



ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**ESTUDIO PARA LA CREACION DE UN CONSORCIO PARA
COMERCIALIZAR VEHICULOS USADOS EN EL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO**

DIEGO G. CORDOVA M.

Tesis presentada como requisito previo a la obtención del grado de:

INGENIERO COMERCIAL

AÑO 2009

DEDICATORIA



“No temas, porque yo estoy contigo;
No desmayes, porque yo soy tu Dios que te esfuerzo;
Siempre te ayudaré,
Siempre te sustentaré con la diestra de mi justicia.”

Isaias 41:10

Dedico el presente trabajo a mi Señor y Salvador, **Jesucristo**

El transformó mi vida y restauró mi corazón, me dio inmediatas revelaciones y verdaderas respuestas inspiradas en sabiduría para alcanzar las bendiciones y vencer todos los obstáculos que se me presentaron en mi formación profesional.

Señor y Dios, me inunda el gozo mientras alabo tu nombre, por las poderosas obras que has realizado en mi. **La victoria es tuya**

Quito, 04 de marzo de 2009.

AGRADECIMIENTO



“Bendito sea Jehová,
Que oyó la voz de mis ruegos.
Jehová es mi fortaleza y mi escudo,
En él confié mi corazón, y fui ayudado,
Por lo que se gozó mi corazón,
Y con mi cántico le alabaré.”

Salmos 28:6,7

A mis padres mi eterno agradecimiento, por haberme guiado con su ejemplo y abnegación, inculcándome sus inmejorables valores morales y espirituales que siempre los llevaré en mi corazón; a mi hermano Ramiro por enseñarme que en la vida hay que luchar honestamente para conseguir los mejores objetivos, a mi hermano Sebastián por su ejemplo de superación para triunfar en la vida y por profetizar **“que todo lo puedo en Cristo que me fortalece”**. Jehová nos ha mantenido en acuerdo y unidad familiar. Gracias Dios por esta familia sacerdotal que tú me diste.

A todas las personas que en forma directa o indirecta me brindaron su apoyo y fortalecieron mi espíritu, animándome en los momentos más difíciles de mi carrera universitaria.

La batalla continúa, me quedan nuevos retos por emprender, nuevas metas por alcanzar. Aunque ande por valles de sombra y me aseche el peligro, no temeré mal alguno porque Jehová estará conmigo. **Ciertamente el bien y la misericordia me seguirán todos los días de mi vida**

Quito, 04 de marzo de 2009

ESTUDIO PARA LA CREACION DE UN CONSORCIO PARA COMERCIALIZAR VEHICULOS USADOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

INDICE

Página

CAPÍTULO I ESTUDIO DE MERCADO

1. 1	Objetivos del estudio de mercado.....	2
1.2	Identificación del producto o servicio	2
1.3	Características del producto o servicio.....	3-4-5
1.3.1	Clasificación por su uso y efecto de los productos.....	3-4-5
1.3.2	Productos sustitutos y/o complementarios.....	6-7
1.3.3	Normatividad Técnica, Sanitaria y Comercial	7-8-9-10
1.4	Investigación de Mercado	10
1.4.1	Segmentación	10-11
1.4.2	Tamaño del Universo.....	11
1.4.3	Determinación de aciertos.....	11
1.4.4	Tamaño de la muestra	12-13
1.4.5	Metodología de la investigación de campo.....	13
1.4.5.1	Definición de las variables	13-14
1.4.5.2	Elaboración del cuestionario	14-15-16
1.4.5.2.1	Prueba piloto	16
1.4.5.2.2	Aplicación de la encuesta.....	16
1.4.5.3	Procesamiento de datos: codificación y tabulación	16-17-18
1.4.5.4	Cuadros de salida, explicación y análisis de los resultados.....	19-26
1.5	Análisis de la Demanda	26
1.5.1	Clasificación.....	26
1.5.2	Factores que afectan a la Demanda.....	27-28
1.5.3	Demanda actual del producto.....	28-29

	Página
1.5.4 Proyección de la Demanda	29-34
1.6 Análisis de la Oferta.....	34
1.6.1 Clasificación	34
1.6.2 Factores que afectan a la oferta.....	35
1.6.3 Comportamiento histórico de la oferta	36
1.6.4 Proyección de la Oferta	36-40
1.7 Estimación de la demanda insatisfecha	41
1.7.1 Análisis de la demanda insatisfecha	41-43
1.8 Análisis de Precios	44
1.8.1 Precios actuales	44-47
1.8.2 El precio del producto, método de cálculo o estimación	47
1.9 Comercialización	47
1.9.1 Estrategia de Precios	47
1.9.2 Estrategias de Promoción	48-49
1.9.3 Estrategias de Producto	49
1.9.4 Estrategia de Plaza	49
1.9.5 Cadena de distribución	49

CAPITULO II
ESTUDIO TECNICO

Introducción.....	51
2.1 Tamaño del Proyecto	51
2.1.1.1 El mercado	51
2.1.1.2 Disponibilidad de recursos financieros.....	51
2.1.1.3 Disponibilidad de mano de obra	51

2.2 Localización del Proyecto	52
2.2.1 Macrolocalización	52
2.2.1.1 Justificación	52
2.2.1.2 Plano de Macrolocalización	52
2.2.2 Microlocalización.....	53
2.2.2.1 Criterios de selección de alternativas	53
2.2.2.1.1 Transporte y Comunicaciones.....	53
2.2.2.1.2 Cercanía de las fuentes de abastecimiento.....	53
2.2.2.1.3 Cercanía al mercado	54
2.2.2.1.4 Factores Ambientales	54
2.2.2.1.5 Disponibilidad de Servicios Básicos	54
2.2.2.1.6 Posibilidad de eliminación de desechos	55
2.2.2.2 Matriz Locacional	55
2.2.2.3 Selección de la Alternativa Óptima.....	55
2.2.2.4 Plano de la Microlocalización.....	55-56-57
2.3 Ingeniería del Proyecto.....	58
2.3.1 Diagrama de flujo.....	58
2.3.1.1 Cadena de Valor	59
2.3.2 Distribución del Almacén y la Planta.....	60
2.3.3 Cantidad necesaria anual y precios	61
2.3.4 Requerimiento de Talento Humano	61
2.3.5 Requerimiento de materiales, insumos y servicios	61
2.3.6 Maquinaria y Equipo	62
2.3.7 Estimación de los costos de inversión.....	62-63
2.3.8 Calendario de Ejecución del proyecto.....	63

CAPITULO III

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

Introducción	65
3.1 Base legal	65
3.1.1 Nombre o Razón Social	65
3.1.2 Titularidad de Propiedad de la Empresa	66
3.1.3 Tipo de empresa	66
3.1.4 Clasificación CIU	66-67
3.2 Base Filosófica de la Empresa	67
3.2.1 Visión	67-68
3.2.2 Misión	68
3.2.3 Estrategia Empresarial de la Empresa	68
3.2.3.1 Estrategia de Competitividad	69
3.2.3.2 Estrategia de Crecimiento	69
3.2.3.3 Estrategia de Competencia	69
3.2.3.4 Estrategia Operativa	69
3.2.4 Objetivos Estratégicos	69
3.2.5 Principios y Valores	70
3.3 La Organización	71
3.3.1 Descripción de Funciones	71-92
3.3.2 Organigrama Estructural	93

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

Introducción	95
4.1 Presupuestos	95
4.1.1 Presupuesto de Inversión	95
4.1.1.1 Activos Fijos	95
4.1.1.2 Activos Intangibles	96
4.1.1.3 Capital de Trabajo	96

4.1.2 Cronograma de Inversiones	97-98
4.1.3 Presupuesto de Operación.....	98-99
4.1.3.1 Presupuesto de Ingresos	99
4.1.3.2 Presupuesto de Egresos	100-101-102
4.1.3.3 Estado de Origen y Aplicación de Recursos	103
4.1.3.4 Estructura de Financiamiento.....	103
4.2 Estados Financieros Proyectados	104
4.2.1 Del Proyecto	104
4.2.1.1 Estado de Resultados.....	104
4.2.1.2 Flujos Netos de Fondos	105
4.2.2 Del Inversionista.....	106
4.2.2.1 Estado de Resultados.....	106
4.2.2.2 Flujos Netos de Fondos	107-108
4.3 Evaluación Financiera	109
4.3.1 Del proyecto	109
4.3.1.1 Costo promedio ponderado del capital: TMAR.....	109
4.3.1.2 Criterios de evaluación	109
4.3.1.2.1 Tasa Interna de Retorno (TIR)	109
4.3.1.2.2 Valor Actual Neto (VAN)	109
4.3.1.2.3 Relación Beneficio Costo (RB/C)	110
4.3.1.2.4 Período de Recuperación.....	110
4.3.1.2.5 Puntos de equilibrio.....	111-112-113
4.3.2 Del Inversionista.....	114
4.3.2.1 Costo promedio ponderado del capital: TMAR.....	114
4.3.2.2 Criterios de evaluación	114
4.3.2.2.1 Tasa Interna de Retorno (TIR)	114
4.3.2.2.2 Valor Actual Neto (VAN)	114
4.3.2.2.3 Relación Beneficio Costo (RB/C)	115
4.3.2.2.4 Período de Recuperación.....	115

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones	117
5.2 Recomendaciones	118
Bibliografía	120

INDICE DE CUADRO Y GRAFICOS

CUADROS

CUADRO No. 1: CLASIFICACION DE LOS PRODUCTOS	4
CUADRO No. 2: RESULTADO PREGUNTA CLAVE	11
CUADRO No. 3: TABULACION DE LAS PREGUNTAS	17
CUADRO No. 4: DEMANDA ACTUAL	28-29
CUADRO No. 5: PROYECCION DE LA DEMANDA DE VEHICULOS USADOS EN UNIDADES	31-34
CUADRO No. 6: CANALES DE DISTRIBUCIÓN	35
CUADRO No. 7: HISTORICO DE LA OFERTA.	40
CUADRO No. 8: ESTIMACION DE LA DEMANDA INSATISFECHA	40-43
CUADRO No. 9: PRECIOS HISTORICOS Y ACTUALES	44-47
CUADRO No. 10: ESTIMACION DE LOS PRECIOS	47
CUADRO No. 11: CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE LA OFERTA.	49
CUADRO No. 12: CERCANÍA DE LAS FUENTES DE ABASTECIMIENTO	55
CUADRO No. 13: MATRIZ LOCACIONAL	56
CUADRO No. 14: CADENA DE VALOR	60
CUADRO No. 15: PERSONAL ADMINISTRATIVO	62
CUADRO No. 16: REQUERIMIENTO DE SUMINISTROS, SERVICIOS Y OTROS GASTOS	62
CUADRO No. 17: REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA	63
CUADRO No. 18: ESTIMACION DE LOS COSTOS DE INVERSION	64
CUADRO No. 19: CALENDARIO DE EJECUCION DEL PROYECTO	64
CUADRO No. 20: CLASIFICACION CIU	68
CUADRO No. 21: VISIÓN DE LA EMPRESA AL 2015	69
CUADRO No. 22: MISION DE LA EMPRESA	69
CUADRO No. 23: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	94
CUADRO No. 24: PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS	96
CUADRO No. 25: PRESUPUESTO DE ACTIVOS DIFERIDOS	97
CUADRO No. 26: PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO	97
CUADRO No. 27: CRONOGRAMA DE LAS INVERSIONES	99
CUADRO No. 28: INGRESOS ESPERADOS EN DOLARES	100
CUADRO No. 29: ENGRESOS ESPERADOS EN DOLARES	102
CUADRO No. 30: ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS	103

CUADRO No. 31: ESTRUCTURA FINANCIERA	103
CUADRO No. 32: ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO (Sin crédito)	104
CUADRO No. 33: FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO (SIN CREDITO)	105
CUADRO No. 34: ESTADO DE RESULTADOS DEL INVERSIONISTA (Con crédito)	106
CUADRO No. 35: FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA (PARTE DEL FINANCIAMIENTO ES CON CREDITO)	108
CUADRO No. 36: EVALUACION DEL PROYECTO CON CREDITO, INVERSIONISTA	108
CUADRO No. 37: CALCULO DE LA TASA DE DESCUENTO	109
CUADRO No. 38: CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	112
CUADRO No. 39: COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL – TMAR	114

GRAFICOS

GRAFICO No. 1: MACROLOCALIZACION	53
GRAFICO No. 2: MICROLOCALIZACION	56
GRAFICO No. 3: MICROLOCALIZACION	57
GRAFICO No. 4: MICROLOCALIZACION	57
GRAFICO No. 6: MICROLOCALIZACION	58
GRAFICO No. 7: MICROLOCALIZACION	58
GRAFICO No. 8: DISTRIBUCION DE LA PLANTA	58
GRAFICO No. 9: RAZON SOCIAL	66
GRAFICO No. 10: VARIACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL	113
GRAFICO No. 11: VARIACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL TIEMPO	113

RESUMEN DEL PROYECTO

Perspectiva del mercado

Definición del producto o servicio:

La empresa se dedicará a la compra y venta vehículos usados brindando la garantía total de mantenimiento y la legalidad del automotor. Para el efecto se dispondrá de un centro de mantenimiento equipado con tecnología de punta y con asesores capacitados en términos legales de su futuro vehículo. Todo esto se realizara bajo las normas ISO 9001.

Segmentación del mercado:

Nuestro mercado estará dirigido a la población económicamente activa, esto por cuanto son individuos que se encuentran entre 25 y 65 años de edad. Son personas que tienen la capacidad económica para adquirir un vehículo.

Se pondrá especial atención al segmento joven, esta parte del mercado encuentra siempre la necesidad de adquirir un vehículo que supla la necesidad de movilización, confort y aventura.

Aspectos Técnicos

Alternativas de localización.

La empresa estará localizada en el Distrito Metropolitano de Quito, ciudad que se encuentra en constante aumento de su parque automotor; existen leyes que en un futuro pueden variar el comportamiento del mercado: como es el famoso Pico y Placa, ley que sería muy beneficiosa para este mercado.

El sitio elegido para el funcionamiento de la empresa es el sector de Ñaquito, en la calle Gaspar de Villaroel. Es un lugar privilegiado por su cercanía a varios concesionarios grandes de auto nuevos como es el caso de ASIAUTO, QUITO MOTORS, VALLEJO ARAUJO y METROCAR y cerca de oficinas y bancos los cuales nos ayudaran en un pronto financiamiento.

Alternativas Tecnológicas y efecto en el medio ambiente.

Contaremos con un centro de mantenimiento con la más alta tecnología capaz de satisfacer la más exigente necesidad de nuestro cliente. El proveedor que hemos seleccionado para distribuirnos los equipos necesarios será Almacenes “Juan Ferri”, empresa que cuenta con el suficiente stock de alta tecnología y a la vez nos facilitara el asesoramiento técnico de manejo efectivo del equipo.

Nuestro impacto ambiental será mínimo ya que se dispondrá de barriles en los cuales se colocará todo los residuos de fluidos de los automotores y repuestos que ya no se utilicen, además de contar con una correcta canalización de fluidos.

Aspectos Financieros

Inversiones:

El proyecto tendrá al inicio que arrendar el terreno ubicado en la calle Gaspar de Villaroel; se adquirirá dos elevadores, un horno para pintura. Contara con tres islas, una para el servicio mecánico, otra para el servicio de pintura y enderezada y otra para trabajos rápidos que no demanden mucho tiempo. Se implantará una sala de exhibición y ventas para los autos con sus respectivos counters, con una capacidad de cinco autos en planta.

Presupuestos de Ingresos – Gastos:

La inversión del proyecto provendrá en un 40% de ingresos familiares y el 60% restante de un crédito comercial en el Banco del Austro, los cuales cubrirán en los primeros meses los gastos operacionales: como la adquisición de vehículos, compra de maquinaria y equipos, implantación de la infraestructura de inmueble.

Se dispondrá inicialmente de un capital de trabajo, puesto que en los primeros meses el proyecto reflejara pérdidas; este capital cubrirá el mantenimiento y el funcionamiento del negocio. Las utilidades del ejercicio se irán recapitalizando para robustecer el capital de trabajo, los socios recibirán un sueldo mensual.

Se estima que el retorno de la inversión se recuperará en un plazo máximo de dos años, tiempo suficiente para estabilizar a la empresa en el mercado.

SUMMARY OF PROJECT

Market perspective

Definition of the product or service:

The company is dedicated to the buying and selling used cars extended warranty and maintenance of the legality of the vehicle. To that end there will be a service center equipped with advanced technology and skilled advisors in legal terms of your future vehicle. All this is carried out under ISO 9001.

Market segmentation:

Our market will target the economically active population, this is because individuals who are between 25 and 65 years of age. These people are faced with the economic capacity to purchase a vehicle.

Emphasis will be given to young segment, this market is always in the need to purchase a vehicle that fill the need for mobilization, comfort and adventure.

Technical Aspects

Alternative location.

The company is located in the Metropolitan District of Quito, a city that is constantly increasing its fleet, there are laws in the future may bring is the famous Pico and badge, that law would be very beneficial to this market.

The site chosen for the operation of the business sector is on the Iñaquito, in the Gaspar de Villaroel. Is privileged by proximity to a large number of new car dealers such as ASIAUTO, QUITO MOTORS, VALLEJO ARAUJO and METROCAR, which are near offices and banks, will be able to help in early funding.

Alternative Technology and environmental impact.

We will have a service center with the highest technology layers to satisfy the most demanding needs of our client. The supplier that we have chosen to distribute the necessary equipment will be stored "John Ferri," the company with sufficient Stok high technology and also provide us with the expertise of effective management team.

Our environmental impact will be minimal because there will be barrels in which it is placed around the waste fluids and automotive parts that are no longer used, in addition to a proper channeling of fluids.

Financial aspects

Investments:

Andalusia project will start leasing the land located at the Gaspar de Villaroel, will acquire two lifts, a paint oven. Equipped with three islands, a mechanic for service, another service to paint and straight to work fast and not take too long. It introduce a showroom for cars with their counters, layers have five cars in the plant.

Revenue Budget - Expenditure:

The investment project will be 40% of household income and the remaining 60% of a commercial credit in the Bank of the South, which met in the first months of operating expenses as the purchase of vehicles, purchase of machinery and equipment, introduction of infrastructure building.

You will need to have a working capital since early in the project started reflecting loss, this capital will come from the same operation. Net income will be recapitalized, with its partners a monthly salary.

It is estimated that the return on investment is recovered within a maximum of two years, at which time the company was established in the market.



CAPITULO I
ESTUDIO DE MERCADO

CAPITULO I

ESTUDUDIO DE MERCADO

Objetivos del Estudio de Mercado.

- Determinar la factibilidad, el comportamiento y el nivel de aceptación que tiene la población de la ciudad de Quito, para constituir una concesionaria de autos usados que brinde la garantía total de los vehículos que distribuya.
- Establecer el tamaño óptimo de la empresa.
- Conocer los niveles de satisfacción de nuestros potenciales clientes, para brindarles un servicio especializado en la compra - venta y mantenimiento de autos usados.
- Determinar cuáles son las necesidades no satisfechas del cliente.
- Establecer el nicho de mercado al que quiere llegar la organización.
- Determinar los procedimientos técnicos administrativos más apropiados para llegar a satisfacer las necesidades del cliente de la concesionaria.

1.2 Identificación del Producto o Servicio.

En nuestro país, actualmente no disponemos de cifras oficiales sobre la cantidad de vehículos usados que se comercializan en patios, ferias o sitios autorizados, pero, gracias al interés de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE), se ha realizado un estudio que asevera que por cada vehiculo nuevo que sale a circulación, dos y medio vehículos usados son comercializados en las principales ciudades del país, lo cual demuestra que este segmento de mercado va adquiriendo importancia en todo el país y principalmente en el Distrito Metropolitano de Quito.

Durante los últimos años, se ha experimentado un crecimiento importante en el mercado de vehículos usados, utilizando varios canales o sistemas para cubrir la oferta y demanda, entre los que podemos mencionar: periódicos, radios, revistas especializadas, internet, patios de autos usados y concesionarios.

Estos dos últimos son considerados los mas importantes, pues se ha llegado a concretar por estos canales el un tercio de las ventas totales de autos usados y los dos tercios restantes por medio de otros mecanismos.

Algunos concesionarios como: METROCAR, CASA BACA, AUTOMOTORES CONTINENTAL y AUTOMOTORES Y ANEXOS son las organizaciones más importantes que facilitan la comercialización de vehículos usados. Esta línea de negocio esta en intima relación con la comercialización de vehículos nuevos, por cuanto las agencias automotrices han adoptado la política de aceptar carros usados como parte de pago, además las grandes concesionarias por no disponer de sitios para comercializar vehículos usados, dan la oportunidad a sus asesores o personas

relacionadas para intermediar en la oferta y demanda de esos vehículos usados, facilitándole al cliente la venta de su auto a un valor razonable.

Se conoce que la Empresa Autolandia vende un promedio de 40 autos al mes, en tanto que Automotores y Anexos promedia entre 20 y 25 vehículos mensuales. La mayoría de concesionarias ofrecen financiamientos a plazos de hasta 18 meses, con el 40% de entrada que incluye la posibilidad de aceptar un vehículo usado.

La comercialización de vehículos usados ha mantenido un crecimiento sostenido desde hace mas de ocho años, pero se ha notado un crecimiento adicional en los últimos meses, debido al incremento de las tasas e impuestos, costos de matriculación y seguros exigidos en la adquisición de vehículos nuevos que superen los US\$. 20.000,00.

Se debe tomar en cuenta que mientras sube el precio de un vehículo nuevo, también se experimenta un aumento en la tendencia de los autos usados, por ejemplo si sube un 10% el valor de un auto nuevo, también el vehículo usado de ese modelo y marca crecerá en el mismo porcentaje.

En una visita que se realizó a la Feria del Sur en la ciudad de Quito, se pudo notar que existen muchas personas que van de un lado a otro en busca del automóvil ideal, en este sitio se encuentran varios modelos, la gama es variada según el año, la marca y tonalidad del automotor; todos están al alcance y disposición del cliente.

Se pudo notar que no existe un control técnico sobre la procedencia del automotor y otras legalidades y formalidades en la compra y venta de autos usados, es por esto que nace la necesidad de crear una empresa concesionaria de autos usados para brindar todo este tipo de garantías.

La venta de vehículos usados o de segunda mano intenta encender ese segmento de mercado, es por esto que en los últimos años se ha notado un incremento notable en la oferta y demanda; se estima que cada año se negocian entre 150 mil y 200 mil unidades, ya sea en patios de autos, ferias o por medio concesionarias.

“GLOBAL ENGINE” se dedicará a la compra y venta de vehículos usados, brindando la garantía total en su mantenimiento y en los términos de la legalidad del automotor. Para el efecto se dispondrá de un taller de mantenimiento equipado con tecnología de punta, mecánicos especializados y asesores capacitados en temas legales.

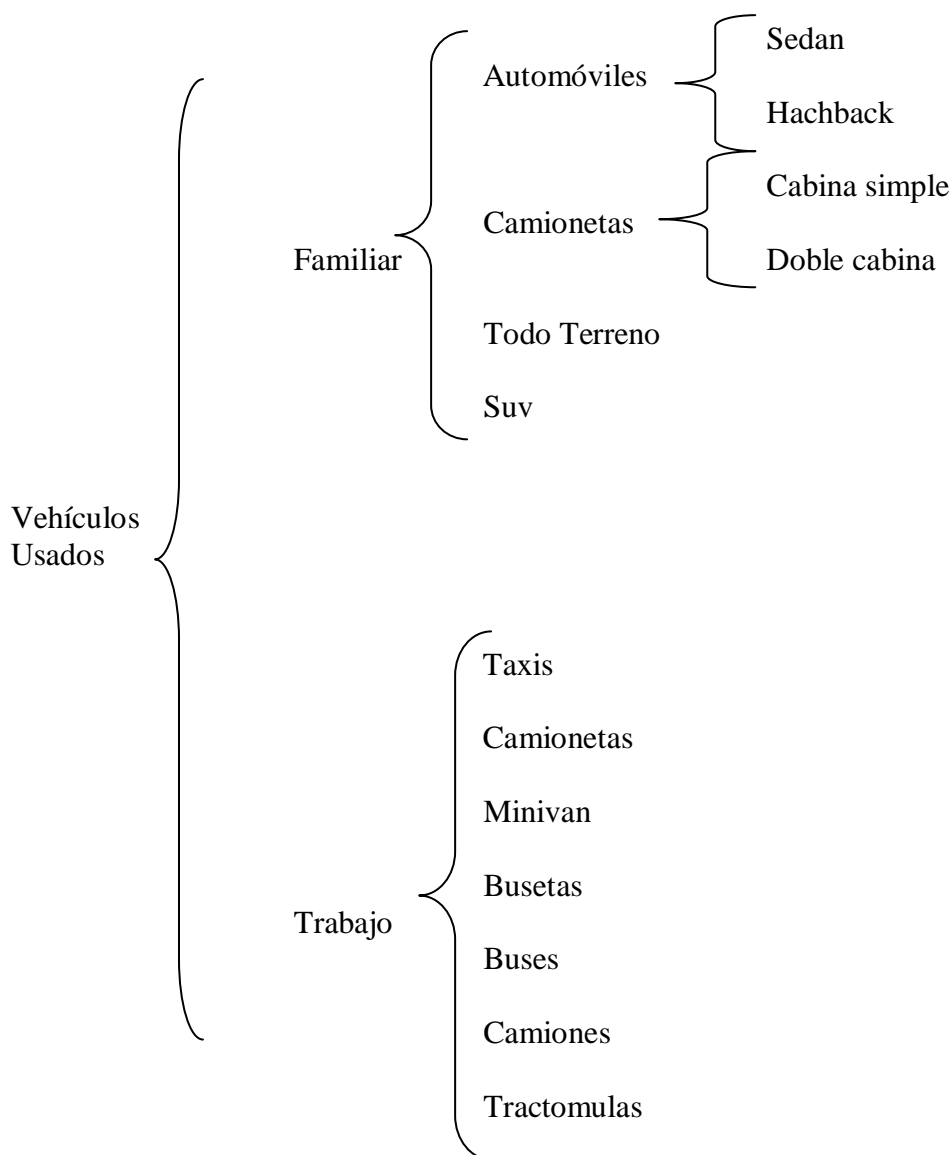
Características del Producto.

1.3.1 Clasificación por su uso y efecto de los productos.

Para poder determinar una clasificación exacta del parque automotor se tiene que conocer que tipos de vehículos existen en todo el mercado vehicular.

En los patios de autos usados se pueden encontrar varias clases de vehículos como son: automóviles, camionetas, minivan, busetas, buses, camiones y tractomulas, todos ellos al alcance del cliente.

Luego de conocer todas las características y clases de vehículos que existen en el Distrito Metropolitano de Quito, se sintetiza la siguiente clasificación de acuerdo al uso del mismo:



CUADRO No. 1: CLASIFICACION DE LOS PRODUCTOS

Uno de los enigmas más grandes a la hora de definir la importancia y el tamaño de una ciudad es la cantidad de habitantes que tiene, los datos del Censo Nacional realizado en el año 2001 al Distrito Metropolitano de Quito, atribuyen que en nuestra ciudad existen 1'876.704 habitantes; cifra de habitantes que puede ser mayor o menor.

Esta cifra hace referencia no solo a la población urbana, es decir, que hay que considerar el desarrollo urbano que se produce de manera continua hacia los valles; se estima en 1'400.704 habitantes. Sin embargo, la identidad del quiteño trasciende los linderos estrechos de su expansión urbana; lo cual muestra las limitaciones de esta cifra, por otro lado la población de los valles circundantes a la ciudad de Quito es de 427.600 habitantes, que se sienten quiteños por identidad y porque prácticamente se encuentran conviviendo la mayor parte del tiempo en la ciudad.

En el Distrito Metropolitano de Quito se estima que el número promedio de personas por hogar es de 4,2 integrantes, por lo tanto en Quito existen aproximadamente 333.500 familias de las cuales, alrededor de los 845.861 personas son adultas.

En un análisis realizado por el Diario el Comercio, en el Distrito Metropolitano de Quito se pudo notar que el 22% de sus habitantes reside en el sur de la ciudad, zona en la cual el 47% son hombres y el 53% son mujeres. En este sector existe un 66% de personas económicamente activas, teniendo un ingreso líquido promedio por hogar de US\$. 364,00. En lo que respecta al nivel socioeconómico podemos ver que existe un 95% de habitantes que pertenecen al estrato medio bajo.

En el centro-sur de Quito existe un 28% de personas que viven en este sector, zona en la cual el 53% son hombres y el 47% son mujeres, de las cuales el 70% son personas económicamente activas; su promedio de ingresos líquidos haciende a US\$. 474,00. El 78% son de estrato medio bajo y el 21% pertenecen al estrato medio.

La zona centro-norte dispone de un 35% de habitantes, de las cuales el 42% son hombres y el 58% son mujeres; el 72% son personas disponen de capacidad económica para adquirir un vehículo, siendo su promedio de ingresos líquidos de US\$. 833,00. El nivel socioeconómico que dispone este sector es de: 31% de nivel bajo, el 48% de nivel medio y el 21% de nivel medio alto.

En el norte de la ciudad se puede ver que existe también un 25% de personas, siendo el 47% hombres y 53% mujeres; este sector dispone del 69% de habitantes con capacidad económica, siendo sus ingresos líquidos promedio de US\$. 873,00. en lo que respecta al nivel socioeconómico presenta un 17% de personas con nivel bajo, 65% con nivel medio y 18% con nivel medio alto.

Todos estos datos ayudaran a conocer de mejor manera al mercado potencial, por ejemplo, podemos ver que el sector al cual debemos atacar con nuestro producto es el centro-norte y norte de la capital, por ser el sector con mayor porcentaje de habitantes con un nivel medio y medio alto. El ingreso promedio líquido de cada familia en este sector es de US\$. 853,00, ingreso suficiente para adquirir un vehículo usado, como ejemplo podemos mencionar que para la adquisición de un auto Chevrolet Corsa Wind se requiere de una cuota mensual promedio US\$. 250,00 mensuales.

1.3.2 Productos sustitutos y/o complementarios.

En el Distrito Metropolitano de Quito existen muchas alternativas de movilización, mediante las cuales el cliente puede satisfacer su necesidad, una de ellas es el ciclismo; esta es una actividad recreativa no motorizada.

En la actualidad en la ciudad cada domingo se realiza el ciclo paseo a lo largo de una ruta de 27 Km. Incluye el uso exclusivo de ciertas calles y avenidas principales de la ciudad (Panamericana norte, Av. Amazonas, Guayaquil, Venezuela, Av. 5 de junio, Av. Tnte. Hugo Ortiz, Quitumbe), entre otras, que garantizan la seguridad de los ciclistas y paseantes.

Otros medios de transporte sustituto que se puede mencionar son los diferentes sistemas integrados de transporte como: Ecovía, Metrovía y Trolebús, en los cuales diariamente se estima que se transportan unos 180 mil usuarios en aproximadamente 56 vehículos articulados por operadora. Actualmente en el Distrito Metropolitano de Quito existen 500 mil personas que se movilizan y utilizan estos medios masivos de transporte.

El Sistema Integrado Metrovía es uno de los tres corredores de transporte existentes en la ciudad de Quito. A diferencia del Trolebús y la Ecovía, es administrada por los transportistas históricos de las Avs. América y De la Prensa, empresas de transporte como: Catar, Conetra, Globaltrans, Pichincha y Tesur son accionistas de la misma, disponiendo 74 articulados y 410 alimentadores. En cambio el Sistema Integrado Ecovía cuenta con un 29% de participación de las cooperativas de transporte como: Alborada, Paquisha y Guadalajara, siendo el 71% restante de propiedad del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Las líneas de transporte público operadas en el Distrito Metropolitano de Quito tienen aproximadamente 2364 buses urbanos, debido a esta gran cantidad de unidades, el Municipio de Quito ha decidido retirar paulatinamente de circulación a varias de estas unidades o recorridos que normalmente sirven en nuestra capital, Cooperativas de Transporte que por muchos años han brindado el servicio de transporte, como por ejemplo: Catar, San Carlos, Quiteño Libre, Calderón, Monserrat, Amazonas, entre otras, son las cooperativas que han tenido que disminuir sus unidades para integrarlas a los diferentes sistemas de transporte urbano.

En el Distrito Metropolitano de Quito también podemos encontrar a otro sistema de transporte público como son los Taxis; en la ciudad existen 200 operadoras o cooperativas de taxis con 8534 vehículos habilitados para transporte de pasajeros; a esta línea de transporte también se puede considerar como un sustituto en el mercado.

Podemos clasificarlos tanto en taxis normales como también en ejecutivos. Estas empresas de transporte pueden mermar de una manera sustancial la adquisición de vehículos usados ya que brindan una mayor confortabilidad que las unidades de buses que generalmente pasan llenas y brindan un pésimo servicio. Pero un limitante de este sustituto es el costo de la transportación ya que la carrera mínima cuesta US\$. 1,00 y dependiendo al sector que desee llegar el costo llegaría hasta US\$. 5,00 diarios que sumados financiarían suficientemente la cuota mensual de un vehículo pequeño.

Un producto sustituto de alta competitividad para nuestro mercado son las motos que hace cuatro años comenzó el boom en nuestro país. Antes solo existían de ocho a 10 importadoras a escala nacional. Pero ahora han proliferado los almacenes y distribuidores que comercializan estos vehículos, otorgando grandes facilidades de crédito.

Según datos de la Federación de Exportadores (Fedexpor), el Ecuador importó durante los años 2005 y 2006 más de \$ 33.000.000 en motos, esta cifra se proyecta a superar \$50.000.000 en el año 2009. Según este reporte, las motocicletas de 50 c.c. y de 250 c.c. son las más apetecidas por los ecuatorianos. La mayoría de estos vehículos provienen de importaciones del otro lado del Océano Pacífico, principalmente de la China. Estos artículos poco a poco se abren paso y tienen mayor demanda. Podemos considerar que aunque el mercado nacional es un poco estacionario, esta línea ha crecido entre un 20% y un 30% en 2006, siendo sus ventas en un promedio mensual de 393 motos.

1.3.3 Normatividad Técnica, Sanitaria y Comercial.

Normatividad Técnica.

Para poder tener un correcto funcionamiento, el local donde funcionará la empresa dispondrá de las siguientes especificaciones técnicas:

- Debe disponer de un espacio físico de al menos 2.500 m², en el que se implantarán las siguientes instalaciones y adecuaciones:
 - Mampostería, con bloque de 15cm.
 - Extractores eólicos de aluminio
 - Bajantes de agua lluvia PVC 110mm
 - Canal recolector de agua lluvia, lámina metálica galvanizada e = 0,9mm
 - Tubería para canalización (Aguas servidas)
 - Canalización aguas servidas: PVC Plastigama
 - Cajas y tapas de revisión
 - Juegos de aparatos sanitarios FV
 - Inst. eléctrica: Caja térmica con breakers
 - Inst. eléctrica: Salida de 220v, tomacorrientes
 - Inst. eléctrica: Salida de 110v, tomacorrientes
 - Inst. eléctrica: Instalación de lámparas
 - Puertas de madera
 - Cerámica en mampostería de baños
 - Instalación de salidas para teléfonos
 - Instalación vidrios existentes en mezanine
 - Cielo raso de gypsom, sobre mezanine, solo área administrativa
- Debe contar con todos los servicios básicos como son: luz, agua, teléfono y alcantarillado.
- Contará con una sala para exhibición de autos de aproximadamente 1.000 m². Con las siguientes adecuaciones:
 - 3 cubículos de trabajo con su equipo de oficina respectivo, que serán utilizados por los asesores comerciales.

- Rampa de acceso como entrada y salida de vehículos.
- Los 1.500 m² restantes serán utilizados para el taller de mantenimiento que contara con el siguiente equipo técnico:

HERRAMIENTAS

40 llaves mixtas
 40 llaves de corona
 40 llaves de boca
 10 palancas de copa de racha
 10 extensiones o aumentos de racha
 22 desarmadores planos y estrella
 6 llaves de bujías
 50 copas de racha
 7 pinzas
 3 playos
 1 sierra
 1 aceitero
 2 llaves de pico
 2 llaves de tubo
 2 lámparas de tiempo
 4 medidores de compresión
 1 cuenta revoluciones
 1 medidor de aire
 1 calibrador de diámetros
 1 pulverizador
 1 estetoscopio
 1 equipo de alienadores de rueda
 1 compresor de aire (3HP)
 1 limpiador de inyectores
 2 extractores
 1 taladro
 2 encojedor de espirales
 2 engrasadoras manuales
 1 levanta válvulas
 1 esmeril grande (1hp)
 1 limpiador de bujías
 2 ranflas
 1 rectificadora manual de cigüeñales
 3 cajas de tarrajas y machuelos (diferentes medidas)
 1 remachadora
 1 equipo rectificador de asientos de válvulas
 1 gata tipo cocodrilo
 1 bomba para poner aceite
 10 caballetes
 4 llaves de ruedas
 1 entenalla

1 tecla
2 mesas de trabajo
2 gatas pequeñas
9 limas
1 playo resortes
1 playo de presión
1 sacador de filtros de aceite
1 templador

- El taller de mantenimiento dispondrá de los siguientes servicios técnicos:
 - Diagnóstico computarizado Multimarcas.
 - Servicio de scanner corrección de averías, service oil, service inspección.
 - Limpieza y comprobación inyectores
 - Reparación: motores, embragues, cajas, diferenciales, direcciones, suspensiones y frenos.
 - Reparación y mantenimiento de carrocerías
 - Ensamblaje de partes y piezas con equipo original
 - Servicio de soldas: mig-mag, punto, desabollador de golpes
 - Reparación compactos con sistemas dossier hidroneumático
 - Reparación plásticos / fibra de vidrio
 - Proceso de lijado en seco
 - Aplicación con pistolas H.V.L.P. de pulverización
 - Aplicamos poliéster y poliuretano glasurit
 - Pulimos y abrillantamos con máquina
 - Garantía en pintura cinco años
 - Cambio de aceite
 - Avalúo mecánico
 - Afinamiento de motor
 - Limpieza de inyectores con canister
 - Enderezada de pequeños golpes
 - Cambio de accesorios
 - Pintura por piezas
 - Lavado express

- Dispondrá de alianzas estratégicas con localizadores como son:
 - Carlink.
 - Hunter.
 - Sherlock.
 - Distrisat.

Normatividad Sanitaria:

- Tener sistemas e instalaciones adecuadas de desagüe y eliminación de desechos líquidos. Deben estar diseñados, construidos y mantenidos de manera que se evite la contaminación.

- Las tuberías deben ser de PVC de un grosor adecuado e instalada y mantenida para transportar adecuadamente los desechos líquidos y evitar que estos sean una fuente de contaminación para el medio ambiente de la ciudad.
- Se deben colocar tapones, sifones y trampas de grasa para evitar el estancamiento.
- Deben evitarse conexiones cruzadas entre el sistema de tubería de agua potable y la tubería de desechos líquidos que puedan provocar una contaminación muy grave.
- Para los desechos sólidos se deben disponer de recipientes.
- Debe contar con servicios sanitarios accesibles, adecuados ventilados e iluminados para uso de los empleados.
- Se debe disponer de lavamanos adecuados, limpios y funcionales en el área de trabajo en una relación de 1 por 15 trabajadores.

Normatividad Comercial.

- Disponer del Registro Unico del Contribuyente (RUC).
- Tener la Patente Municipal.
- Tener el permiso de uso de suelo.
- Disponer de permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito.
- Tener permiso de funcionamiento de la Dirección de Salud y Sanidad.
- Ingresar a la Asociación de Comercializadores de Vehículos Usados.
- Formar parte de la Asociación Empresarial Automotriz del Ecuador (AEADE).
- Disponer de permisos de la Policía Nacional del Ecuador para poder comercializar vehículos usados.

1.4 Investigación de Mercado.

1.4.1 Segmentación.

La división del mercado total da como origen a la subdivisiones que siguen siendo amplias y diversas para la generalidad de los productos. Es preciso identificar algunas características dentro de cada segmento, pues solo así se puede subdividirlos en otros segmentos más específicos.

Para poder segmentar el mercado, las variables tomadas en cuenta son:

Variables Geográficas:

Ya que la ubicación del mercado al que se va a dirigir la empresa es el Distrito Metropolitano de Quito es necesario determinar la localización de los clientes potenciales.

Se consideró a la ciudad de Quito por varias razones, entre ellas:

- Disponibilidad del espacio físico para la instalación del concesionario.
- Facilidad de comercialización de vehículos por ser la capital del Ecuador.

- Encontrarse cerca de las instituciones bancarias las cuales nos ayudaran con el financiamiento.
- Para el estudio de mercado se tomo en cuenta la población de la ciudad de Quito, siendo esta de 1'400.704 personas, sin tomar en cuenta la población de los valles aledaños.

Variables Demográficas:

En esta variable el nivel de ingresos determina la demanda, ya que se conoce el segmento al que la empresa se va a dirigir, además conocer el tamaño del núcleo familiar nos permite conocer cuantas personas pueden llegar a necesitar un vehículo usado.

Las variables que se puede mostrar son:

- Se tomó como base las 1'400.704 personas que viven en la ciudad de Quito.
- El promedio de personas por hogar es de 4,2 personas por familia, siendo 333.500 familias que existen en la ciudad.
- El nivel socioeconómico que se tomo para el análisis son los sectores medio y medio alto.

Variables de utilización del Producto:

Para la empresa el objetivo primordial es satisfacer las necesidades el cliente final, por ejemplo lo más común que se presenta en el producto, es la participación de la familia en la compra del vehículo usado, cuando se requiere un vehículo para trabajo o simplemente para confort de la persona.

Es por esta razón que debemos analizar y atender el requerimiento de las familias del Distrito Metropolitano de Quito, de acuerdo a la utilización del vehículo que pretendan darlo y la forma en que éste encaja en sus procesos de percepción de acuerdo a sus necesidades y deseos.

1.4.2 Tamaño del Universo.

El universo es el conjunto de elementos, finito o infinito, definido por una o más características, de las que gozan todos los elementos que lo componen, en este caso el Universo es la población de la ciudad de Quito, perteneciente a los estratos medio y medio alto equivalente a 1'400.704 personas, dividido para el número promedio de integrantes por familia siendo 4,2; por lo tanto el universo es de 333.500 familias.

1.4.3 Determinación de Aciertos.

Para el cálculo del porcentaje de éxitos se realizo 20 encuestas con la pregunta clave:

¿Adquiriría usted un vehículo usado?

RESPUESTAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	18	90%
NO	2	10%
TOTAL	20	100%

CUADRO No. 2: RESULTADO PREGUNTA CLAVE

1.4.4 Tamaño de la Muestra.

La muestra es una parte representativa del universo que contienen características relevantes, se debe establecer la muestra de acuerdo a métodos estadísticos que permitan determinar el número de encuestas que darán como resultado la validación de los objetivos del estudio de mercado.

Considerando que la población es finita, se procedió a aplicar la siguiente fórmula:

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

Donde:

- Z** representa a la distancia media, se obtiene de una tabla de probabilidades de una distribución normal y se conoce como el número de errores estándar asociados con el nivel de confianza. En este caso su valor es 1.96 (obtenido de la tabla de distribución normal), para tener un nivel de confianza del 95%.
- P** equivale a la probabilidad de ocurrencia de un evento; para la presente investigación se toma 90%, dato obtenido de la pregunta dicotómica.
- Q** equivale a la probabilidad de no ocurrencia de un evento; para la presente investigación se toma 10%, dato obtenido de la pregunta dicotómica.
- N** Tamaño de la población equivalente a 333.500 familias de Quito.
- e** Nivel de error de estimación máximo permitido, puede interpretarse como la mayor diferencia permitida entre la media de la muestra y la media de la población. Para investigaciones de comercialización se utiliza un 5%.

De donde se obtuvo los siguientes resultados:

$$n = \frac{1.96^2 (0.9)(0.1)(333500)}{0.05^2 (333500 - 1) + (0.9)(0.1)(1.96^2)}$$

$$n = 138$$

El tamaño de la muestra es de 137.76, es decir, la encuesta se aplicará a 138 familias que adquieren vehículos usados en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.4.5 Metodología de la Investigación de Campo.

Para diseñar la investigación que permita definir la demanda actual, se consideran las siguientes fases:

1. Selección del mercado al que se va a dirigir la investigación.
2. Selección de un conjunto de elementos descriptivos del producto para diseñar la encuesta.
3. Cálculo de la muestra.
4. Prueba piloto
5. Recolección de datos.
6. Codificación y tabulación de datos.
7. Análisis e interpretación de los resultados.

1.4.5.1 Definición de las Variables.

Demanda:

Para poder determinar la demanda, hay que tomar en cuenta una serie de factores como: las cantidades que los consumidores que desean adquirir vehículos usados por unidad de tiempo, tales como las preferencias, los ingresos en ese período, así como los precios; conociendo estos aspectos se podrá establecer cual es la demanda para adquirir el tipo de vehículo

Oferta:

Al igual que en el caso de la demanda, los factores que determinan la oferta son la tecnología, los precios de los factores productivos (tierra, trabajo, capital) y los precios de los vehículos que ofrece la competencia, así como saber cuáles son los competidores directos de la empresa y el conocimiento que los consumidores tienen de los mismos.

Precios:

El conocimiento de los precios que estarían dispuestos a pagar los consumidores permite que la empresa sepa a que mercado se dirige y a que precio van a venderse sus productos y si va a arrojar un margen de utilidad razonable.

Gustos y preferencias:

Conocer que aspectos prefieren los consumidores; es decir determinar el nivel de importancia de factores como: la calidad, el precio, la frecuencia de compra, los diferentes modelos de vehículos que desea, que se tenga una clara percepción de lo que el cliente desea adquirir.

1.4.5.2 Elaboración del Cuestionario.

Para la obtención de datos y cumplir los objetivos planteados se procede a la elaboración del cuestionario para lo cual se diseñaron las siguientes preguntas:

GLOBAL ENGINE “LO QUE QUIERES, LO TENEMOS”

FECHA:

CODIGO:

Objetivo de la Encuesta:

Determinar la factibilidad para crear una empresa comercializadora de Autos Usados en el Distrito Metropolitano de Quito.

GENERO: M___ F___

EDAD: años

SECTOR:

Número de integrantes de la familia: ___

INSTRUCCIONES

- Llene los espacios en blanco donde sea necesario o marque con una X donde lo requiera:

PREGUNTAS:

1. Dispone usted de vehiculo propio:

SI___ NO___

2. Esta en condiciones de adquirir un vehículo:

SI___ NO___

3. Si no esta en condiciones, que razón le impiden:

CAPACIDAD ECONOMICA ___

ENTRADA DEL VEHICULO ___

CENTRAL DE RIESGOS ___

NO DESEA ___

OTROS (especifique) ___

4. Como adquiriría usted su vehículo:

CONTADO _____
CREDITO DIRECTO _____
CREDITO FINANCIERO _____

5. Si usted adquiere un vehículo, este sería:

NUEVO____ USADO____

MOTIVO: _____

6. Para usted en donde es mejor adquirir un vehículo:

CONCESIONARIO _____
PATIO DE AUTOS _____
FERIA DE AUTOS _____
OTROS (especifique) _____

7. Que tipo de vehículo usted prefiere:

SEDAN _____
HACHBACK _____
CAMIONETA C/S _____
CAMIONETA C/D _____
TODO TERRENO _____
MINIVAN _____
CAMION _____
OTRO (especifique) _____

8. Usted acude a un mecánico profesional al momento de adquirir un vehículo usado:

SI____ NO____

9. Que le molesta de adquirir un vehículo usado:

Falta de control en términos de legalidad del vehículo _____
Falta de garantía en el funcionamiento del vehículo _____
Falta de un asesoramiento eficaz al momento de la compra _____
Otros (especifique) _____

10. Que opinión tiene usted de las ferias de autos usados que se realizan en la ciudad:

EXELENTE _____
MUY BUENA _____
BUENA _____
REGULAR _____
MALA _____

11. Cuanto estaría dispuesto a pagar mensualmente por una cuota de un vehículo.

100 - 200	—
200 - 300	—
300 - 400	—
400 - 500	—
500 o más	—

1.4.5.2.1 Prueba Piloto.

La prueba piloto es una herramienta mediante la cual se determina el nivel de comprensión de la encuesta que se va a aplicar a la muestra, verificando si ésta necesita de algunas correcciones antes de aplicar la encuesta definitiva.

La prueba piloto se la realizó aproximadamente al 10% de la muestra total; es decir a 20 personas que estaban en diferentes lugares de la ciudad de Quito, cuyos ingresos pertenecen a los estratos medio y medio alto.

La prueba piloto fue comprendida a cabalidad por lo cual en lo posterior se procede a aplicar la encuesta.

1.4.5.2.2 Aplicación de la Encuesta.

Los días 22 y 23 de noviembre del 2.008, se procedió a la aplicación de las encuestas a diferentes personas pertenecientes al segmento de estudio; es decir aquellos con ingresos medios, medios altos y altos se decidió realizar la encuesta cerca de instituciones financieras a dueños de negocios o empleados públicos que entraban dentro de los requerimientos para la aplicación de las encuestas.

También fue necesario realizar encuestas cerca de los grandes concesionarios de vehículos mayormente identificados por las personas, siendo estos: Metrocar, Hyunmotor, Vallejo Araujo y Asiauto.

1.4.5.3 Procesamiento de datos: Codificación y Tabulación.

Para poder tener una mejor visión del mercado a la cual la empresa se va a enfrentar, se ha procedido a realizar la siguiente tabulación de las siguientes preguntas:

PREGUNTA No. 1

Dispone usted de vehículo propio.

PREGUNTA No. 2

Esta en condicione de adquirir un vehículo.

PREGUNTA No. 3

Si no esta en condiciones que razones le impiden.

PREGUNTA No. 4

Como adquiriría usted su vehículo.

PREGUNTA No. 5

Si usted adquiere un vehículo este sería.

PREGUNTA No. 6

Para usted en donde es mejor adquirir un vehículo.

PREGUNTA No. 7

Que tipo de vehículo usted prefiere.

PREGUNTA No. 8

Usted acude a un mecánico profesional al momento de adquirir un vehículo usado.

PREGUNTA NO. 9

Que le molesto de adquirir un vehículo usado.

PREGUNTA No. 10

Que opinión tiene usted de las ferias de autos usados que se realizan en la ciudad.

PREGUNTA No. 11.

Cuanto estaría dispuesto a pagar por una cuota de un vehículo.

La tabulación que se utilizo es la siguiente:

PREGUNTA	RESPUESTA	COD.
PREG. No. 1	SI	1
	NO	2
PREG. No. 2	SI	1
	NO	2
PREG. No. 3	CAPACIDAD ENCONOMICA	1
	ENTRADA DEL VEHICULO	2
	CNTRAL DE RIESGOS Y/O BURO DE CREDITO	3
	NO DESEA	4
	OTROS	5
	NO CONTESTA	6
PREG. No. 4	CONTADO	1
	CREDITO DIRECTO	2
	CREDITO FIANCIERO	3
PREG. No. 5	NUEVO	1
	USADO	2

PREG. No. 6	CONCESIONARIO	1
	PATIO DE AUTOS	2
	FERIA LIBRE DE AUTOS	3
	OTROS	4
PREG. No. 7	SEDAN	1
	HACHBACK	2
	CAMIONETA C/S	3
	CAMIONETA C/D	4
	TODO TERRENO	5
	MINIVAN	6
	CAMION	7
	OTROS	8
PREG. No. 8	SI	1
	NO	2
PREG. No. 9	FALTA DE CONTROL EN TERMINOS DE LEGALIDAD DEL VEHICULO	1
	FALTA DE GARANTIA EN EL FUNCIONAMIENTO DEL VEHICULO	2
	FALTA DE UN ASESORAMIENTO EFICAZ AL MOMENTO DE LA COMPRA	3
	OTROS	4
PREG. No. 10	EXELENTE	1
	UY BUENA	2
	BUENA	3
	REGULAR	4
	MALA	5
PREG. No. 11	\$ 100 - \$ 200	1
	\$ 200 - \$ 300	2
	\$ 300 - \$ 400	3
	\$ 400 - \$ 500	4
	\$ 500 - MAS	5

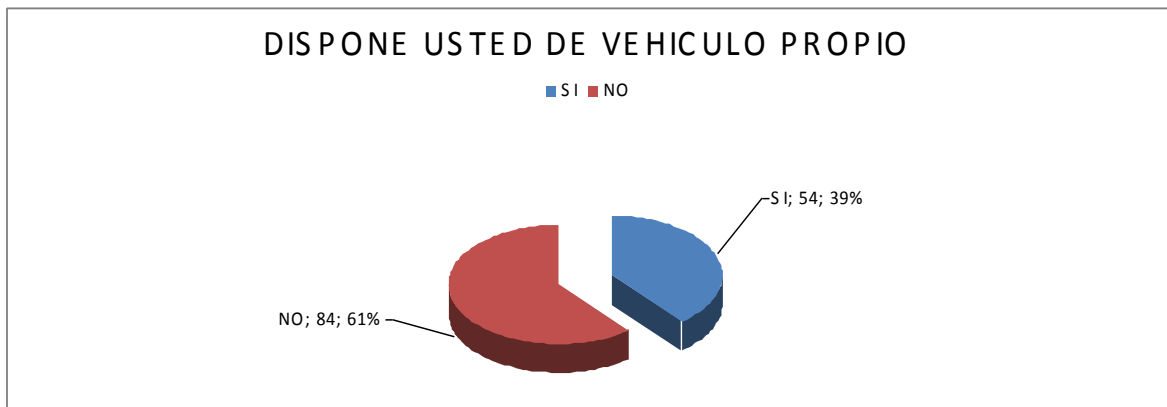
CUADRO No. 3: TABULACION DE LAS PREGUNTAS

1.4.5.4 Cuadros de salida, explicación y análisis de los resultados.

1) ¿Dispone usted de vehículo propio?

SI	54	39%
NO	84	61%

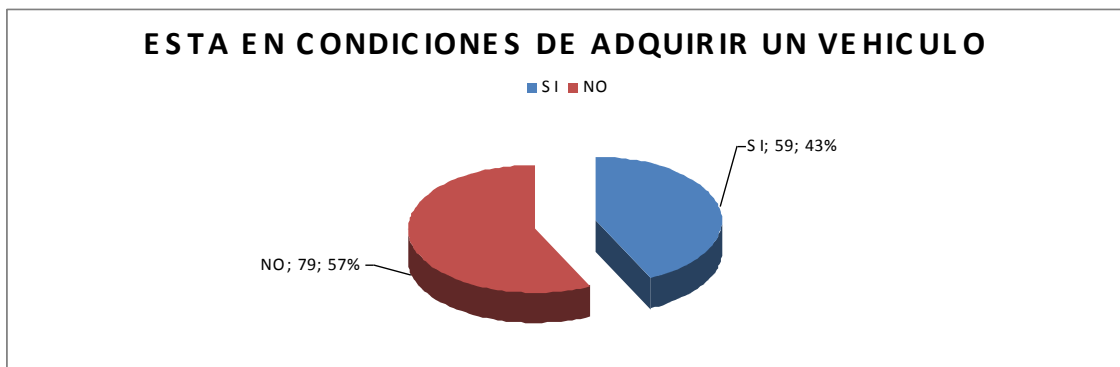
TOTAL 138 100%



El 61% de los encuestados no disponen de un vehículo propio y el 39% si tienen un vehículo en que movilizarse; esto demuestra que en la ciudad de Quito mas de la mitad no dispone de un vehículo propio en el que pueda movilizarse de una forma confortable, es por esto que este es el segmento de mercado al cual se tiene que atacar, tomando en consideración otras variables como la capacidad económica.

2) ¿Esta en condiciones de adquirir un vehículo?

SI	59	43%
NO	79	57%
TOTAL	138	100%

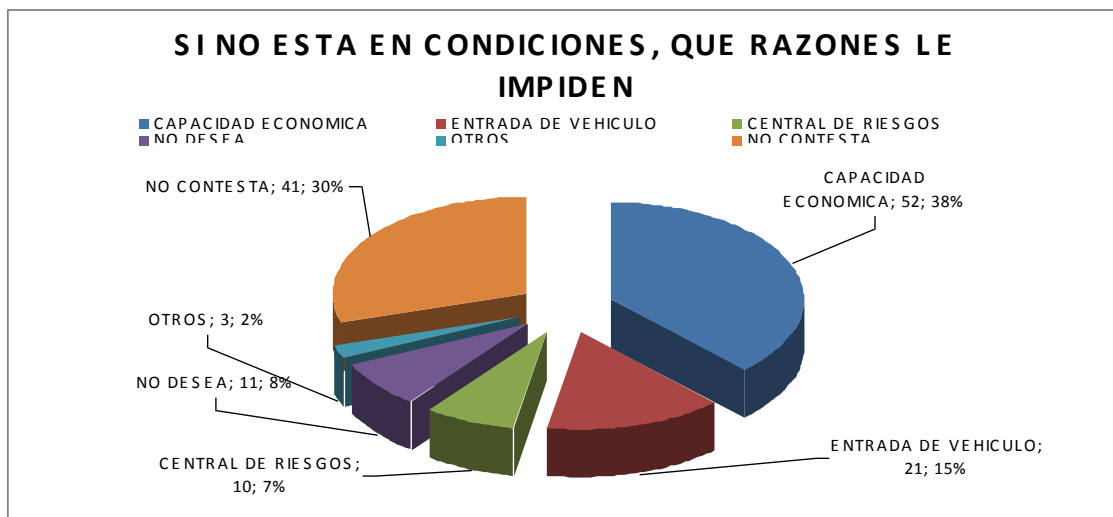


El 57% de las personas encuestadas no se encuentran en condiciones de obtener un vehículo propio, esto se puede dar por varios factores como: no disponer de los recursos necesarios, constar en central de riesgos y/o buró de crédito o simplemente no desean adquirirlo; en tanto que el 43% si mostraron el deseo de comprar un automotor.

3) ¿Si no esta en condiciones, que razones le impiden?

Capacidad económica	52	38%
---------------------	----	-----

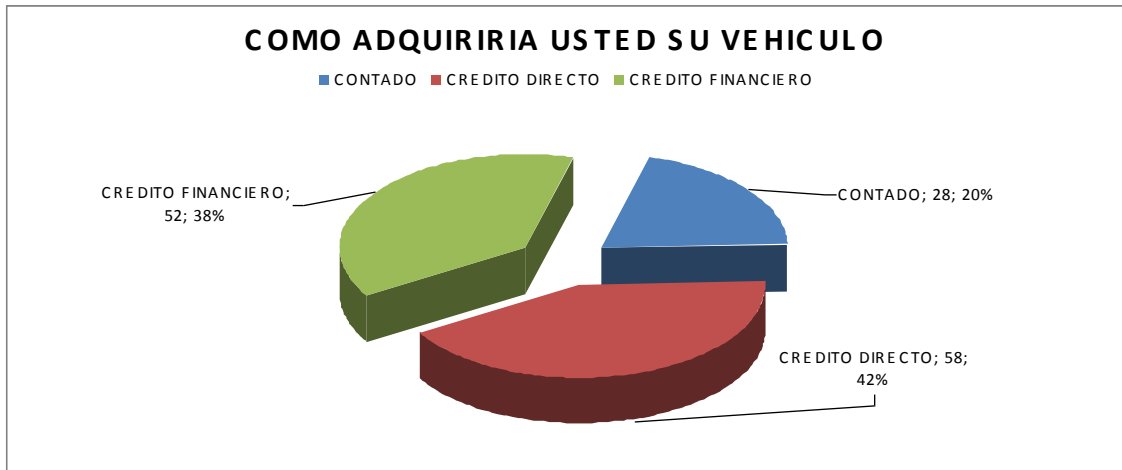
Entrada del vehículo	21	15%
Central de Riesgos y/o Buró de Crédito	10	7%
No desea	11	8%
Otros	3	2%
No contesta	41	30%
TOTAL	138	100%



Son varias las razones por las cuales una persona no puede adquirir un automotor, de las cuales se puede ver que la capacidad económica les impide el obtener un vehículo, seguido por un 15% que pertenece a la cuota de entrada que se debe entregar al adquirir un vehículo; estos factores son una determinante al momento de comprar un auto ya que la empresa trabajara en su mayor parte con crédito financiero, por tal motivo se requiere de disponer un sistema de crédito directo para no perder la posibilidad de vender un vehículo. También nos podemos dar cuenta que existe un 7% que tienen problemas con la central de riesgos y/o buró de crédito, los cuales también inciden en la obtención de crédito.

4) ¿Como adquiriría usted su vehículo?

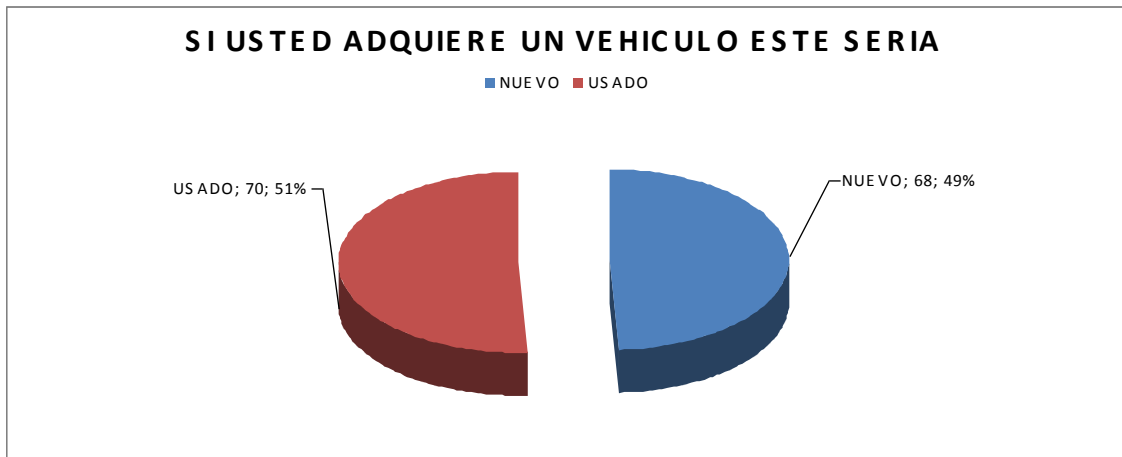
CONTADO	28	20%
CREDITO DIRECTO	58	42%
CREDITO FINANCIERO	52	38%
TOTAL	138	100%



De los encuestados se pudo notar que el que en su mayoría desean trabajar con crédito directo, siendo este el 42%, el 38% con crédito financiero y el 20% le gustaría adquirir el vehículo de contado. Con estos datos la empresa tiene que tomar en cuenta que existe un grupo importante de clientes que no les gusta trabajar con las instituciones financieras por varias razones como por ejemplo: Inseguridad, altas tasas de interés, entre otras, siendo en crédito directo como una herramienta importante al momento de financiar un automotor.

5) ¿Si usted adquiere un vehículo este seria?

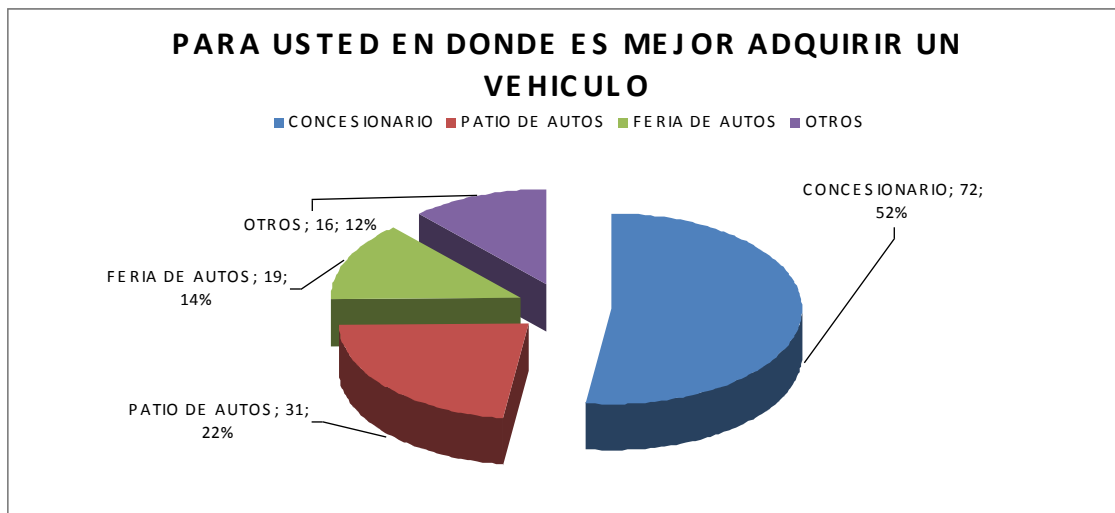
NUEVO	68	49%
USADO	70	51%
TOTAL	138	100%



Es claro que de las personas encuestadas solo el 49% comprarían un vehículo nuevo, en tanto que el 51% le gustaría adquirir un vehículo usado, principalmente por la depreciación del vehículo nuevo al salir del concesionario. Con lo que respecta al vehículo usado no sufre mayormente con esta depreciación ya que son vehículos que ya pagaron sus respectivos aranceles.

6) Para usted en donde es mejor adquirir un vehículo.

CONCESIONARIO	72	52%
PATIO DE AUTOS	31	22%
FERIA DE AUTOS	19	14%
OTROS	16	12%
TOTAL	138	100%

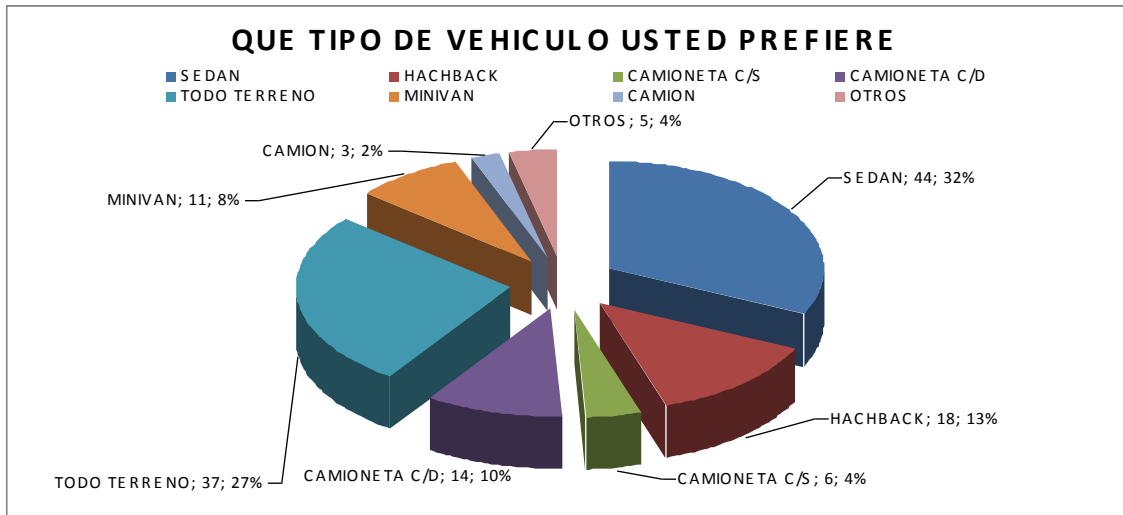


En esta figura se pueden dar cuenta que el 52% le gusta adquirir un vehículo por medio de un concesionario, siguiéndole un 22% por medio de un patio de autos, el 14% acuden a la feria libre de autos usados y por ultimo el 12% acuden a otros medios como por ejemplo: Internet, anuncios de periódicos o por recomendaciones que se les hacen.

Es importante tener en cuenta que a los clientes les gusta mayormente adquirir un vehículo en un concesionario, por varias razones como son: garantía, honestidad de la negociación.

7) ¿Que tipo de vehículo usted prefiere?

SEDAN	44	32%
HACHBACK	18	13%
CAMIONETA C/S	6	4%
CAMIONETA C/D	14	10%
TODO TERRENO	37	27%
MINIVAN	11	8%
CAMION	3	2%
OTROS	5	4%
TOTAL	138	100%

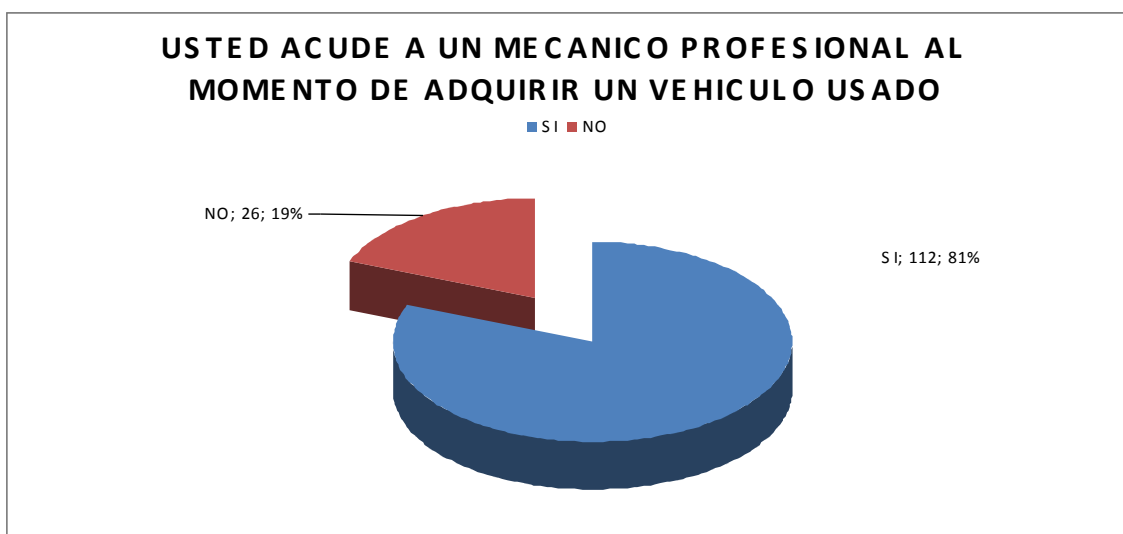


Existe varios tipos de vehículos, siendo el sedan un vehículo que tiene mayor aceptación con un 32%, esto por ser un automotor confortable y no consume mucho combustible; siguiendo en grado de aceptación son los todo terreno con 27% por se un vehículo de fácil ingreso a todo tipo de terreno; los hachback son vehículos con 5 puertas pero su forma no es del agrado del cliente tan solo teniendo un 13% de aceptación; las camionetas, sean estas cabina simple o cabina doble disponen de un 14%, esto por no disponer de suficiente espacio para poder transportar confortablemente a una familia y para finalizar contamos con los vehículos para trabajo como minivan´s o camiones que por ser para trabajo no son muy apetecidos por las familias quiteñas.

Estos datos nos dan una suficiente visión de los vehículos que la empresa tendrá que comercializar.

8) ¿Usted acude a un mecánico profesional al momento de adquirir un vehiculo usado?

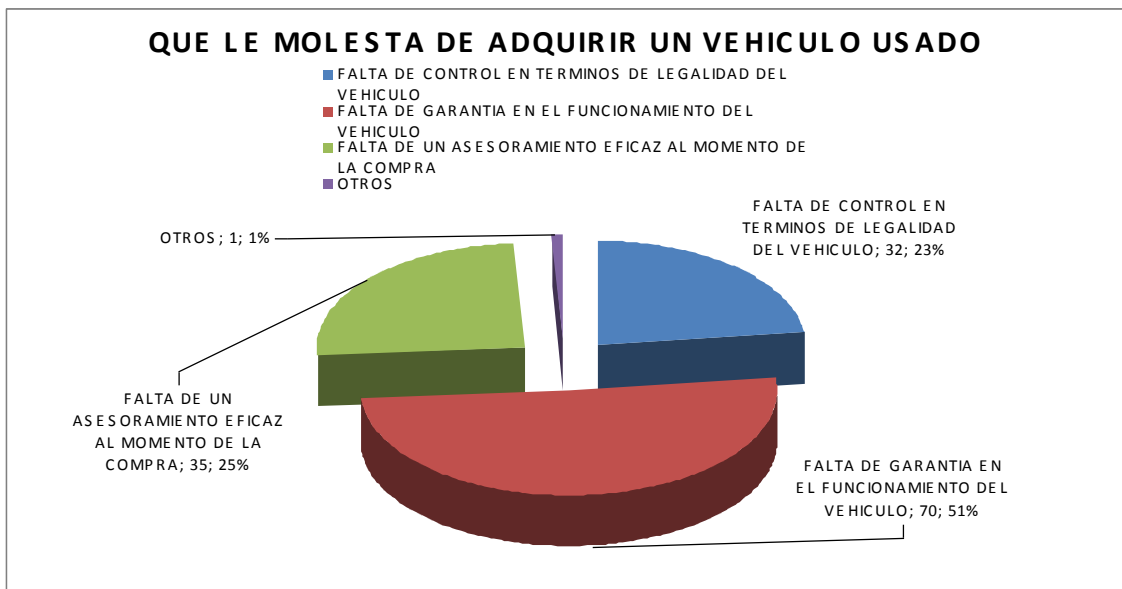
SI	112	81%
NO	26	19%
TOTAL	138	100%



La mayoría de las personas encuestadas acuden a un mecánico profesional, siendo este porcentaje del 81%; en tanto que el 19% no acuden y tiene una confianza en la persona que les vende un vehículo. Esto nos puede dar la idea de que el cliente requiere de la garantía de buen funcionamiento del vehículo para poder adquirirlo.

9) ¿Que le molesta de adquirir un vehículo usado?

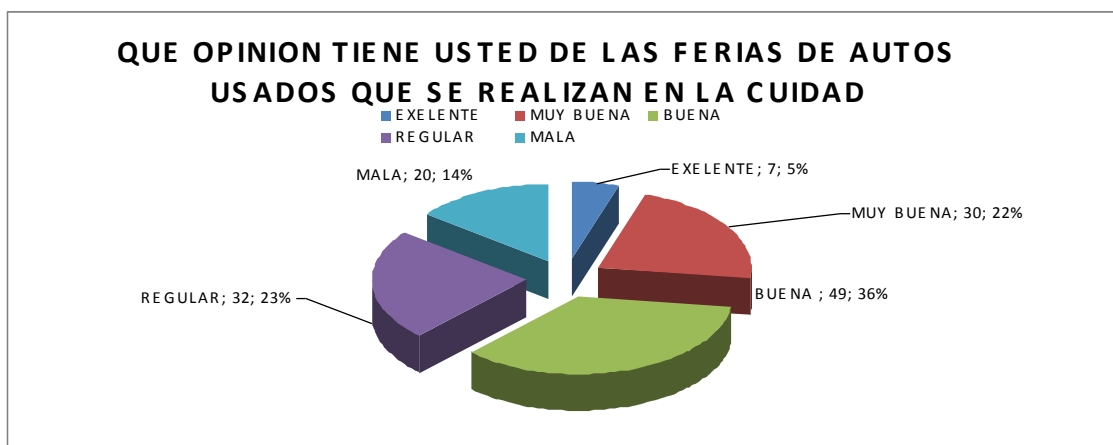
FALTA DE CONTROL EN TERMINOS DE LEGALIDAD DEL VEHICULO	32	23%
FALTA DE GARANTIA EN EL FUNCIONAMIENTO DEL VEHICULO	70	51%
FALTA DE UN ASESORAMIENTO EFICAZ AL MOMENTO DE LA COMPRA	35	25%
OTROS	1	1%
TOTAL	138	100%



Como se pueden dar cuenta de las personas encuestadas el 51% requiere de que el vehículo que van a comprar disponga de una garantía que cubra todo el automotor, en tanto que el 23% requieren que el vehículo se los venda con la garantía de legalidad, esto se da por cuanto se confía mucho que el vehiculo proviene de negociaciones licitas. Existe un 25% que no se encuentra satisfecho con el asesoramiento que le brindan los demás patios de autos que existen en la ciudad de Quito.

10) ¿Que opinión tiene usted de las ferias libres de autos usados que se realizan en la ciudad?

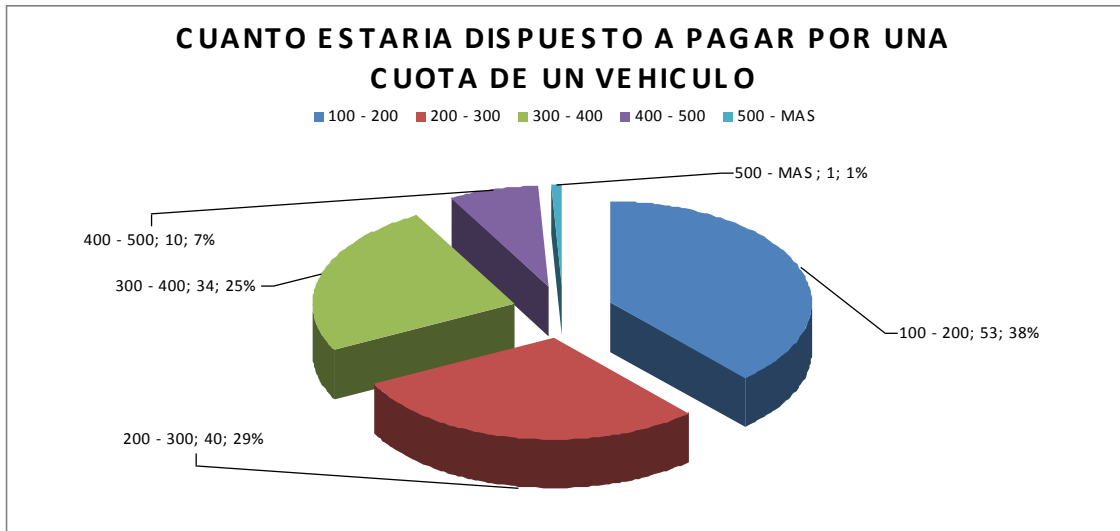
EXELENTE	7	5%
MUY BUENA	30	22%
BUENA	49	36%
REGULAR	32	23%
MALA	20	14%
TOTAL	138	100%



Las ferias libres de autos en la ciudad en los últimos años han sufrido grandes cambios es por esto que de las persas encuestadas disponen de un buen concepto, siendo este el 36%; es por esto que si este tipo de comercialización dispone de una buena aceptación en mayor grado será el giro de negocio que “GLOBAL ENGINE” ofrecerá.

11) ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por una cuota de un vehículo?

\$ 100,00 – \$ 200,00	53	38%
\$ 200,00 – \$ 300,00	40	29%
\$ 300,00 – \$ 400,00	34	25%
\$ 400,00 – \$500,00	10	7%
\$ 500,00 – MÁS	1	1%
TOTAL	138	100%



De los clientes encuestados el 38% requiere que el dividendo no sea mayor de \$ 200,00, esto por cuanto el nivel de ingresos con que disponen puede ir mas allá que el valor antes mencionado, en tanto que existe un 29% de encuestados que optan por una cuota de hasta \$ 300,00, todas estas personas se consideran del estrato medio a medio bajo; en cambio las personas de estrato medio alto prefieren una cuota de \$ 400,00 a \$ 500,00 o mas, siendo estas del 25%, 7% y 1% respectivamente.

1.5 Análisis de la Demanda

1.5.1 Clasificación

Según la clasificación del mercado la demanda se ubicaría en una de competencia perfecta por cuanto:

1. Existen numerosos compradores y vendedores. Esto supone que ninguno de los participantes en el mercado tiene el poder suficiente de incidir sobre el precio del producto.
2. Las empresas comercializan bienes homogéneos, por tanto los consumidores no son capaces de diferenciarlos.
3. Existe perfecta información. Los compradores como los patios tienen información completa acerca de los precios y accesibilidad de todos los tipos de vehículos.
4. Las empresas y los recursos pueden desplazarse libremente. No existen barreras para la entrada o salida de los mercados por parte de las empresas; adicionalmente, los recursos productivos (capital, recursos naturales y mano de obra) pueden desplazarse libremente de un mercado a otro.

1.5.2 Factores de Afectan a la Demanda

Tamaño y crecimiento de la población:

Para poder establecer el tamaño y crecimiento de la población hacia la cual se dirige la empresa, se ha considerado importante analizar la tasa de crecimiento de la población de Quito que es de 2.7%.

Con estos datos y considerando la estabilidad económica que esta atravesando el país, se espera que la tendencia de crecimiento se mantenga, de manera que el aporte del sector de la comercialización de vehículos usados continúe contribuyendo al crecimiento del PIB.

Hábitos y Preferencias:

Como resultado de las encuestas aplicadas, se determina que:

1. Las personas les gusta adquirir vehículos usados en un 51%.
2. El 38% de los encuestados está dispuesto a pagar desde \$ 100,00 a 200,00 por una cuota de un vehículo, el 29% desde \$200,00 a \$ 300,00;
3. el 25% desde \$300,00 a \$ 400,00; el 29% desde \$200,00 a \$ 300,00; el 25% desde \$300,00 a \$ 400,00 el 7% y desde \$ 500,00 a mas en un 1%.
4. Los aspectos que valoran al momento de comprar son: garantía en el funcionamiento del vehículo, garantía el términos de legalidad del automotor y un correcto servicio de asesoramiento al momento de adquirir un vehículo usado.
5. Los lugares donde existe una mayor aceptación al comercializar un vehículo usado son: Concesionarios y Patios de Autos.
6. El vehículo de tipo sedan es el de mayor aceptación entre los clientes por ser un confortable, de consumo moderado de combustible y mayor capacidad de carga de equipaje.

Niveles de Ingresos:

Los vehículos usados están destinados a la venta a personas de todos los estratos sociales como medió bajo, medio, medio alto y alto que posean los suficientes ingresos para adquirir un vehículo.

1.5.3 Demanda Actual del producto y/o servicio.

Para poder determinar la demanda actual de los de los vehículos usados se han considerado los siguientes factores:

Hogares: Es el número de familias de la ciudad de Quito es: $1'400.704 \text{ hab.}/4.2 = 333.500$ familias.

Interés de compra: Tomado de las encuestas, pregunta número 5 = 51%.

Porcentaje de las personas que prefieren sedan, hatchback, camioneta C/S, camioneta D/C, todo terreno, minivan, camión:

Tomado de tabulación de las encuestas, pregunta número 7.

Sedan = 32%

Hatchback = 13%

Canioneta C/S = 4%

Camioneta C/D = 10%

Todo terreno = 27%

Minivan = 8%

Camión = 2%

Porcentaje de Preferencias de precio:

Tomado de las encuestas, pregunta número 11:

\$ 100,00 - \$ 200,00 = 38%

\$ 200,00 - \$ 300,00 = 29%

\$ 300,00 - \$ 400,00 = 25%

\$ 400,00 - \$ 500,00 = 7%

\$ 500,00 – mas = 1%

SEDAN

HOGARES	INTERÉS DE COMPRA	DEMANDA POTENCIAL	% PREFIEREN SEDAN	DEMANDA ACTUAL
333500	51%	170085	32%	54427

HACHBACK

HOGARES	INTERÉS DE COMPRA	DEMANDA POTENCIAL	% PREFIEREN HACHBACK	DEMANDA ACTUAL
333500	51%	170085	13%	22111

CAMINETAS C/S

HOGARES	INTERÉS DE COMPRA	DEMANDA POTENCIAL	% PREFIEREN CAMIONETA C/S	DEMANDA ACTUAL
333500	51%	170085	4%	6803

CAMIONETA C/D

HOGARES	INTERÉS DE COMPRA	DEMANDA POTENCIAL	% PREFIEREN CAMIONETA C/D	DEMANDA ACTUAL
333500	51%	170085	10%	17009

TODO TERRENO

HOGARES	INTERÉS DE COMPRA	DEMANDA POTENCIAL	% PREFIEREN TODO TERRENO	DEMANDA ACTUAL
333500	51%	170085	27%	45923

MINIVAN

HOGARES	INTERÉS DE COMPRA	DEMANDA POTENCIAL	% PREFIEREN MINIVAN	DEMANDA ACTUAL
333500	51%	170085	8%	13607

CAMION

USUARIOS	INTERÉS DE COMPRA	DEMANDA POTENCIAL	% PREFIEREN CAMION	DEMANDA ACTUAL
333500	51%	170085	2%	3402

CUADRO No. 4: DEMANDA ACTUAL

1.5.4 Proyección de la Demanda

Para la proyección de la demanda existen diversas técnicas y procedimientos que permiten obtener una aproximación, la mayoría de las veces confiable, las técnicas para el cálculo de la proyección de la demanda se clasifican en:

1. Métodos de Carácter subjetivo.
2. Modelos casuales.
3. Modelos de series de tiempo.

1. **Métodos de Carácter subjetivo**

Se fundamentan en la opinión de expertos acerca de un tema determinado y básicamente se utilizan porque el tiempo para elaborar el proyecto es escaso, cuando no se dispone de antecedentes y cuando los datos disponibles no son con fiables para pronosticar un comportamiento futuro.

2. **Métodos causales:**

A través de esta metodología se proyecta el mercado sobre la base de antecedentes cuantitativos pasados; para ello se supone que los factores condicionantes del comportamiento histórico de alguna o de todas las variables del mercado permanecerán constantes. Los modelos causales de uso más frecuente son:

- **Tasas de Crecimiento:** Toma en cuenta la tasa de crecimiento de año a año.
- **Método de la regresión:** Permite realizar un modelo de pronóstico basado en causales explicativas definidas como variables independiente y en cantidades demandadas que se desea proyectar catalogadas como variables dependientes. Existen dos modelos básicos de regresión, simple o de dos variables de regresión múltiple.
- **Método insumo producto o método de los coeficientes técnicos:** Permite identificar las relaciones interindustriales que se producen entre sectores de la economía, a través de un matriz que implica suponer el uso de coeficientes técnicos fijos por parte de las diferentes industrias.
- **Modelos econométricos:** Se basa en un sistema de ecuaciones estadísticas que interrelacionan las actividades de diferentes sectores de la economía y ayudan a evaluar la repercusión sobre la demanda de un producto o servicio.

3. **Modelos de series de tiempo:**

Se refieren a la medición de valores de una variable en el tiempo a intervalos espaciados uniformemente. El objetivo de la identificación de la información histórica es determinar un patrón básico en su comportamiento, que posibilite la proyección futura de la variable deseada.¹

Considerando los datos de la demanda actual y el Método Causal de Tasas de Crecimiento, se realizó una proyección de demanda para un horizonte de 10 años, que toma en cuenta al monto de dinero dirigido hacia la compra de muebles de madera, para lo cual se consideró una tasa

de crecimiento anual de la población de la ciudad de Quito que es de 2.7% dada por el INEC.

¹Econ. Edilberto Meneses; Preparación de Proyectos

SEDAN

AÑOS	HOGARES	INTERÉS DE COMPRA SEDAN 51%	% PREFIEREN SEDAN 32%
2008	333.500	170.085	54.427
2009	342.505	174.677	55.897
2010	351.752	179.394	57.406
2011	361.249	184.237	58.956
2012	371.003	189.212	60.548
2013	381.020	194.320	62.183
2014	391.308	199.567	63.861
2015	401.873	204.955	65.586
2016	412.723	210.489	67.356
2017	423.867	216.172	69.175
2018	435.311	222.009	71.043

HACHBACK

AÑOS	HOGARES	INTERÉS DE COMPRA 51%	% PREFIEREN HACHBACK 13%
2008	333.500	170.085	22.111
2009	342.505	174.677	22.708
2010	351.752	179.394	23.321
2011	361.249	184.237	23.951
2012	371.003	189.212	24.598
2013	381.020	194.320	25.262
2014	391.308	199.567	25.944

2015	401.873	204.955	26.644
2016	412.723	210.489	27.364
2017	423.867	216.172	28.102
2018	435.311	222.009	28.861

CAMIONETA C/S

AÑOS	HOGARES	INTERÉS DE COMPRA 51%	% PREFIEREN CAMIONETA C/S 4%
2008	333.500	170.085	6.803
2009	342.505	174.677	6.987
2010	351.752	179.394	7.176
2011	361.249	184.237	7.369
2012	371.003	189.212	7.568
2013	381.020	194.320	7.773
2014	391.308	199.567	7.983
2015	401.873	204.955	8.198
2016	412.723	210.489	8.420
2017	423.867	216.172	8.647
2018	435.311	222.009	8.880

CAMIONETA C/D

AÑOS	HOGARES	INTERÉS DE COMPRA 51%	% PREFIEREN CAMIONETA D/S 10%
2008	333.500	170.085	17.009
2009	342.505	174.677	17.468
2010	351.752	179.394	17.939
2011	361.249	184.237	18.424
2012	371.003	189.212	18.921
2013	381.020	194.320	19.432

2014	391.308	199.567	19.957
2015	401.873	204.955	20.496
2016	412.723	210.489	21.049
2017	423.867	216.172	21.617
2018	435.311	222.009	22.201

TODO TERRENO

AÑOS	HOGARES	INTERÉS DE COMPRA 51%	% PREFIEREN TODO TERRENO 27%
2008	333.500	170.085	45.923
2009	342.505	174.677	47.163
2010	351.752	179.394	48.436
2011	361.249	184.237	49.744
2012	371.003	189.212	51.087
2013	381.020	194.320	52.466
2014	391.308	199.567	53.883
2015	401.873	204.955	55.338
2016	412.723	210.489	56.832
2017	423.867	216.172	58.366
2018	435.311	222.009	59.942

MINIVAN

AÑOS	HOGARES	INTERÉS DE COMPRA 51%	% PREFIEREN MINIVAN 8%
2008	333.500	170.085	13.607
2009	342.505	174.677	13.974
2010	351.752	179.394	14.351
2011	361.249	184.237	14.739
2012	371.003	189.212	15.137
2013	381.020	194.320	15.546

2014	391.308	199.567	15.965
2015	401.873	204.955	16.396
2016	412.723	210.489	16.839
2017	423.867	216.172	17.294
2018	435.311	222.009	17.761

CAMION

AÑOS	USUARIOS	INTERÉS DE COMPRA 51%	% PREFIEREN CAMION 2%
2008	333.500	170.085	3.402
2009	342.505	174.677	3.494
2010	351.752	179.394	3.588
2011	361.249	184.237	3.685
2012	371.003	189.212	3.784
2013	381.020	194.320	3.886
2014	391.308	199.567	3.991
2015	401.873	204.955	4.099
2016	412.723	210.489	4.210
2017	423.867	216.172	4.323
2018	435.311	222.009	4.440

**CUADRO No. 5
PROYECCION DE LA DEMANDA DE VEHICULOS USADOS EN UNIDADES**

. 1.6 Análisis de la Oferta

1.6.1 Clasificación

El escenario en el cual se desenvolverá la empresa adopta la forma de un mercado de competencia perfecta, pues presenta características como:

- Existencia de un gran número de distribuidores o vendedores de vehículos usados, así como de consumidores.
- Carencia de barreras de entrada o salida a la comercialización, ya que cualquier empresa que desee participar o salir del mercado puede hacerlo sin importar

mayormente la inversión requerida u otro tipo de restricciones que imposibiliten su ingreso o salida del mismo.

- Los productos ofrecidos al consumidor son idénticos, es decir, no existe una clara diferenciación.
- Las empresas que forman el mercado aceptan los precios (precio – aceptantes), ya que si una empresa ingresa, no puede fijar un precio diferente al de mercado, pues si es alto, el consumidor adquirirá el bien en otro lugar; y si es menor al de mercado, no recibirá un mayor incentivo porque dado que su participación en el mercado es pequeña, puede vender cualquier cantidad deseada al precio fijado por la industria, por lo que no es necesario someterse a pérdidas en vano.

1.6.2 Factores que afectan a la oferta

Número de Participantes:

Existen aproximadamente diez almacenes que comercializan vehículos usados pero sin duda se consideran como participantes principales a las empresas que ofertan vehículos usados con la garantía del mismo, entre las que tenemos:

- Metrocar – Usados.
- Casa Baca – Usados.
- Autorepuestos.com
- Autolav.
- VH motors.

Sin embargo se debe destacar que la existencia de varios distribuidores, influye en la oferta, pues mientras mayor sea el número de empresas dentro de una industria, mayor será la oferta de mercado.

Bajo esta condición, una sola empresa por grande o pequeña que sea no puede influir en el precio del mercado, ya que si aumenta el precio, los consumidores irán a concesionarios; y si lo disminuye, incurrirá en pérdidas innecesarias, pues su participación inicial es muy pequeña.

Canales de Distribución

La distribución de los vehículos es de la siguiente manera.



CUADRO No. 6: CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El negocio de los vehículos usados funciona de la siguiente manera: el concesionario vende el vehículo nuevo al cliente pero este a su vez, después de un cierto tiempo decide cambiar de vehículo por lo cual decide vender el automotor, para lo cual el patio de autos o intermediario lo adquiere y este a su vez lo vuelve a comercializar.

Productos sustitutos.

Se considera como productos sustitutos a otros tipos de vehículos como: motos, bicicletas, taxis y buses; sin embargo por medio de la encuesta se pudo constatar que los clientes prefieren adquirir su vehículo propio por mayor confort.

1.6.3 Comportamiento histórico de la oferta

Ante la carencia de un dato numérico exacto que permita clarificar y conocer el comportamiento que ha tenido la oferta en años anteriores, se ha creído conveniente considerar que su comportamiento esta ligado estrechamente al de la demanda, es decir, la oferta de vehículos usados se desarrolla en función del desenvolvimiento de la demanda.

Oferta Actual

1.6.4 Proyección de la oferta

Para el análisis de la oferta actual de vehículos usados, se empleó la técnica de entrevistas a expertos en el área, pues no existen datos que puedan determinar la oferta actual de vehículos usados a nivel nacional, ni mucho menos por sectores de la provincia.

De las entrevistas realizadas se obtuvieron los siguientes datos:

PATIOS DE VEHICULOS USADOS ENCUESTADOS	VEHICULOS USADOS VENDIDOS MENSUALMENTE	VEHICULOS USADOS VENDIDOS AL AÑO 2008
AUTOREPUESTOS.COM	25	300
AUTOLAV	30	360
VH MOTORS	20	240
METROCAR USADOS	30	360
CASA BACA	27	324

AÑOS	VEHICULOS	TASA DE CRECIMIENTO
2000	646.040	10,4%
2001	621.181	10,0%
2002	663.231	10,7%
2003	723.176	11,6%
2004	764.086	12,3%
2005	867.666	14,0%
2006	961.556	15,5%
2007	961.556	15,5%
TOTAL	6.208.492	12,5%

CUADRO No. 6

CRECIMIENTO ANUAL DE LA OFERTA DE VEHICULOS

SEDAN

AÑOS	CRECIMIENTO ANUAL DE VEHICULOS EN UNIDADES	VEHICULOS SEDAN 32%
2008	1.081.751	346.160
2009	1.216.969	389.430
2010	1.369.090	438.109
2011	1.540.227	492.873
2012	1.732.755	554.482
2013	1.949.350	623.792
2014	2.193.018	701.766
2015	2.467.145	789.487
2016	2.775.539	888.172
2017	3.122.481	999.194
2018	3.512.791	1.124.093

HACHBACK

AÑOS	CRECIMIENTO ANUAL DE VEHICULOS EN UNIDADES	VEHICULOS HACHBACK 13%
2008	1.081.751	140.628
2009	1.216.969	158.206
2010	1.369.090	177.982
2011	1.540.227	200.229
2012	1.732.755	225.258
2013	1.949.350	253.415
2014	2.193.018	285.092
2015	2.467.145	320.729
2016	2.775.539	360.820
2017	3.122.481	405.923
2018	3.512.791	456.663

CAMIONETA C/S

AÑOS	CRECIMIENTO ANUAL DE VEHICULOS EN UNIDADES	VEHICULOS CAMIONETA C/S 4%
2008	1.081.751	43.270
2009	1.216.969	48.679
2010	1.369.090	54.764
2011	1.540.227	61.609
2012	1.732.755	69.310
2013	1.949.350	77.974
2014	2.193.018	87.721
2015	2.467.145	98.686
2016	2.775.539	111.022
2017	3.122.481	124.899
2018	3.512.791	140.512

CAMIONETAS C/D

AÑOS	CRECIMIENTO ANUAL DE VEHICULOS EN UNIDADES	VEHICULOS CAMIONETAS C/D 10%
2008	1.081.751	108.175
2009	1.216.969	121.697
2010	1.369.090	136.909
2011	1.540.227	154.023
2012	1.732.755	173.276
2013	1.949.350	194.935
2014	2.193.018	219.302
2015	2.467.145	246.715
2016	2.775.539	277.554

2017	3.122.481	312.248
2018	3.512.791	351.279

TODOS TERRENO

AÑOS	CRECIMIENTO ANUAL DE VEHICULOS EN UNIDADES	VEHICULOS TODO TERRENO 27%
2008	1.081.751	292.073
2009	1.216.969	328.582
2010	1.369.090	369.654
2011	1.540.227	415.861
2012	1.732.755	467.844
2013	1.949.350	526.324
2014	2.193.018	592.115
2015	2.467.145	666.129
2016	2.775.539	749.395
2017	3.122.481	843.070
2018	3.512.791	948.454

MINIVAN

AÑOS	CRECIMIENTO ANUAL DE VEHICULOS EN UNIDADES	VEHICULOS MINIVAN 8%
2008	1.081.751	86.540
2009	1.216.969	97.358
2010	1.369.090	109.527
2011	1.540.227	123.218
2012	1.732.755	138.620
2013	1.949.350	155.948
2014	2.193.018	175.441
2015	2.467.145	197.372
2016	2.775.539	222.043

2017	3.122.481	249.798
2018	3.512.791	281.023

CAMION

AÑOS	CRECIMIENTO ANUAL DE VEHICULOS EN UNIDADES	VEHICULOS CAMION 2%
2008	1.081.751	21.635
2009	1.216.969	24.339
2010	1.369.090	27.382
2011	1.540.227	30.805
2012	1.732.755	34.655
2013	1.949.350	38.987
2014	2.193.018	43.860
2015	2.467.145	49.343
2016	2.775.539	55.511
2017	3.122.481	62.450
2018	3.512.791	70.256

CUADRO No. 7: HISTORICO DE LA OFERTA

1.7. Estimación de la demanda insatisfecha

1.7.1. Análisis de la Demanda insatisfecha captada por el proyecto.

SEDAN

AÑOS	DEMANDA			OFERTA		O-D
	HOGARES	INTERÉS DE COMPRA SEDAN 51%	% PREFIEREN SEDAN 32%	CRECIMIENTO ANUAL DE VEHICULOS EN UNIDADES	VEHICULOS SEDAN 32%	DEMANDA INSATISFECHA
2008	333.500	170.085	54.427	1.081.751	346.160	291.733
2009	342.505	174.677	55.897	1.216.969	389.430	333.533
2010	351.752	179.394	57.406	1.369.090	438.109	380.703
2011	361.249	184.237	58.956	1.540.227	492.873	433.917
2012	371.003	189.212	60.548	1.732.755	554.482	493.934
2013	381.020	194.320	62.183	1.949.350	623.792	561.609

2014	391.308	199.567	63.861	2.193.018	701.766	637.904
2015	401.873	204.955	65.586	2.467.145	789.487	723.901
2016	412.723	210.489	67.356	2.775.539	888.172	820.816
2017	423.867	216.172	69.175	3.122.481	999.194	930.019
2018	435.311	222.009	71.043	3.512.791	1.124.093	1.053.050
	DEMANDA			OFERTA		O-D
AÑOS	HOGARES	INTERÉS DE COMPRA 51%	% PREFIEREN HACTHBACK 13%	CRECIMIENTO ANUAL DE VEHICULOS EN UNIDADES	VEHICULOS HACTHBACK 13%	DEMANDA INSATISFECHA
2008	333.500	170.085	22.111	1.081.751	140.628	118.517
2009	342.505	174.677	22.708	1.216.969	158.206	135.498
2010	351.752	179.394	23.321	1.369.090	177.982	154.661
2011	361.249	184.237	23.951	1.540.227	200.229	176.278
2012	371.003	189.212	24.598	1.732.755	225.258	200.660
2013	381.020	194.320	25.262	1.949.350	253.415	228.153
2014	391.308	199.567	25.944	2.193.018	285.092	259.149
2015	401.873	204.955	26.644	2.467.145	320.729	294.085
2016	412.723	210.489	27.364	2.775.539	360.820	333.456
2017	423.867	216.172	28.102	3.122.481	405.923	377.820
2018	435.311	222.009	28.861	3.512.791	456.663	427.802

CAMIONETA C/S

	DEMANDA			OFERTA		O-D
AÑOS	HOGARES	INTERÉS DE COMPRA 51%	% PREFIEREN CAMIONETA C/S 4%	CRECIMIENTO ANUAL DE VEHICULOS EN UNIDADES	VEHICULOS CAMIONETA C/S 4%	DEMANDA INSATISFECHA
2008	333.500	170.085	6.803	1.081.751	43.270	36.467
2009	342.505	174.677	6.987	1.216.969	48.679	41.692
2010	351.752	179.394	7.176	1.369.090	54.764	47.588
2011	361.249	184.237	7.369	1.540.227	61.609	54.240
2012	371.003	189.212	7.568	1.732.755	69.310	61.742
2013	381.020	194.320	7.773	1.949.350	77.974	70.201
2014	391.308	199.567	7.983	2.193.018	87.721	79.738
2015	401.873	204.955	8.198	2.467.145	98.686	90.488
2016	412.723	210.489	8.420	2.775.539	111.022	102.602
2017	423.867	216.172	8.647	3.122.481	124.899	116.252

2018	435.311	222.009	8.880	3.512.791	140.512	131.631
-------------	---------	---------	-------	-----------	---------	---------

CAMIONETA C/D

AÑOS	DEMANDA			OFERTA		O-D
	HOGARES	INTERÉS DE COMPRA 51%	% PREFEREN CAMIONETA C/S 4%	CRECIMIENTO	VEHICULOS	DEMANDA
				ANUAL DE VEHICULOS EN UNIDADES	CAMIONETAS C/D 10%	INSATISFECHA
2008	333.500	170.085	6.803	1.081.751	108.175	101.372
2009	342.505	174.677	6.987	1.216.969	121.697	114.710
2010	351.752	179.394	7.176	1.369.090	136.909	129.733
2011	361.249	184.237	7.369	1.540.227	154.023	146.654
2012	371.003	189.212	7.568	1.732.755	173.276	165.708
2013	381.020	194.320	7.773	1.949.350	194.935	187.162
2014	391.308	199.567	7.983	2.193.018	219.302	211.319
2015	401.873	204.955	8.198	2.467.145	246.715	238.516
2016	412.723	210.489	8.420	2.775.539	277.554	269.134
2017	423.867	216.172	8.647	3.122.481	312.248	303.601
2018	435.311	222.009	8.880	3.512.791	351.279	342.399

TODO TERRENO

AÑOS	DEMANDA			OFERTA		O-D
	HOGARES	INTERÉS DE COMPRA 51%	% PREFEREN CAMIONETA D/S 10%	CRECIMIENTO	VEHICULOS	DEMANDA
				ANUAL DE VEHICULOS EN UNIDADES	TODO TERRENO 27%	INSATISFECHA
2008	333.500	170.085	45.923	1.081.751	292.073	246.150
2009	342.505	174.677	47.163	1.216.969	328.582	281.419
2010	351.752	179.394	48.436	1.369.090	369.654	321.218
2011	361.249	184.237	49.744	1.540.227	415.861	366.117
2012	371.003	189.212	51.087	1.732.755	467.844	416.757

2013	381.020	194.320	52.466	1.949.350	526.324	473.858
2014	391.308	199.567	53.883	2.193.018	592.115	538.232
2015	401.873	204.955	55.338	2.467.145	666.129	610.791
2016	412.723	210.489	56.832	2.775.539	749.395	692.563
2017	423.867	216.172	58.366	3.122.481	843.070	784.703
2018	435.311	222.009	59.942	3.512.791	948.454	888.511

MINIVAN

AÑOS	DEMANDA			OFERTA		O-D
	HOGARES	INTERÉS DE COMPRA 51%	% PREFIEREN MINIVAN 8%	CRECIMIENTO ANUAL DE VEHICULOS EN UNIDADES	VEHICULOS MINIVAN 8%	DEMANDA INSATISFECHA
2008	333.500	170.085	13.607	1.081.751	86.540	72.933
2009	342.505	174.677	13.974	1.216.969	97.358	83.384
2010	351.752	179.394	14.351	1.369.090	109.527	95.176
2011	361.249	184.237	14.739	1.540.227	123.218	108.479
2012	371.003	189.212	15.137	1.732.755	138.620	123.483
2013	381.020	194.320	15.546	1.949.350	155.948	140.402
2014	391.308	199.567	15.965	2.193.018	175.441	159.476
2015	401.873	204.955	16.396	2.467.145	197.372	180.975
2016	412.723	210.489	16.839	2.775.539	222.043	205.204
2017	423.867	216.172	17.294	3.122.481	249.798	232.505
2018	435.311	222.009	17.761	3.512.791	281.023	263.263

CAMION

AÑOS	DEMANDA			OFERTA		O-D
	HOGARES	INTERÉS DE COMPRA 51%	% PREFIEREN CAMION 2%	CRECIMIENTO ANUAL DE VEHICULOS EN UNIDADES	VEHICULOS CAMION 2%	DEMANDA INSATISFECHA
2008	333.500	170.085	3.402	1.081.751	21.635	18.233
2009	342.505	174.677	3.494	1.216.969	24.339	20.845
2010	351.752	179.394	3.588	1.369.090	27.382	23.794
2011	361.249	184.237	3.685	1.540.227	30.805	27.120

2012	371.003	189.212	3.784	1.732.755	34.655	30.871
2013	381.020	194.320	3.886	1.949.350	38.987	35.101
2014	391.308	199.567	3.991	2.193.018	43.860	39.869
2015	401.873	204.955	4.099	2.467.145	49.343	45.244
2016	412.723	210.489	4.210	2.775.539	55.511	51.301
2017	423.867	216.172	4.323	3.122.481	62.450	58.126
2018	435.311	222.009	4.440	3.512.791	70.256	65.816

1.8 Análisis de Precios

1.8.1 Precios históricos y actuales.

Para determinar los precios históricos y actuales, se realizó una investigación de campo, comparando estos precios con medios como el Internet; en esta comparación existe un incremento de aproximadamente del 10 al 15 % dependiendo las características del automotor a ser comercializado.

Se tomo como base los modelos Chevrolet por ser la marca de mayor circulación en nuestro país:

MARCA	MODELO	AÑO	VALOR COMPRA	VALOR VENTA
CHEVROLET	ALTO	2000	\$ 5.733.00	\$ 6.300.00
CHEVROLET	ALTO	2001	\$ 5.915.00	\$ 6.500.00
CHEVROLET	ALTO	2002	\$ 6.096.00	\$ 6.900.00
CHEVROLET	ALTO	2003	\$ 6.630.00	\$ 7.900.00
CHEVROLET	ASTRA	2001	\$ 8.477.00	\$ 9.315.00
CHEVROLET	ASTRA	2002	\$ 9.499.00	\$ 10.438.00
CHEVROLET	ASTRA	2003	\$ 9.828.00	\$ 10.800.00
CHEVROLET	ASTRA	2004	\$ 10.629.00	\$ 11.680.00
CHEVROLET	ASTRA	2005	\$ 11.475.00	\$ 12.610.00
CHEVROLET	ASTRA	2006	\$ 12.558.00	\$ 13.800.00
CHEVROLET	AVEO	2006	\$ 9.525.00	\$ 10.467.00
CHEVROLET	AVEO	2007	\$ 10.377.00	\$ 11.403.00
CHEVROLET	AVEO	2008	\$ 10.742.00	\$ 11.804.00
CHEVROLET	AVEO EMOTION	2007	\$ 10.415.00	\$ 11.445.00
CHEVROLET	AVEO EMOTION	2008	\$ 13.321.00	\$ 14.639.00
CHEVROLET	AVEO GT3	2007	\$ 10.738.00	\$ 11.800.00
CHEVROLET	AVEO GT5	2008	\$ 12.058.00	\$ 13.250.00
CHEVROLET	BLAZER	2001	\$ 11.211.00	\$ 12.320.00
CHEVROLET	BLAZER	2002	\$ 13.013.00	\$ 14.300.00
CHEVROLET	BLAZER	2004	\$ 19.110.00	\$ 21.000.00
CHEVROLET	CAPTIVA	2008	\$ 35.581.00	\$ 39.100.00
CHEVROLET	CHAYENNE	2001	\$ 11.716.00	\$ 12.875.00
CHEVROLET	CHAYENNE	2002	\$ 12.513.00	\$ 13.750.00
CHEVROLET	CORSA	2001	\$ 6.337.00	\$ 6.964.00
CHEVROLET	CORSA	2002	\$ 6.836.00	\$ 7.512.00
CHEVROLET	CORSA	2003	\$ 7.371.00	\$ 8.100.00
CHEVROLET	CORSA	2004	\$ 8.607.00	\$ 9.458.00
CHEVROLET	CORSA	2005	\$ 8.307.00	\$ 9.129.00

CHEVROLET	CORSA	2006	\$ 9.180.00	\$ 10.088.00
CHEVROLET	CORSA	2007	\$ 10.162.00	\$ 11.167.00
CHEVROLET	CORSA EVOLUTION	2003	\$ 8.195.00	\$ 9.006.00
CHEVROLET	CORSA EVOLUTION	2004	\$ 8.823.00	\$ 9.696.00
CHEVROLET	CORSA EVOLUTION	2005	\$ 13.762.00	\$ 15.123.00
CHEVROLET	CORSA EVOLUTION	2006	\$ 9.374.00	\$ 10.301.00
CHEVROLET	CORSA EVOLUTION	2007	\$ 10.210.00	\$ 11.220.00
CHEVROLET	CORSA WIND	2001	\$ 6.795.00	\$ 7.467.00
CHEVROLET	CORSA WIND	2002	\$ 7.007.00	\$ 7.700.00
CHEVROLET	CORSA WIND	2003	\$ 7.123.00	\$ 7.827.00
CHEVROLET	CORSA WIND	2004	\$ 7.144.00	\$ 7.850.00
CHEVROLET	CORSA WIND	2005	\$ 7.796.00	\$ 8.567.00
CHEVROLET	ESTEEM	2001	\$ 8.054.00	\$ 8.850.00
CHEVROLET	ESTEEM	2002	\$ 8.338.00	\$ 9.163.00
CHEVROLET	ESTEEM	2003	\$ 8.866.00	\$ 9.743.00
CHEVROLET	ESTEEM	2004	\$ 9.264.00	\$ 10.180.00
CHEVROLET	SUPER CARRY	2001	\$ 6.188.00	\$ 6.800.00
CHEVROLET	SUPER CARRY	2003	\$ 8.008.00	\$ 8.800.00
CHEVROLET	SUPER CARRY	2004	\$ 5.915.00	\$ 6.500.00
CHEVROLET	SUPER CARRY	2005	\$ 9.373.00	\$ 10.300.00
CHEVROLET	SUPER CARRY	2007	\$ 8.827.00	\$ 9.700.00
CHEVROLET	GRAND VITARA 3P	2001	\$ 9.996.00	\$ 10.985.00
CHEVROLET	GRAND VITARA 3P	2002	\$ 10.586.00	\$ 11.633.00
CHEVROLET	GRAND VITARA 3P	2003	\$ 10.966.00	\$ 12.051.00
CHEVROLET	GRAND VITARA 3P	2004	\$ 12.246.00	\$ 13.457.00
CHEVROLET	GRAND VITARA 3P	2005	\$ 12.869.00	\$ 14.142.00
CHEVROLET	GRAND VITARA 3P	2006	\$ 13.501.00	\$ 14.836.00
CHEVROLET	GRAND VITARA 3P	2007	\$ 14.740.00	\$ 16.198.00
CHEVROLET	GRAND VITARA 3P	2008	\$ 15.229.00	\$ 16.735.00
CHEVROLET	GRAND VITARA 5P	2001	\$ 11.512.00	\$ 12.651.00
CHEVROLET	GRAND VITARA 5P	2002	\$ 12.144.00	\$ 13.345.00
CHEVROLET	GRAND VITARA 5P	2003	\$ 13.303.00	\$ 14.619.00
CHEVROLET	GRAND VITARA 5P	2004	\$ 13.741.00	\$ 15.100.00
CHEVROLET	GRAND VITARA 5P	2005	\$ 15.288.00	\$ 16.800.00
CHEVROLET	GRAND VITARA 5P	2006	\$ 15.486.00	\$ 17.018.00
CHEVROLET	GRAND VITARA 5P	2007	\$ 16.840.00	\$ 18.505.00
CHEVROLET	GRAND VITARA 5P	2008	\$ 17.575.00	\$ 19.313.00
CHEVROLET	GRAND VITARA SZ	2008	\$ 25.571.00	\$ 28.100.00
CHEVROLET	JIMMY	2003	\$ 9.009.00	\$ 9.900.00
CHEVROLET	JIMMY	2004	\$ 9.533.00	\$ 10.476.00
CHEVROLET	JIMMY	2005	\$ 10.027.00	\$ 11.019.00
CHEVROLET	JIMMY	2006	\$ 10.920.00	\$ 12.000.00
CHEVROLET	LUV D-MAX C/S	2005	\$ 120.427.00	\$ 13.239.00
CHEVROLET	LUV D-MAX C/S	2006	\$ 12.199.00	\$ 13.405.00
CHEVROLET	LUV D-MAX C/S	2007	\$ 13.139.00	\$ 14.438.00
CHEVROLET	LUV D-MAX C/S	2008	\$ 14.265.00	\$ 15.676.00
CHEVROLET	LUV D-MAX C/D	2005	\$ 14.460.00	\$ 15.890.00
CHEVROLET	LUV D-MAX C/D	2006	\$ 15.565.00	\$ 17.104.00

CHEVROLET	LUV D-MAX C/D	2007	\$ 16.637.00	\$ 18.282.00
CHEVROLET	LUV D-MAX C/D	2008	\$ 18.892.00	\$ 20.760.00
CHEVROLET	OPTRA	2004	\$ 10.940.00	\$ 12.022.00
CHEVROLET	OPTRA	2005	\$ 11.514.00	\$ 12.653.00
CHEVROLET	OPTRA	2006	\$ 12.665.00	\$ 13.918.00
CHEVROLET	OPTRA	2007	\$ 13.528.00	\$ 14.866.00
CHEVROLET	OPTRA	2008	\$ 15.429.00	\$ 16.955.00
CHEVROLET	SPARK	2004	\$ 6.079.00	\$ 6.680.00
CHEVROLET	SPARK	2005	\$ 6.454.00	\$ 7.092.00
CHEVROLET	SPARK	2006	\$ 8.716.00	\$ 9.578.00
CHEVROLET	SPARK	2007	\$ 7.519.00	\$ 8.263.00
CHEVROLET	SPARK	2008	\$ 8.270.00	\$ 9.088.00
CHEVROLET	VITARA 3P	2001	\$ 8.915.00	\$ 9.797.00
CHEVROLET	VITARA 3P	2002	\$ 9.248.00	\$ 10.163.00
CHEVROLET	VITARA 3P	2003	\$ 9.648.00	\$ 10.602.00
CHEVROLET	VITARA 3P	2004	\$ 10.165.00	\$ 11.170.00
CHEVROLET	VITARA 3P	2005	\$ 10.798.00	\$ 11.866.00
CHEVROLET	VITARA 3P	2006	\$ 11.302.00	\$ 12.420.00
CHEVROLET	VITARA 3P	2007	\$ 11.638.00	\$ 12.789.00
CHEVROLET	VITARA 3P	2008	\$ 12.376.00	\$ 13.600.00
CHEVROLET	NHR	2001	\$ 12.467.00	\$ 13.700.00
CHEVROLET	NHR	2002	\$ 12.912.00	\$ 14.189.00
CHEVROLET	NHR	2003	\$ 13.536.00	\$ 14.875.00
CHEVROLET	NHR	2004	\$ 14.360.00	\$ 15.780.00
CHEVROLET	NHR	2005	\$ 15.405.00	\$ 16.929.00
CHEVROLET	NHR	2007	\$ 16.259.00	\$ 17.867.00
CHEVROLET	NPR	2001	\$ 16.228.00	\$ 17.833.00
CHEVROLET	NPR	2002	\$ 16.380.00	\$ 18.000.00
CHEVROLET	NPR	2003	\$ 20.157.00	\$ 22.150.00
CHEVROLET	NPR	2004	\$ 20.257.00	\$ 22.260.00
CHEVROLET	NPR	2005	\$ 18.337.00	\$ 20.150.00
CHEVROLET	NPR	2007	\$ 23.706.00	\$ 26.050.00
CHEVROLET	RODEO	2001	\$ 11.824.00	\$ 12.993.00
CHEVROLET	RODEO	2002	\$ 12.900.00	\$ 14.176.00
CHEVROLET	RODEO	2003	\$ 14.054.00	\$ 15.444.00
CHEVROLET	RODEO	2004	\$ 14.433.00	\$ 15.860.00
CHEVROLET	TRAILBLAZER	2002	\$ 17.510.00	\$ 19.242.00
CHEVROLET	TRAILBLAZER	2003	\$ 18.768.00	\$ 20.624.00
CHEVROLET	TRAILBLAZER	2004	\$ 20.141.00	\$ 22.133.00
CHEVROLET	TRAILBLAZER	2005	\$ 21.591.00	\$ 23.726.00
CHEVROLET	TRAILBLAZER	2006	\$ 24.827.00	\$ 27.282.00
CHEVROLET	TRAILBLAZER	2007	\$ 27.300.00	\$ 30.000.00
CHEVROLET	TRAILBLAZER	2008	\$ 43.983.00	\$ 48.333.00
HYUNDAI	ACCENT	2001	\$ 7.098.00	\$ 7.800.00
HYUNDAI	ACCENT	2002	\$ 7.250.00	\$ 7.967.00
HYUNDAI	ACCENT	2003	\$ 8.190.00	\$ 9.000.00
HYUNDAI	ACCENT	2004	\$ 8.190.00	\$ 9.000.00
HYUNDAI	ACCENT	2005	\$ 8.991.00	\$ 9.880.00

HYUNDAI	ACCENT	2006	\$ 11.709.00	\$ 12.867.00
HYUNDAI	ACCENT	2007	\$ 11.830.00	\$ 13.000.00
HYUNDAI	ACCENT	2008	\$ 13.377.00	\$ 14.700.00
HYUNDAI	TUCSON	2005	\$ 16.563.00	\$ 18.201.00
HYUNDAI	TUCSON	2006	\$ 17.822.00	\$ 19.585.00
HYUNDAI	TUCSON	2007	\$ 19.360.00	\$ 21.275.00
HYUNDAI	TUCSON	2008	\$ 20.657.00	\$ 22.700.00
HYUNDAI	GETZ	2003	\$ 8.008.00	\$ 8.800.00
GETZ	2004	\$ 8.190.00	\$ 9.000.00	
HYUNDAI	GETZ	2005	\$ 9.321.00	\$ 10.243.00
HYUNDAI	GETZ	2006	\$ 10.033.00	\$ 11.025.00
HYUNDAI	GETZ	2007	\$ 10.704.00	\$ 11.763.00
HYUNDAI	GETZ	2008	\$ 11.320.00	\$ 12.440.00
HYUNDAI	H100	2001	\$ 8.736.00	\$ 9.600.00
HYUNDAI	H100	2002	\$ 10.829.00	\$ 11.900.00
HYUNDAI	H100	2003	\$ 12.179.00	\$ 13.383.00
HYUNDAI	H100	2004	\$ 11.534.00	\$ 12.675.00
HYUNDAI	H100	2005	\$ 15.182.00	\$ 16.683.00
HYUNDAI	H100	2006	\$ 12.513.00	\$ 13.750.00
HYUNDAI	HD65	2002	\$ 12.422.00	\$ 13.650.00
HYUNDAI	HD72	2003	\$ 15.925.00	\$ 17.500.00

CUADRO No. 9: PRECIOS HISTORICOS Y ACTUALES

1.8.2 El precio del producto o servicio

Los productos que se pondrá a disposición del público son vehículos usados de toda marca, tipo y clase, el método de cálculo que se utiliza para determinar el precio es el de establecer los costos para luego estipular un margen de utilidad.

VEHICULO USADO	7.500,00
COSTO DE COMERCIALIZACION	75,00
UTILIDAD	1.136,25
PRECIO DE VENTA	8.711,25

CUADRO No. 10: ESTIMACION DE LOS PRECIOS

Márgenes de Precios

La experiencia en la venta de vehículos usados nos da como resultado que la utilidad mínima que se debe obtener en la comercialización de estos vehículos es del 10% al 15% por automotor; no debiendo permanecer por más de quince días en el concesionario ya que posterior a este tiempo se volvería un gasto para la empresa.

1.9 Comercialización

1.9.1 Estrategia de Precio.

En cuanto a las políticas de precios no son muy aplicables por cuanto al ser un mercado de competencia perfecta, el precio se define en función de la oferta y la demanda, por lo tanto ningún oferente puede influenciar decisivamente en el precio; sin embargo, el establecimiento del precio se realiza en base a los costos y con un margen de adecuado de ganancia. Por tanto, los precios se fijarán analizando los costos de comercialización y teniendo en cuenta los precios de la competencia.

1.9.2 Estrategia de Promoción.

Las promociones se realizarán para captar mayor número de compradores y para esto es conveniente realizar:

Créditos:

Por cuanto al realizar conversaciones con expertos en la comercialización de vehículos usados, el otorgamiento de créditos personales o a través de tarjetas de crédito, crédito directo y crédito financiero que permita tener mayor accesibilidad a los precios de los vehículos, por cuanto los clientes pueden diferirlos de la siguiente manera:

Crédito Personal o Directo.

Para que el cliente acceda a un crédito personal, es necesario que presente una copia del rol de pagos o un certificado patronal que indicará el sueldo que percibe, también dirección tanto del lugar de trabajo como de la residencia.

Una vez aprobado lo antes solicitado, el cliente debe dar una entrada del 35% del total de la compra, para que los precios puedan mantenerse, también se cobrará un interés del 2% mensual, el cliente debe realizar los pagos mensualmente con un plazo máximo de hasta doce meses.

Crédito Financiero.

Para poder comercializar los vehículos usados se buscare las alianzas estratégicas con las diferentes entidades financieras las cuales ofertaran sus servicios a todos los clientes de la empresa.

Para este tipo de financiamiento el cliente tiene que dar un porcentaje de entrada del valor del vehículo a comprar, el cual será de 30% mínimo y el resto se lo financiará la institución financiera.

Las instituciones son:

- Banco del Austro.
- Banco Pichincha.
- Banco M. M. Jaramillo Arteaga.
- Banco de Guayaquil.
- Banco Capital.

- Banco del Bank.
- Coop. Cooprogreso.
- Coop. El Sagrario.

Crédito mediante tarjetas.

Ofreciendo plazos de uno, dos y tres años que el cliente deberá cancelar dichas mensualidades más el interés y los gastos financieros que cobra la tarjeta de crédito que el consumidor utilice.

Pero también es importante el ofrecer descuentos por volúmenes de compra, pagos en efectivo o por pronto pago.

1.9.3 Estrategia de Producto Servicio

Primeramente, cabe mencionar que es fundamental el brindar asesoría especializada al consumidor, pues tendrá la posibilidad de elegir la mejor opción en cuanto a la calidad, costos y variedad de modelos, de manera que el cliente adquiera el vehículo de acuerdo a sus preferencias, el brindarle la opción de elegir el vehículo usado a su gusto.

1.9.4 Estrategia de Plaza

Para la venta de los vehículos usados es muy importante determinar la ubicación de la plaza el cual se ubicará en la ciudad de Quito, en el sector mas comercial de la ciudad como es la Pradera, Amazonas y Orellana. Este sector es de mayor afluencia de personas ya que es el centro financiero de la ciudad.

1.9.5 Estrategia de Distribución

La distribución de los vehículos es de la siguiente manera.



CUADRO No. 11: CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE LA OFERTA

La oferta de los vehículos usados funciona de la siguiente manera: el concesionario vende el vehículo nuevo al cliente pero este a su vez, después de un cierto tiempo decide cambiar de vehículo por lo cual decide vender el automotor, para lo cual el patio de autos o intermediario lo adquiere y este a su vez lo vuelve a comercializar.



CAPITULO II
ESTUDIO TECNICO

CAPITULO II

ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico nos servirá para elaborar la función de producción óptima para la utilización eficiente de los recursos disponibles de la organización.

LOCALIZACION **TAMAÑO** **SUMINISTROS E INSUMOS** **PROCESO PRODUCTIVO**

2.1 Tamaño del Proyecto.

Los técnicos, señalan que una vez que se ha determinado la necesidad de producir un bien o servicio, viene el análisis para elaborar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles.

El estudio técnico analizará la posibilidad de fabricar un producto en condiciones de tamaño, localización, ingeniería, costos y gastos, todos ellos, en lo más óptimo posible.

El tamaño de la empresa es la capacidad de producción instalada y se expresa en unidades de producción por año. Existen varios métodos para calcular el tamaño de la planta, entre ellos se cuenta con un método basado en un porcentaje de la demanda insatisfecha que se desea abarcar durante la operación de la empresa.

2.1.1.1 El mercado.

La demanda insatisfecha que presenta el sector de la comercialización de vehículos usados es de: 291.733 unidades equivalentes a vehículos de tipo sedan, 118.517 equivalentes a los vehículos de tipo hatchback; 36.467 unidades equivalentes a las camionetas C/S; 101.372 equivalentes a las camionetas C/D; 246.150 unidades equivalentes a vehículos todo terreno; 72.933 unidades equivalentes a vehículos de tipo minivan; 18.233 unidades equivalentes a camiones. Tratar de satisfacer la totalidad de la demanda sería difícil e irreal, pues no existen las fuentes de financiamiento suficientes para poder cubrirla, además el riesgo que implicaría realizar una inversión así, considerando que la empresa va a incursionar en el mercado, es elevado.

2.1.1.2 Disponibilidad de recursos financieros.

La empresa cuenta con el 40%, proveniente del capital propio familiar y el 60% restante, mediante crédito de las entidades bancarias.

2.1.1.3 Disponibilidad de mano de obra.

La empresa comercializadora de vehículos usados requerirá de personal que tenga conocimientos en el área de la comercialización de vehículos usados, que conozca acerca de nuevos modelos, calidad de cada automotor, y sobre todo que cuente con las capacidades para asesorar adecuadamente a los clientes.

También se necesitará personas que tengan conocimientos acerca de administración, contabilidad, secretaría y ventas, mismas que existen en el mercado laboral y cuya localización se realizará a través de anuncios en los periódicos o en el mismo local.

Es necesario también disponer de mecánicos capacitados en diferentes áreas como son: enderezada y pintura, mecánica en general, enllantaje y vulcanización, etc. Capaces de satisfacer las necesidades del cliente.

2.2 Localización del Proyecto.

Nassir Sapag Chain, señala en su libro Preparación y Evaluación de Proyectos que la correcta localización del proyecto puede determinar el éxito o fracaso del mismo. Por ello, el análisis debe cubrir aspectos económicos, estratégicos, institucionales e incluso preferencias emocionales, a fin de determinar la localización que permita maximizar la rentabilidad del proyecto.

2.2.1 Macrolocalización.

2.2.1.1 Justificación.

La Macrolocalización de la empresa es en el Distrito Metropolitano de Quito, puesto que este sector cuenta con los recursos físicos, financieros y humanos necesarios para poder operar mediante la empresa comercializadora de vehículos usados.

2.2.1.2 Ubicación.

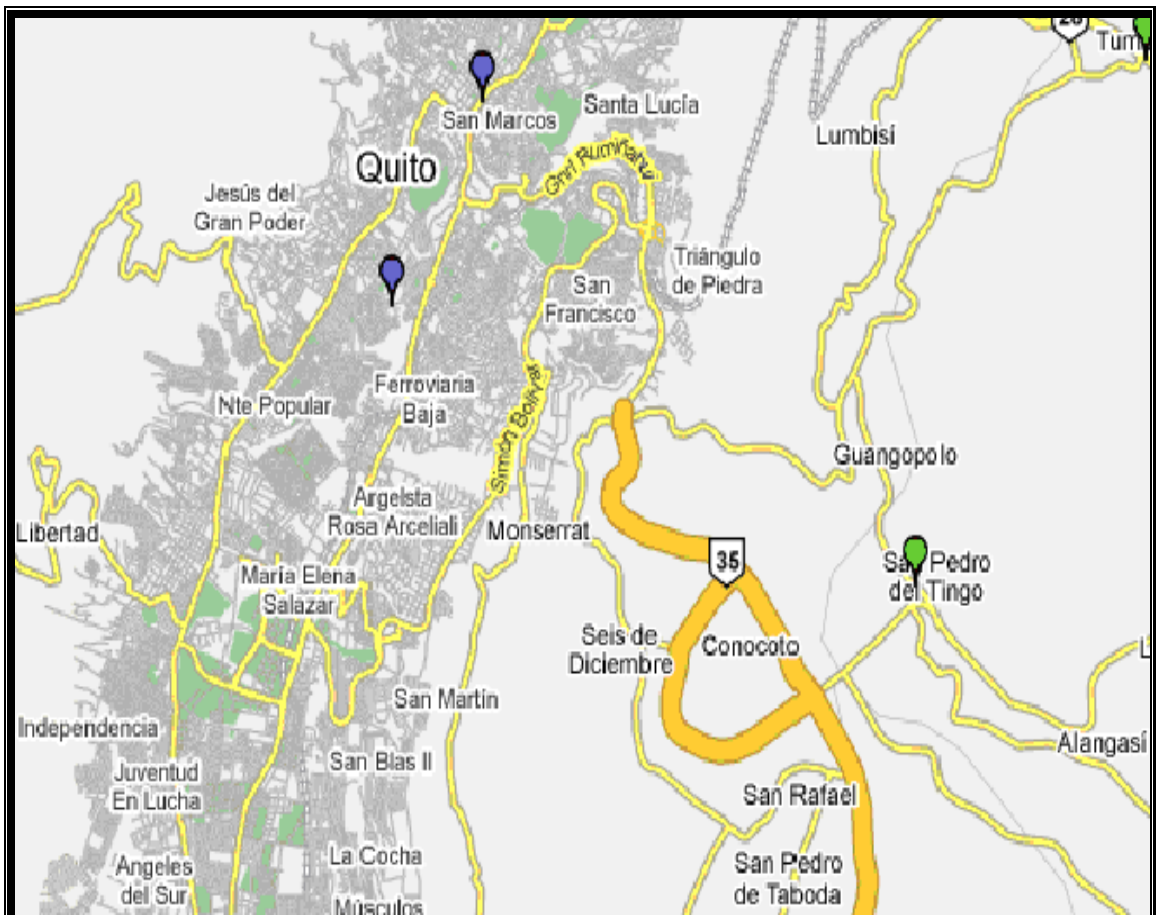


GRAFICO No. 1: MACROLOCALIZACION

2.2.2 Microlocalización.

Se tomarán en cuenta los siguientes criterios para seleccionar la alternativa óptima:

2.2.2.1 Criterios de selección de alternativas.

2.2.2.1.1 Transporte y Comunicaciones.

Para analizar la situación de los proveedores de la empresa comercializadora de vehículos usados hay que tomar en cuenta que la mayoría de ellos, residen o trabajan en la ciudad de Quito.

Hay que considerar que la principal vía de acceso al concesionario es la Av. Gaspar de Villaroel, misma que se encuentra en buenas condiciones y que constituye un rápido medio de conexión a los diferentes puntos de la ciudad de Quito, que es donde se encuentran algunos proveedores, facilitando la comunicación con los ellos.

Además también hay posibles proveedores de vehículos usados que se encuentran en el Valle de Los Chillos como también en el Valle de Tumbaco, de esta forma nos facilitarían en la adquisición de vehículos usados.

2.2.2.1.2 Cercanía de las fuentes de abastecimiento.

Las fuentes de abastecimiento en su mayoría, se encuentran en la ciudad de Quito, mientras hay otras que están ubicadas en los valles, tanto como Tumbaco como Los Chillos, sin embargo existen avenidas en excelentes condiciones para que los proveedores puedan llegar al concesionario.

A continuación se presentan las direcciones de las principales fuentes de abastecimiento de la empresa productora comercializadora de vehículos usados.

NOMBRE	DIRECCIÓN
SAVAIN CIA. LTDA. - CINASCAR	Av. de la Prensa, junto al parque de la Concepción.
AUTOMOTORES Y ANEXOS	Av. de los Shyris y El Espectador Av. 10 de Agosto y Orellana
LAVCA	Av. 10 de Agosto y Villalengua. Av. Moran Valverde y Tnte. Hugo Ortiz
AUTOMOTORES CONTINENTAL	Av. Amazonas y 10 de Agosto Centro Comercial El Recreo
AMBACAR	Av. de los Shyris y Av. Eloy Alfaro
AUTOMOTORES ANDINA	Av. NN.UU. y Av. América
ASIAUTO	Av. Orellana y 6 de Diciembre Av. Mariana de Jesús y Carvajal

AUTOLANDIA	Av. Mariana de Jesús y Av. America
AUDESUR	Av. Mariscal Sucre y El Tablón
VALLEMOTORS	Av. General Rumiñahui y 5ta. Transversal.
EQUINORTE	Av. 10 de Agosto y Bustamante
METROCAR	AV. 10 de Agosto y Mariana de Jesús Av. General Rumiñahui y el Progreso
ECUA WAGEN	Av. 6 de Diciembre y Eloy Alfaro
RECORDMOTOR	El Inca y Av. Amazonas

CUADRO No. 12: CERCANÍA DE LAS FUENTES DE ABASTECIMIENTO

2.2.2.1.3 Cercanía al mercado.

En la ciudad de Quito se posee la disponibilidad física y es el sector de la Iñaquito, en donde se ubicará la concesionaria de autos usados; cerca de este lugar están ubicadas las mas importantes financieras, tales como: Banco del Austro, Banco del Pichincha, Originarza, Banco Capital, entre otras. Siendo una zona con gran afluencia de personas pues este es un lugar muy comercial, por tanto se cree que es pertinente ubicar en este lugar la empresa comercializadora de vehículos usados.

2.2.2.1.4 Factores Ambientales.

En cuanto a los factores ambientales, hay que tomar en cuenta que algunos de los materiales que se utiliza el los talleres de mantenimiento son tóxicos y que hay que tratarlos con especial cuidado como es el caso de combustibles, aceites y lubricantes, pinturas, removedores, anticorrosivos, en donde se pretende utilizar materiales con la mas alta calidad y de menos peligro. El tratamiento de los desechos se lo realizara con las más altas normas de higiene y salubridad.

Cabe mencionar que la contaminación de ruido será lo mas mínimo posible, ya que por estar ubicado en un sitio muy comercial de la ciudad de Quito, no afectaría a los vecinos del sector, siendo la atención al público durante todo el día. Los empleados tendrán herramientas que les permitan protegerse del ruido como orejeras, mascarillas contra polvos, contra la luz de la soldadura, etc.

2.2.2.1.5 Disponibilidad de Servicios Básicos.

En el sector de la Iñaquito, lugar donde se ubicará el concesionario, cuenta con todos los servicios básicos como luz eléctrica, agua potable, alcantarillado, alumbrado público y teléfono. Se debe destacar que las vías que atraviesan este sector están en óptimas condiciones.

2.2.2.1.6 Posibilidad de eliminación de desechos.

Los restos de desechos que resulten de la reparación y mantenimiento de los vehículos usados que posteriormente serán vendidos, se los procesara con las mas altas normas y habrá otras personas que se beneficiarán comprando este material.

2.2.2.2 Matriz Locacional.

FACTOR RELEVANTE	PESO	NORTE		CENTRO		SUR	
INSTITUCIONES FINANCIERAS	30%	9	2,7	7	2,1	5	1,5
INFRAESTRUCTURA DISPONIBLE	20%	8	1,6	4	0,8	6	1,2
CERCANIA DEL MERCADO	10%	9	0,9	7	0,7	6	0,6
CONCESIONARIAS CERCANAS	30%	9	2,7	5	1,5	7	2,1
NIVEL DE INGRESOS DEL CLIENTE	10%	9	0,9	7	0,7	5	0,5
TOTAL	100%	8,8		5,8		5,9	

CUADRO No. 13: MATRIZ LOCACIONAL

2.2.2.3 Selección de la Alternativa Óptima.

La alternativa óptima es la de establecer la concesionaria de autos usados en el sector norte de la ciudad de Quito pues es el lugar en donde se tiene mayor acceso a las instituciones financieras, infraestructura disponible, y hay cercanía al mercado objetivo, en cuanto a los costos estos son accesibles para la nueva empresa que desea incursionar en el mercado.

2.2.2.4 Plano de la Microlocalización.

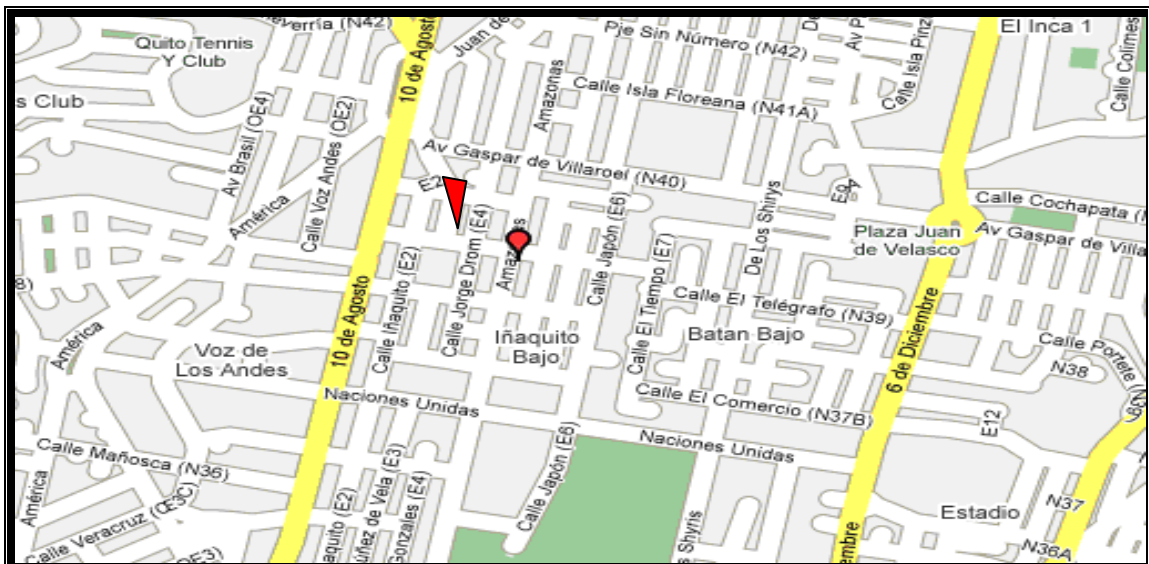


GRAFICO No. 2: MICROLOCALIZACION

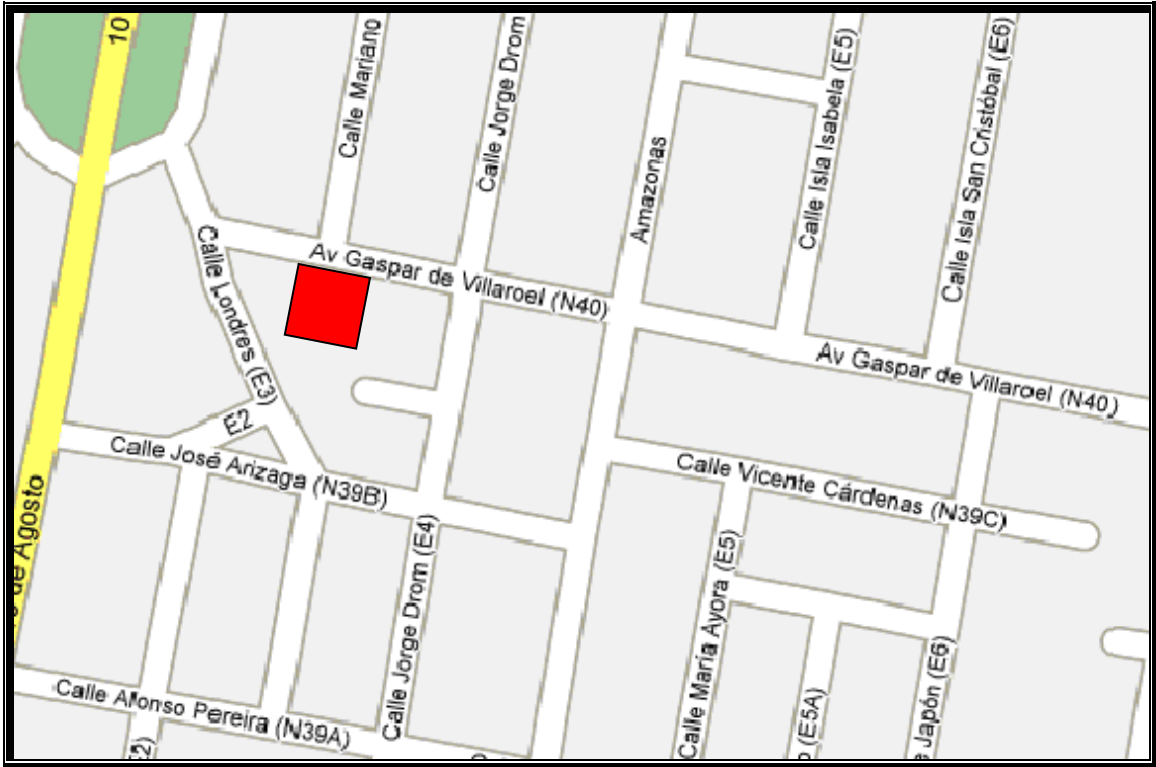


GRAFICO No. 3: MICROLOCALIZACION



GRAFICO No. 4: MICROLOCALIZACION



GRAFICO No. 6: MICROLOCALIZACION

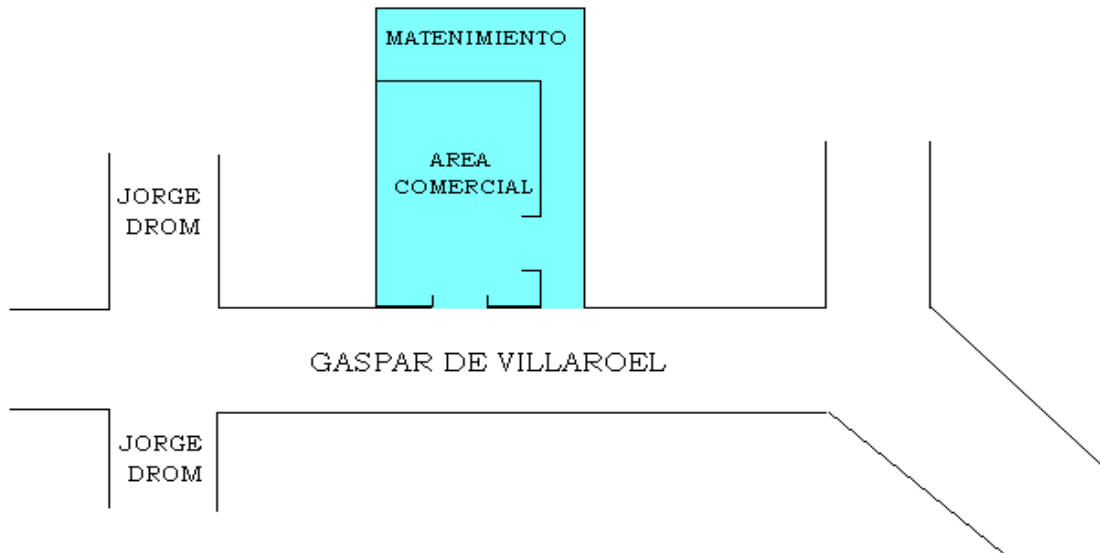
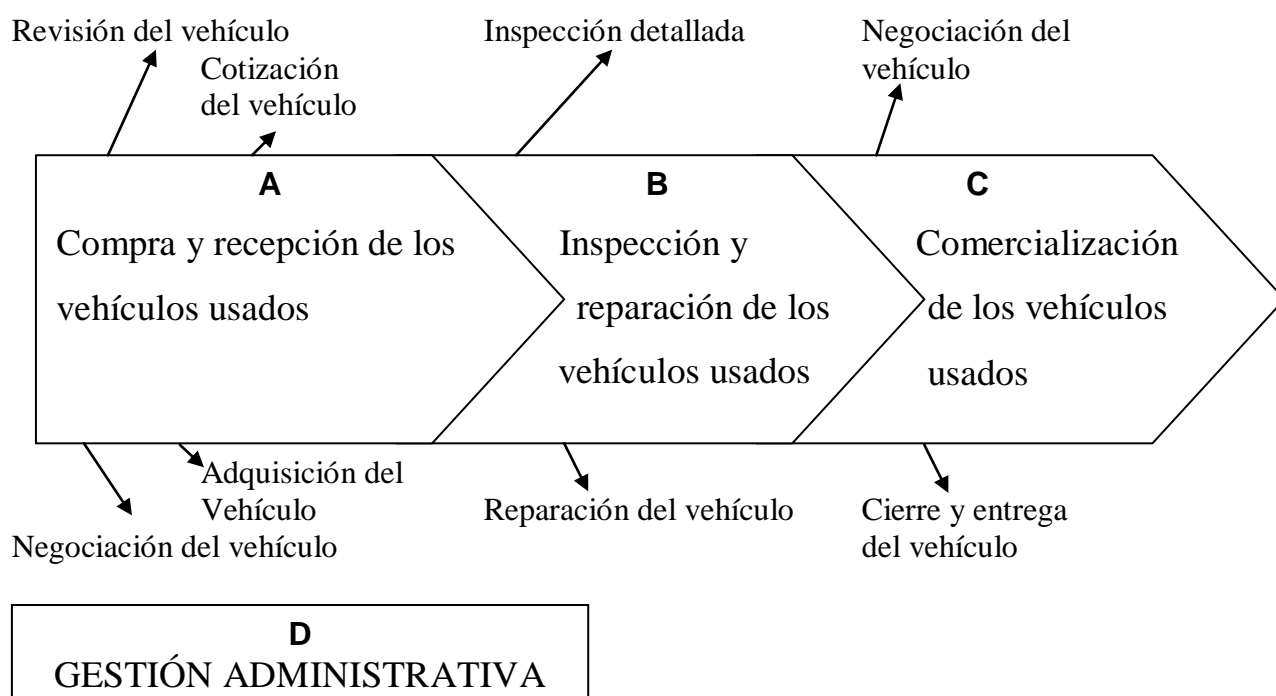


GRAFICO No. 7 MICROLOCALIZACION

2.3 Ingeniería del Proyecto
2.3.1 Diagrama de flujo

2.3.2.1 Cadena de valor.



CUADRO No. 14: CADENA DE VALOR

A) Compra y recepción de los vehículos usados.

En este proceso se realiza la compra de los vehículos usados, los cuales pueden venir de varias formas de comercialización como por ejemplo: por medio de las concesionarias de autos, ferias libres de autos usados, etc. Un punto importante que se tiene que mencionar es que antes de la adquisición se le realiza un evaluación del estado del mismo para luego de adquirirlo el vehículo se realizar la recepción.

B) Inspección y reparación de los vehículos usados.

La inspección y reparación de los vehículos implica que después de haber realizado la recepción se volverá a realizar un inspección exhaustiva para conocer los posibles daños que tenga el vehículo para que luego de conocer los daños ingrese a mantenimiento y realizar las respectivas reparaciones, con el fin de obtener un vehículo con las suficientes garantías de funcionamiento por un cierto tiempo y satisfacer las necesidades del cliente.

C) Comercialización de los vehículos usados.

Una vez terminado todo el proceso de inspección y reparación, se procede al ingreso al patio de autos y de esta forma poder comercializarlos; la empresa dispondrá de asesores con los conocimientos requeridos para la comercialización de vehículos capas de satisfacer las necesidades del cliente.

D) Gestión administrativa.

Este proceso es el que dota de recursos a los otros departamentos para que estos puedan realizar sus funciones, además de controlar los flujos financieros e inversiones que se realicen en la empresa.

2.3.2 Distribución de Planta

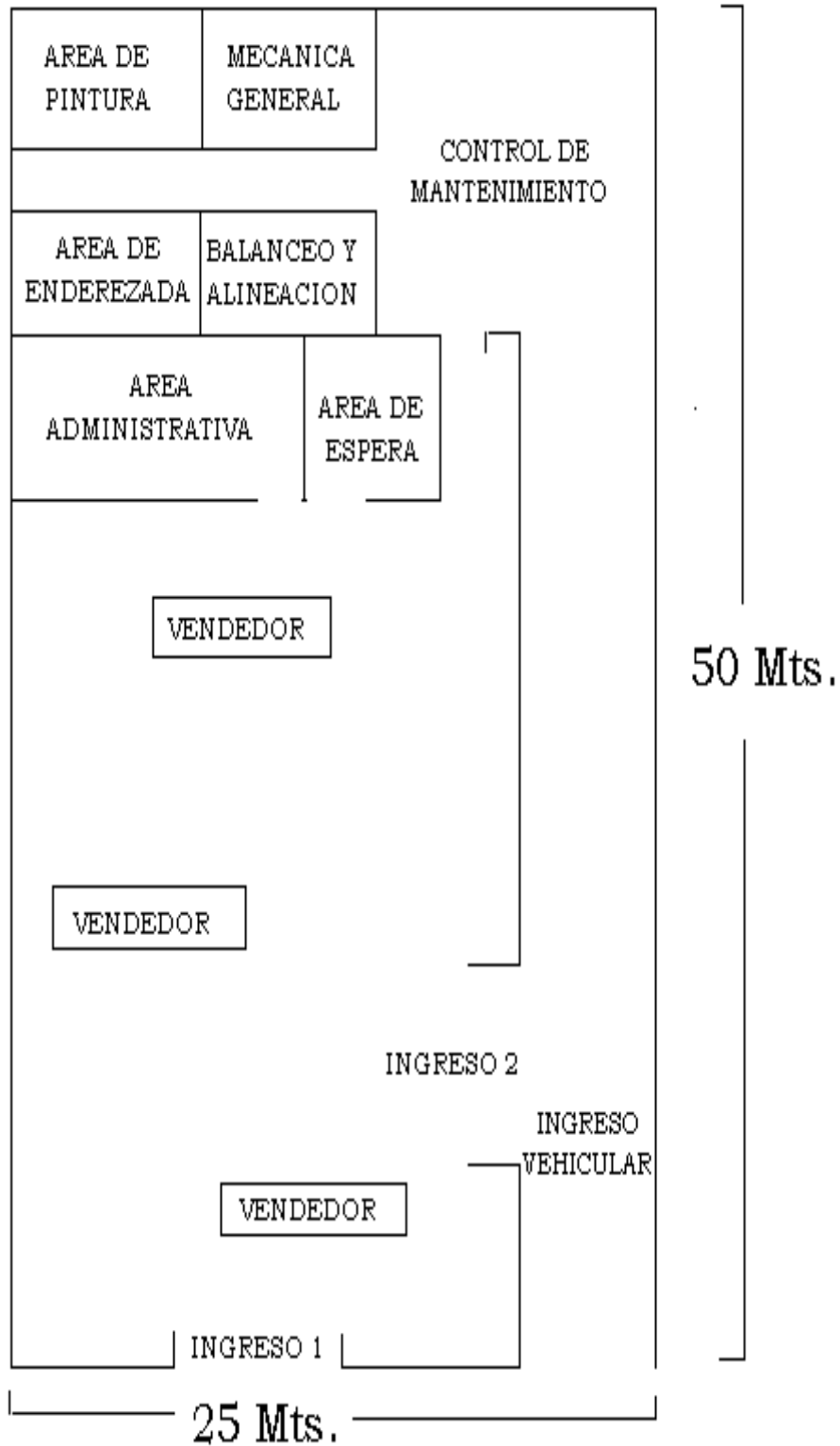


GRAFICO No. 8: DISTRIBUCION DE LA PLANTA

2.3.3 Cantidad necesaria anual y precios.

GLOBAL ENGINE ha estimado que se tendrá que vender mínimo 25 unidades al mes, que al año asciende a 300 unidades; número que es fácilmente alcanzable ya que se cuenta con personal altamente calificado para la comercialización de vehículos usados.

La utilidad por cada vehículo usado vendido será del 15%, es decir que del valor que adquiere un vehículo se le ascenderá el 15% mínimo; así por ejemplo:

VEHICULO	P. COMPRA	15% UTILIDAD	P. V. P.
CORSA WIND	\$7.000,00	\$1.050,00	\$8.050,00

2.3.4 Requerimiento de talento humano.

FUNCION	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SUELDO TOTAL ANUAL
Gerente General	1	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
Gerente de Ventas	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Gerente Financiero y Administrativo	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Asistente Administrativa	1	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Chofer	1	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Mecánico	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Guardia	1	\$ 200,00	\$ 2.400,00
TOTAL	7	\$2.950,00	\$35.400,00

PERSONAL DE VENTAS

FUNCION	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SUELDO TOTAL ANUAL
Vendedor	3	\$200,00 + COMISIONES	\$2.400,00
TOTAL	3	\$600,00	\$2.400,00

CUADRO No. 15: PERSONAL ADMINISTRATIVO

2.3.5 Requerimiento anual de materiales, insumos y servicios.

SUMINISTROS, SERVICIOS	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO ANUAL TOTAL
Fijo: Consumo de agua	Mensual	\$30,00	\$360,00
Fijo: Consumo de energía	Mensual	\$50,00	\$600,00
Fijo: Consumo telefonico e internet	Mensual	\$60,00	\$720,00
Fijo: Arrendamiento de oficinas	Mensual	\$2.000,00	\$24.000,00
Fijo: Combustibles y lubricantes	Mensual	\$300,00	\$3.600,00
Fijo: Útiles de oficina y limpieza	Mensual	\$50,00	\$600,00
Costo variable :Agua para mantenimiento	Mensual	\$50,00	\$600,00
Energía (CON ADICIONALES)	Mensual	\$350,00	\$4.200,00
Uniforme con logotipos	Overol	\$40,00	\$480,00
Uniformes para guardias	Uniforme	\$60,00	\$720,00
Total suministros y servicios		\$2.990,00	\$35.880,00

CUADRO No. 16: REQUERIMIENTO DE SUMINISTROS, SERVICIOS Y OTROS GASTOS

2.3.6 Maquinaria, Herramientas y Equipo.

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Elevador de dos postes - ROTARY	1	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00
Bomba de aceite/alta presión	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Pistola neumática de aceite	1	\$ 240,00	\$ 240,00
Engrasadora manual/Manguera 1/4" válvula de control	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Recolector de aceite quemado	1	\$ 720,00	\$ 720,00
Compresor 5HP monofásico - BRASIL	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Equipo y herramientas para pintura y mecánica automotriz		\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Balanceadora - HUNTER	1	\$ 5.900,00	\$ 5.900,00
Desenllantadora – MODOLFO FERRO	1	\$ 4.100,00	\$ 4.100,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			\$ 23.490,00

CUADRO No. 17: REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA

2.3.7 Estimación de los costos de inversión.

1. MAQUINARIA Y EQUIPO	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	%
Elevador de dos postes - ROTARY	1	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	2,91%
Bomba de aceite/alta presión	1	\$ 350,00	\$ 350,00	0,25%
Pistola neumática de aceite	1	\$ 240,00	\$ 240,00	0,18%
Engrasadora manual/Manguera 1/4" válvula de control	1	\$ 230,00	\$ 230,00	0,17%
Recolector de aceite quemado	1	\$ 720,00	\$ 720,00	0,53%
Compresor 5HP monofásico - BRASIL	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	2,21%
Equipo y herramientas para pintura y mecánica automotriz		\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	3,68%
Balanceadora - HUNTER	1	\$ 5.900,00	\$ 5.900,00	4,35%
Desenllantadora – MODOLFO FERRO	1	\$ 4.100,00	\$ 4.100,00	3,02%
Vehículos	5	\$ 50.000,00	\$50.000,00	61,49%
Repuestos		\$ 3.674,50	\$ 3.674,00	2,71%
		Suma	\$73.490,00	54,22%
2.CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES				
Galpón para trabajos	1	\$3.000,00	\$3.000,00	2,21%
Sanitarios	1	\$200,00	\$200,00	0,15%
Divisiones de oficinas	3	\$1.500,00	\$4.500,00	8,30%
Guardianía	1	\$1.000,00	\$1.000,00	1,23%
		Suma	\$8.700,00	6,42%
3. MUEBLES, ENSERES Y OTRAS INVERSIONES				
Escritorios	5	\$150,00	\$750,00	0,55%
Sillas	9	\$10,00	\$90,00	0,07%
Archivador 3 gavetas	2	\$150,00	\$300,00	0,55%
		Suma	\$1.140,00	0,84%

4. DIFERIDAS Y OTRAS AMORTIZABLES				
Costo del estudio	1	\$1.500,00	\$1.500,00	1,11%
Gastos de constitución	1	\$100,00	\$100,00	0,07%
Gastos de capacitación	1	\$500,00	\$500,00	0,92%
Gastos de puesta en marcha	1	\$100,00	\$100,00	0,12%
		Suma	\$2.200,00	1,62%
CAPITAL DE TRABAJO INICIAL		Suma	\$50.000,00	36,89%
		INVERSION TOTAL INICIAL	\$135.530,00	100%

II. ESTRUCTURA FINANCIERA

Capital propio	40,00%	\$54.212,00
Capital financiado	60,00%	\$81.318,00
Suma:	100,00%	\$135.530,00

CUADRO No. 18: ESTIMACION DE LOS COSTOS DE INVERSION

2.3.8 Calendario de Ejecución del proyecto.

La instalación y puesta en marcha del proyecto se ha planificado bajo el siguiente calendario que se detalla a continuación:

ABRIL 2009	MAYO 2009	JUNIO 2009	JULIO 2009
CIERRE DE LA NEGOCION Y ARRIENDO DEL LOCAL	EXTENCION Y ARREGLO DEL LOCAL COMERCIAL Y DE MANTENIMIENTO	CONTRATACION DEL PERSONAL Y ADQUISICION DE VEHICULOS USADOS PARA LA VENTA	PUESTA A PUNTO DE EQUIPOS E INICIO DE ACTIVIDADES

CUADRO No. 19: CALENDARIO DE EJECUCION DEL PROYECTO



CAPITULO III
LA EMPRESA Y SU
ORGANIZACION

CAPITULO III LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

Desde el punto de vista del profesor Joaquín Garrigues, una empresa se define como una organización de los factores de la producción que persigue básicamente dos finalidades: satisfacer una necesidad y obtener una ganancia.

La importancia radica ya que la organización constituye el eje fundamental que mueve a la economía de un país, pues al tener una capacidad generadora de riqueza, que al ser distribuida por igual propicia la paz social, tranquilidad y desarrollo.

Una actividad productiva consiste en la transformación de bienes intermedios a bienes finales, mediante el empleo de factores productivos

3.1 Base legal.

3.1.1 Nombre o Razón Social: logotipo, slogan

En algunos libros de Marketing señala que la identidad de la empresa, representada por el nombre, el símbolo o el logo, caracteriza al producto y sus beneficios y que para llegar a la mente del consumidor, es necesario establecer un puente entre el mensaje del nombre y la mente del cliente.

Con este preámbulo se puede mencionar que el logotipo y el eslogan de la empresa son los siguientes:



GRAFICO No. 9: RAZON SOCIAL

La empresa se denominara **GLOBAL ENGINE**, en razón de que entre las premisas de la organización esta la comercialización de vehículos usados de todas las marcas del mundo, escogiendo como logotipo el globo terrestre que representa la diversidad de marcas de vehículos que existen en el mundo.

3.1.2 Titularidad de Propiedad de la Empresa.

En el Código Civil se establece que la sociedad comercial, puede ser de tres tipos:

- Colectiva.
- En Comandita.
- Anónima.
- Unipersonal.

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada sostiene que: el carácter de unipersonal le otorga el hecho de que sólo puede ser constituida por una persona, la idea es que personas naturales puedan ejercer el comercio, excepto actividades de tipo financiero y de mercado de valores. El interesado puede dividir su patrimonio, de modo que se afecte solo una parte de este al nuevo negocio, asegurándolo de todo riesgo que podrían ocasionar los demás negocios o actividades del individuo, pues ningún acreedor podrá cobrar sus créditos en los bienes de la empresa, pero sí podrán embargar las utilidades.

Las características de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada son:

- Accionistas → 1 accionista
- Capital social → \$. 1.600,00
- Tipo de administración → Unipersonal

De esta forma la empresa tomara como tipo administración la unipersonal de responsabilidad limitada.

3.1.3 Tipo de empresa.

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, funcionará con recursos del sector privado y es una organización que tendrá la actividad de comercialización de vehículos usados.

3.1.4 Clasificación CIU

G		VENTA, MANTENIMIENTO Y REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS; VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES PARA AUTOMOTORES.
G	50	VENTA, MANTENIMIENTO Y REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS; VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES PARA AUTOMOTORES.
G	501	VENTA DE VEHICULOS AUTOMOTORES.
G	5010	VENTA DE VEHICULOS AUTOMOTORES.
G	5010.0	VENTA DE VEHICULOS AUTOMOTORES AL POR MAYOR Y MENOR.
G	5010.00	Venta al por mayor y menor de automóviles y vehículos para todo terreno: jeeps, land rovers, etc., nuevos y usados.
G	5010.01	Venta al por mayor y menor de camiones, remolques y semiremolques, nuevos y usados.
G	5010.02	Venta al por mayor y menor de vehículos automotores de pasajeros, vehículos especiales: ambulancias, casas rodantes, microbuses, etc. nuevos y usados.
G	5010.09	Venta al por mayor y menor de otros vehículos automotores.

G 502	MANTENIMIENTO Y REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES.
G 5020	MANTENIMIENTO Y REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES.
G 5020.0	MANTENIMIENTO Y REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES.
G 5020.00	Mantenimiento de vehículos automotores: lavado, lubricación, etc.
G 5020.01	Reparación de vehículos automotores (carburador, sistema eléctrico, suspensión, frenos, sistema de escape, reparación de carrocerías, pintura, vulcanización, carga de baterías, etc.).
G 503	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE VEHICULOS AUTOMOTORES.
G 5030	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE VEHICULOS AUTOMOTORES.
G 5030.0	VENTA DE PARTES PIEZAS Y ACCESORIOS DE VEHICULOS AUTOMOTORES.
G 5030.00	Venta al por mayor de accesorios, partes y piezas de vehículos automotores, realizada independientemente de la venta de vehículos.
G 5030.01	Venta al por menor de accesorios, partes y piezas de vehículos automotores, realizada independientemente de la venta de vehículos.

CUADRO No. 20: CLASIFICACION CIU

3.2 Base Filosófica de la Empresa

La base filosófica es la cultura de la empresa, es decir sus patrones de comportamiento, sus valores, principios, creencias y como van a desarrollarlas dentro del ambiente organizacional.

3.2.1 Visión.

La visión es una imagen acerca del futuro de la empresa; mientras mas precisa sea, más fácil será entendida y aceptada por los miembros de la organización, de este modo favoreciendo su total cumplimiento.

La Visión de la organización debe motivar y a la vez retar al personal a su cumplimiento; una visión poco ambiciosa es fácilmente alcanzable y por ende no logra motivar a los miembros de la organización. Una vez alcanzada la empresa quedaría sin un rumbo a donde navegar.

Sin una visión es demasiado ambiciosa corre el riesgo de no ser alcanzada y por ende desmotivadora; por esta razón la visión de la empresa debe tener un balance entre estas dos.

Implantar una cultura de calidad, estableciendo un centro de servicio y mantenimiento con la más alta tecnología, concretando alianzas estratégicas con el sector financiero, agilizando los procesos de financiamiento. Todo esto para ser una empresa líder y competitiva en la comercialización de vehículos usados, por la calidad de sus servicios, por su gestión transparente; y, por su efectiva contribución al desarrollo del País.

CUADRO No. 21: VISIÓN DE LA EMPRESA AL 2015

3.2.2 Misión.

La misión es una guía, orienta al personal y socios estratégicos de la organización sobre cual es la actividad principal de empresa.

La implantación de la misión es un parte indispensable para lograr la excelencia de la organización. Es importante que el personal de la empresa como también los socios estratégicos entiendan, conozcan y compartan el sentido esencial de la misión, de este modo facilitando el funcionamiento de la organización en forma exitosa.

GLOBAL ENGINE es una empresa comercializadora de vehículos usados, comprometida en ofrecer calidad y garantía en todos sus servicios, con personal altamente calificado; satisfaciendo de manera integral las necesidades de sus clientes.

CUADRO No. 22: MISION DE LA EMPRESA

3.2.3 Estrategia Empresarial.

La palabra Estrategia se deriva de la palabra griega “strategos” el cual significa general, refiriéndose a la determinación del propósito y los objetivos básicos de una empresa, implantando recursos que permitan el mejor desempeño de la organización, logrando responder de una forma eficaz y eficiente a las diversas situaciones que se enfrente el personal durante su labor.

La estrategia empresarial de la organización será la diferenciación ya que ofrecerá un servicio de asesoría especializada al cliente, capaz de que el consumidor llegue a conocer las diferentes alternativas de vehículos que ofrece la empresa.

Para el cliente esto es muy atractivo ya que le permite tener varias opciones para la toma de la decisión de compra en cuanto a calidad, variedad y costos de los diferentes modelos. Esto permite a la empresa ser diferente de las demás organizaciones.

3.2.3.1 Estrategia de Competitividad.

La empresa cada año deberá realizar una reingeniería de procesos con la finalidad de detectar anomalías y hacer cambios en donde se requiera, capaz de llegar a administrar de mejor manera la organización y servir de una forma efectiva y eficiente a nuestros clientes.

3.2.3.2 Estrategia de Crecimiento.

Para poder incrementar cada año la utilidad de la empresa se debe tomar como base el crecimiento de ventas, logrando captar mayor mercado, para lo cual se deberá implementar una campaña de publicidad agresiva a través de radios, periódicos e internet; a través de las cuales se ofrecerá al cliente un servicio de asesoría especializado en la venta de vehículos usados así como también como la calidad y garantía que se extenderá a cada automotor.

3.2.3.3 Estrategia de Competencia.

Para que la empresa pueda competir con las demás comercializadoras de vehículos usados se tendrá que implantar estrategias como: calidad y garantía en los vehículos que se venda, accesoria técnica especializada que permita elegir el vehículo de su gusto entre varios modelos.

3.2.3.4 Estrategia Operativa.

La empresa capacitara constantemente a sus empleados, fomentara el trabajo en equipo designando actividades inherentes a su cargo, incentivara a sus mejores empleados; todo esto con el fin de lograr un objetivo común en la organización.

Se deberá tener un número adecuado de máquinas y capacitará al personal para la utilización de las mismas, generando altos estándares de productividad y calidad en el servicio que se ofrecerá al cliente.

3.2.4 Objetivos Estratégicos.

Objetivo Competitivo

Establecer una estructura organizacional flexible capaz de responder a las variaciones del mercado de forma oportuna.

Objetivo de Crecimiento

Incrementar la rentabilidad patrimonial mediante la generación del 50% de utilidad para el cuarto año.

Objetivo de Competencia

Cubrir la demanda insatisfecha y posicionarnos en el mercado ofreciendo vehículos usados de calidad en el Distrito Metropolitano de Quito.

Objetivo Operativo

Contar con personal capacitado que permita que la empresa pueda desarrollar sus actividades de manera adecuada y que pueda crecer paulatinamente.

3.2.5 Principios y Valores.

Principios.

Responsabilidad:

La empresa adquirirá responsablemente el vehículo usado, entregando al cliente un vehículo con todas las garantías, tanto en su funcionamiento y términos de legalidad del mismo; respetando los detalles de la negociación a los que llego con el cliente.

Empatia:

Uno de los principios fundamentales de la empresa será la empatia al cliente, es decir poniéndose en lugar del cliente, poniendo atención en los detalles que el cliente desea expresar para luego brindarle un asesoramiento adecuado; siempre respetando las opiniones de el.

Calidad

La empresa pondrá siempre la calidad como un principio básico, perfeccionando constantemente todos los detalles en el servicio y mantenimiento de los vehículos, así como también en el momento del asesoramiento técnico especializado; capas de entregar un producto a entera satisfacción del cliente.

Mejoramiento continuo:

La empresa debe estar a la vanguardia de la tecnología; es decir adquirir maquinaria y equipos modernos que permitan mejorar el servicio y mantenimiento de los vehículos que llegan al concesionario, así como elevar los índices de productividad, tanto en el área administrativa como en el área de ventas.

Valores.

Disciplina:

Se tomara con responsabilidad cada una de las funciones dentro de la empresa, acatando cada un de ellas en forma voluntaria; desarrollando cada actividad en los tiempos adecuados.

Honradez:

Un valor fundamental que en la empresa se deberá cumplir es la honradez; de esta forma cada miembro de la organización debe ser una persona integra en todas sus acciones y funciones.

Respeto:

El respeto hacia los demás es un valor básico dentro de la sociedad y más aun dentro de la empresa, de esta manera se promoverá el respeto entre cada uno de los miembros de la organización; se considerará a cada miembro como un ente productivo y fundamental, brindando el mimo interés a cada uno de los clientes de la empresa.

3.3 La Organización.

El recurso humano es un eje fundamental de la organización, pues a través de ellos se puede llegar a lograr los objetivos propuestos por la empresa, es importante que cada uno de ellos tenga muy claro sus funciones dentro de la empresa y como poder desarrollarlas dentro de la misma.

3.3.2 Descripción de Funciones y Perfiles profesionales.

PRESIDENTE EJECUTIVO

1. Datos de Identificación

Denominación del cargo: Presidente Ejecutivo	Código: PE-001
Departamento: Alta Gerencia	Ciudad: Quito
Área: Directiva	Reportes Directos: -
Número de ocupantes: Uno	Elaborado: Diego Córdova
Reporta a: Junta General de Accionistas	Autorizador: Jorge Villavicencio
Fecha elaboración: 24 de Enero de 2009	Fechas de actualización: -

2. Propósito Principal del Puesto

A este nivel le corresponde cumplir y hacer cumplir las políticas fijadas por el Nivel Directivo y su relación de autoridad es directa con los Niveles Operacional, Asesor y Auxiliar o de apoyo.

3. Actividades de la Posición (ordenadas descendientemente por importancia)

Actividades de la Posición	F	CE	CM	Total
Representar a la empresa, legal, judicial o extrajudicialmente.	4	5	4	24
Ejercer la administración de los negocios, celebrando para ello todos los contratos que fueren menester para el cumplimiento del objeto social, de las resoluciones de la Asamblea General de Socios, del Nivel Directivo y en general de todos los actos para la buena marcha de la organización, con sujeción a los requisitos y limitaciones que le impongan las Leyes y los Estatutos.	4	5	4	24
Intervenir en todo acto o contrato que implique la transferencia de dominio o gravamen sobre los bienes de la empresa previa la autorización del Nivel Directivo.	5	4	4	21
Contratar los funcionarios y empleados, cuyo nombramiento no le corresponda al Nivel Directivo y dar por terminada la relación en los términos señalados en la Ley.	5	4	4	21
Cuidar bajo su responsabilidad todos los bienes y recursos de la empresa, implementando los procedimientos de control interno adecuados y	4	4	4	20

supervisar la contabilidad, registros, archivos y toda la documentación que sustente los negocios de la empresa, así como de los libros de actas y certificados de aportaciones.				
Presentar al Nivel Directivo informes sobre los negocios, incluyendo cuentas, balances y más documentos pertinentes.	3	4	4	19
Entregar al Nivel Directivo y al Auditor Interno, la documentación que le sea requerida para las verificaciones o exámenes que de acuerdo a las circunstancias sirvan para evaluar el cumplimiento de las políticas internas o disposiciones legales y tributarias.	5	4	3	17
Elaborar el presupuesto anual y el plan general de actividades de la empresa y someterlos a la aprobación del Nivel Directivo.	1	4	4	17
Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Asamblea General de Socios y del Nivel Directivo.	5	4	3	17
Proporcionar la información que requieran los organismos de control externo.	1	4	4	17

Donde:

F = frecuencia

CE = consecuencias de los errores

CM = complejidad

Total = importancia de la actividad / 25 puntos.

4. Educación Formal Requerida

Nivel de Educación Formal	Especifique el número de años de estudio o los diplomas / títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales (ej, administración, economía, etc.).
Formación Superior Profesional	Formación superior profesional en Administración de Empresas, CPA, Ingeniería Comercial y/o Economía	
Otros (cursos, etc., especificar)		Gerencia en ventas, Análisis financiero, Técnico Automotriz

5. Conocimientos Informativos Requeridos

Conocimientos Informativos	Descripción
Clientes	Conocimiento de los clientes de la institución
Nivel estratégico	Políticas y prioridades del área, planes operativos
Leyes y regulaciones	Conocer leyes, reglamentos, regulaciones y protocolos internos o externos relevantes para el trabajo
Naturaleza del área / departamento	Conocer las prácticas, tendencias o enfoques de una área profesional en particular
Mercado / entorno	Conocimiento del mercado o el entorno donde se desenvuelve el negocio
Otros datos	Códigos de clientes
Productos y servicios	Conocer los productos y servicios de la empresa
Personas y áreas	Conocer personas, áreas / departamentos de la institución

6. Destrezas Específicas Requeridas

Destrezas Específicas	Detalle
1. Manejar programas informáticos	MS Office, SBT, Anexo al SBT, Internet
2. Operar equipos	Impresora (impresora, copiadora y fax)
3. Otras destrezas específicas	Análisis Financiero

7. Destrezas / Habilidades

Destrezas Generales	Definición
Construcción de relaciones	Establecer, mantener y ampliar relaciones amistosas y duraderas con personas o grupos clave, cruciales para el logro de metas
Pensamiento analítico	Analizar o descomponer información y detectar tendencias, patrones, relaciones, causas, efectos, etc.
Negociación	Reunir a varias personas para reconciliar diferencias o lograr acuerdos
Trabajo en equipo	Cooperar y trabajar de manera coordinada con los demás
Juicio y toma de decisiones	Valorar los probables costos y beneficios de una acción potencial

8. Requerimientos de Selección y Capacitación

Conocimientos / Destrezas	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Conocimientos Formales		
Formación superior en Administración de empresas	X	
CPA	X	
Economía	X	
Conocimientos Informativos		
Clientes		X
Nivel estratégico	X	X
Leyes y Regulaciones	X	X
Naturaleza del área/departamento	X	X
Mercado / Entorno	X	X
Códigos de clientes	X	X
Productos y servicios	X	X
Personas y áreas	X	X
Destrezas Específicas		
MS Office	X	X
SBT	X	X
Anexo al SBT	X	X
Internet	X	X
Impresora, copiadora, fax	X	X
Analiza solicitudes de crédito	X	X
Destrezas Generales		
Construcción de relaciones	X	X
Pensamiento analítico	X	X
Negociación	X	X
Trabajo en equipo	X	X
Juicio y toma de decisiones	X	X

9. Experiencia Laboral Requerida

Dimensiones de Experiencia	Detalle
1. Tiempo de experiencia	Tres a cinco años
2. Especificidad de la experiencia	Experiencia en actividades similares
3. Contenido de la experiencia	Gerente Comercial / Gerente Financiero

10. Edad/Género Requerido

EDAD	GENERO
De 30 a 40 años	Indistinto

GERENTE COMERCIAL

1. Datos de Identificación

Denominación del cargo: Gerente Comercial	Código: GC-001
Departamento: Gerencia Comercial	Ciudad: Quito
Área: Comercial	Reportes Directos: -
Número de ocupantes: Uno	Elaborado: Diego Córdova
Reporta a: Presidente Ejecutivo	Autorizador: Msc.Jorge Villavicencio
Fecha elaboración: 24 de Enero de 2009	Fechas de actualización: -

2. Propósito Principal del Puesto

Al gerente Comercial le corresponde cumplir y hacer cumplir las políticas fijadas por el Nivel Directivo y el Presidente Ejecutivo, manteniendo los altos estándares comerciales de la empresa; su relación de autoridad es directa con el Presidente Ejecutivo.

4. Actividades de la Posición (ordenadas descendientemente por importancia)

Actividades de la Posición	F	CE	CM	Total
Preparar planes y presupuestos de ventas, de modo que debe planificar sus acciones y las del departamento, tomando en cuenta los recursos necesarios y disponibles para llevar a cabo dichos planes.	4	5	4	24
Calcular la demanda y pronosticar las ventas. Este proceso es de vital importancia y deber realizarse en el mismo orden en que se ha citado, de forma que primero calculemos cual es la demanda real del mercado y considerando nuestra participación en el mismo, podamos pronosticar nuestras ventas.	4	5	4	24
Presentar un informe mensual de las ventas.	5	4	4	21
Mantener el buen desempeño del personal de ventas como el de mantenimiento.	5	4	4	21

Donde:

F = frecuencia

CE = consecuencias de los errores

CM = complejidad

Total = importancia de la actividad / 25 puntos.

4. Educación Formal Requerida

Nivel de Educación Formal	Especifique el número de años de estudio o los diplomas / títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales (ej, administración, economía, etc.).
Formación Superior Profesional	Formación superior profesional Ingeniería Comercial, Ventas y/o Economía	

Otros (cursos, etc., especificar)		Gerencia en ventas, Análisis financiero, Técnico Automotriz
-----------------------------------	--	---

5. Conocimientos Informativos Requeridos

Conocimientos Informativos	Descripción
Clientes	Conocimiento de los clientes de la institución
Nivel estratégico	Políticas y prioridades del área, planes operativos
Leyes y regulaciones	Conocer leyes, reglamentos, regulaciones y protocolos internos o externos relevantes para el trabajo
Naturaleza del área / departamento	Conocer las prácticas, tendencias o enfoques de una área profesional en particular
Mercado / entorno	Conocimiento del mercado o el entorno donde se desenvuelve el negocio
Otros datos	Códigos de clientes
Productos y servicios	Conocer los productos y servicios de la empresa
Personas y áreas	Conocer personas, áreas / departamentos de la institución

6. Destrezas Específicas Requeridas

Destrezas Específicas	Detalle
1. Manejar programas informáticos	MS Office, SBT, Anexo al SBT, Internet
2. Operar equipos	Impresora (impresora, copiadora y fax)
3. Otras destrezas específicas	Gerencia en Ventas, Análisis Financiero

7. Destrezas / Habilidades

Destrezas Generales	Definición
Construcción de relaciones	Establecer, mantener y ampliar relaciones amistosas y duraderas con personas o grupos clave, cruciales para el logro de metas
Pensamiento analítico	Analizar o descomponer información y detectar tendencias, patrones, relaciones, causas, efectos, etc.
Negociación	Reunir a varias personas para reconciliar diferencias o lograr acuerdos
Trabajo en equipo	Cooperar y trabajar de manera coordinada con los demás
Juicio y toma de decisiones	Valorar los probables costos y beneficios de una acción potencial

8. Requerimientos de Selección y Capacitación

Conocimientos / Destrezas	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Conocimientos Formales	x	
Ingeniero Comercial, Economía y/o Ventas	x	
	x	
Conocimientos Informativos		
Clientes	x	x
Nivel estratégico	x	x
Leyes y Regulaciones	x	x
Naturaleza del área/departamento	x	x
Mercado / Entorno	x	x
Códigos de clientes	x	x
Productos y servicios	x	x

Conocimientos / Destrezas	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Personas y áreas	x	x
Destrezas Específicas		
MS Office	x	x
SBT	x	x
Anexo al SBT	x	x
Internet	x	x
Impresora, copiadora, fax		
Analiza solicitudes de crédito		
Destrezas Generales		
Construcción de relaciones	x	x
Pensamiento analítico	x	x
Negociación	x	x
Trabajo en equipo	x	x
Juicio y toma de decisiones	x	x

9. Experiencia Laboral Requerida

Dimensiones de Experiencia	Detalle
1. Tiempo de experiencia	Tres a cinco años
2. Especificidad de la experiencia	Experiencia en actividades similares
3. Contenido de la experiencia	Gerente Comercial / Gerente de Ventas

10. Edad/Género Requerido

EDAD	GENERO
De 25 a 35 años	Indistinto

GERENTE ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO

1. Datos de Identificación

Denominación del cargo: Gerente Administrativo y Financiero	Código: GAF-001
Departamento: Gerencia Administrativo y Financiero	Ciudad: Quito
Área: Administrativa y Financiera	Reportes Directos: -
Número de ocupantes: Uno	Elaborado: Diego Córdova
Reporta a: Presidente Ejecutivo	Autorizador: Msc. Jorge Villavicencio
Fecha elaboración: 24 de Enero de 2009	Fechas de actualización: -

2. Propósito Principal del Puesto

Al Gerente Administrativo y Financiero le corresponde cumplir y hacer cumplir las políticas fijadas por el Nivel Directivo y el Presidente Ejecutivo, manteniendo los altos estándares financieros y administrativos de la empresa; su relación de autoridad es directa con el Presidente Ejecutivo.

3. Actividades de la Posición (ordenadas descendientemente por importancia)

Actividades de la Posición	F	CE	CM	Total
Autorizar contrataciones o liquidaciones de contratos de trabajo.	4	5	4	24
Solicitar informaciones contables-financieras al Contador	4	5	4	24
Elaborar de Presupuestos.	5	4	4	21
Buscar medios de financiamiento.	5	4	4	21
Buscar formas de inversión.	4	5	4	24
Negociar con los proveedores de insumos para la empresa.	4	5	4	24
Analiza requerimientos de cada departamento y dota a cada uno de ellos con los recursos que necesiten.	5	4	4	21
Controlar el buen desempeño del personal de la empresa.	5	4	4	21

Donde:

- F = frecuencia
- CE = consecuencias de los errores
- CM = complejidad
- Total = importancia de la actividad / 25 puntos.

4. Educación Formal Requerida

Nivel de Educación Formal	Especifique el número de años de estudio o los diplomas / títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales (ej, administración, economía, etc.).
Formación Superior Profesional	Formación superior profesional en Administración de Empresas, CPA, Ingeniería Comercial y/o Economía	
Otros (cursos, etc., especificar)		Análisis financiero, Administración de personal.

5. Conocimientos Informativos Requeridos

Conocimientos Informativos	Descripción
Clientes	Conocimiento de los clientes de la institución
Nivel estratégico	Políticas y prioridades del área, planes operativos
Leyes y regulaciones	Conocer leyes, reglamentos, regulaciones y protocolos internos o externos relevantes para el trabajo
Naturaleza del área / departamento	Conocer las prácticas, tendencias o enfoques de una área profesional en particular
Mercado / entorno	Conocimiento del mercado o el entorno donde se desenvuelve el negocio
Otros datos	Códigos de clientes

Productos y servicios	Conocer los productos y servicios de la empresa
Personas y áreas	Conocer personas, áreas / departamentos de la institución

6. Destrezas Específicas Requeridas

Destrezas Específicas	Detalle
1. Manejar programas informáticos	MS Office, SBT, Anexo al SBT, Internet
2. Operar equipos	Impresora (impresora, copiadora y fax)
3. Otras destrezas específicas	Análisis Financiero, RR. HH., Administración.

7. Destrezas / Habilidades

Destrezas Generales	Definición
Construcción de relaciones	Establecer, mantener y ampliar relaciones amistosas y duraderas con personas o grupos clave, cruciales para el logro de metas
Pensamiento analítico	Analizar o descomponer información y detectar tendencias, patrones, relaciones, causas, efectos, etc.
Negociación	Reunir a varias personas para reconciliar diferencias o lograr acuerdos
Trabajo en equipo	Cooperar y trabajar de manera coordinada con los demás
Juicio y toma de decisiones	Valorar los probables costos y beneficios de una acción potencial

8. Requerimientos de Selección y Capacitación

Conocimientos / Destrezas	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Conocimientos Formales	x	
Administración de Empresas, CPA, Ingeniería Comercial y/o Economía	x x x	
Conocimientos Informativos		
Clientes	x	x
Nivel estratégico	x	x
Leyes y Regulaciones	x	x
Naturaleza del área/departamento	x	x
Mercado / Entorno	x	x
Códigos de clientes	x	x
Productos y servicios	x	x
Personas y áreas	x	x
Análisis y aprobación de Créditos	x	x
Destrezas Específicas		
MS Office	x	x
SBT	x	x
Anexo al SBT	x	x
Internet	x	x
Impresora, copiadora, fax		
Analiza solicitudes de crédito	x	x
Destrezas Generales		
Construcción de relaciones	x	x
Pensamiento analítico	x	x
Negociación	x	x
Trabajo en equipo	x	x

Conocimientos / Destrezas	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Juicio y toma de decisiones	X	X

9. Experiencia Laboral Requerida

Dimensiones de Experiencia	Detalle
1. Tiempo de experiencia	Tres a cinco años
2. Especificidad de la experiencia	Experiencia en actividades similares
3. Contenido de la experiencia	Gerente Administrativa / Gerente Financiero

10. Edad/Género Requerido

EDAD	GENERO
De 25 a 35 años	Indistinto

ASISTENTE ADMINISTRATIVA

1. Datos de Identificación

Denominación del cargo: Asistente Administrativa	Código: AA-001
Departamento: Administrativo y Financiero	Ciudad: Quito
Área: Administrativa y Financiera	Reportes Directos: -
Número de ocupantes: Uno	Elaborado: Diego Córdova
Reporta a: Gerente Administrativo y Financiero	Autorizador: Msc. Jorge Villavicencio
Fecha elaboración: 24 de Enero de 2009	Fechas de actualización: -

2. Propósito Principal del Puesto

La Asistente Administrativa le corresponde cumplir y hacer cumplir las políticas fijadas la empresa, manteniendo los altos estándares financieros y administrativos de la empresa; su relación de autoridad es directa con el Gerente Administrativo y Financiero.

4. Actividades de la Posición (ordenadas descendientemente por importancia)

Actividades de la Posición	F	CE	CM	Total
Realizar todo el proceso contable hasta llegar a determinar los Estados Financieros.	4	5	4	24
Preparar el rol de pagos y los formularios de declaración del impuesto a la renta del personal, así como las planillas para el pago de obligaciones sociales y personales al IESS.	4	5	4	24
Llevar un inventario de los vehículos y productos que ingresen a la empresa.	5	4	4	21
Supervisar la labor del chofer, el guardia y el mecánico.	5	4	4	21
Realizar análisis de desempeño del personal.	5	4	4	21
Realizar las funciones de cajera de la empresa.	5	4	4	21

Donde:

F = frecuencia

CE = consecuencias de los errores

CM = complejidad

Total = importancia de la actividad / 25 puntos.

4. Educación Formal Requerida

Nivel de Educación Formal	Especifique el número de años de estudio o los diplomas / títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales (ej, administración, economía, etc.).
Formación Superior Profesional	Formación superior profesional en Administración de Empresas, CPA, Ingeniería Comercial y/o Economía	
Otros (cursos, etc., especificar)		Análisis financiero, Administración de personal.

5. Conocimientos Informativos Requeridos

Conocimientos Informativos	Descripción
Clientes	Conocimiento de los clientes de la institución
Nivel estratégico	Políticas y prioridades del área, planes operativos
Leyes y regulaciones	Conocer leyes, reglamentos, regulaciones y protocolos internos o externos relevantes para el trabajo
Naturaleza del área / departamento	Conocer las prácticas, tendencias o enfoques de una área profesional en particular
Mercado / entorno	Conocimiento del mercado o el entorno donde se desenvuelve el negocio
Otros datos	Códigos de clientes
Productos y servicios	Conocer los productos y servicios de la empresa
Personas y áreas	Conocer personas, áreas / departamentos de la institución

6. Destrezas Específicas Requeridas

Destrezas Específicas	Detalle
1. Manejar programas informáticos	MS Office, SBT, Anexo al SBT, Internet
2. Operar equipos	Impresora (impresora, copiadora y fax)
3. Otras destrezas específicas	Análisis Financiero, RR. HH., Administración.

7. Destrezas / Habilidades

Destrezas Generales	Definición
Construcción de relaciones	Establecer, mantener y ampliar relaciones amistosas y duraderas con personas o grupos clave, cruciales para el logro de metas
Pensamiento analítico	Analizar o descomponer información y detectar tendencias, patrones, relaciones, causas, efectos, etc.
Negociación	Reunir a varias personas para reconciliar diferencias o lograr acuerdos
Trabajo en equipo	Cooperar y trabajar de manera coordinada con los demás
Juicio y toma de decisiones	Valorar los probables costos y beneficios de una acción potencial

8. Requerimientos de Selección y Capacitación

Conocimientos / Destrezas	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Conocimientos Formales	X	
Administración de Empresas, CPA, Ingeniería Comercial y/o Economía	X X X X	
Conocimientos Informativos		
Clientes	X	X
Nivel estratégico		X
Leyes y Regulaciones	X	X
Naturaleza del área/departamento	X	X
Mercado / Entorno	X	X
Códigos de clientes	X	X
Productos y servicios	X	X
Personas y áreas	X	X
Análisis y aprobación de Créditos		
Destrezas Específicas		
MS Office	X	X
SBT	X	X
Anexo al SBT	X	X
Internet	X	X
Impresora, copiadora, fax		
Analiza solicitudes de crédito		
Destrezas Generales		
Construcción de relaciones	X	X
Pensamiento analítico	X	X
Negociación	X	X
Trabajo en equipo	X	X
Juicio y toma de decisiones	X	X

9. Experiencia Laboral Requerida

Dimensiones de Experiencia	Detalle
1. Tiempo de experiencia	Uno a tres años
2. Especificidad de la experiencia	Experiencia en actividades similares
3. Contenido de la experiencia	Asistente Administrativa y Financiera

10. Edad/Género Requerido

EDAD	GENERO
De 20 a 25 años	Femenino.

ASESOR COMERCIAL

1. Datos de Identificación

Denominación del cargo: Asesor Comercial	Código: AC-001 / AC-002 / AC-003
Departamento: Comercial	Ciudad: Quito
Área: Comercial	Reportes Directos: -
Número de ocupantes: Tres	Elaborado: Diego Córdova
Reporta a: Gerente Comercial	Autorizador: Msc.Jorge Villavicencio
Fecha elaboración: 24 de Enero de 2009	Fechas de actualización: -

2. Propósito Principal del Puesto

Asesor Comercial le corresponde cumplir y hacer cumplir las políticas fijadas la empresa, manteniendo los altos estándares comerciales de la empresa; su relación de autoridad es directa con el Gerente Comercial.

5. Actividades de la Posición

Actividades de la Posición	F	CE	CM	Total
Asesorar a los clientes sobre los vehículos.	5	4	4	21
Negociar la compra y venta de los vehículos	4	5	4	24
Emisión de contratos	4	5	4	24
Efectuar los cobros.	4	5	4	24
Negociar con las instituciones financieras los créditos del cliente.	5	4	4	21

Donde:

F = frecuencia

CE = consecuencias de los errores

CM = complejidad

Total = importancia de la actividad / 25 puntos.

4. Educación Formal Requerida

Nivel de Educación Formal	Especifique el número de años de estudio o los diplomas / títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales (ej, administración, economía, etc.).
Formación Superior Profesional	Formación superior profesional en Ingeniería Comercial y/o Economía	
Otros (cursos, etc., especificar)		Ventas tangibles e intangibles; atención al cliente.

5. Conocimientos Informativos Requeridos

Conocimientos Informativos	Descripción
Clientes	Conocimiento de los clientes de la institución
Nivel estratégico	Políticas y prioridades del área, planes operativos
Leyes y regulaciones	Conocer leyes, reglamentos, regulaciones y protocolos internos o externos relevantes para el trabajo
Naturaleza del área / departamento	Conocer las prácticas, tendencias o enfoques de una área profesional en particular
Mercado / entorno	Conocimiento del mercado o el entorno donde se desenvuelve el negocio
Otros datos	Códigos de clientes
Productos y servicios	Conocer los productos y servicios de la empresa
Personas y áreas	Conocer personas, áreas / departamentos de la institución

6. Destrezas Específicas Requeridas

Destrezas Específicas	Detalle
1. Manejar programas informáticos	MS Office, SBT, Anexo al SBT, Internet
2. Operar equipos	Impresora (impresora, copiadora y fax)
3. Otras destrezas específicas	Atención al cliente, análisis de crédito.

7. Destrezas / Habilidades

Destrezas Generales	Definición
Construcción de relaciones	Establecer, mantener y ampliar relaciones amistosas y duraderas con personas o grupos clave, cruciales para el logro de metas
Pensamiento analítico	Analizar o descomponer información y detectar tendencias, patrones, relaciones, causas, efectos, etc.
Negociación	Reunir a varias personas para reconciliar diferencias o lograr acuerdos
Trabajo en equipo	Cooperar y trabajar de manera coordinada con los demás
Juicio y toma de decisiones	Valorar los probables costos y beneficios de una acción potencial

8. Requerimientos de Selección y Capacitación

Conocimientos / Destrezas	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Conocimientos Formales		
Ingeniería Comercial y/o Economía	x	
	x	
Conocimientos Informativos		
Clientes	x	x
Nivel estratégico		
Leyes y Regulaciones	x	x
Naturaleza del área/departamento	x	x
Mercado / Entorno	x	x
Códigos de clientes		
Productos y servicios	x	x
Personas y áreas	x	x
Análisis y aprobación de Créditos	x	x

Conocimientos / Destrezas	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Destrezas Específicas		
MS Office	X	X
SBT	X	X
Anexo al SBT	X	X
Internet	X	X
Impresora, copiadora, fax	X	X
Analiza solicitudes de crédito	X	X
Destrezas Generales		
Construcción de relaciones	X	X
Pensamiento analítico	X	X
Negociación	X	X
Trabajo en equipo	X	X
Juicio y toma de decisiones	X	X

9. Experiencia Laboral Requerida

Dimensiones de Experiencia	Detalle
1. Tiempo de experiencia	Uno a tres años
2. Especificidad de la experiencia	Experiencia en actividades similares
3. Contenido de la experiencia	Ventas de Autos usados, analista de crédito

10. Edad/Género Requerido

EDAD	GENERO
De 20 a 25 años	Indistinto

MECANICO

1. Datos de Identificación

Denominación del cargo: Mecánico	Código: MC-001
Departamento: Comercial	Ciudad: Quito
Área: Comercial	Reportes Directos: -
Número de ocupantes: Uno	Elaborado: Diego Córdova
Reporta a: Gerente Comercial	Autorizador: Msc. Jorge Villavicencio
Fecha elaboración: 24 de Enero de 2009	Fechas de actualización: -

2. Propósito Principal del Puesto

Se encarga de dar mantenimiento y reparar los vehículos que requieran de este servicio.

6. Actividades de la Posición

Actividades de la Posición	F	CE	CM	Total
Mecánica Automotriz en general	5	5	4	24
Pintura y enderezada	5	5	4	24
Alineación y Balanceo de llantas	4	5	4	21
Efectuar los cobros.	4	5	4	21

Donde:

F = frecuencia

CE = consecuencias de los errores

CM = complejidad

Total = importancia de la actividad / 25 puntos.

4. Educación Formal Requerida

Nivel de Educación Formal	Especifique el número de años de estudio o los diplomas / títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales (ej, administración, economía, etc.).
Formación Superior Profesional	Técnico en Mecánica y Pintura Automotriz	
Otros (cursos, etc., especificar)		Mecánica en General, Pintura y Enderezada

5. Conocimientos Informativos Requeridos

Conocimientos Informativos	Descripción
Clientes	Conocimiento de los clientes de la institución
Nivel estratégico	Políticas y prioridades del área, planes operativos
Leyes y regulaciones	Conocer leyes, reglamentos, regulaciones y protocolos internos o externos relevantes para el trabajo
Naturaleza del área / departamento	Conocer las prácticas, tendencias o enfoques de una área profesional en particular
Mercado / entorno	Conocimiento del mercado o el entorno donde se desenvuelve el negocio
Otros datos	Códigos de clientes
Productos y servicios	Conocer los productos y servicios de la empresa
Personas y áreas	Conocer personas, áreas / departamentos de la institución

6. Destrezas Específicas Requeridas

Destrezas Específicas	Detalle
1. Manejar programas informáticos	MS Office, Internet
2. Operar equipos	Impresora (impresora, copiadora y fax)
3. Otras destrezas específicas	Atención al cliente.

7. Destrezas / Habilidades

Destrezas Generales	Definición
Construcción de relaciones	Establecer, mantener y ampliar relaciones amistosas y duraderas con personas o grupos clave, cruciales para el logro de metas
Pensamiento analítico	Analizar o descomponer información y detectar tendencias, patrones, relaciones, causas, efectos, etc.
Negociación	Reunir a varias personas para reconciliar diferencias o lograr acuerdos
Trabajo en equipo	Cooperar y trabajar de manera coordinada con los demás

Juicio y toma de decisiones	Valorar los probables costos y beneficios de una acción potencial
-----------------------------	---

8. Requerimientos de Selección y Capacitación

Conocimientos / Destrezas	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Conocimientos Formales Técnico Automotriz	x	
Conocimientos Informativos Clientes Nivel estratégico Leyes y Regulaciones Naturaleza del área/departamento Mercado / Entorno Códigos de clientes Productos y servicios Personas y áreas	x x x x x x x	x x x x x x
Destrezas Específicas MS Office SBT Anexo al SBT Internet Impresora, copiadora, fax	x x x x	x x x
Destrezas Generales Construcción de relaciones Pensamiento analítico Negociación Trabajo en equipo Juicio y toma de decisiones	x x x x	x x x x

9. Experiencia Laboral Requerida

Dimensiones de Experiencia	Detalle
1. Tiempo de experiencia	Uno a tres años
2. Especificidad de la experiencia	Experiencia en actividades similares
3. Contenido de la experiencia	Mecánico Automotriz, Pintura y enderezada

10. Edad/Género Requerido

EDAD	GENERO
De 20 a 25 años	Indistinto

CHOFER

1. Datos de Identificación

Denominación del cargo: Chofer	Código: CH-001
Departamento: Administrativo	Ciudad: Quito
Área: Administrativo	Reportes Directos: -
Número de ocupantes: Uno	Elaborado: Diego Córdova
Reporta a: Asistente Administrativa	Autorizador: Msc.Jorge Villavicencio
Fecha elaboración: 24 de Enero de 2009	Fechas de actualización: -

2. Propósito Principal del Puesto

Se encargará de trasladar los vehículos usados al centro de mantenimiento y luego al almacén como al lugar donde requiera el cliente.

7. Actividades de la Posición

Actividades de la Posición	F	CE	CM	Total
Mecánica Automotriz en general	4	5	4	21
Chofer Profesional	5	5	4	24
Efectuar los cobros.	4	5	4	21

Donde:

F = frecuencia

CE = consecuencias de los errores

CM = complejidad

Total = importancia de la actividad / 25 puntos.

4. Educación Formal Requerida

Nivel de Educación Formal	Especifique el número de años de estudio o los diplomas / títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales (ej, administración, economía, etc.).
Formación Superior Profesional	Técnico en Mecánica y/o Chofer profesional	
Otros (cursos, etc., especificar)		Mecánica en General,

5. Conocimientos Informativos Requeridos

Conocimientos Informativos	Descripción
Clientes	Conocimiento de los clientes de la institución
Nivel estratégico	Políticas y prioridades del área
Leyes y regulaciones	Conocer leyes, reglamentos, regulaciones y protocolos internos o externos relevantes para el trabajo
Naturaleza del área / departamento	Conocer las prácticas, tendencias o enfoques de una área profesional en particular
Mercado / entorno	Conocimiento del mercado o el entorno donde se desenvuelve el negocio
Otros datos	Códigos de clientes

Productos y servicios	Conocer los productos y servicios de la empresa
Personas y áreas	Conocer personas, áreas / departamentos de la institución

6. Destrezas Específicas Requeridas

Destrezas Específicas	Detalle
1. Manejar programas informáticos	MS Office, Internet
2. Operar equipos	Impresora (impresora, copiadora y fax)
3. Otras destrezas específicas	Atención al cliente.

7. Destrezas / Habilidades

Destrezas Generales	Definición
Construcción de relaciones	Establecer, mantener y ampliar relaciones amistosas y duraderas con personas o grupos clave, cruciales para el logro de metas
Pensamiento analítico	Analizar o descomponer información y detectar tendencias, patrones, relaciones, causas, efectos, etc.
Negociación	Reunir a varias personas para reconciliar diferencias o lograr acuerdos
Trabajo en equipo	Cooperar y trabajar de manera coordinada con los demás
Juicio y toma de decisiones	Valorar los probables costos y beneficios de una acción potencial

8. Requerimientos de Selección y Capacitación

Conocimientos / Destrezas	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Conocimientos Formales		
Técnico Automotriz y/o Chofer Profesional.	x	
Conocimientos Informativos		
Clientes	x	x
Nivel estratégico		
Leyes y Regulaciones	x	x
Naturaleza del área/departamento	x	x
Mercado / Entorno	x	x
Códigos de clientes		
Productos y servicios		
Personas y áreas	x	x
Destrezas Específicas		
MS Office	x	x
SBT		
Anexo al SBT		
Internet	x	x
Impresora, copiadora, fax		
Destrezas Generales		
Construcción de relaciones	x	x
Pensamiento analítico	x	x
Negociación		
Trabajo en equipo	x	x
Juicio y toma de decisiones		

9. Experiencia Laboral Requerida

Dimensiones de Experiencia	Detalle
1. Tiempo de experiencia	Uno a tres años
2. Especificidad de la experiencia	Experiencia en actividades similares
3. Contenido de la experiencia	Mecánico Automotriz / Chofer profesional

10. Edad/Género Requerido

EDAD	GENERO
De 20 a 25 años	Hombre

GUARDIA

1. Datos de Identificación

Denominación del cargo: Guardia	Código: GU-001
Departamento: Administrativo	Ciudad: Quito
Área: Administrativo	Reportes Directos: -
Número de ocupantes: Uno	Elaborado: Diego Córdova
Reporta a: Asistente Administrativa	Autorizador: Msc. Jorge Villavicencio
Fecha elaboración: 24 de Enero de 2009	Fechas de actualización: -

2. Propósito Principal del Puesto

Tendrá como función la de cuidar las instalaciones del concesionario.

8. Actividades de la Posición

Actividades de la Posición	F	CE	CM	Total
Cuidar de las instalaciones	5	5	4	24
Aseo de las instalaciones y vehículos.	4	5	4	24
Coordinar con la guardia externa.	5	4	4	21

Donde:

F = frecuencia

CE = consecuencias de los errores

CM = complejidad

Total = importancia de la actividad / 25 puntos.

4. Educación Formal Requerida

Nivel de Educación Formal	Especifique el número de años de estudio o los diplomas / títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales (ej, administración, economía, etc.).
Formación Superior Profesional	Militar en servicio pasivo - Tropa	
Otros (cursos, etc., especificar)		Seguridad Privada

5. Conocimientos Informativos Requeridos

Conocimientos Informativos	Descripción
Clientes	Conocimiento de los clientes de la institución
Nivel estratégico	Políticas y prioridades del área
Leyes y regulaciones	Conocer leyes, reglamentos, regulaciones y protocolos internos o externos relevantes para el trabajo
Naturaleza del área / departamento	Conocer las prácticas, tendencias o enfoques de una área profesional en particular
Mercado / entorno	Conocimiento del mercado o el entorno donde se desenvuelve el negocio
Otros datos	Códigos de clientes
Productos y servicios	Conocer los productos y servicios de la empresa
Personas y áreas	Conocer personas, áreas / departamentos de la institución

6. Destrezas Específicas Requeridas

Destrezas Específicas	Detalle
1. Manejar programas informáticos	MS Office, Internet
2. Operar equipos	Impresora (impresora, copiadora y fax)
3. Otras destrezas específicas	Atención al cliente.

7. Destrezas / Habilidades

Destrezas Generales	Definición
Construcción de relaciones	Establecer, mantener y ampliar relaciones amistosas y duraderas con personas o grupos clave, cruciales para el logro de metas
Pensamiento analítico	Analizar o descomponer información y detectar tendencias, patrones, relaciones, causas, efectos, etc.
Negociación	Reunir a varias personas para reconciliar diferencias o lograr acuerdos
Trabajo en equipo	Cooperar y trabajar de manera coordinada con los demás
Juicio y toma de decisiones	Valorar los probables costos y beneficios de una acción potencial

8. Requerimientos de Selección y Capacitación

Conocimientos / Destrezas	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Conocimientos Formales Seguridad Privada.	x	
Conocimientos Informativos Clientes Nivel estratégico Leyes y Regulaciones Naturaleza del área/departamento Mercado / Entorno Códigos de clientes Productos y servicios Personas y áreas	x x x x	x x x x
Destrezas Específicas		

Conocimientos / Destrezas	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
MS Office SBT Anexo al SBT Internet Impresora, copiadora, fax	x	x
Destrezas Generales		
Construcción de relaciones	x	x
Pensamiento analítico	x	x
Negociación		
Trabajo en equipo	x	x
Juicio y toma de decisiones		

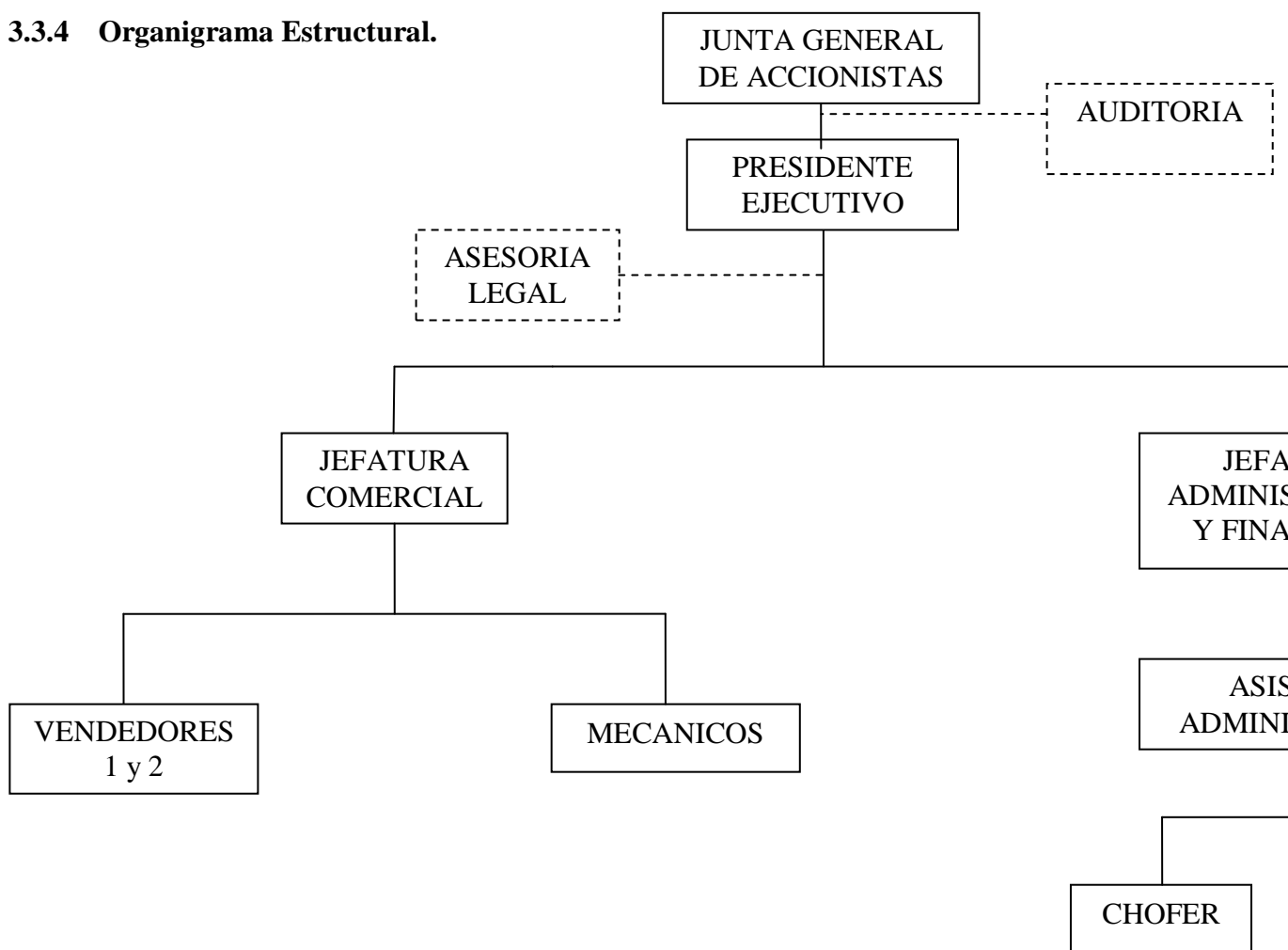
9. Experiencia Laboral Requerida

Dimensiones de Experiencia	Detalle
1. Tiempo de experiencia	Uno a tres años
2. Especificidad de la experiencia	Experiencia en actividades similares
3. Contenido de la experiencia	Guardia de seguridad / Militar Retirado de Tropa


10. Edad/Género Requerido

EDAD	GENERO
De 20 a 25 años	Hombre

3.3.4 Organigrama Estructural.



CUADRO No. 23: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

El Estudio Financiero realiza la evaluación de los costos y gastos contra los ingresos y en base al resultado se toma la decisión más conveniente, determinando el efecto que produce un nuevo proyecto en la sociedad y en el empresario. Pretende determinar la forma de distribuir los recursos económicos de tal manera que su empleo sea óptimo, por lo que es necesario medir la relación que existe entre los recursos utilizados con los resultados o beneficios estimados.

4.1 Presupuestos

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización. Su principal función se relaciona con el Control financiero que es el proceso de descubrir qué es lo que se está haciendo, comparando los resultados con sus datos presupuestados correspondientes para verificar los logros o remediar las diferencias.

4.1.1 Presupuesto de Inversión

4.1.1.1 Activos Fijos

El presupuesto de los activos fijos esta dado por:

1. MAQUINARIA Y EQUIPO PARA:	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL	%
MANTENIMIENTO: Elevador de dos postes - ROTARY	1	3.950,0	3.950,0	13,7%
Equipo de engrasado automotriz	1	1.540,0	1.540,0	5,3%
Compresor 5HP monofásico - BRASIL	1	3.000,0	3.000,0	10,4%
Equipo y herramientas para mecánica Automotriz	1	5.000,0	5.000,0	17,3%
Balanceadora - HUNTER	1	5.900,0	5.900,0	20,4%
Desenllantadora - MODOLFO FERRO	1	4.100,0	4.100,0	14,2%
ADMINISTRACION: computadora	4	800,0	3.200,0	11,1%
VENTAS: computadora portátil	1	800,0	800,0	2,8%
Repuestos y accesorios	1	1.374,5	1.374,5	4,8%
		Suma	28.864,5	28,0%
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES PARA:				
MANTENIMIENTO: Galpones de trabajo	1,0	3.000,0	3.000,0	34,5%
Sanitarios	1,0	200,0	200,0	2,3%
Guardianía	1,0	1.000,0	1.000,0	11,5%
ADMINISTRACION: Adecuación oficina	3,0	1.500,0	4.500,0	51,7%
		Suma	8.700,0	8,4%
3. MUEBLES, ENSERES Y OTRAS INVERSIONES PARA:				
MANTENIMIENTO, ADM. Y VENTAS: Escritorio	5,0	150,0	750,0	65,8%
Sillas	9,0	10,0	90,0	7,9%
Archivador 3 gavetas	2,0	150,0	300,0	26,3%
		Suma	1.140,0	1,1%

CUADRO No. 24: PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS

4.1.1.2 Activos Intangibles

Costo del estudio	1	1.500,00	1.500,0	27,3%
Gastos de constitución	1	2.000,00	2.000,0	36,4%
Gastos de capacitación	1	500,00	500,0	9,1%
Gastos de puesta en marcha	1	1.500,00	1.500,0	27,3%
		Suma:	5.500,0	5,3%

CUADRO No. 25: PRESUPUESTO DE ACTIVOS DIFERIDOS

4.1.1.3 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO INICIAL			59.043,3	57,2%
-----------------------------------	--	--	-----------------	--------------

CUADRO No. 26: PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO

El cálculo del capital de trabajo se realizó mediante el Método del Ciclo de Caja que establece la relación que existe entre los pagos y los cobros; o sea, expresa la cantidad de tiempo que transcurre a partir del momento que la empresa compra la materia prima hasta que se efectúa el cobro por concepto de la venta del producto terminado.

4.1.2 Cronograma de Inversiones

		DOLARES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. MAQUINARIA Y EQUIPO PARA:	CANT.	V. UNITARIO										
MANTENIMIENTO:Elevador de dos postes - ROTARY	1	3.950,0								3.950,0		
Equipo de engrasado automotriz	1	1.540,0								1.540,0		
Compresor 5HP monofásico - BRASIL	1	3.000,0								3.000,0		
Equipo y herramientas para mecanica Automotriz	1	5.000,0								5.000,0		
Balanceadora - HUNTER	1	5.900,0								5.900,0		
Desenllantadora - MODOLFO FERRO	1	4.100,0								4.100,0		
Vehiculos	5	10.000,0					50.000,0					50.000,0
ADMINISTRACION:computadora	4	800,0			3.200,0			3.200,0			3.200,0	
VENTAS:computadora portatil	1	800,0			800,0			800,0			800,0	
Repuestos y accesorios	1	3.874,5					3.874,5					3.874,5
Suma					4.000,0		53.874,5	4.000,0		23.490,0	4.000,0	53.874,5
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES PARA:												
MANTENIMIENTO: Galpones de trabajo	1	3.000,0								3.000,0		
Sanitarios	1	200,0								200,0		
Guardiana	1	1.000,0								1.000,0		
ADMINISTRACION:Adecuacion oficina	3	1.500,0							4.500,0			
Suma									4.500,0	4.200,0		
3. MUEBLES,ENSERES Y OTRAS INVERSIONES PARA:												
MANTENIMIENTO, ADM. Y VENTAS: Escritorio	5	150,0			750,0			750,0			750,0	
Sillas	9	10,0				90,0				90,0		
Archivador 3 gavetas	2	150,0					300,0					300,0
Suma					750	90	300	750		90	750	300,0
4. DIFERIDAS Y OTRAS AMORTIZABLES												

Costo del estudio	1	1.500,0																		
Gastos de constitucion	1	100,0																		
Gastos de capacitacion	1	500,0																		
Gastos de puesta en marcha	1	100,0																		
Suma:						4.750,0	90,0	54.174,5	4.750,0	4.500,0	27.780,0	4.750,0	54.174,5							
CAPITAL DE TRABAJO INICIAL			58.486,6				6.305,8			6.305,8										

INVERSION TOTAL INICIAL :	58.486,6	800,0	9.750,0	6.395,8	54.174,5	5.550,0	10.805,8	32.780,0	4.750,0	54.974,5
----------------------------------	-----------------	--------------	----------------	----------------	-----------------	----------------	-----------------	-----------------	----------------	-----------------

CUADRO No. 27: CRONOGRAMA DE LAS INVERSIONES

4.1.3 Presupuesto de Operación
4.1.3.1 Presupuesto de Ingresos

CONCEPTO/AÑOS	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
INGRESOS VENTAS LOCALES										
SEDAN	673.200,0	734.400,0	795.600,0	856.800,0	918.000,0	918.000,0	918.000,0	918.000,0	918.000,0	918.000,0
HACHBACK	163.800,0	182.000,0	200.200,0	218.400,0	236.600,0	254.800,0	273.000,0	273.000,0	273.000,0	273.000,0
CAMIONETA C/S	100.800,0	112.000,0	123.200,0	134.400,0	145.600,0	156.800,0	168.000,0	168.000,0	168.000,0	168.000,0
CAMIONETA C/D	306.000,0	340.000,0	374.000,0	408.000,0	442.000,0	476.000,0	510.000,0	510.000,0	510.000,0	510.000,0
TODO TERRENO	991.800,0	1.102.000,0	1.212.200,0	1.322.400,0	1.432.600,0	1.542.800,0	1.653.000,0	1.653.000,0	1.653.000,0	1.653.000,0
MINIVAN	100.800,0	112.000,0	123.200,0	134.400,0	145.600,0	156.800,0	168.000,0	168.000,0	168.000,0	168.000,0
CAMION	72.000,0	80.000,0	88.000,0	100.000,0	100.000,0	120.000,0	120.000,0	120.000,0	120.000,0	120.000,0
Venta de Activos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SUMA:	2.286.000,0	2.540.000,0	2.794.000,0	3.052.000,0	3.298.000,0	3.564.000,0	3.810.000,0	3.810.000,0	3.810.000,0	3.810.000,0
Porcentaje de ventas locales %	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

INGRESOS TOTALES :

SEDAN	673.200,0	734.400,0	795.600,0	856.800,0	918.000,0	918.000,0	918.000,0	918.000,0	918.000,0	918.000,0
HACHBACK	163.800,0	182.000,0	200.200,0	218.400,0	236.600,0	254.800,0	273.000,0	273.000,0	273.000,0	273.000,0
CAMIONETA C/S	100.800,0	112.000,0	123.200,0	134.400,0	145.600,0	156.800,0	168.000,0	168.000,0	168.000,0	168.000,0
CAMIONETA C/D	306.000,0	340.000,0	374.000,0	408.000,0	442.000,0	476.000,0	510.000,0	510.000,0	510.000,0	510.000,0
TODO TERRENO	991.800,0	1.102.000,0	1.212.200,0	1.322.400,0	1.432.600,0	1.542.800,0	1.653.000,0	1.653.000,0	1.653.000,0	1.653.000,0
MINIVAN	100.800,0	112.000,0	123.200,0	134.400,0	145.600,0	156.800,0	168.000,0	168.000,0	168.000,0	168.000,0
CAMION	72.000,0	80.000,0	88.000,0	100.000,0	100.000,0	120.000,0	120.000,0	120.000,0	120.000,0	120.000,0
Venta de Activos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Venta de desechos/obsoletos	-	-	475,0	9,0	30,0	475,0	450,0	2.278,0	475,0	30,0
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS:	2.286.000,0	2.540.000,0	2.794.000,0	3.052.000,0	3.298.000,0	3.564.000,0	3.810.000,0	3.810.000,0	3.810.000,0	3.810.000,0

CUADRO No. 28: INGRESOS ESPERADOS EN DOLARES

El presupuesto de ingresos, está calculado según la proyección de la demanda insatisfecha obtenida a través del estudio de mercado y un promedio de entre los precios que se estableció mediante un análisis de los costos y un porcentaje de utilidad.

4.1.3.2 Presupuesto de Egresos

Concepto/año	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
1. OPERACION										
1.1 Talento Humano										
1.1.1 Mano de obra directa	9.202	9.202	9.202	9.202	9.202	9.202	9.202	9.202	9.202	9.202
1.1.2 Mano de obra indirecta	7.063	7.063	7.063	7.063	7.063	7.063	7.063	7.063	7.063	7.063
Suma mano obra para mantenimiento =	16.265	16.265	16.265	16.265	16.265	16.265	16.265	16.265	16.265	16.265
1.1.3 Personal administrativo	41.310	41.310	41.310	41.310	41.310	41.310	41.310	41.310	41.310	41.310
1.1.4 Personal de ventas	7.063	7.063	7.063	7.063	7.063	10.595	10.595	10.595	10.595	10.595
Suma recursos humanos =	64.638	64.638	64.638	64.638	64.638	68.170	68.170	68.170	68.170	68.170
1.2 Materia prima y/o Materiales directos:	2.106.000	2.340.000	2.574.000	2.808.000	3.042.000	3.276.000	3.510.000	3.510.000	3.510.000	3.510.000
1.3 Suministros, Servicios y otros gastos										
1.3.1 Mantenimiento/servicios	7.000	7.540	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000
1.3.2 Administrativos	24.660	24.660	24.660	24.660	24.660	24.660	24.660	24.660	24.660	24.660
1.3.3. Ventas	8.220	8.220	8.220	8.220	8.220	8.220	8.220	8.220	8.220	8.220
Suma SS y otros gastos =	39.880	40.420	39.880	39.880	39.880	39.880	39.880	39.880	39.880	39.880
1.4 Mantenimiento										
1.4.1 Mantenimiento/servicios	288	288	288	288	288	288	288	288	288	288
1.4.2 Administrativos	109	109	109	109	109	109	109	109	109	109
1.4.3. Ventas	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
Suma Mantenimiento =	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405
1.5 Depreciaciones y amortizaciones										
1.5.1 Mantenimiento/servicios	4.069	4.069	4.069	4.069	4.069	4.069	4.069	4.069	4.069	4.069
1.5.2 Administrativos	2.810	2.810	2.810	2.810	2.810	1.710	1.710	1.710	1.710	1.710
1.5.3. Ventas	267	267	267	267	267	267	267	267	267	267
Suma depreciación y amortización =	7.145	7.145	7.145	7.145	7.145	6.045	6.045	6.045	6.045	6.045
2. INVERSIONES Y REINVERSIONES										
2.1 Mantenimiento/servicios	0	0	750	90	1.675	750	0	27.780	750	1.675
2.2 Administrativos	0	0	3.200	0	0	3.200	4.500	0	3.200	0
2.3 Ventas	0	0	800	0	0	800	0	0	800	0
2.4 Diferidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.5 Capital de trabajo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suma inversiones y reinversiones =	0	0	4.750	90	1.675	4.750	4.500	27.780	4.750	1.675
CONSOLIDADOS CON DEPREC/AMORTIZACIONES										

Mantenimiento/servicios	2.133.622	2.368.162	2.602.372	2.835.712	3.071.296	3.304.372	3.537.622	3.565.402	3.538.372	3.539.296
Administrativos	68.889	68.889	72.089	68.889	68.889	70.989	72.289	67.789	70.989	67.789
Ventas	15.558	15.558	16.358	15.558	15.558	19.889	19.089	19.089	19.889	19.089
Diferidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital de trabajo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	2.218.068	2.452.608	2.690.818	2.920.158	3.155.743	3.395.250	3.629.000	3.652.280	3.629.250	3.626.174
CONSOLIDADO SIN DEPREC/AMORTZ.	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
costos operación SIN depreciaciones ni amortizaciones	2.210.923	2.445.463	2.683.673	2.913.013	3.148.598	3.389.205	3.622.955	3.646.235	3.623.205	3.620.129
personal	48.373	48.373	48.373	48.373	48.373	51.905	51.905	51.905	51.905	51.905
materias primas	2.106.000	2.340.000	2.574.000	2.808.000	3.042.000	3.276.000	3.510.000	3.510.000	3.510.000	3.510.000
SS y otros	39.880	40.420	39.880	39.880	39.880	39.880	39.880	39.880	39.880	39.880
Mantenimiento/servicios	2.129.553	2.364.093	2.598.303	2.831.643	3.067.228	3.300.303	3.533.553	3.561.333	3.534.303	3.535.228
Administrativos	66.079	66.079	69.279	66.079	66.079	69.279	70.579	66.079	69.279	66.079
Ventas	15.291	15.291	16.091	15.291	15.291	19.623	18.823	18.823	19.623	18.823
Diferidos										
Capital de trabajo										
TOTAL	2.210.923	2.445.463	2.683.673	2.913.013	3.148.598	3.389.205	3.622.955	3.646.235	3.623.205	3.620.129
DEPRECIACIONES AMORTIZACIONES										
Mantenimiento/servicios	4.069	4.069	4.069	4.069	4.069	4.069	4.069	4.069	4.069	4.069
Administrativos	2.810	2.810	2.810	2.810	2.810	1.710	1.710	1.710	1.710	1.710
Suma :	6.878	6.878	6.878	6.878	6.878	5.778	5.778	5.778	5.778	5.778
Ventas	267	267	267	267	267	267	267	267	267	267
Total depreciaciones y amortizaciones	7.145	7.145	7.145	7.145	7.145	6.045	6.045	6.045	6.045	6.045

CUADRO No. 29: ENGRESOS ESPERADOS EN DOLARES

Los costos operacionales constituyen, los desembolsos que la empresa debe realizar para la comercialización de vehículos usados.

4.1.3.3 Estado de Origen y Aplicación de Recursos

Fuentes y usos de fondos	DOLARES	Financiamiento:	
		Rec. Propios	Aport. externos
1. MAQUINARIA Y EQUIPO PARA:	VALOR TOTAL	40%	60%
MANTENIMIENTO: Elevador de dos postes - ROTARY	3.950,00	1.580,00	2.370,00
Equipo de engrasado automotriz	1.540,00	616,00	924,00
Compresor 5HP monofásico - BRASIL	3.000,00	1.200,00	1.800,00
Equipo y herramientas para mecánica Automotriz	5.000,00	2.000,00	3.000,00
Balanceadora - HUNTER	5.900,00	2.360,00	3.540,00
Desenllantadora - MODOLFO FERRO	4.100,00	1.640,00	2.460,00
ADMINISTRACION: computadora	3.200,00	1.280,00	1.920,00
VENTAS: computadora portátil	800,00	320,00	480,00
Repuestos y accesorios	1.374,50	549,80	824,70
Suma	28.864,50	11.545,80	17.318,70
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES PARA:			
MANTENIMIENTO: Galpones de trabajo	3.000,00	1.200,00	1.800,00
Sanitarios	200,00	80,00	120,00
Guardianía	1.000,00	400,00	600,00
ADMINISTRACION: Adecuación oficina	4.500,00	1.800,00	2.700,00
Suma	8.700,00	3.480,00	5.220,00
3. MUEBLES, ENSERES Y OTRAS INVERSIONES PARA:			
MANTENIMIENTO, ADM. Y VENTAS: Escritorio	750,00	300,00	450,00
Sillas	90,00	36,00	54,00
Archivador 3 gavetas	300,00	120,00	180,00
Suma	1.140,00	456,00	684,00
4. DIFERIDAS Y OTRAS AMORTIZABLES			
Costo del estudio	1.500,00	600,00	900,00
Gastos de constitución	2.000,00	800,00	1.200,00
Gastos de capacitación	500,00	200,00	300,00
Gastos de puesta en marcha	1.500,00	600,00	900,00
Suma:	5.500,00	2.200,00	3.300,00
INVERSION TOTAL INICIAL :	103.247,83	41.299,13	61.948,70
Capital de trabajo	59.043,33	23.617,33	35.426,00
Total de la inversión inicial	103.247,83	41.299,13	61.948,70

CUADRO No. 30: Origen y aplicación de fondos

4.1.3.4 Estructura de Financiamiento

Capital propio	\$41.299,13	40%
Crédito	\$61.948,70	60%
Suma:	\$103.247,83	100%

CUADRO No. 31: ESTRUCTURA FINANCIERA

Para la inversión, la empresa cuenta con recursos propios, correspondientes al 40% del total de la inversión, el 60% se financiará mediante un crédito que tiene una tasa de interés del 14% a diez años plazo.

4.2 Estados Financieros proyectados

4.2.1 Del proyecto

4.2.1.1 Estado de Resultados

El Estado de Resultados presenta los resultados que se obtendrán por las operaciones de la empresa en un periodo de 10 años.

La utilidad o pérdida es la diferencia entre los ingresos obtenidos y los gastos en que se ha incurrido para conseguir los ingresos. Refleja el grado de eficiencia en el manejo de recursos confiados a la administración.

CONCEPTO/AÑO:	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
(+) Ingreso por ventas netas	2.286.000,0	2.540.000,0	2.794.475,0	3.052.009,0	3.298.030,0	3.564.475,0	3.810.450,0	3.812.278,0	3.810.475,0	3.891.253,6
(-) Costos de fabricación (ventas)	2.133.621,8	2.368.161,8	2.602.371,8	2.835.711,8	3.071.296,3	3.304.371,8	3.537.621,8	3.565.401,8	3.538.371,8	3.539.296,3
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	152.378,3	171.838,3	192.103,3	216.297,3	226.733,8	260.103,3	272.828,3	246.876,3	272.103,3	351.957,3
(-) Gastos administrativos	68.888,5	68.888,5	72.088,5	68.888,5	68.888,5	70.988,5	72.288,5	67.788,5	70.988,5	67.788,5
(-) Gastos de ventas	15.557,9	15.557,9	16.357,9	15.557,9	15.557,9	19.889,5	19.089,5	19.089,5	19.889,5	19.089,5
(=) UTILIDAD (pérdida) OPERACIONAL	67.931,9	87.391,9	103.656,9	131.850,9	142.287,4	169.225,3	181.450,3	159.998,3	181.225,3	265.079,3
(-) Gastos financieros										
(-) Otros egresos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
(+) Otros ingresos										
(-) 15 % participación de trabajadores	67.931,9	87.391,9	103.656,9	131.850,9	142.287,4	169.225,3	181.450,3	159.998,3	181.225,3	265.079,3
(-) 15 % participación de trabajadores	10.189,8	13.108,8	15.548,5	19.777,6	21.343,1	25.383,8	27.217,5	23.999,7	27.183,8	39.761,9
(=) utilidad antes impuesto a la renta	57.742,1	74.283,1	88.108,3	112.073,2	120.944,3	143.841,5	154.232,7	135.998,5	154.041,5	225.317,4
(-) Impuesto la renta 25%	14.435,5	18.570,8	22.027,1	28.018,3	30.236,1	35.960,4	38.558,2	33.999,6	38.510,4	56.329,4
(=) UTILIDAD NETA	43.306,6	55.712,3	66.081,2	84.054,9	90.708,2	107.881,1	115.674,5	101.998,9	115.531,1	168.988,1

Reserva legal (10% utilidad)	4.330,7	5.571,2	6.608,1	8.405,5	9.070,8	10.788,1	11.567,5	10.199,9	11.553,1	16.898,8
-------------------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

CUADRO No. 32: ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO (Sin crédito)

4.2.1.2 Flujo Neto de Fondos

N°	CONCEPTO/AÑOS =	CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
1	+ ingresos de la operación		2.286.000,00	2.540.000,00	2.794.475,00	3.052.009,00	3.298.030,00	3.564.475,00	3.810.450,00	3.812.278,00	3.810.475,00	3.832.210,25
2	- costo de operación		2.210.923,30	2.445.463,30	2.683.673,30	2.913.013,30	3.148.597,80	3.389.204,90	3.622.954,90	3.646.234,90	3.623.204,90	3.620.129,40
3	- depreciación		6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84
4	- amortización		1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	-	-	-	-	-
5												
6	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	-	67.931,86	87.391,86	103.656,86	131.850,86	142.287,36	169.225,26	181.450,26	159.998,26	181.225,26	206.036,01
7	- participación de trabajadores 15% de la utilidad	-	10.189,78	13.108,78	15.548,53	19.777,63	21.343,10	25.383,79	27.217,54	23.999,74	27.183,79	30.905,40
8	UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	57.742,08	74.283,08	88.108,33	112.073,23	120.944,26	143.841,47	154.232,72	135.998,52	154.041,47	175.130,61
9	- impuesto a la renta 25%	-	14.435,52	18.570,77	22.027,08	28.018,31	30.236,06	35.960,37	38.558,18	33.999,63	38.510,37	43.782,65
10	UTILIDAD/PERDIDA NETA	-	43.306,56	55.712,31	66.081,25	84.054,92	90.708,19	107.881,10	115.674,54	101.998,89	115.531,10	131.347,96
11	+ utilidad venta de activos											
12	- impuesto a la utilidad en venta de activos											
13	+ ingresos no gravables											
14	- costo de operación no deducibles											
15	+ valor en libros de los activos vendidos											
16	+ depreciación		6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84
17	+ amortización											
18	+amortización activos diferidos	-	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	-	-	-	-	-
19	- valor de la inversión y reinmersión	-	-	-	4.750,00	90,00	1.674,50	4.750,00	4.500,00	27.780,00	4.750,00	1.674,50
20	- capital de trabajo	103.247,83	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
21	+ recuperación del capital de trabajo											59.043,33
22	FLUJO DE FONDOS NETOS DEL PROYECTO	- 103.247,83	50.451,40	62.857,15	68.476,09	91.109,76	96.178,53	109.175,94	117.219,38	80.263,73	116.825,94	194.761,63
	FLUJO DE FONDOS PURO =(año uno a año diez:)		- 52.796,43	62.857,15	68.476,09	91.109,76	96.178,53	109.175,94	117.219,38	80.263,73	116.825,94	194.761,63

CUADRO No. 33: FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO (SIN CREDITO)

4.2.2 Del inversionista
4.2.2.1 Estado de resultados

CONCEPTO/AÑO:	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
(+) Ingreso por ventas netas	2.286.000,0	2.540.000,0	2.794.475,0	3.052.009,0	3.298.030,0	3.564.475,0	3.810.450,0	3.812.278,0	3.810.475,0	3.891.253,6
(-) Costos de fabricación (ventas)	2.133.621,8	2.368.161,8	2.602.371,8	2.835.711,8	3.071.296,3	3.304.371,8	3.537.621,8	3.565.401,8	3.538.371,8	3.539.296,3
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	152.378,3	171.838,3	192.103,3	216.297,3	226.733,8	260.103,3	272.828,3	246.876,3	272.103,3	351.957,3
(-) Gastos administrativos	68.888,5	68.888,5	72.088,5	68.888,5	68.888,5	70.988,5	72.288,5	67.788,5	70.988,5	67.788,5
(-) Gastos de ventas	15.557,9	15.557,9	16.357,9	15.557,9	15.557,9	19.889,5	19.089,5	19.089,5	19.889,5	19.089,5
(=) UTILIDAD (pérdida) OPERACIONAL	67.931,9	87.391,9	103.656,9	131.850,9	142.287,4	169.225,3	181.450,3	159.998,3	181.225,3	265.079,3
(-) Gastos financieros	8.672,8	8.224,3	7.713,0	7.130,1	6.465,7	5.708,2	4.844,6	3.860,2	2.737,9	1.458,5
(-) Otros egresos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
(+) Otros ingresos										
(=) Utilidad/perdida, antes de participación	59.259,0	79.167,5	95.943,8	124.720,7	135.821,7	163.517,1	176.605,6	156.138,1	178.487,4	263.620,8
(-) 15 % participación de trabajadores	8.888,9	11.875,1	14.391,6	18.708,1	20.373,3	24.527,6	26.490,8	23.420,7	26.773,1	39.543,1
(=) utilidad antes impuesto a la renta	50.370,2	67.292,4	81.552,3	106.012,6	115.448,4	138.989,5	150.114,8	132.717,4	151.714,3	224.077,7
(-) Impuesto la renta 25%	12.592,5	16.823,1	20.388,1	26.503,2	28.862,1	34.747,4	37.528,7	33.179,3	37.928,6	56.019,4
(=) UTILIDAD NETA	37.777,6	50.469,3	61.164,2	79.509,5	86.586,3	104.242,1	112.586,1	99.538,0	113.785,7	168.058,3
Reserva legal (10% utilidad)	3.777,8	5.046,9	6.116,4	7.950,9	8.658,6	10.424,2	11.258,6	9.953,8	11.378,6	16.805,8

CUADRO No. 34: ESTADO DE RESULTADOS DEL INVERSIONISTA (Con crédito)

4.2.2.2 Flujo neto de fondos

N	CONCEPTO/AÑOS	CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
1	+ ingresos de la operación	-	2.286.000,00	2.540.000,00	2.794.475,00	3.052.009,00	3.298.030,00	3.564.475,00	3.810.450,00	3.812.278,00	3.810.475,00	3.832.210,25
2	- costo de operación	-	2.210.923,30	2.445.463,30	2.683.673,30	2.913.013,30	3.148.597,80	3.389.204,90	3.622.954,90	3.646.234,90	3.623.204,90	3.620.129,40
3	- depreciación	-	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84
4	- amortización	-	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	-	-	-	-	-
5	- pago intereses por los créditos recibidos	-	8.672,82	8.224,32	7.713,02	7.130,15	6.465,67	5.708,17	4.844,62	3.860,17	2.737,90	1.458,51
6	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	-	59.259,04	79.167,54	95.943,84	124.720,71	135.821,69	163.517,09	176.605,64	156.138,09	178.487,36	204.577,51
7	- participación de trabajadores 15% de la utilidad	-	8.888,86	11.875,13	14.391,58	18.708,11	20.373,25	24.527,56	26.490,85	23.420,71	26.773,10	30.686,63
8	UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	50.370,19	67.292,41	81.552,26	106.012,60	115.448,43	138.989,52	150.114,79	132.717,38	151.714,26	173.890,88
9	- impuesto a la renta 25%	-	12.592,55	16.823,10	20.388,07	26.503,15	28.862,11	34.747,38	37.528,70	33.179,34	37.928,56	43.472,72
10	UTILIDAD/PERDIDA NETA	-	37.777,64	50.469,31	61.164,20	79.509,45	86.586,32	104.242,14	112.586,10	99.538,03	113.785,69	130.418,16
1	+ utilidad venta de activos	-										
2	- impuesto a la utilidad en venta de activos	-										
3	+ ingresos no gravables	-										
4	- costo de operación no deducibles	-										
5	+ valor en libros de los activos vendidos	-										
1	+ depreciación	-	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84	6.044,84

6												
1												
7	+ amortización											
1												
8	+amortización activos diferidos	-	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	-				
1												
9	- valor de la inversión y reinmersión	44.204,50	-	-	4.750,00	90,00	1.674,50	4.750,00	4.500,00	27.780,00	4.750,00	1.674,50
2												
0	- capital de trabajo	59.043,33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2												
1	+ recuperación del capital de trabajo											59.043,33
2												
2	+ crédito recibido	61.948,70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	- pago del capital (amortización del											
3	principal)		3.203,59	3.652,09	4.163,38	4.746,25	5.410,73	6.168,23	7.031,78	8.016,23	9.138,51	10.417,90
2	FLUJO DE FONDOS NETOS DEL											
4	INVERSIONISTA	- 41.299,13	41.718,89	53.962,06	59.395,65	81.818,04	86.645,93	99.368,75	107.099,15	69.786,64	105.942,03	183.413,94
	FLUJO DE FONDOS PURO =(año uno a año diez:)	419,76	53.962,06	59.395,65	81.818,04	86.645,93	99.368,75	107.099,15	69.786,64	105.942,03	183.413,94	

CUADRO No. 35: FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA (PARTE DEL FINANCIAMIENTO ES CON CREDITO)

4.3 Evaluación Financiera

EVALUACION FINANCIERA :	Recomendación	VALOR	Resultado
ITEM	RECOMENDACION	VALOR	RESULTADO
(Tasa Interna de Retorno) TIR% =	Tir% > =TMAR%	122,86%	O.K.
(Valor Actual Neto) VAN =	VAN > = 0	430.916,85	O.K.
(Coeficiente Beneficio Costo) CBC =	IngAct/EgreAct > 1	1,02	O.K.
Periodo de recuperación de la Inversión Inicial : Repago =	X Vida Util > PRII	2,50	O.K.
(Relación Beneficio/Costo) R B/C =	$\frac{\sum FFAct/InvInicial}{I}$	4,57	O.K.
TMAR DEL INVERSIONISTA =		10,96%	

CUADRO No. 36: EVALUACION DEL PROYECTO CON CREDITO, INVERSIONISTA

4.3.1 Del proyecto

4.3.1.1 Costo promedio ponderado del capital: TMAR

1./ PARA EL PROYECTO: financiamiento con recursos propios	
Tasa pasiva a largo plazo, Bonos o % Inflación:	10,00 %
Tasa Pasiva en Ahorros	2,00%
Tasa de riesgo (máximo 5%)	2,00%
Tasa ajustada por el riesgo :	14,00 %

CUADRO No. 37: CALCULO DE LA TASA DE DESCUENTO

4.3.1.2 Criterios de evaluación

4.3.1.2.1 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es aquella tasa de interés que iguala el Valor Actualizado del Flujo de los ingresos con el Valor Actualizado de Costos o aquella tasa de descuento aplicada a un flujo de fondos que hace que el Valor Actual Neto del Proyecto sea igual a cero.

La TIR % del proyecto es de 64,36% y representa la rentabilidad exacta del proyecto, además se comprueba que genera un porcentaje de utilidad mayor al esperado por el proyecto TMAR =14%.

4.3.1.2.2 Valor Actual Neto (VAN)

Consiste en convertir los beneficios futuros a su valor presente; considerando un porcentaje fijo que representa el valor del dinero en el tiempo. Puede definirse como la sumatoria de los valores actualizados (a una tasa atractiva mínima de

rendimiento), del flujo neto de fondos., con este método todos los flujos de fondos se descuentan para encontrar su valor actual.

La diferencia entre los beneficios y los costos traídos a su valor equivalente en el año cero es el Valor Actual Neto.

Al ser el VAN mayor a cero, significa que el proyecto arroja un beneficio aún después de cubrir el costo de oportunidad de las alternativas de inversión, además, su equivalencia a \$. 352.672,30 dólares indica que ese es el precio del proyecto hoy.

4.3.1.2.3 Relación Beneficio Costo (RB/F)

La relación beneficio costo, indica que se recuperan 4,42 dólares por cada dólar invertido.

El coeficiente beneficio costo señala que los ingresos son 1.02 veces mayores a los egresos.

4.3.1.2.4 Período de Recuperación

El Período de Recuperación de la inversión se constituye en el tiempo necesario para recuperar la inversión original mediante las utilidades obtenidas del proyecto. En el caso de la GLOBAL ENGINE, se requieren de 2 años, 2 meses y 23 días, comprobando que este tiempo es menor que el de vida útil de los activos fijos de la empresa.

4.3.1.2.5 Puntos de equilibrio

Es aquella situación, en la cual la empresa produce y vende un volumen exactamente necesario, que sólo le permite cubrir la totalidad de sus costos y gastos, de tal manera que no tenga utilidades ni pérdidas. Es natural que, si la empresa logra comercializar un volumen superior al de su punto de equilibrio, obtendrá ganancias. En cambio si no logra alcanzar el nivel de comercialización correspondiente a su punto de equilibrio, sufrirá pérdidas.

Concepto/años		UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
COSTOS FIJOS		96.989,22	96.540,72	96.029,42	95.446,55	94.782,07	97.556,17	96.692,62	95.708,17	94.585,90	93.306,51
COSTOS VARIABLES		2.122.201,60	2.356.741,60	2.590.201,60	2.824.201,60	3.058.201,60	3.292.201,60	3.526.201,60	3.526.201,60	3.526.201,60	3.526.201,60
VENTAS TOTALES		2.286.000,00	2.540.000,00	2.794.475,00	3.052.009,00	3.298.030,00	3.564.475,00	3.810.450,00	3.812.278,00	3.810.475,00	3.810.030,00
Punto de equilibrio :											
Unid. monetarias totales :	DOLARES	1.353.599,01	1.338.074,64	1.313.689,51	1.278.728,13	1.303.407,46	1.277.159,42	1.296.198,65	1.275.415,06	1.267.854,10	1.252.519,43
	Venta Nacional	1.353.599,01	1.338.074,64	1.313.689,51	1.278.728,13	1.303.407,46	1.277.159,42	1.296.198,65	1.275.415,06	1.267.854,10	1.252.519,43
	Venta Internacional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
% al punto de equilibrio financiero (PE):		59%	53%	47%	42%	40%	36%	34%	33%	33%	33%
Prom. PE financiero :		41%									
Evaluación :	ACEPTABLE		-	-	-	-	-	-	-	-	-

COMERCIALIZACION PARA LLEGAR AL PUNTO DE EQUILIBRIO		Unidades físicas producidas para alcanzar el punto de equilibrio									
	AÑO =	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
Producto Venta /Unidad											
SEDAN	Nacional	36,2	35,8	35,2	34,2	34,9	34,1	34,7	34,1	33,9	33,5
	Internacional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
HACHBACK	Nacional	13,9	13,7	13,4	13,1	13,4	13,0	13,3	13,1	13,0	12,8
	Internacional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CAMIONETA C/S	Nacional	4,3	4,2	4,1	4,0	4,1	4,0	4,1	4,0	4,0	3,9
	Internacional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CAMIONETA C/D	Nacional	10,7	10,5	10,3	10,1	10,3	10,0	10,2	10,0	10,0	9,9
	Internacional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TODO TERRENO	Nacional	30,9	30,6	30,0	29,2	29,8	29,1	29,6	29,1	29,0	28,6
	Internacional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MINIVAN	Nacional	8,5	8,4	8,3	8,0	8,2	8,0	8,2	8,0	8,0	7,9
	Internacional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CAMION	Nacional	2,1	2,1	2,1	2,1	2,0	2,2	2,0	2,0	2,0	2,0
	Internacional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

CUADRO No. 38: CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

VARIACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL, EN MILES DE DOLARES

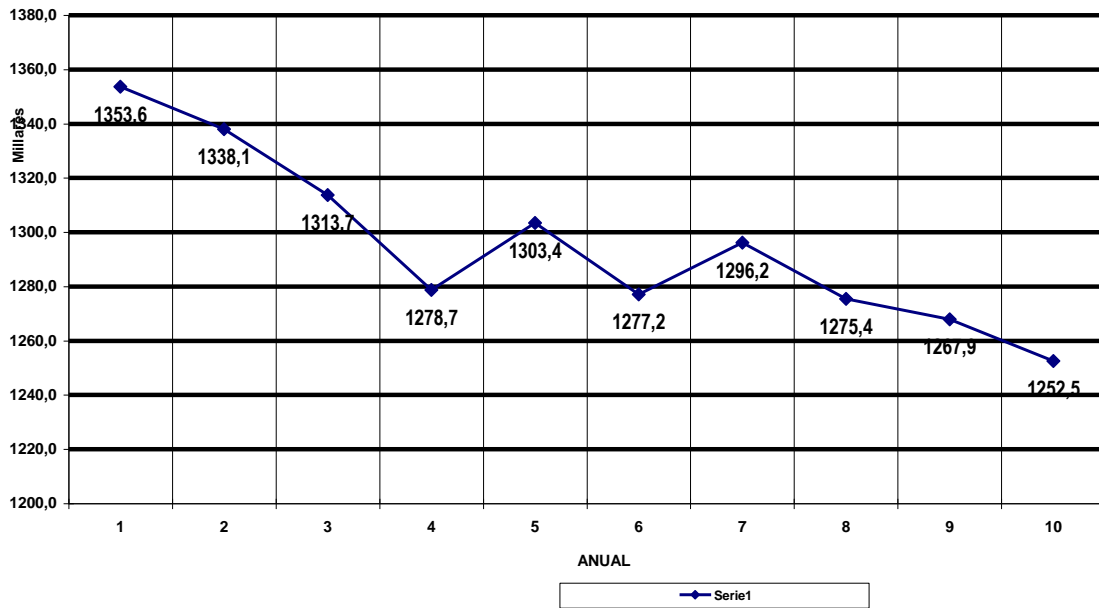


GRAFICO No. 10: VARIACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL

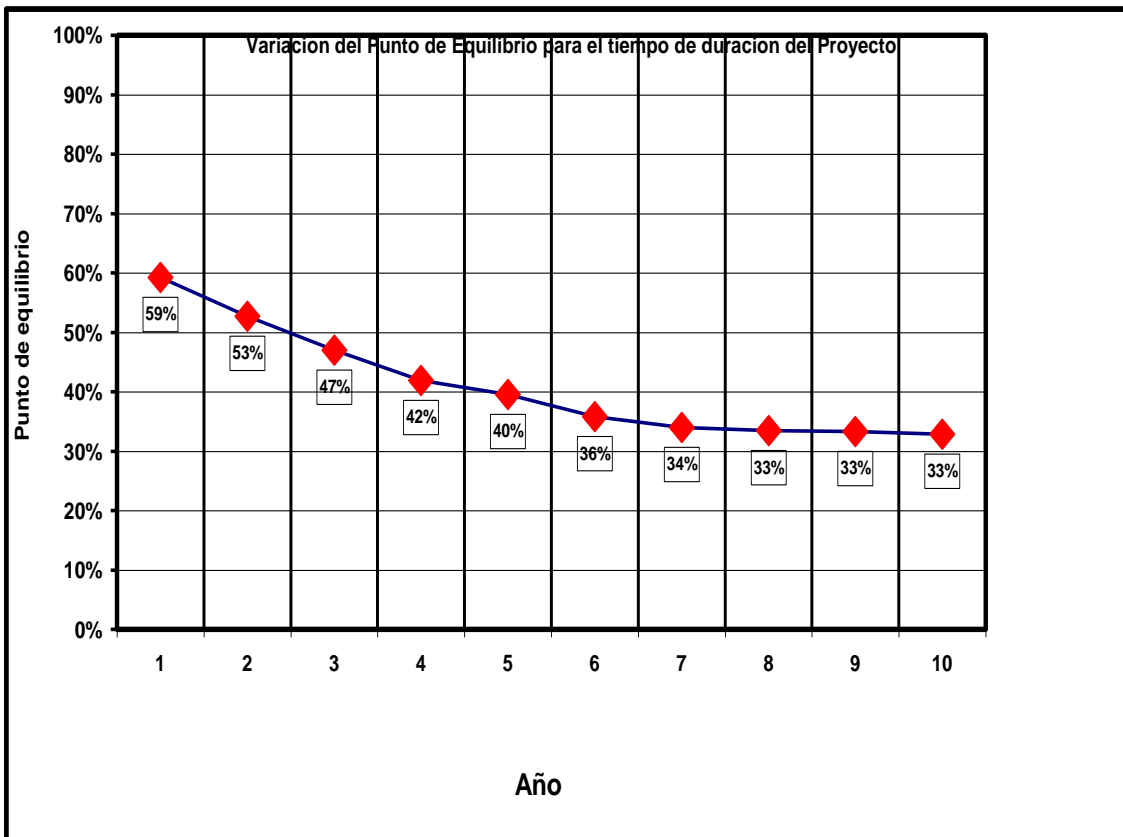


GRAFICO No. 11: VARIACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL TIEMPO

4.3.2 Del inversionista

4.3.2.1 Costo promedio ponderado del capital: TMAR

2./ PARA EL INVERSIONISTA: con crédito			
TASA ACTIVA DE INTERES QUE LE COBRA LA IFI			14,00%
FINANCIAMIENTO	% APORTACION	TASA INDIVIDUAL	PONDERACION
CREDITO	60,00%	8,925%	5,3550%
PROPIO	40,00%	14,000%	5,6000%
	100,00%	CPPK =	10,96%

Costo promedio ponderado del capital o Tasa CPPK = de Descuento
CPPK DEL CREDITO = TASA ACTIVA MULTIPLICADA POR .6375

Calculo de la Tasa Impositiva			
CONCEPTO	PORCENTAJE		
		100,00%	
Impuesto Renta =	25%	25,00%	75,00%
Participación de Trabajadores	15%	11,25%	
	Tasa impositiva	36,25%	
	Factor impositivo	63,75%	0,6375

CUADRO No. 39: COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL - TMAR

4.3.2.2 Criterios de evaluación

4.3.2.2.1 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es aquella tasa de interés que iguala el Valor Actualizado del Flujo de los ingresos con el Valor Actualizado de Costos o aquella tasa de descuento aplicada a un flujo de fondos que hace que el Valor Actual Neto del Proyecto sea igual a cero.

La TIR % del proyecto es de 122,86% y representa la rentabilidad exacta del proyecto, además se comprueba que genera un porcentaje de utilidad mayor al esperado por el proyecto TMAR =10,96%.

4.3.2.2.2 Valor Actual Neto (VAN)

Consiste en convertir los beneficios futuros a su valor presente; considerando un porcentaje fijo que representa el valor del dinero en el tiempo. Puede definirse como la sumatoria de los valores actualizados (a una tasa atractiva mínima de rendimiento), del flujo neto de fondos., con este método todos los flujos de fondos se descuentan para encontrar su valor actual.

La diferencia entre los beneficios y los costos traídos a su valor equivalente en el año cero es el Valor Actual Neto.

Al ser el VAN mayor a cero, significa que el proyecto arroja un beneficio aún después de cubrir el costo de oportunidad de las alternativas de inversión, además, su equivalencia a \$. 430.916,85 dólares indica que ese es el precio del proyecto hoy.

4.3.2.2.3 Relación Beneficio Costo (RB/F)

La relación beneficio costo, indica que se recuperan 4,57 dólares por cada dólar invertido.

El coeficiente beneficio costo señala que los ingresos son 1.02 veces mayores a los egresos.

4.3.2.2.4 Período de Recuperación

El Período de Recuperación de la inversión se constituye en el tiempo necesario para recuperar la inversión original mediante las utilidades obtenidas del proyecto. En el caso de la GLOBAL ENGINE, se requieren de 2 años, 6 meses y 1 día, comprobando que este tiempo es menor que el de vida útil de los activos fijos de la empresa.



CAPITULO V
CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones:

Después de haber realizado el estudio para la creación de una empresa comercializadora de autos usados en el Distrito Metropolitano de Quito podemos mencionar que en los siguientes puntos se justifica la inversión y además el financiamiento para la puesta en marcha de “GLOBAL ENGINE”:

- La investigación de mercados realizada al proyecto ha demostrado el interés de las personas por adquirir vehículos usados, automotores que se comercializaran con una garantía que avalice el producto que vende “GLOBAL ENGINE”.
- Mediante el estudio técnico y financiero se demuestra que el proyecto es viable.
- “GLOBAL ENGINE” contara con personal altamente calificado tanto en el área de mantenimiento como también en el comercial, satisfaciendo de este modo las necesidades del cliente.
- La empresa cuenta con fuentes de abastecimiento de vehículos usados, los cuales nos facilitaran en la rápida comercialización de los mismos.
- “GLOBAL ENGINE” estará dirigida por un profesional en Ingeniería Comercial con la suficiente experiencia en la comercialización de este tipo de vehículos en el Distrito Metropolitano de Quito, así como también los asesores comerciales de la empresa.
- La capacitación es un factor importante para la empresa, es por esto que periódicamente se realizaran cursos para los empleados de “GLOBAL ENGINE”.
- Se tendrá una estructura organizacional que permita la comunicación y coordinación entre los diferentes departamentos de la empresa.
- El VAN que arrojó la empresa es positivo, por lo tanto se puede manifestar que el proyecto es viable. La Tasa Interna de Retorno (TIR) es superior a la tasa mínima de rendimiento aceptable (TMAR).
- El periodo de recuperación de la inversión inicial es de dos años, dos meses la cual es aceptable para el tamaño del proyecto.
- La relación beneficio costo nos indica que por cada dólar invertido se tiende a recuperar 4,57 dólares.

5.2 Recomendaciones:

- La investigación de mercados que se realizó al proyecto señala que se debe dar una especial importancia a contar con personal altamente calificado y capacitado para atender de una forma eficiente a las exigencias de todos los clientes de la empresa.
- Se debe contar con un centro de mantenimiento Express especializado, capaz de poder garantizar a todos los vehículos que comercialice “GLOBAL ENGINE”.
- Tanto los asesores comerciales como los técnicos en mantenimiento se deberán capacitar periódicamente, esto con la finalidad de poder brindar un servicio de excelencia.
- Mediante el análisis de sensibilidad se ha determinado un 5% de disminución en los ingresos, situación que vuelve a la empresa sensible, es por esto que es necesario contar con asesores capacitados tanto en la comercialización de vehículos usados como también en el financiamiento de los mismos.
- Se deberá implantar estrategias de ventas y de marketing; comercializar vehículos usados con garantía y a precios accesibles.
- “GLOBAL ENGINE” debe cumplir con todas las disposiciones legales para su buen funcionamiento.



*BIBLIOGRAFIA
UTILIZADA*

Bibliografía Utilizada:

1. BACA URBINA Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, Editorial Mc Graw Hill, 1.997.
2. DE LA TORRE, Joaquín, ZAMARRÓN Berenice, Evaluación de Proyectos de Inversión, Prentice Hall 2.002, 256p.
3. FLOR GARCÍA, Gary, “Guía para desarrollar y crear su propia empresa”, Editorial Ecuador, 1.999.
4. INFANTE VILLAREAL, Arturo, “Evaluación financiera de proyectos de inversión”, Editorial Norma 1.997 400p.
5. Levin Richard, y RUBÍN David, “Estadística para Administradores Editorial Prentice Hall, 1.994, 1218p”.
6. MENESES ÁLVAREZ, Edilberto Econ. “Diseño y Evaluación de Proyectos” Texto Guía 2.002.
7. Villavicencio Jorge, Ing. Msc. Sistema para desarrollar y Evaluar Proyectos
8. www.bce.fin.ec
9. www.patituerca.com
10. www.autosecuador.com
11. www.elcomercio.com
12. www.dnt.gov.ec
13. www.inec.gov.ec
14. www.sri.gov.ec