



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y COMERCIO

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TRABAJO DE TITULACION PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

TEMA:

**IMPLEMENTACIÓN E-COMMERCE DE UNA TIENDA VIRTUAL PARA LA VENTA DE
NEUMATICOS EN LA CIUDAD DE MANTA**

AUTOR:

RIOFRIO INTRIAGO CRISTHIAN ANDRES

DOCENTE TUTOR:

Mg. ALARCON CHAVEZ CESAR RAUL

PERIODO ACADÉMICO ORDINARIO:

PAO 2022 (2)

MANTA, 2022

Certificado del tutor

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO.	REVISIÓN: 1
		Página 2 de 96

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de ciencias administrativas contables y comercio de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

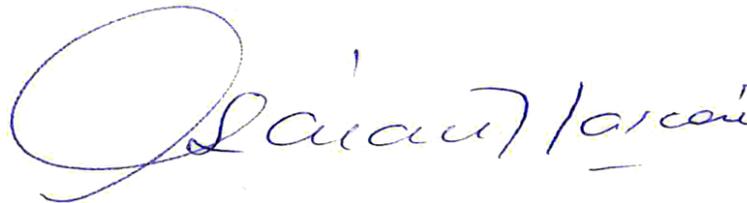
Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de proyecto de emprendimiento, cuyo tema del proyecto es **“implementación e-commerce de una tienda virtual para la venta de neumáticos en la ciudad de manta”**, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde al señor Cristhian Andrés Riofrio Intriago, estudiante de la carrera de Administración de Empresas, período académico 2022 (2), quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lugar, Manta 5 de diciembre de 2022.

Lo certifico,



Mg. Alarcón Chávez Cesar Raúl
Docente Tutor(a)
Área: Administración

Certificado de Urkund



Document Information

Analyzed document	Tesis Cristhian Riofrio Urkund.docx (D151994340)
Submitted	12/4/2022 7:00:00 PM
Submitted by	
Submitter email	e1350617872@live.ulearn.edu.ec
Similarity	9%
Analysis address	cesar.alarcon.ulearn@analysis.orkund.com

Sources included in the report

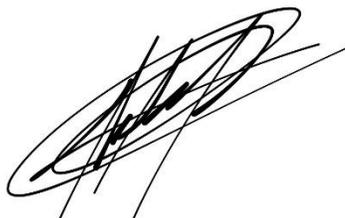
SA	UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / TESIS FINAL Urkund.pdf Document TESIS FINAL Urkund.pdf (D151964831) Submitted by: e1315647782@live.ulearn.edu.ec Receiver: byron.coral.ulearn@analysis.orkund.com	 15
SA	UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / TESIS OSWALDO ANDRADE LISTA.docx Document TESIS OSWALDO ANDRADE LISTA.docx (D142609850) Submitted by: mariaj.alcivar@uleam.edu.ec Receiver: mariaj.alcivar.ulearn@analysis.orkund.com	 4
SA	UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / Tesis Letty y Diana.pdf Document Tesis Letty y Diana.pdf (D142570275) Submitted by: felix.pastran@uleam.edu.ec Receiver: felix.pastran.ulearn@analysis.orkund.com	 1
SA	EVELYN RAMOS.docx Document EVELYN RAMOS.docx (D30275174)	 1

Lo certifico,

Mg. Alarcón Chávez Cesar Raúl
Docente Tutor(a)
Área: Administración

Declaratoria de autoría

Yo, Riofrio Intriago Cristhian Andrés estudiante de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Facultad de ciencias administrativas, contables y comercio, de la carrera Administración de empresas, libre y voluntariamente declaro la responsabilidad del contenido del presente trabajo de titulación “Implementación e-commerce de una tienda virtual para la venta de neumáticos en la ciudad de manta”. Me corresponde exclusivamente y la propiedad intelectual pertenece a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.



Riofrio Intriago Cristhian Andrés

C.I. 135061787-2

Aprobación de la tesis

Dedicatoria

El actual trabajo se lo dedico a mi hijo Liam, por llegar a mi vida a iluminarla todos los días, por convertirse en mi motor para buscar ser mejor cada día, se la dedico a el porque quiero ser su ejemplo a seguir cuando crezca, a mi novia Adriana por darme la dicha de ser padre, por acompañarme siempre en los altos y bajos, siendo ese pilar necesario en mi vida.

A mis padres y a mis hermanos, Richard y Emily por creer en mí y darme motivos de seguir a delante, por la cantidad infinita de apoyo recibido de manera incondicional, a Richard Riofrio y Victoria Intriago por ser mi ejemplo a seguir y enseñarme que con trabajo y esfuerzo no existen imposibles.

A mis amigos y compañeros de curso, por el apoyo brindado y el cariño generado dentro de este grupo de trabajo de manera continua durante estos cinco años, por el sentido de compañerismo implícito en los semestres.

A cada uno de los docentes que me supieron acompañar durante mi estancia en la facultad, por sus conocimientos, por sus consejos ya que gracias a ellos pude crecer en ámbitos profesionales.

En especial a mis mejores amigos por siempre “Linda y Papi” por haberme acompañado durante 13 años de mi vida, por haber estado ahí cuando fui pequeño y por acompañarme hasta cuando más pudieron, los recordaré siempre.

Cristhian Andrés Riofrio Intriago

Reconocimiento

Agradezco a mis padres que son parte fundamental en mi vida, por su preocupación, su dedicación y su tiempo por lograr que sus hijos cumplan sus objetivos académicos y personales, a mis hermanos que de cualquier manera siempre se encuentran en el momento en que uno los necesita, a mis abuelos que siempre que nos encontramos el gozo y las risas, momentos de compartir nunca faltan en la mesa.

Agradezco a mi novia, por ser la persona de la que más apoyo recibí en momentos personales, por siempre acompañarme, buscando de mil maneras las soluciones a las adversidades.

Agradezco a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por permitirme ser parte de su comunidad universitaria, sabiendo sentir y representar lo que es ser un universitario de tal grandiosa institución, A los docentes de mi facultad por brindarnos los conocimientos requeridos para lograr el objetivo, por ayudarnos a crecer en los ámbitos laborales y personales.

Agradezco a mi tutor Mg. Cesar Alarcón por generar espacios de su tiempo y ayudarme compartiendo sus conocimientos amplios y variados, por guiarme en la realización del proyecto, cumpliendo mi objetivo final para poder graduarme.

A mis amigos y a mis compañeros de curso, agradecido de poder pertenecer a este grupo de trabajo que nos mantuvimos por cinco años, por las ayudas, por el compañerismo que se fueron fortaleciendo a medida que el tiempo transcurría.

Cristhian Andrés Riofrio Intriago

Índice de contenidos

Certificado del tutor	2
Certificado de Urkund.....	3
Declaratoria de autoría.....	4
Aprobación de la tesis.....	5
Dedicatoria.....	6
Reconocimiento	7
Índice de contenidos.....	8
Índice de Ilustraciones.....	13
Índice de tablas.....	13
Índice de gráficos	15
Resumen ejecutivo	16
Abstract.....	17
Capítulo I.....	19
1. Descripción del Proyecto	19
1.1 Planteamiento del problema	19
1.1.1 Formulación del problema	21
1.2 Objetivos del Proyecto.....	21
1.2.1 Objetivo general.....	21

1.2.2 Objetivos específicos	21
1.3 Justificación del Proyecto	21
1.3.1 Justificación teórica	21
1.3.2 Justificación práctica	22
1.3.3 Justificación metodológica	22
1.4 Delimitación del Proyecto	22
1.4.1 Delimitación geográfica	22
1.4.2 Delimitación temporal	23
1.4.3 Delimitación social (beneficiarios)	23
1.5 Planteamiento estratégico	23
1.5.1 Visión	23
1.5.2 Misión	23
1.5.3 Valores empresariales	24
1.6 Análisis interno del Proyecto	25
1.6.1 Fortalezas	25
1.6.2 Debilidades	25
Capítulo II	26
2. Estudio de mercadotecnia	26
2.1 Planteamiento de la encuesta	26
2.2 Evidencia del mercado	27

2.3 Análisis externo	40
2.3.1 Oportunidades	41
2.3.2 Amenazas	41
2.4 Segmento del Mercado	41
2.4.1 Segmentación geográfica y demográfica	42
2.4 Estudio de las variables del marketing mix	42
2.4.1 Análisis del Producto	42
2.4.2 Análisis de Precio	43
2.4.3 Análisis de Promoción	43
2.4.4 Análisis de Plaza	43
2.5 Análisis competitivo (Porter).	44
2.6 Descripción del producto	45
2.6.1 Características del producto / servicio	45
2.7 Análisis comparativos con productos similares	45
Capítulo III	47
3. Estudio técnico	47
3.1 Descripción de las características de localización del negocio.	47
3.2 Realización de un bosquejo del área de trabajo	48
3.3 Diagrama de procesos	50
3.4 Listado de máquinas, equipos y herramientas.	51

3.5 Listado de los proveedores	54
Capítulo IV	55
4. Estudio Organizacional	55
4.1 Organigrama estructural y funcional	55
4.2 Funciones según las responsabilidades de cada persona	55
4.3 Previsión de RRHH	57
Capítulo V	59
5. Estudio Legal y societario	59
5.1 Marco legal	59
5.2 Requisitos para su legitimidad	61
Capítulo VI	63
6. Estudio económico financiero	63
6.2 Estructura de costos y gastos	63
6.3 Proyección de ventas	66
6.4 Plan de Inversión	67
6.5 Líneas de financiamiento	70
6.6 Flujo de caja proyectado (5 años)	73
6.7 Estado de resultados proyectados (5 años)	75
6.8 Estado de situación financiera proyectado (5 años)	76
Capítulo VII	78

7. Evaluación financiera	78
7.1 VAN	78
7.2 TIR	79
7.3 Relación beneficio/costo (RBC)	80
7.4 Razones financieras	81
7.4.1 Liquidez	81
7.4.2 Endeudamiento	82
7.4.3 Rentabilidad	83
8. Conclusiones y Recomendaciones	85
8.1 Conclusiones	85
8.2 Recomendaciones	86
9. Bibliografía	87
10. Anexos	89

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Género	28
Ilustración 2: Edad	29
Ilustración 3: Tiempo	30
Ilustración 4: Seguridad	31
Ilustración 5: Métodos de pago	32
Ilustración 6: Plataforma	34
Ilustración 7: Interés	35
Ilustración 8: Tipo de neumático	36
Ilustración 9: Frecuencia de cambio	38
Ilustración 10: preferencia	39
Ilustración 11: Diagrama de procesos	50
Ilustración 12: Organigrama estructural y funcional	55

Índice de tablas

Tabla 1: parámetros y valores (muestra)	27
Tabla 2: Resultado de genero	28
Tabla 3: Resultados de edad	28
Tabla 4: Resultados pregunta uno	29
Tabla 5: Resultados pregunta dos	30
Tabla 6: Resultados pregunta tres	32
Tabla 7: Resultados pregunta cuatro	33
Tabla 8: Resultados pregunta cinco	34

Tabla 9: Resultados pregunta seis	36
Tabla 10: Resultados pregunta siete	37
Tabla 11: Resultados pregunta ocho	38
Tabla 12: Análisis comparativo con productos similares.....	45
Tabla 13: Muebles de oficina	51
Tabla 14: Equipos de oficina.....	51
Tabla 15: Equipos de computación	51
Tabla 16: Adecuaciones.....	52
Tabla 17: Servicios web	52
Tabla 18: Inmobiliario.....	53
Tabla 19: Vehículo	53
Tabla 20: Total de inversión	53
Tabla 21: Previsión de RRHH	57
Tabla 22: Previsión de RRHH (por años).....	58
Tabla 23: Estructura de costos y gastos	63
Tabla 24: Costos y gastos (mes)	64
Tabla 25: Costos y gastos (años), 5% de crecimiento	65
Tabla 26: Proyección ventas mensual	66
Tabla 27: Proyección de ventas (5 años).....	67
Tabla 28: Inversión activos	67
Tabla 29: Activo diferido.....	68
Tabla 30: Estructura de costos y gastos	68
Tabla 31: Inversión.....	69

Tabla 32: Estructura de capital	70
Tabla 33: Financiamiento bancario	70
Tabla 34: Amortización financiamiento	71
Tabla 35: Flujo de caja proyectado.....	73
Tabla 36: Estado de resultados proyectados	75
Tabla 37: Estado de situación financiera proyectado.....	76
Tabla 38: Costo de oportunidad (VAN).....	78
Tabla 39: Costo de oportunidad valores (VAN)	78
Tabla 40: VAN.....	79
Tabla 41: TIR	79
Tabla 42: pyback.....	80
Tabla 43: Relación beneficio / costo (RBC)	80
Tabla 44: Liquidez	81
Tabla 45: Endeudamiento (Deuda/activos)	82
Tabla 46: Endeudamiento (deuda/capital)	83
Tabla 47: Rentabilidad (Rendimiento sobre capital)	83
Tabla 48: Rentabilidad con margen de utilidad neta	84

Índice de gráficos

Gráfico 1: Mapa de ubicación del cantón Manta.....	42
Gráfico 2: Ubicación del negocio	47

Resumen ejecutivo

Este proyecto se basa en la implementación de una tienda virtual enfocada en la venta de neumáticos, la cual estará ubicada en la ciudad de Manta, buscando ser un proyecto viable y rentable.

La capacidad de este proyecto de emprendimiento está dada en torno a las preferencias de los consumidores, teniendo en cuenta de resultados positivos esperados como la mayor proporción de personas interesadas en la compra de neumáticos de manera online, buscando aumentar y mejorar la economía de la ciudad, utilizando el método de encuestas.

El proyecto consta de un equipo de trabajo inicial de cinco personas tales como el gerente, un contador, un asesor, auxiliar de ventas y el bodeguero, dentro de los clientes potenciales tenemos a personas mayores de 18 años con la posesión de un vehículo, obteniendo una aceptación en la encuesta realizada del 61.72% de la población mantense.

Se espera que dentro del primer año de operaciones se tengan ventas esperadas de doscientos cincuenta y siete mil dólares, teniendo una rentabilidad del cuatro por ciento y la reinversión total de capital hasta por lo menos el quinto año de operaciones, para iniciar este proyecto de emprendimiento se necesitará de sesenta y cinco mil ochocientos dólares, separados en un cincuenta y cuatro por ciento de capital propio y un cuarenta y seis por ciento de financiamiento bancario, priorizando la innovación dentro de los procesos empresariales, es un proyecto financieramente viable.

Abstract

This project is based on the implementation of a virtual store focused on the sale of tires, which will be located in the city of Manta, seeking to be a viable and profitable project.

The capacity of this entrepreneurship project is given around consumer preferences, taking into account the expected positive results such as the largest proportion of people interested in buying tires online, seeking to increase and improve the city's economy. .

Implementing an online store is a convenient means because the greatest amount of demand achieved is increased, consisting of an initial work team of five people such as the manager, an accountant, a consultant, sales assistant and the winery, within my potential clients we have people over 18 years of age with the possession of a vehicle, tires being an important part within the automotive for benefits such as safety.

It is expected that within the first year of operations there will be expected sales of two hundred and fifty-seven thousand dollars, having a profitability of four percent and the total reinvestment of capital until at least the fifth year of operations, to start this entrepreneurship project It will need sixty-five thousand eight hundred dollars, divided into fifty-four percent of its own capital and forty-six percent of bank financing, prioritizing innovation within business processes.

TEMA:

**“IMPLEMENTACIÓN E-COMMERCE DE UNA TIENDA VIRTUAL PARA LA
VENTA DE NEUMATICOS EN LA CIUDAD DE MANTA”**

Capítulo I

TEMA.- Implementación e-commerce de una tienda virtual para la venta de neumáticos en la ciudad de manta

1. Descripción del Proyecto

1.1 Planteamiento del problema

En la actualidad las organizaciones están enfocadas en el aumento progresivo al servicio al cliente o la atención que los colaboradores brindan para poder ofertar un mejor producto o servicio. El cual se ofrece con la finalidad de lograr un mayor alcance y comodidad al consumidor, buscando así poder de la manera más optima resolver las diferentes inquietudes, preguntas o problemas obteniendo un continuo seguimiento con el fin de fidelizar clientes. Al otorgar diversificaciones de pago, mejora en la calidad de los servicios y brindando diferentes opciones al consumidor se logra obtener una ventaja comparativa que logra ser el motivo diferenciador entre una empresa y otra, buscando generar diferentes impactos positivos en la marca, producto o servicio.

Antecedentes

En el cantón Manta amplia zona costera, existe una población aproximada según (Instituto nacional de estadística y censo, 2010) una población dentro de la ciudad de 226.477 personas, de las cuales 111.403 son de género masculino teniendo una participación del 49.19%, mientras que el género femenino mantiene una participación del 51.81% dando un total de 115.074 mujeres, con el incremento actual del parque automotor dentro de la ciudad y la masiva globalización que la ciudad está desarrollando, sumado al amplio y variado conglomerado, se

tenía que ir a lugares donde se vendan neumáticos, pudiendo presentar pérdidas de entre 2-3 horas, teniendo en cuenta que a nivel neumático se mantienen desconocimiento sobre medidas de llantas, durabilidad en km, tipos de neumáticos y demás información necesaria para poder encontrar una llanta que se adapte a la necesidad que el cliente requiera.

Especificidad

Las tiendas virtuales son páginas webs con la funcionalidad de la venta de productos y en variados casos ofrecimientos de servicios, es un modelo de negocio con bases en el e-commerce (comercio electrónico).

Debido a la globalización, es cada vez más necesario la creación de una tienda virtual, la cual busca de la mano del marketing digital la ampliación del rango de alcance de un negocio u organización, llegando a un número mayor de personas en una menor cantidad de tiempo y destinando una baja cantidad de recursos a comparación de un local físico.

Relevancia

El cantón Manta es la segunda ciudad más poblada de la provincia de Manabí con una proyección de población según cantones de 264.281 habitantes para el año 2020 según (INEC, 2022), el potencial crecimiento de manta y su creciente urbanización nos dan a entender la necesidad de movilización dentro de la urbe, derivando en un mayor consumo de neumáticos, por ende un aumento en la demanda de llantas, lo cual permitirá que la tienda virtual para la comercialización de neumáticos brinde y asista a los consumidores.

1.1.1 Formulación del problema

¿Como implementar una tienda e-commerce para la venta de neumáticos en la ciudad de Manta?

1.2 Objetivos del Proyecto

1.2.1 Objetivo general

- Implementar una tienda online para la venta de neumáticos en la ciudad de Manta.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Realizar un estudio de mercado que nos permita establecer el nivel de aceptación y preferencias del público.
2. Desarrollar un estudio técnico que determine los procesos a realizarse en la tienda virtual.
3. Desarrollar un estudio financiero que nos permita evidenciar la factibilidad económica del proyecto.
4. Evidenciar la viabilidad de la creación de una tienda virtual para la venta de neumáticos en la ciudad de manta.

1.3 Justificación del Proyecto

1.3.1 Justificación teórica

El proyecto en cuestión justifica su realización por motivo que esta misma aportará compilaciones teóricas sobre el tema de la creación de una tienda virtual, la cual será de base para fortalecimiento y enriquecimiento del proyecto, aportando así también a futuras investigaciones correlacionadas con el tema en cuestión. En el presente documento, se propone

implementar una tienda virtual (e-commerce) para la venta de neumáticos dentro de la ciudad de Manta, en el cual se beneficiarían gran parte de la población mantense y la conurbación que está constituida por cantones y parroquias aledañas.

1.3.2 Justificación práctica

La propuesta se justifica porque este emprendimiento tiene como objetivo la comercialización e informatividad a los consumidores finales del cantón Manta, ofreciéndoles facilidades en torno al conocimiento de sus neumáticos, evitando la pérdida de tiempo en la búsqueda de proforma de neumáticos, malas decisiones dentro de las compras y la minimización de los gastos de desplazamiento y gastos que este conlleva.

1.3.3 Justificación metodológica

A nivel metodológico, el emprendimiento propuesto se reviste de importancia porque en él se da a conocimiento fiel del cumplimiento de los diferentes procedimientos con el fin del desarrollo de este proyecto, sirviendo de igual manera como guía para futuros estudios a realizarse en torno a la temática en cuestión o similares a la misma. Para lograr los objetivos propuestos, se aplicará una metodología cuantitativa, donde se emplearán encuestas y diferentes tipos de entrevistas para medir la aceptación del consumidor final en torno a las propuestas y objetivos de la implementación de una tienda virtual de la venta de neumáticos en la ciudad de Manta.

1.4 Delimitación del Proyecto

1.4.1 Delimitación geográfica

El cantón Manta se ubica en la zona suroeste de la provincia de Manabí, en el centro de la costa ecuatoriana. Esta parte se encuentra influenciada de manera directa con la corriente fría de Humboldt y también por “la corriente del niño” que es una corriente marina cálida, ecuatorial y

estacional del Pacífico sudamericano la cual se direcciona de norte a sur, la cual alcanza las costas ecuatorianas cada 2 a 7 años, Manta es una ciudad seca, con muy bajos índices de lluvias al año, manta es una ciudad irregular, debido a su elevación que va de los 6 hasta los 400 m. s. n. m ubicándose la parte baja es la costa y la más alta en el centro del Cantón, ubicado en Pacoche.

1.4.2 Delimitación temporal

El desarrollo de este proyecto estará dado en el periodo anual 2022, los datos estarán apoyados mediante un estudio de mercado, el cual busca fortalecer la factibilidad del proyecto de emprendimiento.

1.4.3 Delimitación social (beneficiarios)

Los beneficiarios serán los habitantes de la ciudad de Manta, de manera que enfocados en nuestra misión buscamos incrementar el alcance, comodidad y bajos precios en la compra de neumáticos.

1.5 Planteamiento estratégico

1.5.1 Visión

Ser la comercializadora con el stock más completo de venta de neumáticos de Manta. Cubriendo la mayor cantidad de población mediante los diferentes recursos tecnológicos y humanos, mostrándonos como la mejor opción para nuestros clientes.

1.5.2 Misión

Ser una empresa capaz de solucionar y atender las necesidades del cliente, manejando nuestro capital humano de manera honesta y justa, siempre comprometidos con nuestra visión y mejoras en innovación.

1.5.3 Valores empresariales

“Los valores empresariales deseables que deben ser logrados por cualquier organización que aspire a la excelencia empresarial, tomando como base para ello su cultura empresarial, la cual juega un papel relevante y, al mismo tiempo, aquellos valores sociales que pueden constituirse en paradigmas de la Humanidad.” (Romero, 2007)

Luis Romero (2007) nos dice que los valores empresariales que son deseables los deben de poder lograr cualquier organización la cual su enfoque esté sobre la excelencia empresarial y que como apoyo para lograr esto está su cultura empresarial, la cual Luis la considera como un papel importante y que de igual manera están los valores empresariales que puedan estructurarse en los paradigmas de la humanidad

Transparencia

La transparencia es la actitud y metodología que nos da paso a controlar los diversos aspectos financieros que mantiene la empresa, con la finalidad de cumplir con su misión y su visión.

Honestidad

La honestidad en el ambiente laboral es la conexión con el cliente, es la manera de concretar negocios, es la calidad de los colaboradores en su equipo de trabajo, es un valor primordial dentro de una organización.

Adaptabilidad

La adaptabilidad es la capacidad que una empresa tiene para poder responder de la manera adecuada a los cambios del entorno, controlando la conducta interna para lograr conseguir una homeostasis.

Coherencia

La coherencia es transversal que busca llenar y estructurar de forma sólida una conexión, relación, unión, etc. Manteniendo un equilibrio constante e inminente dentro del ambiente laboral.

Calidad

La calidad hace referencia a la facultad que mantiene la empresa para cumplir los requerimientos que se encuentran implícitas o explícitas en el entorno, interesados en aportar valor al producto o servicio.

Competitividad

La competitividad es la cualidad que una organización o persona dispone con la finalidad de poder posicionarse dentro de una ventaja competitiva, buscando tener una mejor posición frente a su competencia directa.

1.6 Análisis interno del Proyecto

1.6.1 Fortalezas

- Ubicación estratégica de oficinas de la tienda virtual.
- Facilidad de compra.
- Precios competitivos.
- Información acorde al consumidor.

1.6.2 Debilidades

- Gastos mensuales de mantenimiento.
- Falta de conocimiento en aplicativo.
- Poca capacidad de recursos iniciales.

- Falta de información en las personas sobre los neumáticos.

Capítulo II

2. Estudio de mercadotecnia

2.1 Planteamiento de la encuesta

La encuesta tiene como finalidad la recopilación de datos de los habitantes de la ciudad de Manta con lo cual se buscará determinar el nivel de aceptación y factibilidad que tendrá la implementación de una tienda virtual (e-commerce) para la venta de neumáticos en la ciudad de Manta.

EL último censo poblacional se dio en el año 2010, llevado a cabo por el INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo), los datos obtenidos en aquel entonces fueron de 226.447 población total, articulada en 111.403 personas de género masculino y 115.074 en género femenino, para poder realizar la muestra poblacional, se tomaron los datos de proyección para el año 2020, el cual nos da una población proyectada de 264.281 habitantes.

Tamaño Muestral

Z= Nivel de significación (95%)

c= Error de la muestra (5%)

N= Tamaño poblacional

n= Tamaño de la muestra

P= Probabilidad de ocurrencia del evento = 0.5

Q= Probabilidad de no ocurrencia del evento =0.5

Tabla 1: parámetros y valores (muestra)

Parámetros	Valor
N	264.281
z	95%
e	5%
P	50%
Q	50%

$$n = \frac{z^2 P \cdot Q \cdot N}{Z^2 P \cdot Q + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(264.281)}{(1.96)^2 (0.5)(0.5) + 264.281(0.05)^2}$$

$$n = \frac{253.815,472}{661.6629}$$

$$n = 383.602393$$

$$n = 384$$

2.2 Evidencia del mercado

En esta sección tendremos los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada a la muestra poblacional del cantón Manta, con sus respectivos análisis.

Dimensión: Datos personales.

Genero

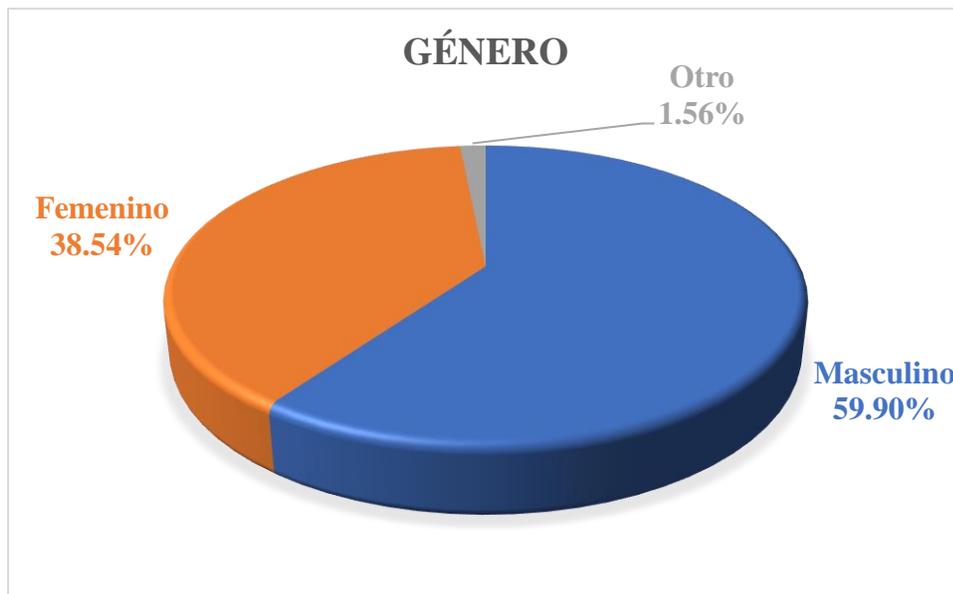
Tabla 2: Resultado de genero

Opciones	Cant	Porcentaje
Masculino	230	59.90%
Femenino	148	38.54%
Otro	6	1.56%
Total	384	100.00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada.

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Ilustración 1: Género



Edad

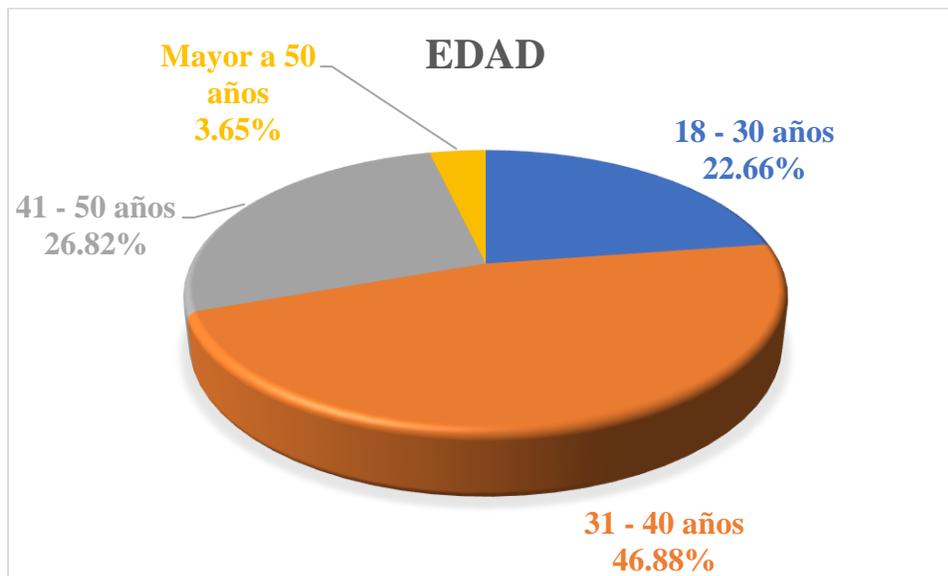
Tabla 3: Resultados de edad

Opciones	Cant	Porcentaje
18 - 30 años	87	22.66%
31 - 40 años	180	46.88%
41 - 50 años	103	26.82%
Mayor a 50 años	14	3.65%
Total	384	100.00%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada.

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Ilustración 2: Edad



Dimensión: Antecedentes de compra online.

1. ¿Cada que tiempo realiza usted una compra online?

Tabla 4: Resultados pregunta uno

Opciones	Cant	Porcentaje
1 - 5 compras anuales	85	22.14%
6 - 10 compras anuales	188	48.96%
11 - 20 compras anuales	104	27.08%
Más de 21 compras anuales	7	1.82%
Total	384	100.00%

Fuente: Resultados de encuesta aplicada.

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Ilustración 3: Tiempo



Interpretación:

En base a los datos obtenidos de varios pobladores del cantón Manta, tomados de la muestra poblacional, como puede verse de las 384 encuestas realizadas (100%), el 48.96% respondieron que dentro del lapso de tiempo de un año realizan entre 6 a 10 compras anuales, seguido por un 27.08% de encuestados respondieron que realizan de 11 a 20 compras en el año, lo que nos da a notar que gran parte de la población sí recurre a las compras online, un 22.14% realiza de 1 a 5 compras anuales y solo un 1.82% realizan más de 21 compras anuales vía online.

2. ¿Se siente seguro al realizar una compra online?

Tabla 5: Resultados pregunta dos

Opciones	Cant	Porcentaje
Nada seguro	32	8.33%
Poco seguro	150	39.06%
Medianamente seguro	189	49.22%
Completamente seguro	13	3.39%

Total	384	100.00%
--------------	-----	---------

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada.

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Ilustración 4: Seguridad



Interpretación:

En base a los datos obtenidos de varios pobladores del cantón Manta, tomados de la muestra poblacional, como puede verse de las 384 encuestas realizadas (100%), el 49.22% de la población considera sentirse medianamente seguro al momento de realizar una compra online, seguido del 39.06% que respondieron sentirse poco seguros, un 8.33% considera sentirse nada seguro al momento de comprar vía online y solo el 3.39% respondieron sentirse completamente seguros de realizar comprar vía online.

3. ¿Cuáles son los métodos de pago que usted utiliza o utilizaría al realizar una compra online?

Tabla 6: Resultados pregunta tres

Opciones	Cant	Porcentaje
Transferencia bancaria	175	45.57%
Tarjeta de crédito/debito	136	35.42%
Sistemas de pagos en línea (Pay Pal)	70	18.23%
Otros	3	0.78%
Total	384	100.00%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada.

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Ilustración 5: Métodos de pago



Interpretación:

En base a los datos obtenidos de varios pobladores del cantón Manta, tomados de la muestra poblacional, como puede verse de las 384 encuestas realizadas (100%), el 45.57% de la población considera que el método de pago que ellos utilizan o utilizarían es mediante

transferencias bancarias, seguido de un 35.42% los cuales respondieron que compran con tarjeta de crédito/débito en sus compras online, el 18.23% de la población paga con sistemas de pago como Pay Pal, etc., y solo el 0.78% utiliza otro sistema de pago al momento de realizar una compra en línea.

4. ¿Qué plataforma usa para la compra de productos online?

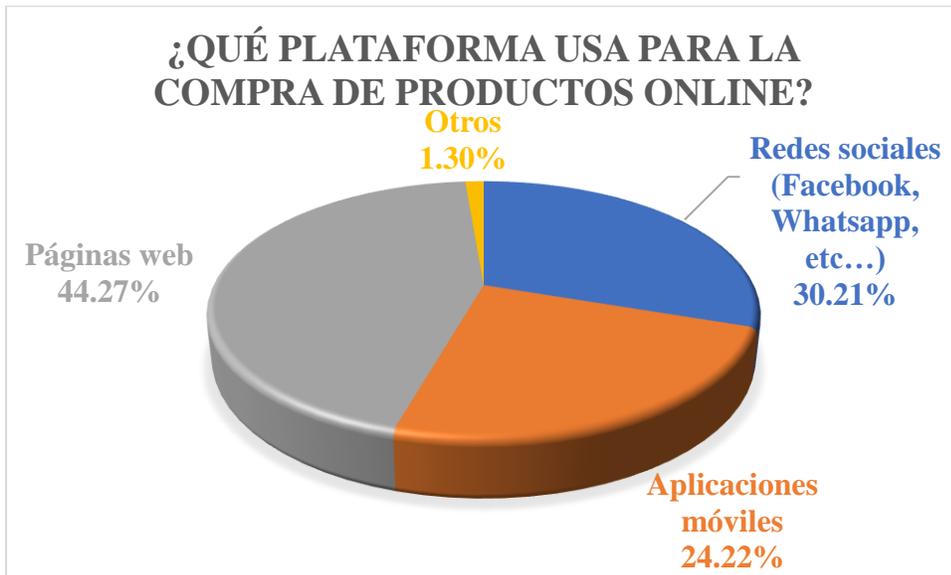
Tabla 7: Resultados pregunta cuatro

Opciones	Cant	Porcentaje
Redes sociales (Facebook, WhatsApp, etc...)	116	30.21%
Aplicaciones móviles	93	24.22%
Páginas web	170	44.27%
Otros	5	1.30%
Total	384	100.00%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada.

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Ilustración 6: Plataforma



Interpretación:

En base a los datos obtenidos de varios pobladores del cantón Manta, tomados de la muestra poblacional, como puede verse de las 384 encuestas realizadas (100%), el 44.27% de encuestados realiza compras online mediante páginas web, seguido de un 30.21% que realizan compras mediante redes sociales como Facebook, WhatsApp, etc., un 24.22% realizan sus comprar utilizando aplicaciones móviles y solo el 1.30% de los encuestados utilizan otras plataformas para la compra de sus productos online.

Dimensión: Antecedentes de compra de neumáticos

5. ¿Estaría interesado en la compra de neumáticos de manera online?

Tabla 8: Resultados pregunta cinco

Opciones	Cant	Porcentaje
Estoy interesado	237	61.72%

No estoy interesado	147	38.28%
Total	384	100.00%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada.

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Ilustración 7: Interés



Interpretación:

En base a los datos obtenidos de varios pobladores del cantón Manta, tomados de la muestra poblacional, como puede verse de las 384 encuestas realizadas (100%), el 61.72% de la población considera que está dispuesto o interesado en realizar la compra de neumáticos de manera online, mientras que el 38.28% restante de la población considera que no estaría interesado en adquirir neumáticos vía online.

6. ¿Cuál sería su preferencia al momento de comprar neumáticos en línea?

Tabla 9: Resultados pregunta seis

Opciones	Cant	Porcentaje
Llantas lisas (H/T), solo asfalto	195	50.78%
Llantas mixtas (A/T), mitad asfalto, mitad caminos de tierra	140	36.46%
Llantas Pupos (M/T), caminos de tierra, lodo, ríos, etc...	49	12.76%
Total	384	100.00%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada.

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Ilustración 8: Tipo de neumático



Interpretación:

En base a los datos obtenidos de varios pobladores del cantón Manta, tomados de la muestra poblacional, como puede verse de las 384 encuestas realizadas (100%), el 50.78% de los encuestados declinaron su preferencia por las llantas lisas (H/T) que son llantas que sufren menor

desgaste en carretera, seguido por el 36.46% los cuales prefieren comprar llantas con labrado Mixto (A/T) que son llantas para usar en una relación de 50% carretera y 50% en lastre o caminos no asfaltados, y el 12.76% de la población prefiere comprar llantas pupos (M/T) que son llantas con un desgaste alto en carretera, preferencial de usa en lastre, ríos, lodos, etc.

7. ¿Con que frecuencia cambia neumáticos?

Tabla 10: Resultados pregunta siete

Opciones	Cant	Porcentaje
1 vez cada 2 años	150	39.06%
1 vez al año	192	50.00%
2 veces al año	37	9.64%
3 o más veces al año	5	1.30%
Total	384	100.00%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada.

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Ilustración 9: Frecuencia de cambio



Interpretación:

En base a los datos obtenidos de varios pobladores del cantón Manta, tomados de la muestra poblacional, como puede verse de las 384 encuestas realizadas (100%), el 50.00% de la población encuestada cambia sus neumáticos al menos una vez al año, seguido de un 36.06% que cambia sus neumáticos una vez cada dos años aproximadamente, el 9.64% de la población realiza sus cambios de neumáticos al menos dos veces al año y solo el 1.30% realiza tres o más de tres veces al año el cambio de neumáticos.

8. ¿Por qué comprarías neumáticos?

Tabla 11: Resultados pregunta ocho

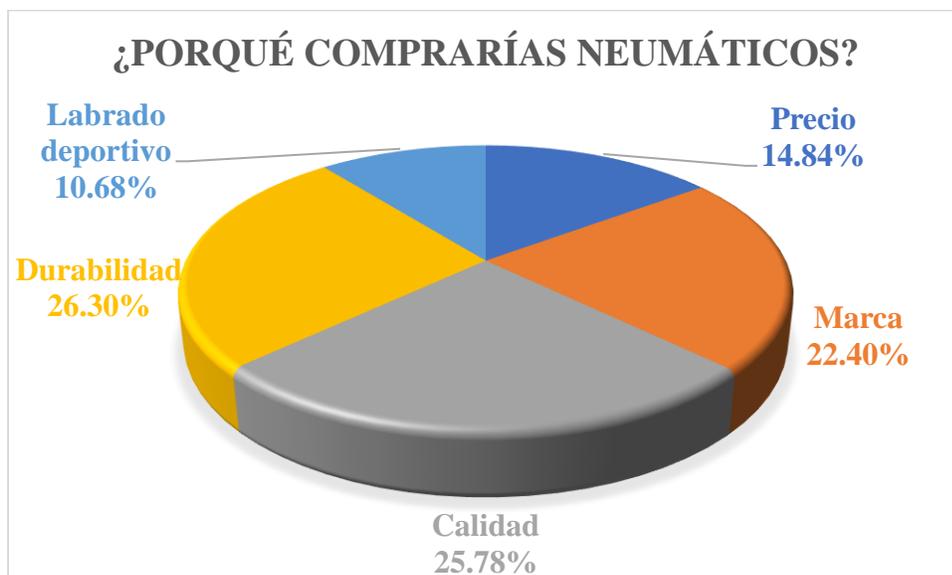
Opciones	Cant	Porcentaje
Precio	57	14.84%
Marca	86	22.40%

Calidad	99	25.78%
Durabilidad	101	26.30%
Labrado deportivo	41	10.68%
Total	384	100.00%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada.

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Ilustración 10: preferencia



Interpretación:

En base a los datos obtenidos de varios pobladores del cantón Manta, tomados de la muestra poblacional, como puede verse de las 384 encuestas realizadas (100%), el 26.30% de la población encuestada compraría neumáticos por su durabilidad, seguido de 25.78% de los encuestados respondieron que ellos se declinarían por la calidad del neumático, el 22.40% respondieron que ellos comprarían neumáticos entorno a la marca ofertada, un 14.84% considera

mejor comprar neumáticos dependiendo de su precio y solo el 10.68% de los encuestados comprarían neumáticos con labrados deportivos.

2.3 Análisis externo

Como parte del análisis externo, se determina el entorno general del país, entendiéndolo como, la sociedad, organización, comunidad, entre otros; Todo esto afecta de manera directa al crecimiento de las organizaciones en un entorno macro donde las diferencias económicas, legales, tecnológicas, culturales, demográficas, etc., están presentes, Los temas sociopolíticos y medioambientales serán discutidos en detalle dentro del marco de la investigación. (españa, s.f.)

Situación cultural

Hace referencia a la diversa suma de información externa que las personas reciben, como las costumbres, creencias, valores, entre otros.

Situación tecnológica

Hace referencia al impacto que los recursos tecnológicos tienen dentro de una sociedad o en una economía buscando niveles de satisfacción y mejora de condiciones actuales.

Situación sociopolítica

Abarca todo aquello que mantenga su punto de origen en una connotación conjunta sobre lo político y lo social.

Situación medioambiental

Se entiende como una sección de la ergonomía, “se ocupa del estudio de los factores ambientales como la temperatura, el ruido, la luz, etc. afecta la comodidad en el trabajo, lo que a su vez tiene un gran impacto en la seguridad y productividad de los trabajadores.” (click, 2022)

2.3.1 Oportunidades

- Crecimiento del parque automotor.
- Temporadas Altas.
- Tienda virtual siempre disponible.
- Trabajar en conjunto con seguros y talleres.

2.3.2 Amenazas

- Facilidad que otras empresas entren en el nicho de mercado.
- Permisos, leyes o impuestos que afecten el producto o servicio.
- Sustracción de información de tienda virtual.
- Inseguridad en transporte de mercadería.

2.4 Segmento del Mercado

“Un segmento de mercado es un grupo de consumidores que tienen características homogéneas y comunes para satisfacer una necesidad.” (Quiroa, 2020)

Según Myriam Quiroa considera que el segmento de mercado se interpreta como un conjunto de personas a la que queremos llegar, las cuales mantienen entre ellos particularidades semejantes y generales en torno a las preferencias que desean satisfacer.

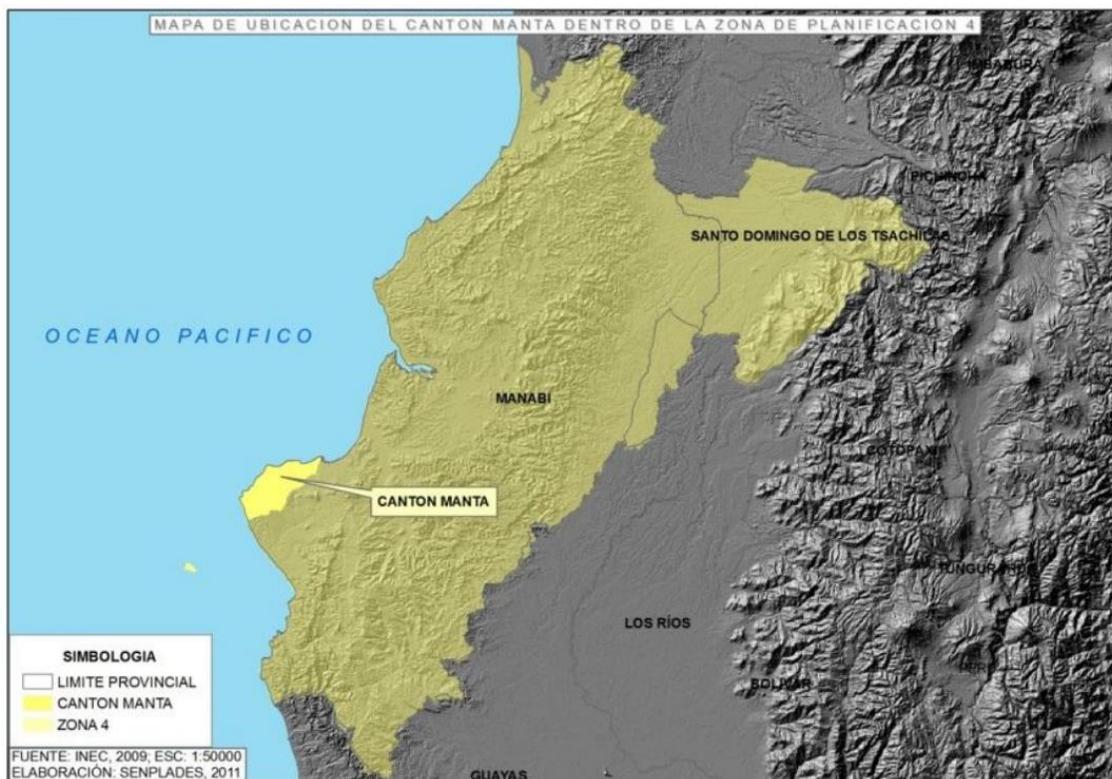
En este proyecto de emprendimiento busca poder implementar una tienda online para la venta de neumáticos que estará ubicada en el cantón Manta, provincia de Manabí, por lo cual se generó un subgrupo de población que mantengan una edad mayor a 18 años, la cual buscará solventarse mediante la realización de la encuesta, con la finalidad de obtener datos precisos sobre las personas que compren neumáticos.

2.4.1 Segmentación geográfica y demográfica

Cantón Manta, provincia de Manabí.

Manta, la urbe más grande y poblada de la Provincia de Manabí. Se localiza en una bahía, reconociéndose y caracterizándose como puerto internacional en la costa del océano Pacífico, al centro de la región litoral del Ecuador, a una altitud de 6 metros sobre el nivel del mar y con un clima árido cálido de 25,5 °C en promedio.

Gráfico 1: Mapa de ubicación del cantón Manta



2.4 Estudio de las variables del marketing mix

2.4.1 Análisis del Producto

Tienda virtual en aplicativos e-commerce genera procesos por lo cual comprar, vender, pedir y pagar un producto y/o servicio se da mediante el aplicativo internet. Dentro de estos tipos

de transacciones comerciales online, los vendedores pueden generar canales de atención con el consumidor sin tener que realizar un encuentro cara a cara.

2.4.2 Análisis de Precio

El precio dentro de las tiendas e-commerce varía dependiendo de la demanda existente dentro del mercado y las diferentes implementaciones que la persona encargada de la venta adopte en los productos.

En torno a los neumáticos, los precios actuales de dichos productos varían, dependiendo de la medida, la marca, la calidad, la especificación y aplicación que esta tenga, precios que van desde \$39.99 (Rin 13) hasta \$400 y más.

2.4.3 Análisis de Promoción

Nuestro producto se dará a conocer mediante diferentes tipos de estrategias de marketing, ya sea por medio de publicidad pagada mediante redes sociales con un alto impacto de atención, diferentes medios de difusión como WhatsApp, publicitando la tienda virtual a los compradores en el local físico, incentivando y concienciando el aprendizaje sobre lo bueno que es saber elegir un neumático ajustado a las necesidades personales y del ambiente. (ESTAÚN, 2020)

2.4.4 Análisis de Plaza

El alcance que tendrá la tienda virtual será para el Cantón Manta, pudiendo receptor de manera online pedidos de ciudades colindantes a este cantón, buscando focalizarse para consumidores potenciales compradores como portadores de vehículos y demás aplicaciones que tengas los neumáticos, las oficinas de la tiendas estarán ubicadas en la Av. 113 y Arturo vera, dentro del local comercial “R&R Neumáticos y lubricantes”.

2.5 Análisis competitivo (Porter).

Amenazas de nuevos Participantes.

En la ciudad de manta, y debido a la globalización y el incremento de población, usar un vehículo para movilizarte se vuelve parte fundamental del día a día, tanto para personas que sean salir a despejarse o personas que tengan relaciones comerciales o necesiten urgencia de movilizarse a un lugar, y el amplio crecimiento de la ciudad de manta, la amenaza de darlo a participantes dentro del mercado tiende a incrementar en la alza, el vídeo que día a día existen nuevos emprendedores, pero dentro del sector e-commerce la tasa de emprendimiento sigue siendo baja, por lo cual representa una oportunidad de un mayor alcance en la comercialización de neumáticos.

Poder de negociación de proveedores.

Hoy en día en la ciudad de manta, existen una muy amplia variedad de proveedores de neumáticos, variando entre precios, modelos, calidad, etc. Se vuelve importante y fundamental poder realizar negociaciones prósperas con los proveedores en torno a créditos y ofertas que la empresa importadora mantenga en algunas temporadas.

Poder negociación compradores.

El poder de negociación con los compradores será muy alto y eficaz debido a que dentro de la población existe una desinformación sobre los neumáticos, pudiendo utilizar esto a favor a la hora de la compra de manera que dándole una pequeña capacitación sobre los neumáticos ellos podrán adaptarse y elegir el que se adapte mejor a su estilo de conducción, necesidad y requerimiento.

Rivalidad entre competidor

Por medio de observaciones nos damos cuenta de que existen en el mercado de ventas tradicional la existencias de una gran cantidad de negocios de neumáticos es, siendo muy pocas las empresas dentro de la ciudad de manta que mantienen relaciones comerciales vía online por medio de páginas web.

Amenaza productos sustitutos.

Dentro de la composición mercantil de la venta de neumáticos, no mantiene amenazas en sus productos sustitutos, debido a la interpretación de neumáticos y sus variedades de medidas no existe un producto similar de distintas características que pueda reemplazarlo.

2.6 Descripción del producto

2.6.1 Características del producto / servicio

La tienda virtual podrá permanecer abierta durante los 365 días que tiene el año, pudiendo así generar más ganancias a diferencia que un comercio físico, Permite alcanzar una mayor cantidad de consumidores debido a la fácil accesibilidad de los aplicativos web, ampliando el mercado en torno a ventas de productos con envíos, tiene menores costos en recursos a diferencia de una tienda física, incluyendo (en la mayoría de casos) un sistema de registro de usuario, con lo cual poder usar los datos de compras en el aplicativo web en base a mejoras de ventas y aplicación de diferentes tipos de promociones, también incluyen sistemas de calificación para poder determinar el grado de confianza del vendedor web.

2.7 Análisis comparativos con productos similares

Tabla 12: Análisis comparativo con productos similares.

Manta Llanta	Conauto	Segurillanta
---------------------	----------------	---------------------

Calidad	buena	buena	buena
Aceptación del cliente	regular	regular	regular
Efectividad	alta	alta	alta

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Manta llanta (mantallanta.com)

Es una empresa que mantiene relaciones comerciales durante más de 20 años dentro del mercado del parque automotor, ofrecen productos variados de variada calidad para los distintos niveles y clases de vehículos (media y alta gama), también tienen el servicio de entrega a domicilio dentro del país.

Conauto (conauto.com.ec)

Es una empresa comercializadora de servicios y/o productos dentro del sector automotriz e industrial, la cual está dirigida a todos los sectores productivos, se considera una empresa que está en constante innovación, trabajando en la responsabilidad social en base al desarrollo de los negocios.

Segurillanta (segurillanta.com.ec)

Son una empresa de Manabí que cuentan con más de 33 años de experiencia dentro de la comercialización de neumáticos, baterías de ácido/plomo, gel y lubricantes para las diferentes aplicaciones.

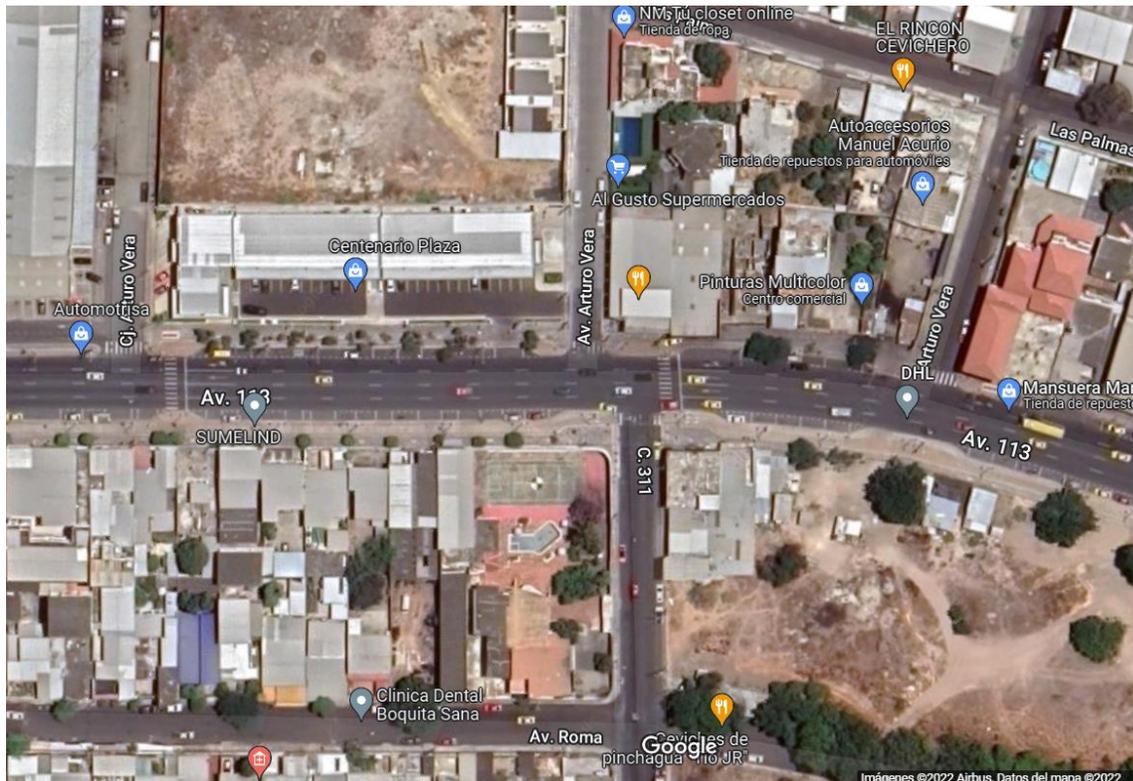
Capítulo III

3. Estudio técnico

3.1 Descripción de las características de localización del negocio.

Este local estará establecido en base a un espacio donde podrá mantener diferentes tipos de actividades como desarrollo, almacenamiento, recepción y distribución de mercadería, situándose dentro del cantón manta en la Av. 113 y Arturo vera, (Frente a pinturas Multicolor), contando con espacio de 140 m2, buscando poder optimizar tiempos y recursos, al encontrarse en una avenida principal de ingreso a la ciudad de manta, será vistosa para los residentes y turistas que día a día pasan por dicha avenida.

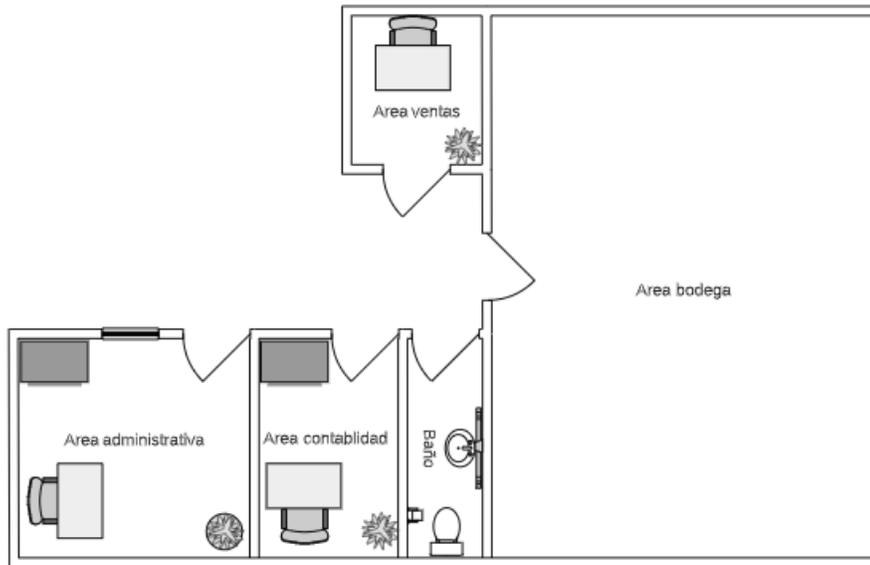
Gráfico 2: Ubicación del negocio



Fuente: Google maps

3.2 Realización de un bosquejo del área de trabajo

Gráfico 3: Bosquejo del área de trabajo



Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Área de almacenamiento:

Esta área será la encargada de poder recibir la mercadería que será comprada por el área administrativa, encargándose de almacenarla y ubicarla de manera eficiente para su búsqueda posterior, y también se la salida de la mercadería, llevando un control mediante notas de ingreso y salida de productos.

Área administrativa:

Esta área se encargará de la toma de decisiones en torno a sus diferentes aplicaciones como las contrataciones, revisar y realizar los pagos, las ventas, buscando proporcionar eficiencia y eficacia a los diferentes tipos de proceso que maneja la empresa, gestionar las compras, los traslados, compras y lograr el máximo de beneficio para la empresa.

Área contabilidad:

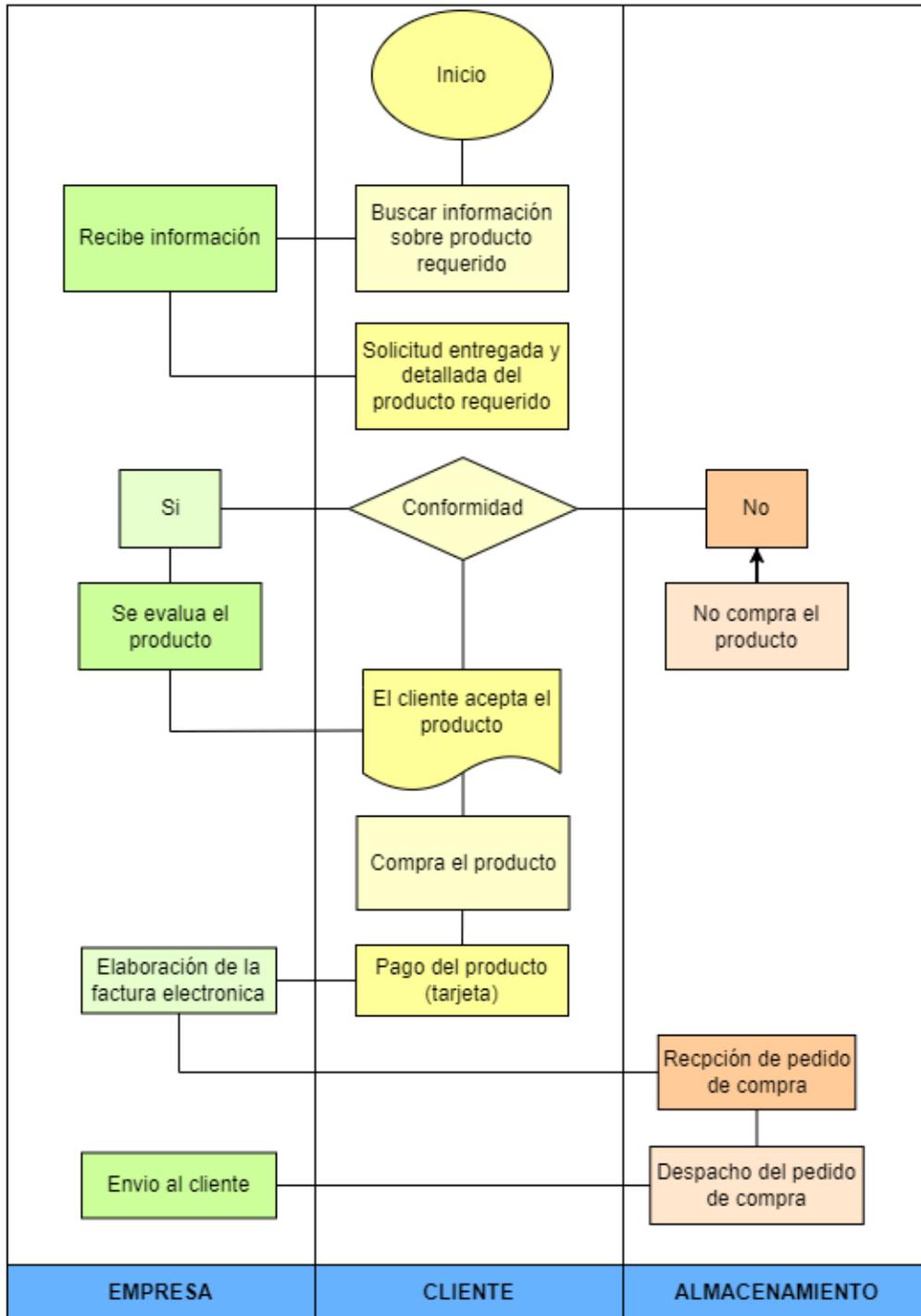
Dentro de esta área se llevarán a cabo los controles de las diferentes área, relaciones comerciales, ganancias, ventas y demás, tratando de mejorar todas las responsabilidades económicas que la empresa lleve a cabo.

Área de ventas:

Dentro de esta área se establecerán objetivos, se investigará sobre el mercado, se planificarán estrategias, se dará atención personalizada a los clientes, buscarán promover la empresa y son los encargados de dar un seguimiento constante y focalizado en torno al rendimiento y aprovechamiento de la tienda virtual.

3.3 Diagrama de procesos

Ilustración 11: Diagrama de procesos



3.4 Listado de máquinas, equipos y herramientas.

Tabla 13: Muebles de oficina

MUEBLES DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO TOTAL
AREA ADMINISTRATIVA			
Escritorio	1	\$ 60.00	\$ 60.00
Silla	1	\$ 48.00	\$ 48.00
Cómoda de 3 cajones	1	\$ 27.50	\$ 27.50
TOTAL DE AREA ADMINISTRATIVA			\$ 135.50
AREA CONTABILIDAD			
Escritorio	1	\$ 60.00	\$ 60.00
Silla	1	\$ 48.00	\$ 48.00
Cómoda de 5 cajones	1	\$ 33.00	\$ 33.00
TOTAL DE AREA CONTABILIDAD			\$ 141.00
AREA DE VENTAS			
Escritorio	1	\$ 60.00	\$ 60.00
Silla	1	\$ 48.00	\$ 48.00
TOTAL DE AREA VENTAS			\$ 108.00
TOTAL			\$ 384.50

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Tabla 14: Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO TOTAL
AREA ADMINISTRATIVA			
Impresora	1	\$ 256.00	\$ 256.00
Calculadora	3	\$ 8.00	\$ 24.00
Aire acondicionado	1	\$ 330.00	\$ 330.00
Televisión Samsung 32"	1	\$ 690.00	\$ 690.00
Telefono Vtech	1	\$ 76.00	\$ 76.00
TOTAL DE AREA ADMINISTRATIVA			\$ 1,376.00
TOTAL			\$ 1,376.00

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Tabla 15: Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO TOTAL
-------------------------------	-----------------	---------------	---------------------

AREA ADMINISTRATIVA				
Computadora	1	\$	250.00	\$ 250.00
Teclado	1	\$	12.00	\$ 12.00
Ratón	1	\$	8.00	\$ 8.00
UPS	1	\$	70.00	\$ 70.00
TOTAL DE AREA ADMINISTRATIVA				\$ 340.00
AREA CONTABILIDAD				
Computadora	1	\$	250.00	\$ 250.00
Teclado	1	\$	12.00	\$ 12.00
Ratón	1	\$	8.00	\$ 8.00
UPS	1	\$	70.00	\$ 70.00
TOTAL DE AREA CONTABILIDAD				\$ 340.00
AREA BODEGA				
Computadora	1	\$	250.00	\$ 250.00
Teclado	1	\$	12.00	\$ 12.00
Ratón	1	\$	8.00	\$ 8.00
UPS	1	\$	70.00	\$ 70.00
TOTAL DE AREA BODEGA				\$ 340.00
AREA VENTAS				
Computadora	1	\$	250.00	\$ 250.00
Teclado	1	\$	12.00	\$ 12.00
Ratón	1	\$	8.00	\$ 8.00
UPS	1	\$	70.00	\$ 70.00
TOTAL DE AREA VENTAS				\$ 340.00
TOTAL				\$ 1,360.00

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Tabla 16: Adecuaciones

ADECUACIONES	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
División de paredes (jipsum)	7	\$ 155.00	\$ 1,085.00
Pintado de paredes	1	\$ 280.00	\$ 280.00
Puerta	3	\$ 60.00	\$ 180.00
TOTAL DE ADECUACIONES			\$ 1,545.00
TOTAL			\$ 1,545.00

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Tabla 17: Servicios web

SERVICIOS WEB	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO TOTAL
----------------------	-----------------	---------------	---------------------

Dominio	1	\$	72.00	\$	72.00
Página web	1	\$	228.00	\$	228.00
TOTAL DE SERVICIOS WEB				\$	300.00
				TOTAL	\$ 300.00

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Tabla 18: Inmobiliario

INMOBILIARIO	CANTIDAD	PRECIO	EFFECTIVO
Mes de garantía	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Alquiler de local	1	\$ 500.00	\$ 500.00
TOTAL DE INMOBILIARIO			\$ 1,000.00
			TOTAL \$ 1,000.00

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Tabla 19: Vehículo

VEHICULO	PRECIO	TOTAL
Chevrolet D-MAX 1 cabina diesel 2011	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00
TOTAL DE VEHICULO		\$ 12,000.00
		TOTAL \$ 12,000.00

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Tabla 20: Total de inversión

TOTAL DE INVERSIÓN	
TOTAL MUEBLES DE OFICINA	\$ 384.50
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1,360.00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1,376.00
TOTAL ADECUACIONES	\$ 1,545.00
TOTAL SERVICIOS WEB	\$ 300.00
TOTAL INMOBILIARIO	\$ 1,000.00
TOTAL VEHICULO	\$ 12,000.00
TOTAL A INVERTIR	\$ 17,965.50

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

3.5 Listado de los proveedores.

Proveedor de página y dominio web:

- wix.com

Proveedor de llantas:

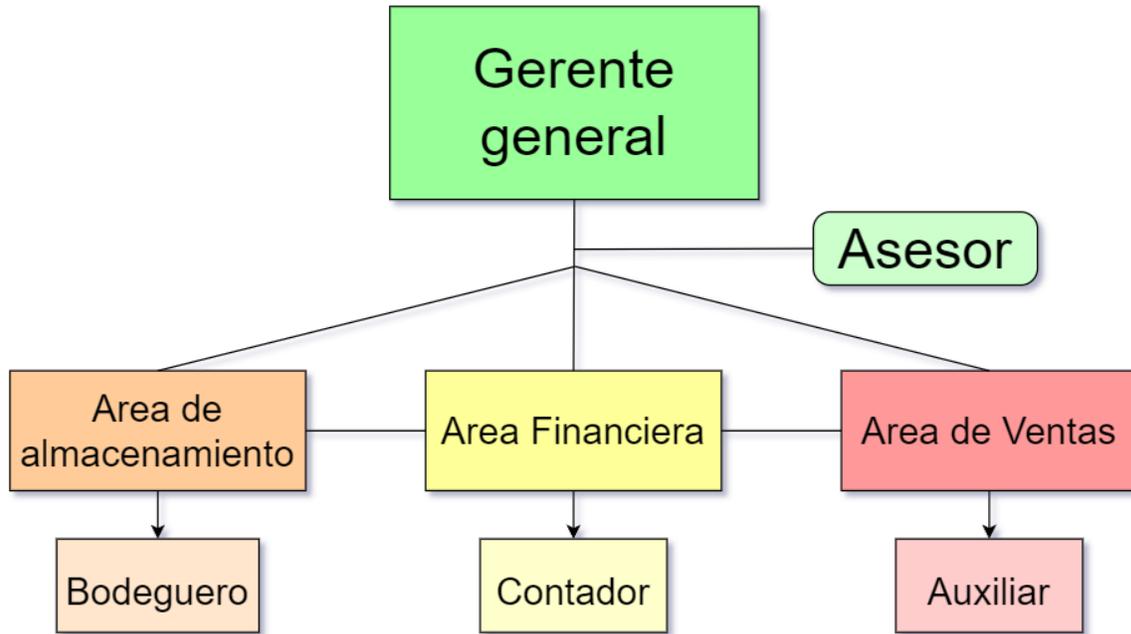
- Tractomaq (Guayaquil)
- Maxximundo (Cuenca)
- Stox (Cuenca)
- JCEV (Quito-Guayaquil-Cuenca)
- Estovan (Guayaquil)
- Tirexpress (Guayaquil)

Capítulo IV

4. Estudio Organizacional

4.1 Organigrama estructural y funcional

Ilustración 12: Organigrama estructural y funcional



4.2 Funciones según las responsabilidades de cada persona

Gerente

Es el encargado de planificar y dirigir la administración, también al grupo de trabajo, estar al tanto de las actividades que se realizan en la empresa, compra de la mercadería y de la toma de decisiones correctivas.

Asesor

Es el encargado de presentar y sugerir a modo de recomendación las opciones más convenientes posibles para la empresa, también se encarga supervisar y es el encargado como segunda mano del gerente.

Auxiliar de ventas

Es el encargado de vender los productos o servicios que la empresa ofrezca a los clientes, también está encargado de la realización de tareas de marketing comercial y apoyar en los procesos previos a la venta.

Contador

Es el encargado de registrar los activos y pasivos, en ocasiones, realiza los pagos pertinentes como los salarios a los colaboradores, buscando mantener una armonía en la parte financiera de la empresa.

Bodeguero

Es el encargado de coordinar el conjunto de inventario para identificar los datos excedentes o faltantes reales, para posterior realizar las solicitudes de compra, también encargado de recibir, almacenar y despachar la mercadería.

4.3 Previsión de RRHH

Tabla 21: Previsión de RRHH

Cargo	Sueldo	Fondo de reserva	13°	14°	Aporte Patronal	Vacaciones	Cant
Gerente	\$ 500.00	\$ 41.65	\$ 41.67	\$ 37.50	\$ 47.25	\$ 268.75	1
Asesor	\$ 460.00	\$ 38.32	\$ 38.33	\$ 37.50	\$ 43.47	\$ 248.75	1
Contador	\$ 460.00	\$ 38.32	\$ 38.33	\$ 37.50	\$ 43.47	\$ 248.75	1
Auxiliar de ventas	\$ 450.00	\$ 37.49	\$ 37.50	\$ 37.50	\$ 42.53	\$ 243.75	1
Bodeguero	\$ 450.00	\$ 37.49	\$ 37.50	\$ 37.50	\$ 42.53	\$ 243.75	1
TOTAL							

Egreso mensual	Egreso anual
\$ 668.07	\$ 8,016.80
\$ 617.62	\$ 7,411.46
\$ 617.62	\$ 7,411.46
\$ 605.01	\$ 7,260.12
\$ 605.01	\$ 7,260.12
\$3,113.33	\$ 37,359.95

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Previsión de RRHH (por años)

Tabla 22: Previsión de RRHH (por años)

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 8,096.97	\$ 8,177.94	\$ 8,259.72	\$ 8,342.31	\$ 8,425.74
\$ 7,485.57	\$ 7,560.43	\$ 7,636.03	\$ 7,712.39	\$ 7,789.51
\$ 7,485.57	\$ 7,560.43	\$ 7,636.03	\$ 7,712.39	\$ 7,789.51
\$ 7,332.72	\$ 7,406.05	\$ 7,480.11	\$ 7,554.91	\$ 7,630.46
\$ 7,332.72	\$ 7,406.05	\$ 7,480.11	\$ 7,554.91	\$ 7,630.46
\$ 37,733.55	\$ 38,110.89	\$ 38,492.00	\$ 38,876.92	\$ 39,265.69

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Capítulo V

5. Estudio Legal y societario

5.1 Marco legal

Creación de un Registro único de contribuyentes (RUC) está formada con su forma jurídica en persona natura, dentro de su clasificación de “Contribuyente Negocio Popular – Régimen RIMPE”, esta forma está dada en torno a la declaración y pago del impuesto a la renta dentro de una configuración temporal anual, manteniendo valores de 0 a \$20,000.00 como límite para pertenecer a esta clasificación.

Registrar nombre

Cuando se tenga ya establecido dentro de la empresa el nombre que llevará, tocará constatar que el nombre no sea utilizado por otra empresa, por lo cual se verificará en la superintendencia de compañías.

Crear estatutos

Es la relación que la compañía se administrará en torno a la sociedad.

Abrir una cuenta bancaria

Se puede gestionar en cualquier banco, dentro de sus requerimientos están:

- Copia y original de cedula de ciudadanía.
- Capital mínimo de apertura de cuenta corriente de \$200.
- Copia de factura de agua, luz o teléfono fijo.
- Indicación referencial de dos personas sobre idoneidad económica y moral del solicitante.

Obtención de permisos municipales

Deberá presentarse en las instalaciones del municipio, el cual se registrará en la ciudad de creación del emprendimiento, se cancelará el patente municipal y el comprobante de cumplimiento de obligaciones.

Inscripción de compañía

En caso de tener una compañía en sociedad, se deberá registrar con la documentación respectiva en el registro mercantil de la ciudad donde se constituirá la empresa, con la finalidad de inscribirla en sociedad .

Obtención de registro único de contribuyentes

El registro único de contribuyentes, más conocido como RUC, se consigue en el servicio de rentas internas o por su siglas SRI, acto seguido llevar la documentación requerida:

- Presentar la identificación (cédula)
- Presentar el certificado de votación (valido el último en uso)
- Documento para el establecimiento de domicilio del contribuyente

Requerimientos suplentes al requisito básico:

- Presentar pasaporte ordinario
- Presentar certificado de presentación
- Presentar certificado de exención
- Presentar licencia de conducir

Las actividades económicas registradas en el registro único de contribuyentes son:

G45300002 – Venta al por menor de todo tipo de partes, componentes, suministros, herramientas y accesorios para vehículos automotrices como: neumáticos (llantas), cámaras de aire para neumáticos (tubos). incluye bujías, baterías, equipo de iluminación partes y piezas eléctricas.

G47300201 - venta al por menor de productos de limpieza, lubricantes y refrigerantes para vehículos automotores en establecimientos especializados.

5.2 Requisitos para su legitimidad

En la actualidad dentro del sistema laboral se maneja por dos estatutos.

- LA LOSEP (Ley orgánica de servidores y empleados públicos)
- El código de trabajo

La LOSEP es aplicable para todos los servidores que mantengan un cargo público, instituciones como CNEL, CNT, EPAM, entre otras, mientras que en el código de trabajo es aplicable para el sector privado, empresas exentas de intervención directa o nexos con el gobierno, en este se detallan tanto los derechos como sus obligaciones y responsabilidades de los colaboradores de una empresa como de sus altos mandos, la tienda virtual se registrará como una Pymes privada, manteniéndose en uso el código del trabajo.

- Certificado de registro único de contribuyentes (RUC).
- Registro único de contribuyentes, personas naturales, que está dado por el SRI.
- Establecido por el régimen impositivo “Contribuyente Negocio Popular – Régimen RIMPE”.

Respecto a los permisos municipales se presentará en la institución gubernamental en búsqueda del permiso de funcionamiento, requisitos requeridos:

- Solicitud de permiso de funcionamiento
- Copia del RUC
- Copia de Cédula de ciudadanía (representante legal)
- Copia de papeleta de votación (representante legal)

Para la obtención del permiso de bomberos, se deberá acudir a la institución “Benemérito cuerpo de Bomberos Manta” con la presentación de los documentos requeridos:

- Dos copias de cedula de identidad (representante legal)
- Dos copias de papeleta de votación (representante legal)

Capítulo VI

6. Estudio económico financiero

El estudio económico financiero nos brinda una mejor situación de capital que la empresa requiere con la finalidad que comience a funcionar y gestionar la constitución del financiamiento, el proyecto de emprendimiento va a tomar dos medidas de financiamiento, la primera será el financiamiento propio y como segundo método se recurrirá al financiamiento con instituciones bancarias.

“Con este estudio podrá analizar la rentabilidad que podrá esperar del proyecto. Además, le será de mucha utilidad a la hora de buscar financiación.” (Mademi, 2020).

Es también se lo conoce como “estudio de viabilidad”, se torna muy importante para el ámbito empresarial y emprendedores que buscan crear una empresa, con esta investigación se alcanzará a examinar la rentabilidad que se aguarda , también, sirve de mucha ayuda al momento de rastrear financiamiento bancario, porque como los números obtenidos del estudio las personas que buscan invertir estarán más convencidas de realizar dicha inversión.

6.2 Estructura de costos y gastos

Tabla 23: Estructura de costos y gastos

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	MENSUAL	ANUAL
GASTOS DE VENTAS		
Contador	\$ 617.62	\$ 7,411.44

Asesor	\$	617.62	\$	7,411.44
Auxiliar de ventas	\$	605.01	\$	7,260.12
Bodeguero	\$	605.01	\$	7,260.12
Sueldo de áreas operativas	\$	2,445.26	\$	29,343.12
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Energía eléctrica	\$	110.00	\$	1,320.00
Agua	\$	8.00	\$	96.00
Internet	\$	40.00	\$	480.00
Depreciación de activos	\$	258.88	\$	3,106.59
Mantenimiento de equipo de oficina	\$	10.00	\$	120.00
Gerente	\$	668.07	\$	8,016.84
Mantenimiento de equipo de computación	\$	30.00	\$	360.00
Arriendo de local	\$	500.00	\$	6,000.00
Total de gastos administrativos	\$	1,624.95	\$	19,499.43
Total de costos y gastos	\$	4,070.21	\$	48,842.55

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Tabla 24: Costos y gastos (mes)

MESES	COSTOS Y GASTOS
Enero	\$ 4,070.21
Febrero	\$ 4,070.21
Marzo	\$ 4,070.21
Abril	\$ 4,070.21
Mayo	\$ 4,070.21
Junio	\$ 4,070.21

Julio	\$	4,070.21
Agosto	\$	4,070.21
Septiembre	\$	4,070.21
Octubre	\$	4,070.21
Noviembre	\$	4,070.21
Diciembre	\$	4,070.21
Total	\$	48,842.55

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Tabla 25: Costos y gastos (años), 5% de crecimiento

AÑOS	COSTOS Y GASTOS
1	\$ 48,842.55
2	\$ 51,284.68
3	\$ 53,848.91
4	\$ 56,541.35
5	\$ 59,368.42
Total	\$ 269,885.91

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

6.3 Proyección de ventas

La proyección de ventas está basada en la demanda mensual y anual, por lo que se esperaría obtener un crecimiento anual del \$263,500.00 dólares de ventas el primer año, el 8% para el segundo año, seguido de un 10% para el tercer año, un 12% para el cuarto año y un incremento del 14% para el quinto año.

Tabla 26: Proyección ventas mensual

MESES	VENTAS
Enero	\$ 18,000.00
Febrero	\$ 18,500.00
Marzo	\$ 20,500.00
Abril	\$ 21,000.00
Mayo	\$ 21,500.00
Junio	\$ 22,000.00
Julio	\$ 22,000.00
Agosto	\$ 24,000.00
Septiembre	\$ 21,500.00
Octubre	\$ 22,000.00
Noviembre	\$ 24,500.00
Diciembre	\$ 28,000.00

Total **\$ 263,500.00**

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Tabla 27: Proyección de ventas (5 años)

AÑOS	CRECIMIENTO	
	PORCENTUAL	VENTAS
	POR AÑO	
año 1	-	\$ 263,500.00
año 2	8%	\$ 284,580.00
año 3	10%	\$ 313,038.00
año 4	12%	\$ 350,602.56
año 5	14%	\$ 399,686.92

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

6.4 Plan de Inversión

Tabla 28: Inversión activos

TOTAL DE INVERSIÓN	PORCENTAJE	
TOTAL MUEBLES DE OFICINA	\$ 384.50	2.14%
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1,360.00	7.57%
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1,376.00	7.66%
TOTAL ADECUACIONES	\$ 1,545.00	8.60%
TOTAL SERVICIOS WEB	\$ 300.00	1.67%
TOTAL INMOBILIARIO	\$ 1,000.00	5.57%

TOTAL VEHICULO	\$	12,000.00	66.79%
TOTAL A INVERTIR	\$	17,965.50	100%

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Seguidamente tenemos los activos diferidos que la tienda virtual necesita para su correcto funcionamiento.

Tabla 29: Activo diferido

Proceso		valor
Patente y búsqueda fonética	\$	427.00
Permisos de funcionamiento y bomberos	\$	300.00
Gastos de instalación de equipos	\$	139.00
Total	\$	866.00

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

En la tabla #30 se muestran los valores equivalentes a los costos y gastos que se requieren tanto mensual como anualmente para el funcionamiento del proyecto.

Tabla 30: Estructura de costos y gastos

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	MENSUAL	ANUAL
GASTOS DE VENTAS		
Contador	\$ 617.62	\$ 7,411.44
Asesor	\$ 617.62	\$ 7,411.44
Auxiliar de ventas	\$ 605.01	\$ 7,260.12
Bodeguero	\$ 605.01	\$ 7,260.12
Sueldo de áreas operativas	\$ 2,445.26	\$ 29,343.12

GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Energía eléctrica	\$	110.00	\$ 1,320.00
Agua	\$	8.00	\$ 96.00
Internet	\$	40.00	\$ 480.00
Depreciación de activos	\$	258.88	\$ 3,106.59
Mantenimiento de equipo de oficina	\$	10.00	\$ 120.00
Gerente	\$	668.07	\$ 8,016.84
Mantenimiento de equipo de computación	\$	30.00	\$ 360.00
Arriendo de local	\$	500.00	\$ 6,000.00
Total de gastos administrativos	\$	1,624.95	\$ 19,499.43
Total de costos y gastos	\$	4,070.21	\$ 48,842.55

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Con las tablas #28, #29 y la #30 los valores equivalentes de las tablas son representados en un plan de inversión, el cual está conformado de la siguiente manera:

Tabla 31: Inversión

INVERSIÓN		
Activo fijos	\$	17,965.50
Activos diferidos	\$	866.00
Capital de trabajo	\$	48,842.55
Total	\$	67,674.05

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

El proyecto de emprendimiento tiene una inversión total de \$65,884.30 dólares.

6.5 Líneas de financiamiento

Tabla 32: Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL		
Descripción	Valor	Porcentaje
Inversión de capital	\$ 35,884.30	54%
Financiamiento Bancario	\$ 30,000.00	46%
Total	\$ 65,884.30	100%

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Aquí se detallan los dos métodos de inversión, con un 54% en el proyecto en inversión de capital propio y un 46% de financiamiento bancario.

Tabla 33: Financiamiento bancario

Condiciones y costo total del crédito			
Plazo (meses):	48	Producto:	Pymes
Tasa interés nominal:	11.23%	Frecuencia de pago:	Mensual
Tipo de sistema de amortización:	Francés	Tipo de tasa:	Reajutable
Valor bien/vehículo:	N/A	Tasa contribución Solca:	0,5 %

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Tabla 34: Amortización financiamiento

Tabla de amortización						
Cuota	Fecha de pago	Capital	Interés	Seguro desg.	Valor cuota	Saldo
0	17-mar-2023	\$-	\$-	\$-	\$-	\$30,000.00
1	17-abr-2023	\$490.38	\$271.39	\$19.34	\$781.11	\$29,509.62
2	17-may-2023	\$494.63	\$276.16	\$19.67	\$790.46	\$29,014.99
3	17-jun-2023	\$499.58	\$271.53	\$19.35	\$790.46	\$28,515.41
4	17-jul-2023	\$504.59	\$266.86	\$19.01	\$790.46	\$28,010.82
5	17-ago-2023	\$509.65	\$262.13	\$18.68	\$790.46	\$27,501.17
6	17-sep-2023	\$514.76	\$257.36	\$18.34	\$790.46	\$26,986.41
7	17-oct-2023	\$519.92	\$252.55	\$17.99	\$790.46	\$26,466.49
8	17-nov-2023	\$525.13	\$247.68	\$17.65	\$790.46	\$25,941.36
9	17-dic-2023	\$530.40	\$242.77	\$17.29	\$790.46	\$25,410.96
10	17-ene-2024	\$535.72	\$237.80	\$16.94	\$790.46	\$24,875.24
11	17-feb-2024	\$541.09	\$232.79	\$16.58	\$790.46	\$24,334.15
12	17-mar-2024	\$546.51	\$227.73	\$16.22	\$790.46	\$23,787.64
13	17-abr-2024	\$551.99	\$222.61	\$15.86	\$790.46	\$23,235.65
14	17-may-2024	\$557.52	\$217.45	\$15.49	\$790.46	\$22,678.13
15	17-jun-2024	\$563.11	\$212.23	\$15.12	\$790.46	\$22,115.02
16	17-jul-2024	\$568.76	\$206.96	\$14.74	\$790.46	\$21,546.26
17	17-ago-2024	\$574.46	\$201.64	\$14.36	\$790.46	\$20,971.80
18	17-sep-2024	\$580.22	\$196.26	\$13.98	\$790.46	\$20,391.58
19	17-oct-2024	\$586.03	\$190.83	\$13.60	\$790.46	\$19,805.55
20	17-nov-2024	\$591.91	\$185.35	\$13.20	\$790.46	\$19,213.64
21	17-dic-2024	\$597.84	\$179.81	\$12.81	\$790.46	\$18,615.80
22	17-ene-2025	\$603.84	\$174.21	\$12.41	\$790.46	\$18,011.96

23	17-feb-2025	\$609.89	\$168.56	\$12.01	\$790.46	\$17,402.07
24	17-mar-2025	\$616.00	\$162.85	\$11.61	\$790.46	\$16,786.07
25	17-abr-2025	\$622.18	\$157.09	\$11.19	\$790.46	\$16,163.89
26	17-may-2025	\$628.42	\$151.27	\$10.77	\$790.46	\$15,535.47
27	17-jun-2025	\$634.72	\$145.39	\$10.35	\$790.46	\$14,900.75
28	17-jul-2025	\$641.08	\$139.45	\$9.93	\$790.46	\$14,259.67
29	17-ago-2025	\$647.51	\$133.45	\$9.50	\$790.46	\$13,612.16
30	17-sep-2025	\$654.00	\$127.39	\$9.07	\$790.46	\$12,958.16
31	17-oct-2025	\$660.55	\$121.27	\$8.64	\$790.46	\$12,297.61
32	17-nov-2025	\$667.18	\$115.09	\$8.19	\$790.46	\$11,630.43
33	17-dic-2025	\$673.86	\$108.84	\$7.76	\$790.46	\$10,956.57
34	17-ene-2026	\$680.62	\$102.53	\$7.31	\$790.46	\$10,275.95
35	17-feb-2026	\$687.44	\$96.17	\$6.85	\$790.46	\$9,588.51
36	17-mar-2026	\$694.34	\$89.73	\$6.39	\$790.46	\$8,894.17
37	17-abr-2026	\$701.30	\$83.23	\$5.93	\$790.46	\$8,192.87
38	17-may-2026	\$708.33	\$76.67	\$5.46	\$790.46	\$7,484.54
39	17-jun-2026	\$715.43	\$70.04	\$4.99	\$790.46	\$6,769.11
40	17-jul-2026	\$722.60	\$63.35	\$4.51	\$790.46	\$6,046.51
41	17-ago-2026	\$729.84	\$56.59	\$4.03	\$790.46	\$5,316.67
42	17-sep-2026	\$737.16	\$49.76	\$3.54	\$790.46	\$4,579.51
43	17-oct-2026	\$744.55	\$42.86	\$3.05	\$790.46	\$3,834.96
44	17-nov-2026	\$752.01	\$35.89	\$2.56	\$790.46	\$3,082.95
45	17-dic-2026	\$759.55	\$28.85	\$2.06	\$790.46	\$2,323.40
46	17-ene-2027	\$767.17	\$21.74	\$1.55	\$790.46	\$1,556.23
47	17-feb-2027	\$774.86	\$14.56	\$1.04	\$790.46	\$781.37
48	17-mar-2027	\$781.37	\$7.31	\$0.52	\$789.20	\$-

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

6.6 Flujo de caja proyectado (5 años)

Tabla 35: Flujo de caja proyectado

ESTADO DE FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Actividad operacional						
Ventas		\$ 263,500.00	\$ 284,580.00	\$ 313,038.00	\$ 350,602.56	\$ 399,686.92
Gastos de ventas		\$ 222,011.58	\$ 233,112.16	\$ 244,767.77	\$ 257,006.16	\$ 269,856.47
Costos de ventas		\$ 19,499.43	\$ 20,474.40	\$ 21,498.12	\$ 22,573.03	\$ 23,701.68
Participación de empleados (15%)		\$ 2,316.81	\$ 3,784.46	\$ 6,284.81	\$ 10,141.02	\$ 15,495.34
Impuesto a la renta (20%)		\$ 2,625.72	\$ 4,289.05	\$ 7,122.78	\$ 11,493.15	\$ 17,561.39
Total de actividad operacional		\$ 246,453.54	\$ 261,660.06	\$ 279,673.47	\$ 301,213.35	\$ 326,614.87
Actividad de inversión						
Activos fijos						
vehículo	\$ 12,000.00					
Inmobiliario	\$ 1,000.00					
Adecuaciones	\$ 1,545.00					
Equipos de computación	\$ 1,360.00					
Equipos de oficina	\$ 1,376.00					
Servicios web	\$ 300.00					
Muebles de oficina	\$ 384.50					
Total fijo	\$ 17,965.50					

Activo diferido												
Patente y búsqueda fonética	\$	427.00										
Permisos de funcionamiento y bomberos	\$	300.00										
Gastos de instalación de equipos	\$	139.00										
Total diferido	\$	866.00										
Total de actividad de inversión	\$	18,831.50										
Actividad de financiamiento												
Capital social	\$	37,674.05										
Financiamiento bancario	\$	30,000.00	\$	6,212.36	\$	7,001.57	\$	7,891.90	\$	8,894.17	\$	-
Gasto de financiamiento	\$	-	\$	3,263.81	\$	2,483.95	\$	1,593.62	\$	590.09	\$	-
Total de financiamiento	\$	67,674.05	\$	9,476.17	\$	9,485.52	\$	9,485.52	\$	9,484.26	\$	-
Total de flujo de efectivo	\$	48,842.55	\$	7,570.29	\$	13,434.42	\$	23,879.01	\$	39,904.95	\$	73,072.05
Flujo efectivo anterior			\$	48,842.55	\$	56,412.84	\$	69,847.26	\$	93,726.26	\$	133,631.21
Flujo de efectivo actual			\$	56,412.84	\$	69,847.26	\$	93,726.26	\$	133,631.21	\$	206,703.26

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Para la constatación del estado de resultados proyectados se tomó en cuenta la tabla #35 para incluir los ingresos por ventas y la tabla #25 de gastos y costos (anual) con un incremento de 5% por año

6.7 Estado de resultados proyectados (5 años)

Tabla 36: Estado de resultados proyectados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 263,500.00	\$ 284,580.00	\$ 313,038.00	\$ 350,602.56	\$ 399,686.92
(-) Gastos de venta	\$ 222,011.58	\$ 233,112.16	\$ 244,767.77	\$ 257,006.16	\$ 269,856.47
(-) Pago a proveedores	\$ 192,668.46	\$ 202,301.88	\$ 212,416.98	\$ 223,037.83	\$ 234,189.72
(-) Sueldos y salarios	\$ 29,343.12	\$ 30,810.28	\$ 32,350.79	\$ 33,968.33	\$ 35,666.75
Utilidad Bruta	\$ 41,488.42	\$ 51,467.84	\$ 68,270.23	\$ 93,596.40	\$ 129,830.45
(-) Gastos administrativos	\$ 19,499.43	\$ 20,474.40	\$ 21,498.12	\$ 22,573.03	\$ 23,701.68
Gastos de depreciación	\$ 3,106.59	\$ 3,106.59	\$ 3,106.59	\$ 2,653.30	\$ 2,653.30
Gastos de amortización	\$ 173.20	\$ 173.20	\$ 173.20	\$ 173.20	\$ 173.20
Utilidad operacional	\$ 18,709.20	\$ 27,713.65	\$ 43,492.32	\$ 68,196.88	\$ 103,302.28
Obligaciones financieras	\$ 3,263.81	\$ 2,483.95	\$ 1,593.62	\$ 590.09	\$ -
Utilidad antes de impuestos	\$ 15,445.39	\$ 25,229.70	\$ 41,898.70	\$ 67,606.79	\$ 103,302.28
Participación de trabajadores (15%)	\$ 2,316.81	\$ 3,784.46	\$ 6,284.81	\$ 10,141.02	\$ 15,495.34
Utilidad antes de interés	\$ 13,128.58	\$ 21,445.25	\$ 35,613.90	\$ 57,465.77	\$ 87,806.94
Impuesto a la renta (20%)	\$ 2,625.72	\$ 4,289.05	\$ 7,122.78	\$ 11,493.15	\$ 17,561.39
Utilidad del ejercicio	\$ 10,502.87	\$ 17,156.20	\$ 28,491.12	\$ 45,972.62	\$ 70,245.55
Reservas					
Reserva legal 10%	\$ 1,050.29	\$ 1,715.62	\$ 2,849.11	\$ 4,597.26	\$ 7,024.55
Valor neto	\$ 9,452.58	\$ 15,440.58	\$ 25,642.01	\$ 41,375.35	\$ 63,220.99

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

6.8 Estado de situación financiera proyectado (5 años)

Tabla 37: Estado de situación financiera proyectado

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos						
Activos corriente						
Caja	\$48,842.55	\$56,412.84	\$69,847.26	\$93,726.26	\$133,631.21	\$206,703.26
Total de activo corriente	\$48,842.55	\$56,412.84	\$69,847.26	\$93,726.26	\$133,631.21	\$206,703.26
Activos fijo						
Vehículo	\$12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00
Adecuaciones	\$ 1,545.00	\$ 1,545.00	\$ 1,545.00	\$ 1,545.00	\$ 1,545.00	\$ 1,545.00
Inmobiliario	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Equipos de computación	\$ 1,360.00	\$ 1,360.00	\$ 1,360.00	\$ 1,360.00	\$ 1,360.00	\$ 1,360.00
Equipos de oficina	\$ 1,376.00	\$ 1,376.00	\$ 1,376.00	\$ 1,376.00	\$ 1,376.00	\$ 1,376.00
Servicios web	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
Muebles de oficina	\$ 384.50	\$ 384.50	\$ 384.50	\$ 384.50	\$ 384.50	\$ 384.50
Total fijo	\$17,965.50	\$ 17,965.50	\$ 17,965.50	\$ 17,965.50	\$ 17,965.50	\$ 17,965.50
Depreciación acumulada	\$ -	\$ 3,106.59	\$ 6,213.18	\$ 9,319.76	\$ 11,973.06	\$ 14,626.36
Total de activos fijos	\$ 17,965.50	\$ 14,858.91	\$ 11,752.32	\$ 8,645.74	\$ 5,992.44	\$ 3,339.14
Activos diferidos						
Patente y búsqueda fonética	\$ 427.00	\$ 427.00	\$ 427.00	\$ 427.00	\$ 427.00	\$ 427.00
Permisos de funcionamiento y bomberos	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
Gastos de instalación de equipos Computación	\$ 139.00	\$ 139.00	\$ 139.00	\$ 139.00	\$ 139.00	\$ 139.00
Total diferido	\$ 866.00	\$ 866.00	\$ 866.00	\$ 866.00	\$ 866.00	\$ 866.00
Amortización acumulada	\$ -	\$ 173.20	\$ 346.40	\$ 519.60	\$ 692.80	\$ 866.00
Total de activo diferido	\$ 866.00	\$ 692.80	\$ 519.60	\$ 346.40	\$ 173.20	\$ -

Total de activo	\$67,674.05	\$71,964.55	\$82,119.18	\$102,718.40	\$139,796.85	\$210,042.39
Pasivo						
Pasivo a largo plazo						
Crédito bancario	\$ 30,000.00	\$ 23,787.64	\$ 16,786.07	\$ 8,894.17	\$ -	\$ -
Total de pasivo a largo plazo	\$ 30,000.00	\$ 23,787.64	\$ 16,786.07	\$ 8,894.17	\$ -	\$ -
Total de pasivo	\$ 30,000.00	\$ 23,787.64	\$ 16,786.07	\$ 8,894.17	\$ -	\$ -
Patrimonio						
Capital social						
Capital social	\$ 37,674.05	\$ 37,674.05	\$ 37,674.05	\$ 37,674.05	\$ 37,674.05	\$ 37,674.05
Utilidad del ejercicio	\$ -	\$ 9,452.58	\$ 15,440.58	\$ 25,642.01	\$ 41,375.35	\$ 63,220.99
Utilidad retenida	\$ -	\$ -	\$ 9,452.58	\$ 24,893.16	\$ 50,535.16	\$ 91,910.52
Reserva legal	\$ -	\$ 1,050.29	\$ 1,715.62	\$ 2,849.11	\$ 4,597.26	\$ 7,024.55
Reserva acumulada	\$ -	\$ -	\$ 1,050.29	\$ 2,765.91	\$ 5,615.02	\$ 10,212.28
Total de patrimonio	\$ 37,674.05	\$ 48,176.91	\$ 65,333.11	\$ 93,824.23	\$ 139,796.85	\$ 210,042.39
Pasivo+Patrimonio	\$ 67,674.05	\$ 71,964.55	\$ 82,119.18	\$ 102,718.40	\$ 139,796.85	\$ 210,042.39

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Capítulo VII

7. Evaluación financiera

7.1 VAN

“El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN)” (Morales, 2022)

Víctor Morales nos dice que el VAN lo considera como un criterio para invertir, que se basa en la conjunción de los flujos de efectivo en la actualización de pagos y cobros de una inversión o proyecto con la finalidad de conocer si la inversión va a ser factible en torno a la concesión de valores positivos o negativos del VAN, es conocido como “Valor actual neto” o también se puede encontrar como VPN “valor presente neto”.

Tabla 38: Costo de oportunidad (VAN)

COSTO DE OPORTUNIDAD	
CAA	Capital aportado por los accionistas
Ke	Costo de oportunidad de los accionistas
Kd	Costo Financiero
D	Financiamiento Externo
T	Tasa efectiva de impuestos

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Tabla 39: Costo de oportunidad valores (VAN)

COSTO DE OPORTUNIDAD	
CAA	\$37,674.05
D	\$30,000.00
Ke	5%

Kd	11.83%
T	36.25%

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

VAN también sirve para determinar cuál de los proyectos es más rentable. (Esan, 2017)

Tabla 40: VAN

INVERSIÓN/CAPITAL INICIAL					
	FC AÑO1	FC AÑO2	FC AÑO3	FC AÑO4	FC AÑO5
\$67,674.05	\$7,570.29	\$13,434.42	\$23,879.01	\$39,904.95	\$73,072.05

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

La tabla nos demuestra que el resultado del VAN varía dependiendo de la tasa que se establecen en el país, las cuales cambian, dependiendo del tiempo que se van a establecer, con una mayor aplicación mensual, los resultados obtenidos nos dan a ver que el valor actual neto tiene ingresos positivos dentro de los 5 años proyectados de \$69,032.37, al ser un valor positivo, podemos determinar que el proyecto es rentable.

7.2 TIR

“La tasa interna de retorno (TIR) es la rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.” (Andrés Sevilla Arias, 2014)

Según Andrés Sevilla dice que la tasa interna de retorno es el nivel de rentabilidad que tiene el proyecto para el retorno de inversión, medido como porcentaje del monto no deducido del proyecto de emprendimiento.

Tabla 41: TIR

INVERSIÓN/CAPITAL INICIAL					
	FC AÑO1	FC AÑO2	FC AÑO3	FC AÑO4	FC AÑO5

\$67,674.05	\$7,570.29	\$13,434.42	\$23,879.01	\$39,904.95	\$73,072.05
-------------	------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

De acuerdo con lo anterior, se puede explicar que las inversiones en el proyecto son activas y generan ingresos desde el primer año, es decir, esto significa que gana el 27,62% de la inversión inicial y es un proyecto viable.

Después de calcular la tasa de interés interna y los resultados de la comparación de intereses podemos pagar intereses anuales sobre financiamiento bancario equivalente al 11.83% de tasa de interés efectiva anual, demostrando que el proyecto de emprendimiento es factible porque puede abarcar sus obligaciones financieras.

Tabla 42: pyback

PYBACK	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
FLUJO DE CAJA (NETO)	\$48,842.55	\$7,570.29	\$13,434.42	\$ 23,879.01
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	\$48,842.55	\$56,412.84	\$69,847.26	\$ 93,726.26

AÑO 4	AÑO 5
\$39,904.95	\$73,072.05
\$133,631.21	\$206,703.26

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

7.3 Relación beneficio/costo (RBC)

Tabla 43: Relación beneficio / costo (RBC)

RBC	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
BENEFICIO	\$-	\$263,500.00	\$284,580.00	\$ 313,038.00

COSTOS	\$67,674.05	\$241,511.01	\$253,586.56	\$ 266,265.89
--------	-------------	--------------	--------------	---------------

AÑO 4	AÑO 5
\$350,602.56	\$399,686.92
\$279,579.18	\$293,558.14

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

En torno a la relación coste/beneficio, el resultado tiene que ser mayor al valor 1, por lo que en este proyecto nos dio una relación C/B de 1.14, lo que nos da a notar que el proyecto es viable.

7.4 Razones financieras

7.4.1 Liquidez

La liquidez hace referencia a simplicidad a la cual un activo puede volverse en dinero en efectivo, teniendo esto en cuenta podemos explicarlo como si se mantuviera una caja fuerte con dinero dentro de ella, como depósitos mensuales, dentro de la empresa, esta sería considerada como una liquidez de alto rango debido a que es muy accesible convertirla en efectivo en casos que la empresa lo necesite.

Tabla 44: Liquidez

RELACIÓN CORRIENTE O DE LIQUIDEZ	
RELACIÓN CORRIENTE	ACTIVO CORRIENTE PASIVO CORRIENTE
R. DEUDA / ACTIVOS	\$ 56,412.84 \$ 23,787.64
R. DEUDA / ACTIVOS	2.37

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Liquidez. > 1 = Cuenta con liquidez

Liquidez.< 1 = Limitaciones de liquidez

La tabla nos da a notar que en este proyecto de emprendimiento, la liquidez que la empresa mantiene es de 2.34, por lo que es mayor que 1, por lo tanto podemos asegurar que este proyecto cuenta con una liquidez buena.

7.4.2 Endeudamiento

“El endeudamiento ocurre cuando solicitamos un crédito y debemos pagar ciertas cantidades de dinero periódicamente para cancelar el dinero prestado, y si son varios créditos, es la suma de todas estas cantidades.” (Maisterst, 2020)

Según Maisterst considera que es cuando adquirimos una financiación bancaria y por consecuente debemos pagar las letras del préstamo, de manera mensual, bimensual, etc, con el fin de poder cancelar el financiamiento al banco y que de igual manera si son varios prestamos, sería la suma de todos los valores.

Tabla 45: Endeudamiento (Deuda/activos)

RAZÓN DEUDA A ACTIVOS	
R. DEUDA / ACTIVOS	PASIVO TOTAL ACTIVO TOTAL
R. DEUDA / ACTIVOS	\$ 23,787.64 \$ 71,964.55
R. DEUDA / ACTIVOS	0.330546616
	33%

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

La tabla nos da a notar si la empresa es capaz de solventar las obligaciones que tiene a largo tiempo, podemos ver que el proyecto tiene un 33% de pasivo en comparación con el capital, por lo cual si puede solventar estas obligaciones a largo tiempo.

Tabla 46: Endeudamiento (deuda/capital)

RAZÓN DEUDA CAPITAL	
R. DEUDA / CAPITAL	PASIVO TOTAL PATRIMONIO
R. DEUDA / CAPITAL	\$ 23,787.64 \$ 48,176.91
R. DEUDA / CAPITAL	0.493755986
	0.49

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

La tabla nos da a notar que la razón deuda capital que nos arroja es de 0.50, por ende es menor a 1, por lo que nos dice que si la razón d/c es menor que 1 el pasivo es menor que el patrimonio.

7.4.3 Rentabilidad

La rentabilidad es la ganancia que se genera de una inversión, ya deducido lo aportado, dividiéndose la ganancia generada para el capital inicial, en este se incorpora las perdidas o beneficios del capital.

Tabla 47: Rentabilidad (Rendimiento sobre capital)

RENDIMIENTO SOBRE CAPITAL	
RENDIMIENTO SOBRE CAPITAL =	UTILIDAD NETA CAPITAL SOCIAL
RENDIMIENTO SOBRE CAPITAL =	\$ 9,452.58

	\$ 37,674.05
RENDIMIENTO SOBRE CAPITAL	0.250904283
	25%

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

La tabla nos da a notar el proyecto de emprendimiento tiene una utilidad neta del 29% del capital social, lo cual nos da a entender que al realizar una inversión en este proyecto obtendrá el retorno de capital en 3 años y medio, pasado este tiempo ganancias post inversión.

Tabla 48: Rentabilidad con margen de utilidad neta

RENTABILIDAD CON MARGEN DE UTILIDAD NETA	
MARGEN DE UTILIDAD NETA	UTILIDAD NETA VENTAS
MARGEN DE UTILIDAD NETA	\$ 9,452.58
	\$ 263,500.00
MARGEN DE UTILIDAD NETA	0.035873169
	4%

Elaborado por: Riofrio Intriago Cristhian

Esta tabla nos da a notar que el proyecto de emprendimiento generará de ganancia neta el 4% de las ventas del año, siendo positivo debido a que es el valor después de impuestos, podemos ver que la empresa genera utilidades positivas que nos da un índice bueno de rentabilidad.

8. Conclusiones y Recomendaciones

8.1 Conclusiones

1. La situación del proyecto de emprendimiento es muy favorable, debido a que, en la encuesta realizada, el mercado es mayor al cincuenta porciento que se inclinó por el interés de comprar neumáticos de manera online, aplicando diferentes estrategias de plaza, de promoción, entre otras, logrando una rentabilidad positiva.
2. Cuando el proyecto ya se encuentre en ejecución, se evidenciará el proceso desarrollado, dando conocimiento sobre las diferentes etapas que se llevan a cabo, también la administración buscará según los requerimientos del proyecto, estar actualizados en las nuevas tecnologías y herramientas que permitan mejorar los procesos de la tienda virtual.
3. Por medio del estudio financiero podemos determinar la factibilidad del proyecto debido a los valores positivos en el VAN y el TIR, así como los valores resultantes de la rentabilidad y la liquidez, por lo cual el proyecto de emprendimiento es viable con una mayor rentabilidad financiera a partir del 3er año de operaciones.
4. En conclusión según el estudio de mercado el proyecto resulta factible y aceptable para el público, en temas económicos el proyecto mantiene valores acorde a lo esperado en un negocio rentable, conociendo los diferentes procesos que se llevaran a cabo dentro de la tienda virtual y con una administración capaz de solventar las diferentes circunstancias, este proyecto es viable.

8.2 Recomendaciones

1. Se recomienda dar inicio al emprendimiento motivo por el cual se determinó como un proyecto viable y rentable, manteniendo un muy buen porcentaje de aceptación en la compra de neumáticos en línea
2. Se sugiere generar una base de estructura organizacional consolidada para así alcanzar objetivos como una demanda más grande, buscando capacitar a los colaboradores y la mejora continua de sus procesos.
3. Revisar de manera constante los valores del VAN, TIR, liquidez y rentabilidad con el fin de conocer la situación financiera de la empresa, creando nuevos objetivos y estrategias que permitan mejorar la rentabilidad del proyecto de emprendimiento.
4. Se recomienda aplicar los estudios realizados en este proyecto como base para el inicio de operaciones, mejorando su estructura organizacional consolidándola en el menor tiempo posible, aplicando diferentes estrategias de marketing para lograr incrementar las ventas e innovando de manera constante en sus procesos buscando estar a la vanguardia de lo que la sociedad paulatinamente requiera.

9. Bibliografía

Andrés Sevilla Arias, C. (2014, Julio 15). *ECONOMIPEDIA*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

click, E. (2022, Noviembre 25). *ergonomia.lineaprevencion.com*. Obtenido de

<https://ergonomia.lineaprevencion.com/ergonomia-en-construccion/factores-de-riesgo/condiciones-ambientales>

Colegio de ciencias y humanidades. (s.f.). *Portal Académico del CCH*. Obtenido de Universidad nacional autonoma de mexico (UNAM):

<https://portalacademico.cch.unam.mx/alumno/tlriid4/unidad2/proyectoDeInvestigacion/eleccionDelimitacion#:~:text=La%20delimitaci%C3%B3n%20es%20acotar%2C%20reducir,trabajo%20se%20llevar%20a%20varios%20a%20b%20los.>

David, V. (2017, Julio 21). *Puro Motores*. Obtenido de

<https://www.puromotores.com/13171302/que-son-las-llantas>

Esan, C. (2017, Enero 24). *ESAN GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS*. Obtenido de

<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van>

españa, C. d. (s.f.). *Camara de comercio de españa*. Obtenido de

<https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-innovar/analisis#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20externo%20se%20basa,ideas%20innovadoras%20para%20la%20organizaci%C3%B3n.>

ESTAÚN, M. (2020, Octubre 2). *iebschool*. Obtenido de

<https://www.iebschool.com/blog/marketing-mix-marketing-digital/>

INEC. (2022, Noviembre 12). *Instituto Nacional De Estadística y Censo*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

Instituto nacional de estadística y censo. (2010, noviembre 28). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>

Mademi. (2020, noviembre 28). *MADEMI Recursos administrativos contables*. Obtenido de <https://www.mademi.com/estudio-economico-financiero.html>

Maisterst. (2020, Mayo 15). *Rankia*. Obtenido de <https://www.rankia.cl/blog/ideas-emprendimiento-chile/4096656-que-endeudamiento-contabilidad>

minero, T. (2019, Octubre 31). *Tiempo minero* . Obtenido de <https://camiper.com/tiempominero-noticias-en-mineria-para-el-peru-y-el-mundo/planeamiento-estrategico-que-es-para-que-sirve/>

Morales, V. V. (2022, Noviembre 22). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

Quiroa, M. (2020, Febrero 7). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/segmento-de-mercado.html>

Romero, P. D. (2007, septiembre). *LA CULTURA, LOS VALORES EMPRESARIALES Y EL CAMBIO*. La Habana: Ingeniero Civil. Ingeniero Hidráulico. Doctor en Ciencias Técnicas. Profesor Titular. Investigador Titular. Master en Cálculo Estructural de Obras de Ingeniería. Master en Dirección Integrada de Proyectos. Diplomado en Dirección de Empresas. UCT Escambray.

10. Anexos



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y COMERCIO

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACION PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE LICENCIADO

EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TEMA:

IMPLEMENTACIÓN E-COMMERCE DE UNA TIENDA VIRTUAL PARA LA VENTA DE

NEUMATICOS EN LA CIUDAD DE MANTA

DATOS PERSONALES

GENERO

Masculino

Femenino

Otro

EDAD

18 – 30 años

31 – 40 años

41 – 50 años

Mayor a 51 años

ANTECEDENTES DE COMPRA ONLINE

1. ¿Cada que tiempo realiza usted una compra online?

- Nunca
- 1-5 compras anuales
- 6-10 compras anuales
- 11-20 compras anuales
- Más de 21 compras anuales

2. ¿Se siente seguro al realizar una compra online?

- Nada seguro
- Poco seguro
- Medianamente seguro
- Completamente seguro

3. ¿Cuáles son los métodos de pagos que usted utiliza o utilizaría al realizar una compra online?

- Trasferencia bancaria
- Tarjeta de crédito/débito
- Sistemas de pagos en línea (PayPal).
- Otros

4. ¿Qué plataforma usa para la compra de productos online?

- Apps de mensajería (WhatsApp, Messenger, Redes sociales)
- Aplicaciones móviles
- Páginas web
- Otros

ANTECEDENTES DE COMPRAS DE NEUMÁTICOS

5. ¿Estaría interesado en la compra de neumáticos de manera online?

Estoy interesado

No estoy interesado

6. ¿Cuál sería su preferencia al momento de comprar neumáticos en línea?

Llantas lisas (H/T), solo asfalto.

Llantas mixtas (A/T), mitad asfalto, mitad caminos de tierra.

Llantas Pupos (M/T), caminos de tierra, lodo, ríos, etc...

7. ¿Con que frecuencia cambia Neumáticos?

1 vez cada 2 años

1 vez al año

2 veces al año

3 o más veces al año

8. ¿Por qué comprarías neumáticos?

Precio

Calidad

Deportivo

Durabilidad

Marca

RESULTADO

Sitio web computadoras

Página principal de inicio



The screenshot shows the homepage of R&R Neumáticos y Lubricantes. At the top center is the company logo, which features the letters 'RR' in a stylized font with a tire tread pattern, and the text 'NEUMÁTICOS Y LUBRICANTES' below it. Underneath the logo, the company name 'R&R NEUMÁTICOS Y LUBRICANTES' is written in a clean, sans-serif font. Below the company name is a navigation bar with the following elements: a small ID number '099641761 - 096478061', a home icon, and three menu items: 'Inicio', 'Llantas', and 'Acerca de'. To the right of the navigation bar are icons for location, a mobile app, and a social media link. The main content area features a large, bold headline: 'R&R NEUMÁTICOS Y LUBRICANTES TE DA LA BIENVENIDA'. Below the headline is a smaller tagline: 'Comprometidos con la excelencia'. A large, high-quality photograph of several tires is displayed in the center. At the bottom of the page, there is a product carousel with four items, each showing a tire on a wheel and its price:

Producto	Precio
Llanta CST 185/60 R14 Car20	\$76.00
Llanta Gt Radial 185/60 R14 Maxtour	\$78.00
Llanta Mazzini 195/65 R15 Eco605	\$65.00
Llanta Centara 195/65 R15 VeniTaxi	\$80.00



R&R NEUMÁTICOS Y LUBRICANTES

0996341761 - 0986780661

[Inicio](#) [Llantas](#) [Acerca de](#)

[📍](#) [👤](#) [Iniciar sesión](#)

Filtro

Category

All

Rin 15

Rin 14

Price

\$65.00 \$97.00

Ordenar por



Llanta CST 185/60 R14 Cs920 Campeón
\$78.00



Llanta Gt Radial 185/60 R14 Maxtour
\$78.00



R&R NEUMÁTICOS Y LUBRICANTES

096341761 - 096378061

[Inicio](#) [Llantas](#) [Acerca de](#)

[Inicio](#)

R&R NEUMÁTICOS Y LUBRICANTES

Quiénes somos

Somos una empresa comercializadora de neumáticos, estamos comprometidos con ofrecer productos de alta calidad, servicios excepcionales y sin comparación para que nuestros clientes siempre vuelvan. Nunca dejamos de mejorar y constantemente ampliamos nuestra oferta para atender a los habitantes de Maná.

Mira nuestra página y contáctanos para cualquier duda. En R&R Neumáticos y lubricantes estamos aquí para ti.



VISIÓN

Ser la comercializadora con el stock más completo de venta de neumáticos de Maná. Cubriendo la mayor cantidad de población mediante los diferentes recursos tecnológicos y humanos, mostrándonos como la mejor opción para nuestros clientes.

MISIÓN

Ser una empresa capaz de solucionar y atender las necesidades del cliente, manejando nuestro capital humano de manera honesta y justa, siempre comprometidos con nuestra visión y mejoras en innovación.

Sitio web Móvil



Únete a la Wixapp 



VISIÓN

Ser la comercializadora con el stock más completo de venta de neumáticos de Manta. Cubriendo la mayor cantidad de población mediante los diferentes recursos tecnológicos y humanos, mostrándolos como la mejor opción para nuestros clientes.



Inicio

Llantas

Acerca de



0996341761 - 0986780661

