Elaborado por: La autora

## 4.6. Análisis de la inversión

### 4.6.1. Inversión Fija

Inversión fija se entiende por activos tangible o fijo, a los bienes de propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de ellos sin que esto ocasione problemas a sus actividades productivas. (Baca Urbina, 2010)

### Cuadro N°29: Equipos y Maquinaria

CANT	DENOMINACION	VALOR TOTAL
4	Computadoras	3,200.00
1	Multifunción	350.00
1	Fax	200.00
1	Televisor	500.00
4	Telefonos	400.00
1	Juego de Herramientas	1,000.00
1	Aspiradora	200.00
1	Hidro-lavadora	450.00
1	Pulidora	120.00
	<b>TOTAL</b>	<b>6,420.00</b>

Elaborado por: La autora

En la tabla se detalla el equipo de oficina y otros materiales que se necesitan, dando un valor total de 6420,00 dólares.

### Cuadro N°30: Requerimiento muebles y encerres.

CANT	DENOMINACION	VALOR TOTAL
5	Escritorios	500.00
4	Archivadores	320.00
1	Juego de sala de espera	700.00
1	Meson de recepción	200.00
1	Soporte para televisor	50.00
15	Sillas de escritorios	600.00
1	Repisa para herramientas	150.00
	<b>TOTAL</b>	<b>2,520.00</b>

Elaborado por: La autora

En la tabla se detalla el requerimiento mobiliario que se utilizará en las diferentes áreas que conforman la empresa con su respectivo costo, dando una suma de 2.760,00 dólares.

**Cuadro N°31: Cálculo de la inversión fija.**

DESCRIPCION	TOTAL
<b>ACTIVO FIJO : TANGIBLES</b>	
Maq. y Equipo	6,420.00
Muebles y Enseres	2,520.00
<b>Total Activo Fijo</b>	<b>8,940.00</b>

Elaborado por: La autora

En la tabla se presenta el valor total de la inversión fija que asciende a 8940,00 dólares.

#### **4.6.2. Inversión Diferida**

Estas inversiones se caracterizan por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio y la implementación del proyecto. Por ser intangibles, a diferencia de las inversiones fijas, están sujetas a amortización y se recuperan a largo plazo, como por ejemplo:

- Trabajos de investigación y estudios
- Gastos de organización y supervisión
- Gastos de Constitución
- Patentes y licencias

**Cuadro N°32: Inversión Diferida**

DESCRIPCION	TOTAL
<b>ACTIVO FIJO: INTANGIBLE</b>	
Gastos Estud. Invest.	800.00
Gast.Constitucion	700.00
Gastos de puesta en marcha	480.00
<b>Total Activo Fijo Intangible</b>	<b>1,980.00</b>

Elaborado por: La autora



### 4.6.3. Costos y Gastos

Los costos y gastos son todos los desembolsos necesarios que debe realizar la empresa para su financiamiento, siendo los costos relacionados con la producción y los gastos con la administración.

Los costos son los desembolsos causados en el proceso de fabricación de un producto o la prestación de un servicio, entre esos están:

- Materia Prima
- Mano de obra directa
- Salarios del personal
- Servicios básicos
- Mantenimiento de las instalaciones

**Cuadro N°33: Suministros de oficina y limpieza**

Suministros y Materiales	Valor
Tinta	\$ 60,00
Papelería	\$ 80,00
Productos de limpieza	\$ 130,00
<b>Total</b>	<b>\$ 270,00</b>

Elaborado por: La autora

En la tabla se detalla el valor de los suministros y materiales que se necesitan sumando un valor total de \$270.00 mensuales.

**Cuadro N°34: Gastos Operativos**

REMUNERACIONES							
CARGO	SUELDO	IESS	DECIMO TERCERO	VACACIONES	DECIMO CUARTO	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL INGRESOS
Gerente Administrativo	\$ 800,00	\$ 97,20	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ 28,33	\$ 225,53	\$ 1.025,53
Jefe Compras	\$ 650,00	\$ 78,98	\$ 54,17	\$ 27,08	\$ 28,33	\$ 188,56	\$ 838,56
Jefe de Ventas	\$ 650,00	\$ 78,98	\$ 54,17	\$ 27,08	\$ 28,33	\$ 188,56	\$ 838,56
Vendedor #1	\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ 28,33	\$ 112,14	\$ 452,14
Vendedor #2	\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ 28,33	\$ 112,14	\$ 452,14
Auxiliar Contable	\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ 28,33	\$ 112,14	\$ 452,14
Mensajero	\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ 28,33	\$ 112,14	\$ 452,14
Personal de Limpieza	\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ 28,33	\$ 112,14	\$ 452,14
<b>Total</b>	<b>\$ 3.800,00</b>	<b>\$ 461,71</b>	<b>\$ 316,66</b>	<b>\$ 158,34</b>	<b>\$ 226,64</b>	<b>\$ 1.163,35</b>	<b>\$ 4.963,35</b>
Arriendo							<b>\$ 1.700,00</b>
<b>Total Arriendo</b>							<b>\$ 1.700,00</b>
Agua							\$ 33,84
Luz							\$ 17,72
Teléfono							\$ 37,80
Internet							\$ 24,99
TV Cable							\$ 26,52
<b>Total Servicios Básicos</b>							<b>\$ 140,87</b>
<b>Total gastos operativos</b>							<b>\$ 6.804,22</b>

Elaborado por: La Autora

<b>Costo Total</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Suministros de Oficina y limpieza	\$ 270,00	\$ 3.240,00
Sueldos y beneficios sociales	\$ 4963,35	\$ 59.560,20
Servicios Básicos	\$ 140,87	\$ 1.690,44
Arriendo	\$ 1.700,00	\$ 20.400,00
Gastos Imprevistos	\$ 353,71	\$ 4.244,53
<b>Total</b>	<b>\$ 7.427,93</b>	<b>\$ 89.135,17</b>

Elaborado por: La autora

En el cuadro que antecede se pueden apreciar los gastos operativos en los que se va a incurrir mensualmente y su proyección al primer año.

#### 4.6.4. Capital de trabajo

Son aquellos recursos que se requieren para que la empresa pueda operar. En nuestro caso, para iniciar con el negocio debemos adquirir vehículos para que después sean vendidos. Para empezar se ha decidido comprar 15 vehículos con diferentes características, el valor promedio por auto será de \$11.800,00.

**Cuadro N°35: Capital de trabajo**

<b>Capital de Trabajo</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario Promedio</b>	<b>Valor total</b>
<b>Vehículos</b>	11.800,00	177.000,00

Elaborado por: La autora

#### 4.6.5. Inversión Total del Proyecto

**Cuadro N°36: Inversión Total**

<b>Detalle</b>	<b>Valor total</b>
Inversión Fija	\$ 8.940,00
Inversión Diferida	\$ 1.980,00
Costos y gastos	\$ 7.427,93
Capital de Trabajo	\$ 177.000,00
<b>Total</b>	<b>\$ 195.347,93</b>

**Elaborado por:** La autora

Como lo indica el cuadro la inversión total del proyecto es de \$195.347,93; los cuales se financiarán mayoritariamente con capital propio. Cabe indicar que la comercializadora está conformada por tres socios los cuales aportarán cada uno con \$50.000,00 para iniciar con el negocio.

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero se lo realiza para analizar los aspectos y las variables económicas que están involucradas en el proyecto. Tiene por objeto determinar la magnitud de la inversión y verificar si la creación de la empresa es viable o no y demostrar la rentabilidad de la misma. De esta forma se asegura que los recursos que dispone la empresa sean asignados de la mejor forma posible.

#### **5.1. Presupuestos**

En el presupuesto se considerará los ingresos y egresos que tendrá la empresa dentro de cada año de operación. Es un plan destinado a cumplir las metas previstas, expresadas en valores y términos financieros. Dichas metas deben cumplirse en un determinado tiempo y bajo condiciones previstas por los socios

##### **5.1.1. De Inversión**

Se determina un valor de dinero aproximado para iniciar con el proyecto y se define las maneras en las cuales se financiará dicha inversión.

##### **5.1.1.1. Activos Fijos**

El activo fijo es una cuenta contable que corresponde a los bienes de carácter duradero, es decir que no varían durante su ciclo de explotación. Lo normal es que estos bienes perduren durante mucho tiempo en la empresa, sin embargo esto no significa que sean eternos, por esta razón la contabilidad obliga a depreciar estos bienes a medida que transcurre el tiempo.

En este caso los activos fijos están representados por el mobiliario y la maquinaria de equipo necesaria para el desarrollo del negocio.

**Cuadro N°37: Activo Fijo**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>TOTAL</b>
Maq. y Equipo	6,420.00
Muebles y Enseres	2,520.00
<b>Total Activo Fijo</b>	<b>8,940.00</b>

Elaborado por: La autora

#### **5.1.1.2. Activos diferidos**

Los activos diferidos están representados por costos y gastos que no se cargan en el periodo en el cual es efectuado el desembolso sino que se paga en periodos futuros con los ingresos obtenidos por estos desembolsos. Este tipo de gastos no ocurren de manera recurrente.

Dentro de los activos diferidos de nuestra empresa están contemplados los gastos necesarios para el estudio y la implementación del proyecto.

**Cuadro N°38: Activos Diferidos**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>TOTAL</b>
Gastos Estud. Invest.	800.00
Gast.Constitucion	700.00
Gastos de puesta en marcha	480.00
<b>Total Activo Fijo Intangible</b>	<b>1,980.00</b>

Elaborado por: La autora

#### **5.1.1.3. Capital de trabajo**

Para que la empresa pueda afrontar los gastos que se generan desde su constitución hasta la generación de los primeros ingresos, es indispensable disponer de un flujo de efectivo que nos permita operar los primeros tres meses en el mercado. Dentro del capital necesario hemos considerado los siguientes rubros:

### Cuadro N°39: Capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Materiales de trabajo	177.000,00
G.Administrativos	7.427,93
G.Ventas	152,50
<b>Total Capital de Operación</b>	<b>184.580,43</b>

Elaborado por: La autora

#### 5.1.2. Proyección de ingresos

Se denomina ingresos a todos los rubros percibidos por la empresa a cambio de la prestación de servicios o venta de productos

### Cuadro N°40: Ingresos Proyectados

NOMBRE DEL PRODUCTO	AÑO 1		
	PRECIO U.	UNID. PRODUC.	VALOR
<b>Venta de vehículos</b>	12,400.00	180.00	2,232,000.00
<b>Venta por Comisión</b>	360.00	98.00	35,280.00
<b>Asesoría Legal</b>	50.00	263.00	13,150.00
<b>TOTAL INGRESOS</b>		541.00	2,280,430.00

NOMBRE DEL PRODUCTO	AÑO 2		
	PRECIO U.	UNID. PRODUC.	VALOR
<b>Venta de vehículos</b>	13,020.00	207.00	2,695,140.00
<b>Venta por Comisión</b>	360.00	113.00	40,680.00
<b>Asesoría Legal</b>	54.00	302.00	16,308.00
<b>TOTAL INGRESOS</b>		622.00	2,752,128.00

NOMBRE DEL PRODUCTO	AÑO 3		
	PRECIO U.	UNID. PRODUC.	VALOR
Venta de vehículos	13,671.00	238.00	3,253,698.00
Venta por Comisión	360.00	130.00	46,800.00
Asesoría Legal	58.32	348.00	20,295.36
<b>TOTAL INGRESOS</b>		716.00	3,320,793.36

NOMBRE DEL PRODUCTO	AÑO 4		
	PRECIO U.	UNID. PRODUC.	VALOR
Venta de vehículos	14,354.55	274.00	3,933,146.70
Venta por Comisión	360.00	149.00	53,640.00
Asesoría Legal	62.99	400.00	25,196.00
<b>TOTAL INGRESOS</b>		823.00	4,011,982.70

NOMBRE DEL PRODUCTO	AÑO 5		
	PRECIO U.	UNID. PRODUC.	VALOR
Venta de vehículos	15,072.28	315.00	4,747,767.41
Venta por Comisión	360.00	171.00	61,560.00
Asesoría Legal	68.02	460.00	31,289.20
<b>TOTAL INGRESOS</b>		946.00	4,840,616.61

Elaborado por: La autora



El precio establecido para la venta de vehículos es un valor promedio que se tendrá de utilidad por carro, es imposible establecer un valor fijo ya que los autos varían su precio dependiendo del modelo, año y estado. Según el estudio realizado se determinó que hay una utilidad promedio de \$600.00 por vehículo. Se estableció un precio de compra promedio de \$11.800 y un precio de venta promedio de \$12.400 para el primer año.

De la misma forma se estableció la comisión por cobrar en el caso de las ventas por comisión, el valor a cobrar corresponde al 3% del valor total del vehículo, por lo tanto éste tampoco es un valor fijo sino que hemos establecido un valor promedio de \$12.000,00 por auto, de lo cual nos correspondería una comisión de \$360,00.

A diferencia de los valores mencionados anteriormente, los cuales son variables y dependientes del valor del vehículo, el rubro por asesoría legal será un valor que dependerá de la inflación del país. Después de un análisis a los valores de inflación de los últimos cinco años hemos determinado que el valor por este servicio incremente un 8% anual.

### **5.1.3. Proyección de Egresos**

Los egresos son la inversión necesaria para administrar la empresa y producir los productos o servicios que a corto o largo plazo generarán ingresos. Estos valores se cargan al precio del producto final, por lo que se podría afirmar que es un valor recuperable.

**Cuadro N°41: Proyección de Gastos Administrativos**

CANT	DENOMINACION	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
	<b>PERSONAL EJECUTIVO Y ADMINISTRATIVO</b>						
1	Gerente Administrativo	1.025,53	12.306,36	12.921,68	13.567,76	14.246,15	14.958,46
1	Jefe de Compras	838,56	10.062,72	10.565,86	11.094,15	11.648,86	12.231,30
1	Jefe de Ventas	838,56	10.062,72	10.565,86	11.094,15	11.648,86	12.231,30
1	Mensajero	452,14	5.425,68	5.696,96	5.981,81	6.280,90	6.594,95
1	Personal de Limpieza	452,14	5.425,68	5.696,96	5.981,81	6.280,90	6.594,95
2	Vendedores	904,28	10.851,36	11.393,93	11.963,62	12.561,81	13.189,90
1	Auxiliar Contable	452,14	5.425,68	5.696,96	5.981,81	6.280,90	6.594,95
	<b>SUMINISTROS Y MATERIALES:</b>						
	Suministros de oficina y limpieza	270,00	3.240,00	3.402,00	3.572,10	3.750,71	3.938,24
	<b>GASTOS OCUPACIONALES:</b>						
	Servicios básicos	140,87	1.690,44	1.774,96	1.863,71	1.956,90	2.054,74
	Arriendo	1.700,00	20.400,00	21.420,00	22.491,00	23.615,55	24.796,33
	<b>IMPREVISTOS % DE LOS RUBROS ANTER</b>	353,71	4.244,53	4.456,76	4.679,60	4.913,58	5.159,26
	<b>TOTAL</b>	<b>7.427,93</b>	<b>89.135,17</b>	<b>93.591,93</b>	<b>98.271,53</b>	<b>103.185,10</b>	<b>108.344,36</b>

Política de incremento en gastos de personal  
 Política de incremento en gastos de suministros  
 Política de incremento en gastos de ocupacionales  
 Políticas de incremento en gastos operacionales  
 Porcentaje de imprevistos

1,05
1,05
1,05
1,05
5%

**Elaborado por:** La autora

**Cuadro N°42: Proyección de Gastos de Ventas**

DENOMINACION	VALOR MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>GASTOS DE PROMOCION Y PROPAGANDA:</b>						
Gastos promoción	50,00	600,00	660,00	726,00	798,60	878,46
Imprevistos	-	30,00	33,00	36,30	39,93	43,92
<b>SUELDOS Y COMISIONES:</b>						
<b>Comisiones Vendedores</b>	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
<b>TOTAL</b>	<b>250,00</b>	<b>3.030,00</b>	<b>3.213,00</b>	<b>3.408,30</b>	<b>3.616,83</b>	<b>3.839,60</b>

Imprevistos	5%
Política de incremento de promoción	1,10
Política de incremento de sueldo Agente Comercial	1,05

**Elaborado por:** La autora

Para que una empresa sea exitosa es necesario que se invierta en promocionar la misma, el valor que se asigna para esta actividad no es mucho pero nos ayudará exponer la marca y darnos a conocer en el mercado. Será utilizado en la elaboración de adhesivos, banners, flyers y otro tipo de propaganda.

Para todos los gastos es necesario que se separe un valor para cubrir los imprevistos, en este caso se ha designado el 5% para cubrir cualquier gasto que no esté considerado dentro de nuestra planeación, en el caso de que el valor no sea utilizado entonces se irá acumulando para el siguiente periodo.

**Cuadro N°43: Costos Totales**

<b>DENOMINACION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN:</b>					
Costo de los vehículos	2.124.000,00	2.442.600,00	2.808.990,00	3.230.338,50	3.714.889,28
<b>Total Costos de Producción</b>	<b>2.124.000,00</b>	<b>2.442.600,00</b>	<b>2.808.990,00</b>	<b>3.230.338,50</b>	<b>3.714.889,28</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES:</b>					
G.Administrativos	89.135,17	93.591,93	98.271,53	103.185,10	108.344,36
G.Financiero (interés)	8.812,54	3.776,80	-	-	-
G. Ventas	3.030,00	3.213,00	3.408,30	3.616,83	3.839,60
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>100.977,71</b>	<b>100.581,73</b>	<b>101.679,83</b>	<b>106.801,93</b>	<b>112.183,96</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2.224.977,71</b>	<b>2.543.181,73</b>	<b>2.910.669,83</b>	<b>3.337.140,43</b>	<b>3.827.073,23</b>

Elaborado por: La autora

Si consideramos que se adquiere la misma cantidad de vehículos de los que se vende el primer año entonces son 180 unidades a un valor promedio de \$11.800.

Se estima un incremento anual del 15% en el costo de los vehículos por las medidas arancelarias que está tomando el gobierno actual.

#### 5.1.4. Estructura del Financiamiento

El financiamiento es el conjunto de recursos monetarios necesarios para llevar a cabo una actividad económica. En el caso de nuestra comercializadora vamos a combinar fuentes de financiamiento propias con otras fuentes ajenas como lo indica el cuadro.

**Cuadro N°44: Financiamiento**

DESCRIPCION	V A L O R	PORCENTAJE
CAPITAL PROPIO	150.000,00	77%
FINANCIAMIENTO	45.347,93	23%
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>195.347,93</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

**Cuadro N°45: Préstamo para la financiación**

<b>Monto</b>	<b>Interés</b>	<b>Plazo semestres</b>
45.347,93	10,50%	4,00

<b>Semestres</b>	<b>Préstamo</b>	<b>Interés</b>	<b>Amortiz.</b>	<b>A+I</b>	<b>Saldo deudor</b>	<b>V.Mensual</b>	<b>V.Diario</b>
1	45.347,93	4.761,53	11.336,98	16.098,52	34.010,95	2.683,09	89,44
2	34.010,95	3.571,15	11.336,98	14.908,13	22.673,97	2.484,69	82,82
3	22.673,97	2.380,77	11.336,98	13.717,75	11.336,98	2.286,29	76,21
4	11.336,98	1.190,38	11.336,98	12.527,37	-	2.087,89	69,60

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>
T.INTERES	8.332,68	3.571,15
AMORT.DEUDA	22.673,97	12.527,37
+SERV.DEUDA	31.006,65	16.098,52

**Elaborado por:** La autora

## **5.2. Estados Financieros**

Los estados financieros son informes que utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado.

### **5.2.1. Estado de Resultados (Pérdidas y ganancias)**

Muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea de ganancia o de pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la entidad durante un periodo determinado.

**Cuadro N°46: Estado de Pérdidas y Ganancias**

<b>DENOMINACION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ingresos Operacionales :	2.280.430,00	2.752.128,00	3.320.793,36	4.011.982,70	4.840.616,61
(-)Costos de producción	2.124.000,00	2.442.600,00	2.808.990,00	3.230.338,50	3.714.889,28
(=)Utilid.Bruta	156.430,00	309.528,00	511.803,36	781.644,20	1.125.727,34
(-)Gasto Operac.	100.977,71	100.581,73	101.679,83	106.801,93	112.183,96
(=)Utilid.Operac.	55.452,29	208.946,27	410.123,53	674.842,27	1.013.543,38
(+) Ingresos no Operacionales					
(=)Utilid. Antes de impuestos.	55.452,29	208.946,27	410.123,53	674.842,27	1.013.543,38
(-) 15% Utilid.Trab.	8.317,84	31.341,94	61.518,53	101.226,34	152.031,51
(=)Utilid.antes Imp.	47.134,45	177.604,33	348.605,00	573.615,93	861.511,87
(-)Imp./Renta	11.783,61	44.401,08	87.151,25	143.403,98	215.377,97
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>35.350,83</b>	<b>133.203,25</b>	<b>261.453,75</b>	<b>430.211,94</b>	<b>646.133,91</b>

Elaborado por: La autora



### **5.2.2. Flujo de caja**

El flujo de caja es un documento o informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado. Además de mostrar la entrada y salida de efectivo, el flujo de caja nos permite saber si nuestro negocio tiene un déficit o un excedente, y con esta información determinar cada qué tiempo se puede reinvertir o que opciones de financiamiento puedo brindar a los clientes.

**Cuadro N°47: Flujo de Caja**

DENOMINACION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Operacionales :	-	2.280.430,00	2.752.128,00	3.320.793,36	4.011.982,70	4.840.616,61
(-)costos de produccion		2.124.000,00	2.442.600,00	2.808.990,00	3.230.338,50	3.714.889,28
(=)Utilid.Bruta	-	156.430,00	309.528,00	511.803,36	781.644,20	1.125.727,34
(-)Gastos Administrativos		89.135,17	93.591,93	98.271,53	103.185,10	108.344,36
(-)Gastos de Ventas		3.030,00	3.213,00	3.408,30	3.616,83	3.839,60
(-)Gastos Financieros		8.812,54	3.776,80	-	-	-
(=)Utilid. Antes de impuestos.	-	55.452,29	208.946,27	410.123,53	674.842,27	1.013.543,38
(-) 15% Utilid.Trab.	-	8.317,84	31.341,94	61.518,53	101.226,34	152.031,51
(=)Utilid.antes Imp.	-	47.134,45	177.604,33	348.605,00	573.615,93	861.511,87
(-)Imp./Renta	-	11.783,61	44.401,08	87.151,25	143.403,98	215.377,97
<b>UTILIDAD NETA</b>	-	35.350,83	133.203,25	261.453,75	430.211,94	646.133,91
(+)Depreciaciones	-	1.092,00	1.092,00	1.092,00	1.092,00	1.092,00
(-) Pago préstamos (capital)		23.979,70	13.248,78	-		
(+)Amorti. Intangibles	-	1.980,00	-	-	-	-
Inversión en activos fijos	-8.940,00	-	-	-	-	-
Inversión en activos intangibles	-1.980,00					
Inversión en capital de trabajo	-184.680,43					
(+)Valor Residual	-	-	-	-		-
(+)Recuperación Capital de Trabajo	-	-				-
<b>(=)FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>	-195.600,43	14.443,14	121.046,46	262.545,75	431.303,94	647.225,91

Elaborado por: La autora

### 5.2.3. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel mínimo de ventas donde los costos fijos y variables están cubiertos, por ende es importante establecer el punto de equilibrio como cero o en lo posible incrementar las ventas para ubicarnos por encima del punto de equilibrio y así obtener beneficio.

**Cuadro N°48: Punto de Equilibrio**

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciación y amortización int.	1.092,00	1.092,00	1.092,00	1.092,00	1.092,00
Gastos administrativos fijos	89.135,17	93.591,93	98.271,53	103.185,10	108.344,36
Gastos de ventas fijos	3.000,00	3.180,00	3.372,00	3.576,90	3.795,68
Imprevistos Gastos Ventas	30,00	33,00	36,30	39,93	43,92
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>93.257,17</b>	<b>97.896,93</b>	<b>102.771,83</b>	<b>107.893,93</b>	<b>113.275,96</b>
<b>B. COSTOS VARIABLES:</b>					
Materias Primas y materiales	2.124.000,00	2.442.600,00	2.808.990,00	3.230.338,50	3.714.889,28
Repartición utilidades e Impuestos	20.101,46	75.743,02	148.669,78	244.630,32	367.409,48
<b>Total Costos Variables</b>	<b>2.144.101,46</b>	<b>2.518.343,02</b>	<b>2.957.659,78</b>	<b>3.474.968,82</b>	<b>4.082.298,75</b>

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>A. Total Costos Fijos</b>	<b>93.257,17</b>	<b>97.896,93</b>	<b>102.771,83</b>	<b>107.893,93</b>	<b>113.275,96</b>
<b>B. Total Costos Variables</b>	<b>2.144.101,46</b>	<b>2.518.343,02</b>	<b>2.957.659,78</b>	<b>3.474.968,82</b>	<b>4.082.298,75</b>
<b>TOTAL COSTOS(A+B)</b>	<b>2.237.358,63</b>	<b>2.616.239,95</b>	<b>3.060.431,61</b>	<b>3.582.862,76</b>	<b>4.195.574,71</b>
<b>TOTAL COSTOS COMPROBACIÓN</b>	<b>2.245.079,17</b>	<b>2.618.924,75</b>	<b>3.059.339,61</b>	<b>3.581.770,76</b>	<b>4.194.482,71</b>
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>2.280.430,00</b>	<b>2.752.128,00</b>	<b>3.320.793,36</b>	<b>4.011.982,70</b>	<b>4.840.616,61</b>
<b>C.F.</b>					
<b>Y.E. : =====</b>	<b>1.559.955,42</b>	<b>1.152.447,37</b>	<b>939.830,47</b>	<b>806.065,94</b>	<b>723.081,32</b>
<b>1 - (C.V./Vtas)</b>					
<b>%</b>	<b>68,41%</b>	<b>41,87%</b>	<b>28,30%</b>	<b>20,09%</b>	<b>14,94%</b>

Elaborado por: La autora

### 5.3. Evaluación Financiera

#### 5.3.1. Determinación de la tasa de descuento

La tasa de descuento es la tasa mínima que debe generar un proyecto, en ésta tasa están considerados aspectos como la inflación, costos de oportunidad, interés bancario, entre otros.

**Cuadro N°49: Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento**

	% APORTACIÓN	TMAR	PONDERACION
<b>SOCIOS</b>	77%	20,9%	16,0%
<b>CREDITO</b>	23%	10,5%	2,4%
<b>TMAR GLOBAL</b>			<b>18,48%</b>

Elaborado por: La autora

#### 5.3.2. Criterios de Evaluación

##### 5.3.2.1. Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto consiste en encontrar la diferencia existente entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor actualizado de las inversiones y otros egresos en efectivo.

$$VAN = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$$

**Cuadro N°50: Valor Actual Neto**

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 4
16054,78	121898,98	262545,75	431303,94	647225,91
$(1+0,1848)^1$	$(1+0,1848)^2$	$(1+0,1848)^3$	$(1+0,1848)^4$	$(1+0,1848)^5$
16054,78	121898,98	262545,75	431303,94	647225,91
1,1848	1,40375104	1,66316423	1,97051698	2,33466852
<b>13.550,84</b>	<b>86.840,86</b>	<b>157.866,89</b>	<b>218.892,81</b>	<b>277.246,45</b>

<b>TMAR</b>	18,48%
-------------	--------

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO ANUAL</b>	<b>FLUJO ACTUALIZADO</b>
0	-195.600,43	-195.600,43
1	16.054,78	13.550,84
2	121.898,98	86.840,86
3	262.545,75	157.866,89
4	431.303,94	218.892,81
5	647.225,91	277.246,45
	<b>V. A. N. =</b>	<b>949.998,29</b>

Elaborado por: La autora

### 5.3.2.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno permite determinar el nivel de rentabilidad anual promedio que tendrá la inversión realizada. La TIR puede utilizarse como un indicador de rentabilidad y es utilizado para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto. Para que el proyecto sea aceptado la TIR tiene que ser mayor a cero.

**Cuadro N°51: Tasa Interna de Retorno**

<b>AÑOS</b>	<b>FNC</b>	<b>FACTOR DE ACT. 20%</b>	<b>VAN MENOR</b>	<b>FACTOR DE ACT. 82%</b>	<b>VAN MAYOR</b>
0	-195600,4		-195600,4		-195600,4
2016	16054,8	0,833333	13379,0	0,549451	8821,3
2017	121899,0	0,694444	84652,1	0,301896	36800,8
2018	262545,8	0,578704	151936,2	0,165877	43550,3
2019	431303,9	0,482253	207997,7	0,091141	39309,5
2020	647225,9	0,401878	260105,6	0,050078	32411,5
	72%		522470,1		-34707,0

$$\text{TIR} = 20 + (82 - 20) \frac{522470,1}{522470,1 - 34707,0}$$

$$\text{TIR} = 82 \frac{522470,1}{557177,1}$$

$$\text{TIR} = 82 \quad 0,94$$

$$\text{TIR} = 77 \%$$

Elaborado por: La autora

### 5.3.2.3. Periodo de recuperación de la inversión

**Cuadro N°52: Periodo de Recuperación**

INVERSIÓN		195.600,43	
AÑOS	FNC	∑ (FNC)	
1	16.054,78	16.054,78	
2	121.898,98	137.953,76	<b>Periodo Recuperación</b>
3	262.545,75	400.499,51	<b>2,68</b>
4	431.303,94	831.803,46	
5	647.225,91	1.479.029,36	

<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN=</b>	<b>2,68</b>	<b>Años</b>
<b>0,68 X 12</b>	<b>8,16</b>	<b>Meses</b>
<b>0,16 X 30</b>	<b>4,80</b>	<b>Días</b>
<b>LA INVERSIÓN SERÁ RECUPERADA EN 2 AÑOS 8 MESES Y 4 DIAS</b>		

Elaborado por: La autora

### 5.3.2.4. Relación beneficio / costo

La relación del beneficio / costo nos permite determinar cómo retornan los ingresos en función de los egresos, es preferible que este valor sea mayor a uno.

**Cuadro N°53: Relación Beneficio Costo**

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION DE INGRESOS		
	COSTO TOTAL	FACTOR DE ACT. 20,0%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO TOTAL	FACTOR DE ACT. 20,0%	INGRESO ACTUALIZADO
2016	2224497,85	0,833333	1853748,21	2280430,00	0,833333	1900358,33
2017	2542976,08	0,694444	1765955,61	2752128,00	0,694444	1911200,00
2018	2910669,83	0,578704	1684415,41	3320793,36	0,578704	1921755,42
2019	3337140,43	0,482253	1609346,27	4011982,70	0,482253	1934791,04
2020	3827073,23	0,401878	1538014,90	4840616,61	0,401878	1945335,25
			<b>8451480,40</b>			<b>9613440,04</b>

INGRESO ACTUALIZADO

**RELACIÓN BENEFICIO  
COSTO=**

COSTO ACTUALIZADO

**RELACIÓN BENEFICIO  
COSTO=**

9613440,04

8451480,40

**RELACIÓN BENEFICIO  
COSTO=**

**1,14**

Nuestra relación es de 1,14, lo cual quiere decir que por cada dólar que la comercializadora invierta tendrá 0,14 centavos de utilidad.

### 5.3.2.5. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es una herramienta que nos permite visualizar de forma inmediata las consecuencias de que exista una variación en los ingresos de la empresa, para nuestro análisis de sensibilidad se consideró una variación del +/- 5% en los ingresos.

### Cuadro N°54: Estado de Resultados

(Sensibilidad +5%)

DENOMINACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Operacionales :	2.394.451,50	2.889.734,40	3.486.833,03	4.212.581,84	5.082.647,44
(-)Costos de producción	2.124.000,00	2.442.600,00	2.808.990,00	3.230.338,50	3.714.889,28
(=)Utilid.Bruta	270.451,50	447.134,40	677.843,03	982.243,34	1.367.758,17
(-)Gasto Operac.	89.135,17	93.591,93	98.271,53	103.185,10	108.344,36
(=)Utilid.Operac.	181.316,33	353.542,47	579.571,50	879.058,23	1.259.413,81
(+) Ingresos no Operacionales					
(=)Utilid. Antes de impuestos.	181.316,33	353.542,47	579.571,50	879.058,23	1.259.413,81
(-) 15% Utilid.Trab.	27.197,45	53.031,37	86.935,73	131.858,73	188.912,07
(=)Utilid.antes Imp.	154.118,88	300.511,10	492.635,78	747.199,50	1.070.501,74
(-)Imp./Renta	38.529,72	75.127,77	123.158,94	186.799,87	267.625,43
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>115.589,16</b>	<b>225.383,32</b>	<b>369.476,83</b>	<b>560.399,62</b>	<b>802.876,30</b>

## Cuadro N°55: Estado de Resultados

(Sensibilidad -5%)

DENOMINACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Operacionales :	2.166.408,50	2.614.521,60	3.154.753,69	3.811.383,57	4.598.585,78
(-)Costos de producción	2.124.000,00	2.442.600,00	2.808.990,00	3.230.338,50	3.714.889,28
(=)Utilid.Bruta	42.408,50	171.921,60	345.763,69	581.045,07	883.696,50
(-)Gasto Operac.	100.977,71	100.977,71	100.977,71	100.977,71	100.977,71
(=)Utilid.Operac.	-58.569,21	70.943,89	244.785,98	480.067,36	782.718,79
(+) Ingresos no Operacionales					
(=)Utilid. Antes de impuestos.	-58.569,21	70.943,89	244.785,98	480.067,36	782.718,79
(-) 15% Utilid.Trab.		10.641,58	36.717,90	72.010,10	117.407,82
(=)Utilid.antes Imp.	-58.569,21	60.302,31	208.068,08	408.057,25	665.310,97
(-)Imp./Renta	-	15.075,58	52.017,02	102.014,31	166.327,74
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>-58.569,21</b>	<b>45.226,73</b>	<b>156.051,06</b>	<b>306.042,94</b>	<b>498.983,23</b>



**Cuadro N°56: Análisis de sensibilidad con disminución del 5% en los ingresos**

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO DISMINUIDO	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			5%		4%		12%	
				-195600		-195600		-195600
2012	2224497,85	2280430,00	2166408,50	-58089	0,961538	-55855,14	0,892857	-51865,49
2013	2542976,08	2752128,00	2614521,60	71546	0,924556	66147,86	0,797194	57035,65
2014	2910669,83	3320793,36	3154753,69	244084	0,888996	216989,66	0,711780	173734,07
2015	3337140,43	4011982,70	3811383,57	474243	0,854804	405385,02	0,635518	301390,09
2016	3827073,23	4840616,61	4598585,78	771513	0,821927	634127,08	0,567427	437776,94
				60%		1071194,04		722470,83

$$\text{NUEVO TIR} = 4+(12-4) \frac{1071194,04}{853771,56 - 549320,73}$$

$$\text{NUEVO TIR} = 12 \frac{1071194,04}{348723,22}$$

$$\text{NUEVO TIR} = 12 \quad 3,071760054$$

$$\text{NUEVO TIR} = 37 \quad \%$$

PASO 1 DIFERENCIA DE TIR

DIFERENCIA DE TIR	TIR PROYECTO- TIR NUEVO
DIFERENCIA DE TIR	71%-37%
<b>DIFERENCIA DE TIR</b>	<b>34%</b>

PASO 2 PORCENTAJE DE VARIACION

% VARIACION=	(DIF.TIR/TIR DEL PROYECTO)*100
% VARIACION=	(34%/71%)*100
<b>% VARIACION=</b>	<b>47,89 %</b>

SENSIBILIDAD

SENSIBILIDAD=	% VARIACION/NUEVO TIR
SENSIBILIDAD=	(47,89%/34%)

**SENSIBILIDAD= 1,41 > 1**

El proyecto si es sensible a la disminución de la inflación anual del 5% en sus ingresos para la proyección de los 5 años.

#### 5.4. Conclusiones del análisis financiero

El análisis realizado nos permite demostrar la factibilidad del proyecto y podemos confirmar que a partir del tercer año ya se pueden percibir utilidades, ya que a partir de ese año se recupera el capital invertido. A pesar de que la inversión por accionista sea bastante considerable es lo que se invierte en el

negocio de manera informal con la diferencia de que aquí es una inversión segura.

Con respecto a las pruebas de sensibilidad, se pudo comprobar que no es recomendable que el nivel de ingresos disminuya en más de un 5% ya que esto provocaría pérdidas para la empresa y dificultades para la recuperación de la inversión.

## CAPITULO VI

### 6. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

#### 6.1. La Empresa

##### 6.1.1. Nombre de la empresa o razón social

La elección del nombre de una empresa es sumamente importante para su funcionamiento, ya que de esto depende la imagen que se presente ante el cliente. Por esta razón es necesario tomar en cuenta algunos detalles, como la claridad del mensaje que se quiere dar a conocer, originalidad y simpleza; esto permitirá a los consumidores identificarse fácilmente con nuestra empresa.

Considerando éstas características se ha seleccionado el siguiente nombre, logotipo y slogan:



### **6.1.2. Titularidad de la empresa**

AUTO KAT se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada, ya que se contrae entre tres socios que únicamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones personales. Cada socio aportará con un valor de \$50.000 que representa aproximadamente el 64% de la inversión total requerida. Es importante recalcar que la responsabilidad civil se limita al monto del capital aportado por cada socio.

### **6.1.3. Tipo de Empresa**

Para definir el tipo de empresa se toman en cuenta algunas clasificaciones, según el sector de actividad nuestra comercializadora pertenece al sector terciario, el cual abarca a todas las empresas que brindan servicios, este tipo de empresas tienen como principal elemento a la capacidad humana para realizar los trabajos físicos e intelectuales.

Por otro lado se la puede clasificar según el ámbito de actividades, en vista de que tanto las instalaciones como las actividades productivas serán dentro de la ciudad de Quito se constituye la empresa como local.

## **6.2. Base filosófica**

### **6.2.1. Misión**

Somos una empresa cuyo objetivo es brindar a nuestra clientela la mejor opción en vehículos usados. La satisfacción de nuestros clientes es lo más importante y para ello contamos con el personal adecuado que se asegurará de que usted se lleve un auto de primera, con garantía y con precios accesibles para todos los bolsillos; haciendo de su sueño una realidad.

## **6.2.2. Visión**

Para el 2019 nos constituiremos como una de las mejores comercializadoras de vehículos usados en la ciudad de Quito, ampliando nuestras sucursales para estar al alcance de nuestra fiel clientela.

## **6.2.3. Principios y valores**

### **6.2.3.1. Principios**

- El buen trato a las personas, tanto a los clientes como al personal de la organización.
- Respeto a las normas y reglamentos establecidos por la organización.
- Eficiencia en todas las actividades, lo cual nos permitirá fidelizar a nuestra clientela.
- Ofrecer precios justos, que sean competitivos en el mercado y cuyo objetivo sea siempre el bienestar de nuestra clientela.

### **6.2.3.2. Valores**

- Honestidad.- es uno de los valores más importantes de la organización, nuestros trabajadores se comprometen a obrar con la verdad por delante, sin tener intenciones de perjudicar ni a la empresa, a sus compañeros o a la clientela.
- Puntualidad.- es importante que todos los procesos o trámites correspondientes a la venta y compra de vehículos se realicen con la agilidad que dicha actividad amerite, siempre enfocándonos en cumplir con todo a tiempo.

- Responsabilidad.- el personal debe comprometerse a cumplir a cabalidad con las tareas que se les sean asignadas.

### 6.3. Estructura legal

#### 6.3.1. Conformación de Capital

El capital de AUTO KAT estará conformado por 3 accionistas con las siguientes especificaciones.

**Cuadro N°57: Conformación de Capital**

Nombre de Socio	Capital	Costo de Acción	Participación
Pablo Hinojosa	\$ 60.000,00	\$ 1,00	40,00%
Alejandro Recalde	\$ 50.000,00	\$ 1,00	33,33%
Katherine Hinojosa	\$ 40.000,00	\$ 1,00	26,67%
<b>Total</b>	\$150.000,00		100,00%

Elaborado por: La autora

#### 6.3.2. Constitución

La Constitución jurídica de la comercializadora será Compañía Limitada, regida por la Constitución de la República, leyes y reglamentos vigentes de la República del Ecuador. La misma que será regulada por parte de la Superintendencia de Compañías.

El capital de la compañía está compuesto por las aportaciones de los socios y el mismo no puede ser menor al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

### 6.3.3. Marco Legal

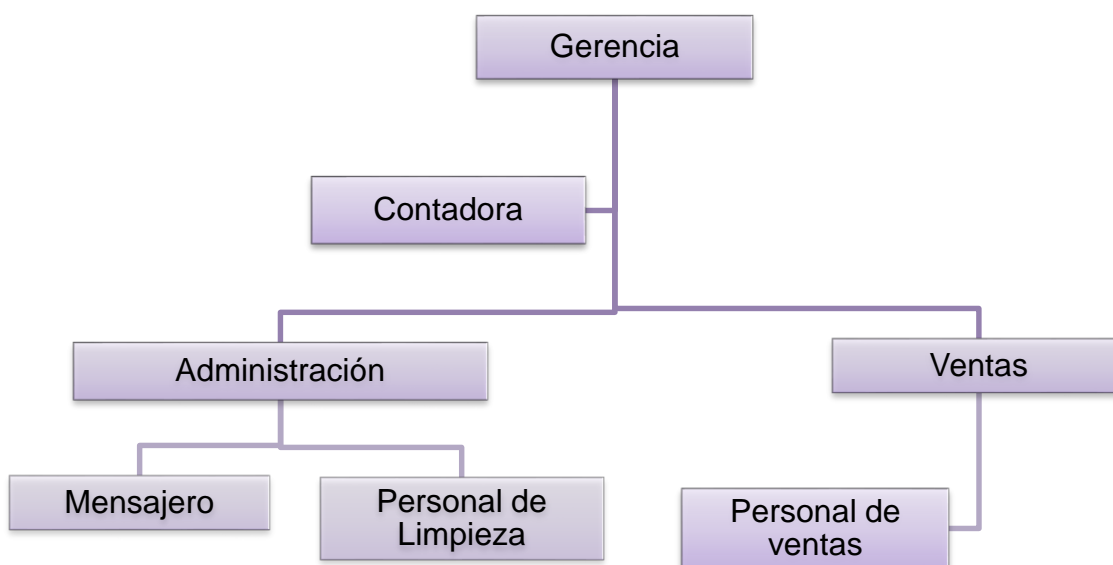
Las compañías anónimas o de responsabilidad limitada, cuyas acciones o participaciones estuvieren concentradas en una sola persona natural, deberán aumentar por lo menos a dos el número de sus socios o accionistas, o transformarse en empresas unipersonales de responsabilidad limitada, con la intervención del socio único, que deberá ser persona natural, dentro del plazo de un año contado a partir de la vigencia de esta Ley.

## 6.4. Organización y recursos humanos

### 6.4.1. Organigrama estructural

Los organigramas estructurales permiten representar gráficamente la conformación jerárquica de las empresas, es ideal para que el personal esté al tanto de sus responsabilidades, sus autoridades inmediatas y a qué área pertenecen.

**Gráfico N°24: Organigrama estructural**



Elaborado por: La autora



## **6.4.2. Descripción de funciones**

### **Gerente**

- Representar a la Empresa como persona jurídica y representante legal.
- Dirigir y coordinar las actividades de la compañía y velar por la correcta y eficiente marcha de la misma.
- Estudiar el mercado y la competencia con frecuencia para innovar y mejorar la empresa.
- Seleccionar, contratar y remover al personal de la empresa.
- Planear y desarrollar objetivos a corto y largo plazo.
- Adoptar los reglamentos, manuales de funciones y dictar normas y procedimientos necesarios para el cumplimiento de las actividades de la empresa.
- Negociar la compra de vehículos usados previo al respectivo diagnóstico.
- Supervisar el trabajo de todas las dependencias.
- Administrar de forma eficiente y efectiva los recursos de la empresa.
- Participar conjuntamente con el personal en la evaluación de los resultados del proceso de ventas.
- Evaluar el trabajo del personal y presentar informes mensuales de su asistencia.

### **Contadora**

- Llevar un control de todos los libros, registros y formularios, así como responsabilizarse por su conservación, integridad e inviolabilidad.

- Elaborar los balances y estados financieros de la empresa
- Llevar un registro de los ingresos y egresos de la empresa.
- Conservar en su poder todos los documentos legales que regulan el funcionamiento de la empresa.
- Estará a cargo de los fondos de la caja chica y llevará un registro de los movimientos que se realicen en la misma.
  - Va a participar en la elaboración del presupuesto anual para la empresa.
  - Cancelar al IESS, los aportes de los servidores de la compañía, realizar las actividades de agente de retención y proceder al pago de los impuestos de forma oportuna
- Se encargará de presentar los informes financieros cada vez que gerencia lo requiera.
- Firmar conjuntamente con el gerente los cheques y comprobantes de pago
- Elaboración y control de los inventarios de los muebles e inmuebles.
- Custodiar los contratos de compra y venta de todos los vehículos.
- Custodiar las llaves de los vehículos.

### **Jefe de Ventas**

- Programar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar las actividades operacionales realizadas por el personal a su cargo.
- Debe llevar el control del stock de vehículos y el tiempo que permanecen en el patio.
- Estudiar el mercado y sus tendencias para conocer cuáles son los modelos más vendidos y sus precios de venta en el mercado.

- Manejar la publicación en las páginas de internet y además responder a las dudas que se generen en ese medio.
- Dar apoyo al personal bajo su cargo en las negociaciones de compra y venta de los vehículos.

## **Vendedores**

### Compra de vehículos

- Verificar que el vehículo no tenga ningún gravamen, impedimento de venta, multas de tránsito ni que se encuentre dentro de un proceso legal judicial, trámites que se realizarán en la policía.
- Verificar el estado del vehículo por medio del diagnóstico mecánico.
- Negociar el mejor precio para el auto y en caso de terminada la compra indicar a las jefaturas para que se cumpla con el pago.

### Venta de vehículos

- Dar un trato amistoso y cordial a los clientes, e informarles del estado del vehículo, contestando todas las inquietudes que tengan.
- Cuando se pacte el precio y se concrete la negociación, entregarle el certificado del diagnóstico del vehículo y entregarle el contrato debidamente legalizado ante un notario.
- Hacer que proceda a cancelar el valor del vehículo en contabilidad para que se formalice el negocio.
- Hacer firmar un contrato de compra venta del vehículo y un documento para realizar la acta de reconocimiento de las firmas.
- Informar a contabilidad para que proceda a realizar el pago respectivo por el valor de la compra del vehículo.

### **Jefe administrativo**

- Programar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar las actividades operacionales realizadas por el personal a su cargo.
- Supervisar que sus dependencias realicen adecuadamente las actividades establecidas.
- Llevar un inventario de el material utilizado por su personal y controlar el buen uso del mismo.
- Será el responsable de verificar que todas las instalaciones estén en perfecto estado.
- Realizar las recaudaciones por las ventas de vehículos, diagnósticos y servicios que presta la compañía adjuntando toda la documentación que justifique y diariamente realizar un parte de recaudaciones y máximo al día siguiente realizar los depósitos en el banco.

### **Personal de Limpieza**

- Lavar, encerar y darle el mantenimiento respectivo, para que el vehículo este en perfecto estado
- Mantener limpios todos los días los vehículos
- Colocar en el vehículo el año de fabricación, kilometraje y más características.
- Revisar que el patio este limpio y que los vehículos estén correctamente ubicados
- Revisar que las instalaciones de la compañía se encuentren totalmente aseadas.

## Mensajero

- Realizar todas las transacciones bancarias que se presenten durante el día.
- Encargarse del traslado de documentos entre la empresa y las distintas instituciones, como son bancos, IESS, Registro Mercantil, Jefatura de Tránsito, Notarias, entre otros.
- Otras funciones que se le asignen.

### 6.4.3. Aspectos Laborales

#### Reglamento Interno

El reglamento interno de trabajo es un documento de suma importancia en toda empresa, debido a que se convierte en norma reguladora de las relaciones internas de la empresa con el trabajador

#### Contratos Laborales

Los contratos que, de acuerdo con el tipo de actividades que se van a realizar en la empresa, se mantendrán con los trabajadores los siguientes tipos de contratos:

- **El contrato de tiempo fijo:** Cuando las partes pueden determinar la duración del contrato. La duración mínima de estos contratos es un año. Para dar por terminado el contrato de tiempo fijo, la parte interesada debe avisar por escrito su interés de que el contrato termine, por lo menos un mes antes de la fecha de terminación del contrato original. Sin este aviso, el contrato se prorrogará automáticamente.
- **El contrato por tiempo indefinido:** No tienen duración predeterminada por las partes o por la naturaleza de que se trata. La duración mínima de estos contratos es un año, este contrato podrá renovarse cuantas veces sea necesario.

- **El contrato de temporada:** Celebrado entre un empleador y un trabajador para que realice trabajos cíclicos o periódicos, en razón de la naturaleza discontinua de sus labores, gozando estos contratos de estabilidad, entendida, como la preferencia a ser llamados a prestar sus servicios en cada temporada que se requieran. Se configurará el despido intempestivo si no lo fuere.
- **El contrato eventual:** Se realiza para satisfacer exigencias circunstanciales, tales como reemplazo de personal que se encuentra ausente, en cuyo caso, en el contrato deberá justificarse la ausencia. También se podrá celebrar contratos eventuales para atender una mayor demanda de producción, en cuyo caso el contrato no podrá tener una duración mayor de seis meses.

### **Seguridad Social**

- Celebrar un contrato de trabajo
- Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- Afiliar a tu trabajador a la Seguridad Social (IESS), a partir del primer día de trabajo, inclusive si es a prueba.
- Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra.
- Sueldo básico que se debe pagar es de 354.00 usd ( RMU 2015).
- Asumir el porcentaje(9.35%) que corresponde al empleador por la seguridad social

Y se aplicará el Capítulo IV de la Codificación del Código del trabajo.

#### **6.4.4. Seguridad social y salud ocupacional**

El objetivo es proveer y garantizar de seguridad, protección y atención a cada uno de los empleados de la empresa. Debido al incremento de accidentes en las zonas laborales es necesario contar con un plan que sirva de guía para minimizar los riesgos y atender los infortunios en caso de que se lleguen a presentar.

El programa de salud ocupacional cuenta con elementos para cumplir con esos objetivos, los cuales incluyen evaluación médica a los empleados, investigación de los posibles riesgos y difundir las normas para evitarlos.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

El nivel de impacto de determinará a través de la siguiente escala:

**Cuadro N°58: Valoración de Impactos**

Tipo de Impacto	Valoración
Alto Negativo	-3
Medio Negativo	-2
Bajo negativo	-1
No hay impacto	0
Bajo positivo	1
Medio positivo	2
Alto positivo	3

#### 7.1. Impacto económico

Como impacto económico podemos decir que la creación de la comercializadora beneficiará a algunas partes involucradas, por un lado los propietarios o socios generarán ganancias en muy poco tiempo, permitiéndoles recuperar su inversión rápidamente. Al ser una empresa comercializadora de vehículos somos una opción para atraer la inversión de muchas personas lo cual beneficia al país. Finalmente las utilidades generadas por la empresa serán reinvertidas para cumplir con los objetivos de expansión.



**Cuadro N°59: Impacto económico**

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Indicador								
Oferta de trabajo							X	3
Mayor capacidad de Compra					X			1
Estabilidad Económica							X	3
TOTAL					1		6	7

Nivel de Impacto:  $7/3 = 2.3$

Impacto medio positivo: 2

## 7.2. Impacto social

La comercializadora de vehículos no solo generará empleo para algunas personas sino también ofrece la posibilidad de inversión para la formación de una sociedad. Además el objetivo de la empresa es mitigar los riesgos que corren los comerciantes de vehículos al acudir a la feria de autos, la sociedad se verá beneficiada al poder acudir a un lugar seguro y con facilidades de pago.

**Cuadro N°60: Impacto social**

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Indicador								
Calidad de Vida						X		2
Seguridad							X	3
Desempeño laboral							X	3
TOTAL						2	6	8

Nivel de impacto:  $8/3= 2.6$

Impacto alto positivo: 3

### 7.3. Impacto cultural

Nuestro proyecto generará conciencia acerca de los riesgos que corren los comerciantes al desenvolverse en un entorno sin regulaciones, se pretende crear una cultura de compra y venta en la cual todas las partes se vean beneficiadas y además se verá reflejado en otro tipo de negocios, para así dejar a un lado el comercio informal y ser parte de un entorno competitivo y exitoso.

**Cuadro N°61: Impacto cultural**

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Indicador								
Crear conciencia						x		2
Seguridad							X	3
Entorno							X	3
TOTAL						2	6	8

Nivel de impacto:  $8/3= 2.6$

Impacto alto positivo: 3

#### 7.4. Impacto Ambiental

La creación de la empresa genera un gran impacto a nivel ambiental ya que el producto que se comercializa son vehículos y lamentablemente esto contribuye a la contaminación por la emisión de gases. Por ser autos de segunda entonces los gases que se emanan generan un mayor impacto en el ambiente. Para nosotros es extremadamente importante causar el menor impacto posible y por ello se pondrá mucho énfasis en la revisión mecánica de los vehículos que se adquiera.

**Cuadro N°62: Impacto Ambiental**

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Indicador								
Emisión de gases	X							
Neumáticos		X						
Partes y piezas en deterioro		X						
TOTAL	-3	-4						-7

Nivel de impacto:  $-7/3 = -2.3$

Impacto alto negativo: -2

## 7.5. Resumen de Impactos

Después de analizar uno a uno los impactos que genera nuestro proyecto, se puede determinar el resumen de impactos en el cual se aprecia que a pesar de estar muy bien en tres de los impactos más importantes para la sociedad, nos vemos notablemente perjudicados por el daño que podemos provocar en el medio ambiente.

**Cuadro N°63: Resumen de impactos**

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Tipo de Impactos								
Impacto Económico						X		
Impacto Social							X	
Impacto Cultural							X	
Impacto Ambiental		X						
TOTAL		-2.3				2.3	5.2	5.2

Nivel de impacto:  $5.2/4 = 1.3$

Impacto bajo positivo: 1.3

## CONCLUSIONES

- Se determinó que la implementación de una comercializadora de vehículos usados tiene un alto grado de factibilidad.
- El estudio de mercado nos permite saber que la cantidad de demanda insatisfecha es bastante grande, lo cual de cierta forma nos asegura el mercado y por lo tanto el éxito de la empresa.
- El estudio técnico permitió conocer la ubicación estratégica de la empresa para asegurar el éxito de la misma.
- Determinamos la viabilidad del proyecto aplicando los indicadores financieros. Además existe la pauta para saber cuánto debe ser el ingreso mínimo de la compañía para que funcione bien y genere utilidad.
- Se estableció la estructura de la empresa y los lineamientos bajo los cuales se manejará. Esto permitirá el buen funcionamiento de la misma.
- Se determinó como incide la empresa sobre cada uno de los aspectos en los que se puede generar impactos, sean estos positivos o negativos.

## RECOMENDACIONES

- Actualizarse continuamente en los conocimientos administrativos, contables y técnicos, capacitando al personal ejecutivo y operativo para mejorar la gestión y el servicio.
- Se debe estar siempre al tanto de las necesidades de los clientes y de los cambios que se den en el mercado para realizar las innovaciones pertinentes en la empresa.
- Un control periódico de los indicadores financieros permitirá prevenir posibles pérdidas o reducción en las utilidades.
- Para que la empresa sea líder y pueda alcanzar sus objetivos es necesario que la filosofía empresarial sea conocida y aplicada por todos los miembros de la empresa.
- Para la creación de la empresa se debe seguir todos los trámites indicados en la ley de compañías y que se recoge en el proyecto.
- Ya que la demanda de vehículos crece notablemente, se recomienda la ampliación del patio de exhibición después de los primeros 5 años o en su defecto la creación de una nueva sucursal, para así abarcar más mercado.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arboleda, G. (2001). *Investigación y Desarrollo*.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos, Tercera Edición*. Editorial Mc Graw Hill.
- Barquero, J. D., Rodríguez de Llauder, C., Barquero, M., & Huertas, F. (2007). *Marketing de Clientes ¿Quién se llevó mi cliente?* McGraw-Hill Interamericana de España.
- Bonta, P., & Farber, M. *199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Grupo Editorial Norma.
- Bravo, M. (2013). *Contabilidad de Costos*. Escobar.
- Córdoba, M. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Ecoe.
- D' Alessio, I. F. (2008). *El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia*.
- Maldonado, N. (2012). *Emprendimiento y Gestión*. Quito, Ecuador: Editorial Educate.
- Méndez Morales, J. S. (2007). *La Economía en la Empresa*.
- Munch, L. (2006). *Fundamentos Administración*.
- OIT, O. I. (2003). *Informe General, Décimo Séptima Conferencia Internacional de Estadísticas del Trabajo*. Ginebra.
- Padilla, M. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Ecoe.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economía con Aplicaciones a Latinoamérica*.
- Sapag, N. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*.
- Sarmiento, R. (2005). *Contabilidad General*.
- Torres, Z. (2007). *Teoría General de la Administración*.
- Vasquez, V. H. (2002). *Organización Aplicada*.
- Zapata, P. (2011). *Contabilidad General*. McGraw-Hill .

## LINKOGRAFÍA

- Thompson, I. (Septiembre de 2006). *Promonegocios.net*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercado/competencia-perfecta.html>
- El Comercio. Alberto Araujo (Noviembre 2014) Variación de precios de autos usados. Disponible en:  
<http://www.elcomercio.com/actualidad/precio-carros-usados-alza-2014.html>
- El Comercio. Fernando Robayo (Febrero 2015) Autos usados y seguridad. Disponible en:  
<http://www.elcomercio.com/deportes/deportes-autos-automoviles-autos-usados.html>
- El Comercio. Cuatro consejos al comprar y vender autos usados. Disponible en :  
<http://www.elcomercio.com/actualidad/seguridad/cuatro-consejos-al-comprar-y.html>
- Ordenanza Metropolitana 0221. Disponible en:  
[http://www.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Ordenanzas](http://www.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas)
- Servicio de Rentas Internas. Matrículas y proceso de matriculación. Disponible en : <http://www.sri.gob.ec/web/guest/pago-de-matricula-y-proceso-de-matriculacion>



## ANEXOS

### ENCUESTA

1. Ha comprado alguna vez un vehículo usado? (marca con una X)

Si	
No	

2. Cada qué tiempo cambia de vehículos?

Menos de 2 años	
De 3 a 5 años	
Mas de 5 años	

3. A la hora de comprar un vehículo de los siguientes factores defina su posición. (En escala siendo 5 la más importante y 1 la que no es importante en absoluto).

Estado mecánico	
Papel del vehículo	
Procedencia (placas)	
Verificación del número chasis y motor	

4. ¿Cómo revisa Usted el aspecto mecánico de los vehículos en el momento de comprar?

Criterio propio	
Mecánico conocido	
Diagnóstico por un concesionario	

5. ¿Para decidir la compra del vehículo identifique su grado de importancia? (1 al 5)

Estado de la carrocería	
Estado del interior	
Estado mecánico	
El precio del Vehículo	

6. ¿Después de efectuado la compra ha tenido problemas y cuales se han sido?

SI	
NO	

7. Cuáles han sido?

Legales	
Fallas mecánicas	
Pintura y acabados	

8. Determine su preferencia por la ubicación del patio de autos

Norte	
Sur	
Centro	
Valles	

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por tramitación legal?

35 a 45 dólares	
46 a 55 dólares	
56 a 65 dólares	