Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa importadora y comercializadora de rodamientos automotrices, en el norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Autor: María Belén Rentería Landívar

Director: Ing. Fabián Iza.

ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO

ECUADOR

RESUMEN

La creación de una empresa importadora y distribuidora de rodamientos automotrices responde al incremento del parque automotor en el Ecuador, especialmente en la provincia de Pichincha en donde se aprecia una participación del 28,03%, según datos provenientes del CINAE (Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana), lo cual promueve mayor demanda en la reparaciones y mantenimiento de los automotores, y ello a su vez provoca la incorporación de nuevos talleres automotrices al mercado de servicios, por lo cual se proyecta un escenario favorable para la distribución de los rodamientos automotrices.

Para la importación y distribución de este producto, se requiere conformar una empresa pequeña con grandes perspectivas de crecimiento que le

permitan llegar a mediano plazo a conformar un mediana empresa, en virtud de ello se establece una compañía de responsabilidad limitada cuya razón social se denominara El Mundo del Ruliman, acciones resultantes de su misión se enfocaran en ofrecer una atención oportuna, brindar variedad de productos, mismos que responderán a los estándares de calidad internacional. La empresa se propone trabajar en cuatro ejes: Establecer una gestión empresarial eficiente y eficaz, ingresar en el mercado de rodamientos automotrices en el corto plazo, brindar productos de calidad y ofrecer una atención personalizada al cliente.

Otro factor relevante en el éxito de la empresa es la aplicación del plan de marketing, especialmente en las estrategias de promoción en la cual se establece la contratación de personal experto en ventas que serán los encargados de ofrecer los productos a los distintos locales de venta de rodamientos automotrices, así como también a los distintos talleres, lo que se espera dar a conocer al mercado sobre la presencia de la empresa, el contar con una cartera de clientes permanente y establecer un liderazgo en la distribución.

En cuanto al talento humano se da prioridad a la contratación de personal multifuncional, es decir que tenga la capacidad para desenvolverse en distintas unidades administrativas de la empresa. El análisis financiero demuestra una relación integral de los recursos económicos necesarios para

la implementación del proyecto, así como también de su comportamiento y resultados al corto y mediano plazo.

Palabras claves: El Mundo del Ruliman, Proyecto de factibilidad, rodamientos automotrices.

ABSTRACT

The creation of an importer and distributor of automotive bearings respond to the increased number of vehicles in Ecuador, especially in the province of Pichincha, where it is possible to observe a share of 28.03%, according to data from the CINAE (Chamber of Automotive Industry of Ecuador), which promotes an increased demand for repair and maintenance of vehicles, and this in turn leads to the incorporation of new market for automotive services shops, thus projecting a favorable scenario for the distribution of automotive bearings.

For the import and distribution of this product is required to create a small company with big growth prospects enabling it to form a medium business at a medium term. In this context, a limited liability company will be established, with the name “El Mundo Ruliman”. Its mission will be translated into actions such as giving a timely service and providing a variety of products, which will respond to international quality standards. The company intends to work in

four areas: the establishment of an efficient and effective business management, the short term placement of the company into the automotive bearings market, the offering of quality products and the development of a personalized customer service.

Another relevant factor in the success of the company is the implementation of the marketing plan, especially in promotional strategies. Therefore, it will be necessary to hire a staff of sales experts who will be responsible for providing the products to local retail establishments and repair shops. With this business plan the company will create its own presence inside the market. In addition, this strategy will enable “El Mundo Ruliman” to establish a leadership in the distribution and develop a permanent customer base.

In the field of the management of human talent, “El Mundo Rulimán” gives priority to hiring multifunctional staff, able to function in different administrative units of the company. The financial analysis demonstrates the integral relationship of financial resources for project implementation, as well as their behavior and results in the short and medium term.

Keywords: World of Ruliman, Project Feasibility, automotive bearings.

1.- INTRODUCCION

En el presente año 2012, la globalización de la economía permitió que la industria automotriz se expanda en el mercado, tanto a nivel internacional como nacional, acompañada de tecnología de punta, logrando ser uno de los atractivos más esperados para los compradores del Ecuador, aunque existió una crisis a nivel mundial en los años 1998-2008, en la misma que se produjo grandes pérdidas financieras constantes, reflejando en términos económicos y tecnológicos que repercutieron a la industria automotriz en lo que se refiere a ventas de vehículos.

Las Empresas, fabricantes y comercializadoras de autopartes, fueron afectadas, pero no dejaron de luchar frente a este cambio brusco que tuvieron que enfrentar y esta circunstancia motivó a propietarios, proveedores y distribuidores a buscar nuevas y atrayentes alternativas e implementar estrategias competitivas que encausen directamente al mejoramiento y a la rentabilidad de la actividad, logrando nuevamente consolidarse dentro del mercado con un potencial en crecimiento.

Dicho crecimiento se ve en las estadísticas más recientes que revelan que el parque automotor de la ciudad crece anualmente en un 12%. Esta información ilustra que cada año se venden en Quito cerca de 50.000 vehículos, lo cual supone que, en ocho años, se duplicaría el actual parque automotor que, al momento, ya supera los 400.000 vehículos.

En conclusión, actualmente el sector de repuestos automotrices continua siendo estable, ya que ha generado grandes expectativas e impacto comercial en sus consumidores, para grandes industrias, además de medianos y pequeños negocios dedicados a la venta de vehículos y comercialización de repuestos, siendo una excelente propuesta de partida para la realización de este proyecto.

2.- METODOLOGIA

El tipo de estudio que se escogerá radica de acuerdo al tema de la tesis y su estudio, se puede establecer el siguiente para el presente proyecto:

TIPO DE ESTUDIO

Método Cualitativo.- Con éste método se puede obtener importante información referente al tema cualitativo, a través de la encuesta, principalmente en lo referente a las características de las necesidades de los clientes. El método cualitativo ayudará a la descripción de las cualidades de un fenómeno.

Método Cuantitativo.- Este método será utilizado primordialmente en el capítulo financiero pues por sus características, rige un uso estricto de datos numéricos para verificar la viabilidad del proyecto, permitiendo examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la Estadística.

3.- METODOS

Inductivo.- Porque a través de la observación de los fenómenos, se podrá obtener respuestas al problema planteado con la ayuda de la encuesta, que definirá los repuestos o rodamientos a importarse comercializarse en la ciudad de Quito.

Deductivo.- Porque se reflexionará sobre las posibles consecuencias de las importaciones de rodamientos a nuestro país y sus impactos en el mercado de la ciudad de Quito.

Analítico-sintético.- Porque este método hace posible la comprensión de todo hecho, fenómeno, idea, caso, que serán estudiados durante el desarrollo del estudio de marketing y financiero del proyecto.

Fuentes de Recolección de la Información

Debido a la naturaleza de la investigación se recurrirá a las fuentes primarias como secundarias.

Fuentes Primarias

Una fuente primaria es la que se considera material de primera mano relativo a un fenómeno que se desea investigar.

Para la presente investigación las fuentes primarias serán:

- Clientes potenciales de Quito propietarios de vehículos
- Competencia directa e indirecta
- Proveedores de rodamientos
- Bibliografía correspondiente

- Manuales de rodamientos en vehículos por marcas.

Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias son textos basados en fuentes primarias, e implican generalización, análisis, síntesis, interpretación o evaluación[1].

Las fuentes secundarias a utilizarse serán:

- Publicaciones especializadas
- Informes de población del INEC y Banco Central del Ecuador
- Legislación local
- Registros de la Superintendencia de Compañías
- Leyes, Normas y Reglamentos adecuados.

Técnicas de Investigación

Las técnicas son las herramientas indispensables en el proceso de la investigación, ya que integra la estructura por medio de la cual se organiza el estudio[2]

Dentro de las principales técnicas a utilizarse en la presente investigación tenemos:

- Análisis bibliográfico
- Encuesta

[1] Ibídem. Pág. 25
[2] Ibídem. Pág. 29

- Entrevista estructurada y no estructurada
- Observación sistemática
- Análisis Técnico

4.- FUNDAMENTOS TEÓRICOS

El Cash Flow – Flujo de Caja.- Literalmente "cash flow" significa flujos de tesorería, alguna interpretación nos vendría a señalar que se trata de los recursos generados por la actividad de tráfico (entradas y salidas de dinero). El flujo se hallará por la diferencia entre las entradas y las salidas, entre los cobros y los pagos. [3]

El Estudio de Mercado.- El estudio de mercado se lleva a cabo dentro de un proyecto de iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. Visto lo anterior, cualquier proyecto que se desee emprender, debe tener un estudio de mercado que le permita saber en qué medio habrá de moverse, pero sobre todo si las posibilidades de venta son reales y si los bienes o servicios podrán colocarse en las cantidades pensadas, de modo tal que se cumplan los propósitos del Empresario. [4]

El Patrimonio.- Es el conjunto de relaciones jurídicas pertenecientes a una persona, que tienen una utilidad económica y por ello son susceptibles de

[3] Egaña Manuel, El Cash Flow del 2007, Pág. 52.
[4] Salazar J. Simón, Guía de persona, personalidad y patrimonio, Pág. 74.

estimación pecuniaria, y cuya relaciones jurídicas están constituidas por deberes y derechos (activos y pasivos del balance de situación). [5]

El Punto de Equilibrio.- El punto de equilibrio de una empresa, es aquel en el que a un determinado nivel de operación, ésta no obtiene utilidades, pero tampoco incurre en pérdidas. [6]. Es un estado proyectado de las entradas y salidas de efectivo con el fin de conocer la cantidad de recursos económicos que requiere el negocio para operar durante un período de tiempo. Nos permitirá tomar la decisión de invertir a corto plazo cundo exista un excedente de efectivo o tomar medidas de financiamiento, cuando existe una falta de efectivo. [7]

Factibilidad: Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.[8]

Fase de análisis.- Implica el estudio de los distintos segmentos del mercado y el conocimiento de los productos de la competencia, de las fuerzas del entorno que influyen en los comportamientos del mercado y los competidores, así como de la propia empresa[9].

---

[5] Garrido Mary Sol, Contabilidad General y de Costos, Pág. 55.
[6] Salazar J. Simón, Guía de persona, personalidad y patrimonio, Pág. 73.
[7] Aguilera Rodrigo, La evaluación de proyectos de inversión, Pág. 157
[8] Barreno Luis, Manual de formulación y evaluación de proyectos, Pág. 29
[9] Galdonfo Juan, Los seis pasos del planteamiento estratégico, Pág. 185

Fase de control.- Supone establecer los mecanismos de información y evaluación de los resultados obtenidos, que permitan comprobar el grado de cumplimiento de los objetivos previstos[10].

Fase de organización y ejecución.- Supone desarrollar la estructura interna, que permita dirigir y coordinar las actividades del marketing[11].

Fase de planificación.- Consiste en determinar los mercados específicos a los que se va a dirigir la oferta y establecer los objetivos que se quieren alcanzar y diseñar las acciones que van a desarrollarse para conseguir tales objetivos[12].

Fundación.- Persona jurídica dedicada a la beneficencia, ciencia, enseñanza, o piedad, que continúa y cumple la voluntad de quien la rige.[13]

La demanda.- Son las necesidades de un mercado transformadas en deseos específicos, éstos en demandas expresas[14].

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR).- Está definida como la tasa de interés con la cual, el valor actual neto es igual a cero. El VAN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Corresponde a la determinación de la tasa de interés que

[10] Galdonfo Juan, Ibídem, Pág. 185
[11] Galdonfo Juan, Ibídem, Pág. 186
[12] Galdonfo Juan, Ibídem, Pág. 185
[13] Diccionario de la Real Academia de la Lengua, Pág. 96
[14] Garrido Mary Sol, Contabilidad General y de Costos, Pág. 131

lleva a cero el valor actual neto del proyecto. Si la tasa resultante es mayor que los intereses pagados por el dinero invertido, el proyecto es conveniente. [15]

Los Activos.- Los activos que posee la empresa simbolizan los recursos que los dueños tienen para el desarrollo de la actividad productiva de la entidad y como resultado de las operaciones diarias que en un futuro le traerán beneficios económicos. [16]

Los Gastos Fijos.- Son los que suelen ocurrir o generarse por el simple transcurrir del tiempo. Por ejemplo: alquiler del local, salarios, gastos de mantenimiento, depreciaciones y amortizaciones, etc. [17]

Los Gastos Variables.- Son los que están directamente involucrados con la venta de los artículos, por lo que tienden a variar con el volumen de las ventas. Por ejemplo: servicios básicos, tales como agua, energía eléctrica, lubricantes, refrigeración, combustible, etc., comisiones sobre ventas, etc. [18]

Los gastos.- La realización de un gasto por parte de la empresa, lleva de la mano una disminución del patrimonio empresarial. Al percibir la contraprestación real, que generalmente no integra su patrimonio, paga o aplaza su pago, minorando su tesorería o contrayendo una obligación de pago, que integrará el pasivo. [19]

---

[15] Sapag Nassir, Preparación y evaluación de proyectos, Pág. 180
[16] Salazar J. Simón, Guía de persona, personalidad y patrimonio, Pág. 99.
[17] Aguilera Rodrigo, La evaluación de proyectos de inversión, Pág. 140.
[18] Aguilera Rodrigo, La evaluación de proyectos de inversión, Pág. 141.
[19] Sapag Nassir, Preparación y evaluación de proyectos, Pág. 83

Los Ingresos.- La empresa en el ejercicio de su actividad presta servicios y bienes al exterior. A cambio de ellos, percibe dinero o nacen derechos de cobro a su favor, que hará efectivos en las fechas estipuladas. [20]

Los Pasivos.- Los Pasivos están divididos en: Pasivos circulantes y Pasivos a largo Plazo. Son las deudas u obligaciones financieras de una entidad, cuyos compromisos de pago no excedan los doce meses, o excedan dicho término, respectivamente, pudiendo estar constituidos por obligaciones simples, obligaciones documentadas, préstamos recibidos de entidades financieras, obligaciones laborales, provisionales, ingresos anticipados por futuras ventas de bienes o servicios, etc. [21]

Necesidad.- Es una sensación de carencia de algo, un estado fisiológico o psicológico, que es común a todos los seres humanos, con independencia de los factores étnicos y culturales[22].

Plan de marketing.- Es una herramienta que sirve de base para los otros planes de la empresa (por ejemplo, el plan de producción o el financiero); asigna responsabilidades, permite revisiones y controles periódicos para resolver los problemas con anticipación[23].

---

[20] De Torres Guillermo, Diccionario Contable Elemental, Pág. 111.
[21] Salazar J. Simón, Guía de persona, personalidad y patrimonio, Pág. 99.
[22] Klotler Philip, Fundamentos de Mercadotenia, Pág. 268
[23] Porter Michael, Estrategia competitiva, Pág. 257

Producto.- Cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor o usuario y sea susceptible de satisfacer una necesidad[24].

Proyecto.- El proyecto consiste en el estudio de factibilidad técnica, económica y operacional de cada alternativa, así como si el proyecto es o no apropiado dados los factores políticos y otros del contexto institucional.[25]

Servicio.- Es la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas, animales u objetos. Son intangibles, perecederos y no se pueden almacenar[26].

Sistema de información.- Es el análisis del sistema comercial y aplicar el marketing a la relación de intercambio[27].

Valor actual neto o Valor presente neto (VAN).- Es un término que proceden de la expresión inglesas "Net present value" y es un procedimiento que permite calcular en valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, de ahí su nombre.[28]

CONCLUSIONES

- El proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa Importadora y Comercializadora de Rodamientos Automotrices en el Norte del Distrito Metropolitano de Quito, ha sido evaluado en su Ingeniería, Mercado, Estados Financieros y se ha demostrado que es viable y posible de realizar.

[24] Santesmases Miguel, Marketing, Pág. 80
[25] Sapag Nassir, Preparación y evaluación de proyectos, Pág. 84
[26] Stanton William, Fundamentos de Marketing, Pág. 99
[27] Barreno Luis, Manual de formulación y evaluación de proyectos, Pág. 45
[28] Revilla Rafael, Manual de factibilidad de proyectos, Pág. 88

- El tamaño del presente proyecto obedece a la participación del mercado que permita satisfacer el 20% de la demanda insatisfecha, para lo cual las oficinas se ubicaran en la zona norte del Distrito Metropolitano de Quito, específicamente en el Inca, en cuanto a la manera en que se realizaran las actividades de distribución, se inicia con la adquisición de la mercancía mediante la importación, para luego almacenarlo y distribuirlo a los locales pequeños que venden rodamientos, así como también a los talleres automotrices de la zona, se prevé también ubicar oficinas que permitan realizar una distribución óptima del personal requerido para las gestiones administrativas y financieras.

- El análisis financiero del proyecto reporto el monto total de inversión por el valor de $ 74.963 dólares americanos, que estará constituido por un 40% de recursos propios y un 60% mediante el financiamiento ante una entidad financiera del país, de la relación de ingresos y costos, se prevé disponer utilidades considerables que permitirán recuperar la inversión total en 5 años.

RECOMENDACIONES

- Ejecutar el presente estudio una vez que se ha demostrado su factibilidad

- En el mercado existe una gran variedad de rodamientos automotrices, sean europeos, americanos, japoneses y chinos, por lo cual al considerar la adquisición de productos de calidad, se debe tener presente que sus costos son mayores, pero tienen mayor duración tanto en el almacenamiento como en la puesta en marcha, lo que no se encuentra en productos económicos, acareando con ello la dificultad para consolidarse en el mercado, por lo tanto en el momento de la importación y distribución se debe considerar los beneficios de los productos de calidad.

- Se debe desarrollar las herramientas administrativas que permitan una mayor aplicación de la gestión por procesos, a fin de optimizar todos los recursos manejados por la empresa, con lo que se lograra conseguir y mantener ventajas competitivas en contra de la competencia.

- Buscar la posibilidad de asociarse estratégicamente para consolidarse y crecer el mercado

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- AMAYA, Jairo: Gerencia Planeación & Estrategia, 2005, Colombia, Universidad Santo Tomas.

- BACA, Gabriel: Evaluación de proyectos, sexta edición, 2010, México, Editorial McGraw-Hill.

- BAILEY, Alton: Aceites y grasas industriales, 2001, Editorial Reverte.

- BELIÁEV, V: Atlas de máquinas y mecanismos, Octava edición, 2004, España, Editorial CEAC.

- BESLEY, Scott & BRIGHMAN, Eugene: Fundamentos de Administración Financiera, catorceava edición, 2003, México, Editorial Pearson Educación.

- CORDOVA, Marcial: Formulación y evaluación de proyectos, primera edición, 2006, Colombia, Ecoe Ediciones.

- GARCIA, José: Apuntes de normalización, Universidad Politécnica de Valencia, 2006.

- GITMAN, Lawrence & JOHNK, Michael: Fundamentos de Inversión, primera edición, 2005, España, Editorial Pearson Educación.

- GÓMEZ, Domingo: Evaluación de impacto ambiental, segunda edición, 2003, España, Editorial Mundi-Prensa Libros.

- FLORES, Julio: Cómo crear y dirigir la nueva empresa, tercera edición, 2007, Colombia, ECOE ediciones.

- KAPLAN, Robert & NORTON, David: Execution Premium: Integrando la estrategia y las operaciones para lograr ventajas competitivas, 2008, España, Editorial Deusto.

- KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary: Fundamentos de Marketing, sexta edición, 2003, México, Editorial Pearson Educación.

- KOTLER, Philip: Marketing Social, segunda edición, 1992, España, Ediciones Díaz de Santos.

- MOTT, Robert: Diseño de elementos de máquinas, cuarta edición, 2006, México, Editorial Pearson Educación.

- PEREÑA, Brand: Dirección y gestión, tercera edición, 2001, España, Ediciones Díaz de Santos.

- SAPAG, Nassir & SAGAP, Reinaldo: Preparación y evaluación de proyectos, cuarta edición, 2003, México, Editorial MacGraw-Hill.

- STANTON, William y otros: Fundamentos de Marketing, catorceava edición, 2007, España, Editorial McGraw-Hill.