



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

Facultad Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS DE
VEHÍCULOS CHINOS PARA LA CIUDAD DE MANTA**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

Economista

AUTORES:

Escobar Macías David

Dávila Cedeño Brayan Joel

DIRECTOR

Ing. Carlos Muñoz Rodríguez, Mg.

MANTA-MANABI-ECUADOR

2024 (1)

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Facultad Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar de la Matriz Manta de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular el proyecto de inversión bajo la autoría de los estudiantes Dávila Cedeño Brayan Joel y Escobar Macías David, legalmente matriculados en la carrera de Economía, período académico 2023-2024, cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto de inversión es "Proyecto de inversión para la creación de una empresa comercializadora de repuestos de vehículos chinos para la ciudad de manta".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad de este, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

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

Manta, 24 de julio de 2024.

Lo certifico,



Ing. Carlos Muñoz Rodríguez, Mg
Docente Tutor(a)
Área: Ciencias Sociales

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

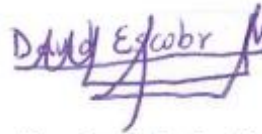
Dávila Cedeño Brayan Joel y Escobar Macías David, declaramos que el contenido en el presente trabajo de titulación, **“Proyecto de inversión para la creación de una empresa comercializadora de repuestos de vehículos chinos para la ciudad”**, Ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros, conforme a las citas y pie de las paginas que constan en el documento cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Los análisis, resultados, conclusiones y recomendaciones obtenidas de un amplio estudio son únicos y exclusivos responsabilidad de los autores, las cuales no pueden ser modificadas sin la debida autorización de estos.

A través de esta declaración, cedemos esta investigación a la Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí” para que la utilice como estime conveniente, según lo establecido por leyes y reglamentos estipulados, por la normativa institucional vigente.



Sr. Dávila Cedeño Brayan Joel



Sr. Escobar Macías David

DEDICATORIA

Dedico esta tesis, en primer lugar, a Dios, cuya guía y fortaleza han sido esenciales en mi vida. Agradezco Su amor incondicional y Su sabiduría, que me han acompañado en cada paso de este camino. Todo lo que he logrado se lo debo a Él.

A mis padres, con todo mi amor y gratitud. Ustedes han sido mi roca, mi refugio y mi mayor apoyo. Su sacrificio, amor incondicional, y fe en mí me han dado la fuerza para superar cada obstáculo. Este logro es tan suyo como mío, pues sin su presencia constante, nada de esto habría sido posible.

A mis hermanos, por ser compañeros de vida y por estar siempre a mi lado, compartiendo alegrías y dificultades. Su apoyo y confianza en mí han sido una motivación constante.

A mi abuela, cuyo amor, sabiduría y ejemplo han sido una inspiración inigualable. Gracias por enseñarme a ser perseverante y por ser siempre un pilar de cariño y consejo en mi vida.

A mi pareja, por su amor, paciencia, y apoyo incondicional. Gracias por estar a mi lado en los momentos más difíciles y por celebrar conmigo cada pequeño logro. Tu presencia en mi vida ha sido un regalo invaluable.

Finalmente, a mis amigos, quienes han estado a mi lado en este viaje. Gracias por los momentos compartidos, por sus palabras de aliento y por hacer de este camino algo mucho más llevadero. Su amistad ha sido un soporte fundamental y les dedico este logro con sincero aprecio.

Brayan Joel Dávila Cedeño

Dedico esta tesis con todo mi corazón a mi madre, cuyo amor, apoyo y sacrificio han sido la luz que ha guiado cada paso de este camino. Tu fortaleza y aliento constante me han dado la fuerza para superar cada desafío y alcanzar este logro. Eres la inspiración detrás de mi esfuerzo y el pilar sobre el que he construido mis sueños.

A mis amigos más leales, que han estado a mi lado en cada momento de duda y en cada victoria, gracias por ser una fuente constante de apoyo y motivación. Vuestra presencia, ayuda y ánimo han sido fundamentales para que pudiera completar este proyecto. Esta tesis también es un reflejo de nuestra amistad y de lo que se puede lograr cuando se tiene un círculo de apoyo tan valioso.

A ambos, mi gratitud eterna y mi más profundo agradecimiento.

David Escobar Macías

AGRADECIMIENTO

Primero que todo, quiero agradecer a Dios por darme la fuerza, la sabiduría y la perseverancia para alcanzar esta meta. Su guía constante ha sido mi luz en los momentos de incertidumbre y mi consuelo en las dificultades.

A mis padres, quienes han sido mi pilar incondicional. A mi papá, por enseñarme el valor del trabajo duro y la dedicación, y a mi mamá, por su amor incondicional y por ser mi fuente inagotable de ánimo y apoyo. Gracias por creer en mí incluso cuando yo dudaba, y por estar siempre a mi lado en cada paso de este camino.

A mis hermanos, quienes han sido mis compañeros de vida y han compartido conmigo tanto las alegrías como los desafíos. Su apoyo, cariño y confianza en mí me han motivado a seguir adelante, y me han demostrado el verdadero significado de la familia.

A mi abuela, por ser inspiración para mí. Gracias por enseñarme la importancia de la perseverancia y por ser una presencia constante en mi vida.

Finalmente, quiero agradecer a mi pareja y amigos que han contribuido en este logro, profesores y compañeros que cada uno de ustedes ha dejado una huella en este camino, y por ello, estaré eternamente agradecido.

Brayan Joel Dávila Cedeño

En primer lugar, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi madre, cuya amorosa presencia y constante apoyo han sido el sostén fundamental en cada etapa de este proyecto. Tu confianza en mí y tu sacrificio incansable han sido la inspiración que me ha impulsado a seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles. Esta tesis es tanto tuya como mía, y no podría haber llegado hasta aquí sin tu amor y dedicación.

A mis docentes, quiero reconocer y agradecer sinceramente por su valiosa guía y enseñanza a lo largo de mi carrera universitaria. Cada uno de ustedes ha contribuido de manera significativa a mi formación académica y personal. Sus consejos, conocimientos y el compromiso con la excelencia han sido claves para el desarrollo de este trabajo y para mi crecimiento como estudiante y profesional.

A mis amigos, cuyo ánimo y apoyo han sido invaluable durante este proceso, gracias por estar siempre presentes, ofreciendo palabras de aliento y siendo una fuente constante de motivación. Su compañía y comprensión han hecho que este camino sea más llevadero y menos solitario. Cada palabra de aliento y cada gesto de apoyo han sido fundamentales para llegar a la culminación de este proyecto.

A todos ustedes, mi más sincero agradecimiento. Esta tesis es el resultado de un esfuerzo colectivo, y estoy profundamente agradecido por el papel que cada uno ha desempeñado en este viaje.

David Escobar Macías

Índice

Resumen	11
Introducción.....	12
1 Capítulo 1: Estudio Estratégico	14
1.1 Análisis Estratégico	14
1.1.1 Análisis del Macroentorno.....	14
1.1.2 Análisis de la industria	17
1.1.3 Análisis FODA	18
1.1.4 Visión y Misión	21
1.1.5 Objetivos estratégicos.....	21
1.1.6 Estrategias.....	22
1.1.7 Sistema de valores	23
2 Capítulo 2: Estudio de Mercado	24
2.1 Análisis del mercado de referencia.....	24
2.1.1 Análisis y Cuantificación de la Demanda Actual y Futura.....	25
2.1.2 Análisis y Cuantificación de la oferta Actual y Futura.....	30
2.1.3 Cuantificación de la demanda insatisfecha Actual y Futura.....	32
2.1.4 Determinación de la demanda que atenderá el proyecto.	33
2.2 Plan comercial.....	34
2.2.1 Objetivo del plan comercial.....	35
2.2.2 Segmentos de mercado	35
2.2.3 Producto.....	39
2.2.4 Precio	40
2.2.5 Plaza o distribución	40
2.2.6 Promoción.....	41
2.2.7 Presupuesto de marketing.....	43
3 Capítulo 3: Estudio técnico-organizacional.....	45
3.1 Estudio Técnico	45
3.1.1 Capacidad de almacenamiento	45
3.1.2 Plan de comercialización	46
3.1.3 Localización.....	47
3.1.4 Ingeniería en proceso comercial	48
3.1.5 Requerimiento de mano de obra directa	50

3.1.6	Requerimiento de activos fijos para área operativa.....	50
3.1.7	Distribución de instalaciones Layout	51
3.2	Estudio Organizacional.....	52
3.2.1	Datos generales de la empresa.....	52
3.2.2	Arquitectura organizacional: Organigrama	53
3.2.3	Distribución de funciones y responsabilidades	53
3.2.4	Requerimientos de activos fijos para áreas administrativas	55
3.2.5	Requerimientos de personal para área administrativa	56
4	Capítulo 4: Estudio Financiero	57
4.1	Horizonte del tiempo del plan financiero	57
4.2	Plan de inversión.....	57
4.3	Flujo de Depreciaciones, Amortizaciones y Valor de Salvamento	58
4.3.1	Plan de financiamiento	59
4.3.2	Tabla de Amortización.....	59
4.4	4.4 Proyecciones de ingresos operacionales	61
4.5	Proyección de costos y gastos operacionales.....	62
4.6	Estado de pérdidas y ganancias	64
4.7	Balance general del proyecto	65
5	Capítulo 5: Evaluación.	66
5.1	Evaluación financiera.	66
5.1.1	Ratios financieros.	66
5.1.2	Costos Variables	66
5.1.3	Costo Fijo	70
5.1.4	Punto de Equilibrio.....	70
5.1.5	Flujos fondos del proyecto.	72
5.1.6	Costo promedio ponderado de capital WACC.....	74
5.1.7	Evaluación financiera del proyecto (VAN, TIR, PAYBACK).....	74
5.1.8	Análisis de sensibilidad y/o escenarios.	75
5.1.9	Análisis e interpretación de los resultados de la evaluación financiera. ..	75
5.2	Evaluación económica.	78
5.2.1	Flujo de fondos económicos.	79
5.2.2	Evaluación económica del proyecto (VAN, TIR, PAYBACK)	81
5.2.3	Análisis e interpretación de los resultados.	81

5.3	Análisis Ambiental.....	82
5.3.1	Plan de Mitigación ambiental.....	82
6	Conclusiones y Recomendaciones.....	83
6.1	Conclusiones.....	83
6.2	Recomendaciones.....	84
7	Bibliografía.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Las 5 fuerzas de Porter.....	18
Tabla 2	Análisis FODA.....	19
Tabla 3	Participación de los vehículos chinos en las ventas de la provincia de Manabí.....	26
Tabla 4	Concentración vehicular en la provincia de Manabí al año 2022.....	27
Tabla 5	Proyección de las ventas de vehículos chinos en la ciudad de Manta.....	29
Tabla 6	Cuantificación de la oferta actual.....	31
Tabla 7	Cuantificación aproximada de la oferta futura.....	31
Tabla 8	Cuantificación de la demanda insatisfecha actual.....	32
Tabla 9	Proyección de crecimiento dentro del mercado automotriz en Manta.....	34
Tabla 10	Ventas de vehículos chinos por tipo en la ciudad de Manta.....	36
Tabla 11	Presupuesto de Marketing.....	43
Tabla 12	Requerimiento de mano de obra directa.....	50
Tabla 13	Requerimiento de activos fijos para área operativa.....	50
Tabla 14	Requerimiento de equipos y muebles.....	50
Tabla 15	Datos organizacionales.....	52
Tabla 16	Distribución de responsabilidades.....	53
Tabla 17	Requerimientos de activos fijos para áreas administrativas.....	55
Tabla 18	Requerimiento de equipos y muebles.....	56
Tabla 19	Requerimiento de personal administrativo.....	56
Tabla 20	Detalle de inversión inicial.....	57
Tabla 21	Depreciación de activos fijos área administrativa.....	58
Tabla 22	Depreciación de activos fijos área operativa.....	58
Tabla 23	Amortización de acondicionamiento local.....	58
Tabla 24	Tabla de amortización del financiamiento.....	59
Tabla 25	Proyección de ingresos operacionales.....	61

Tabla 26 Nómina del personal	62
Tabla 27 Costos de ventas de mercaderías 3% incremento anual.....	62
Tabla 28 Presupuesto de gastos mensual y anual	63
Tabla 29 Proyección de gastos operacionales 2% incremento anual.....	63
Tabla 30 Estado de resultados del proyecto	64
Tabla 31 Estado de situación final del proyecto	65
Tabla 32 Ratios Financieros.....	66
Tabla 33 Costo variable Lubricantes	67
Tabla 34 Costo variable Sistema de Frenos	67
Tabla 35 Costo variable Sistema Eléctrico	67
Tabla 36 Costo variable Amortiguadores.....	67
Tabla 37 Costo variable Cauchos, Empaques, etc	67
Tabla 38 Costo variable Accesorios y Carrocerías	68
Tabla 39 Costo variable Filtros	68
Tabla 40 Costo variable Sistema Refrigeración.....	68
Tabla 41 Costo variable Retenedores y Rulimanes	68
Tabla 42 Costo variable Sistema de Propulsión.....	69
Tabla 43 Costo variable Sistema Hidráulico.....	69
Tabla 44 Costo variable Piezas de Motor	69
Tabla 45 Costo fijo.....	70
Tabla 46 Puntos de Equilibrios	71
Tabla 47 Flujo de Caja Proyectado	72
Tabla 48 Información Sobre el Costo de la Deuda	74
Tabla 49 Costo Promedio Ponderado de Capital	74
Tabla 50 Evaluación Financiera VAN, TIR, PAYBACK.....	75
Tabla 51 Escenarios posibles y Sensibilidad	75
Tabla 52 Flujo de Caja Sin Inversión Financiera.....	79
Tabla 53 VAN, TIR, PAYBACK Sin Inversión Financiera	81
Tabla 54 Impacto ambiental.....	82

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Distribución de vehículos chinos por tipo en la ciudad de Manta	37
Ilustración 2 Plan de comercialización	47
Ilustración 3 Localización del local comercial	48
Ilustración 4 Distribución de las instalaciones.....	51
Ilustración 5 Arquitectura organizacional.....	53

Resumen

Desde el año 2017 en Ecuador se ha visto un incremento progresivo de demanda por vehículos de origen chino, en el año 2023 los automotores chinos representaron el 40% de todos los vehículos que se vendieron en el país.

En la ciudad de Manta hay 4 almacenes reconocidos que se dedican a la comercialización de repuestos automotrices, los cuales su actividad principal según su CIU consiste en “venta de todo tipo de partes, componentes, suministros, herramientas y accesorios para vehículos automotores”.

En Manabí al año 2023 se vendieron 5639 vehículos, de los cuales 2256 unidades corresponden a automotores de origen chino, cifra que en términos porcentuales representa el 40% del total de las unidades vendidas, del cual el 27% se encuentra en Manta.

El presente trabajo es un proyecto de inversión destinado a la creación de una empresa comercializadora de repuestos para vehículos chinos con nombre PandaParts en la ciudad de Manta, donde se analiza la estrategia, el estudio técnico, la factibilidad y diferentes componentes, los cuales son primordiales para que los interesados en invertir en este proyecto sepan si es una inversión rentable.

PALABRAS CLAVE: Proyecto, Inversión, Vehículos chinos, Repuestos, Comercializador.

Introducción

Este presente proyecto de inversión tiene como objetivo determinar la factibilidad que tiene la creación de una empresa dedicada a la comercialización de repuestos para vehículos procedentes de China en la ciudad de Manta, teniendo un mercado potencial creciente, donde se existe una de las mayores concentraciones de automóviles.

En el proyecto se encuentran cinco capítulos donde se realiza el estudio estratégico, estudio de mercado, estudio técnico organizacional, estudio financiero y la respectiva evaluación de los valores.

El primer capítulo detalla la planificación estratégica del proyecto se evalúa el macroentorno el cual se encuentra, detallando las fortalezas y debilidades con las que cuenta el proyecto, analiza las amenazas y oportunidades que tiene al ingresar al mercado.

En el segundo capítulo se realiza el estudio de mercado donde se analiza la competencia, la demanda actual y futura, la demanda insatisfecha actual y futura, el plan comercial con el cual se va a contar

En el tercer capítulo se analiza el estudio técnico analizando la capacidad de almacenamiento, la localización preferencial en base a la encuesta realizada, la ingeniería en el proceso comercial, el estudio organizacional que va a contar con los datos generales de la empresa teniendo en cuenta los requerimientos de mano de obra y equipo y muebles.

Para continuar con el cuarto capítulo donde se centra en el estudio financiero detallando el plan de inversión, el plan de financiamiento, las proyecciones de ingresos, el balance general y estados de pérdida y ganancia

Por último, se cuenta con la evaluación tanto financiera como económica del proyecto permitiendo conocer las tasas de retorno, la factibilidad del proyecto y el flujo de caja.

1 Capítulo 1: Estudio Estratégico

1.1 Análisis Estratégico

1.1.1 Análisis del Macroentorno

En los últimos años, la presencia de vehículos chinos en Ecuador ha experimentado un notable aumento, generando un interés creciente en la comercialización de repuestos para estos automóviles. De acuerdo con cifras de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE), en el 2022, de todas las importaciones de vehículos que se realizaron, el 42,4% correspondía a China.

En comparación a las marcas tradicionales de vehículos en el mercado, los vehículos provenientes del país asiático son más accesibles para la persona promedio con un poder adquisitivo limitado. La recesión económica que presenta el Ecuador a partir de las políticas implementadas desde el Año 2017 en base a la reducción del gasto público hace que el país crezca a tasas menores, lo que representa que los ciudadanos limiten sus gastos.

Esto se ve reflejado en la reducción del consumo de los hogares, que ven difícil acceder a un vehículo de las marcas tradicionales que existen en el mercado. Lo cual conlleva a considerar el bien sustituto como postula la teoría microeconómica, en donde indica que el consumidor en base a su restricción presupuestaria busca un bien sustituto que satisfaga las mismas necesidades que el bien original.

El análisis PESTEL es una herramienta estratégica utilizada para identificar y analizar el entorno macroeconómico que afecta a una organización. Se centra en seis factores clave: Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales. (Parada, 2013)

A continuación, se realiza un análisis PESTEL en donde se analizan los factores que inciden en la dinámica empresarial y comercial del Ecuador.

1.1.1.1 Factores Políticos

La comercialización de repuestos para carros chinos en Ecuador se ve moldeada por un complejo entramado de factores políticos que van desde regulaciones de importación hasta la estabilidad política y las relaciones diplomáticas entre países. La comprensión y adaptación a estos factores son esenciales para las empresas que operan en este sector, la inestabilidad política crea un escenario de incertidumbre respecto a la recaudación tributaria ya que grabar aranceles a las importaciones son medidas que el estado impone para tener una mayor recaudación de impuestos.

Con el cambio de gobierno en noviembre de 2023 se ve un panorama alentador, debido a que en el plan de económico del nuevo presidente se evidencia una tendencia de libre mercado, en la cual se estimula las actividades comerciales internacionales, y una de las medidas adoptadas por estos modelos económicos es incentivar el comercio mediante la reducción de los aranceles que se graban a las importaciones de mercaderías provenientes de los países con los que se tienen acuerdos comerciales.

1.1.1.2 Factores Económicos

La comercialización de repuestos de vehículos chinos en Ecuador está fuertemente influenciada por diversos factores económicos que afectan el entorno empresarial y comercial. La competencia es muy fuerte entre los almacenes que se dedican a la comercialización de los repuestos chinos, por lo que para destacar en el mercado se deben implementar campañas de marketing y ofrecer un servicio de asesoramiento especializado para darle seguimiento personal a los clientes, y de esta forma establecer un canal de comunicación directo entre vendedor y comprador. Esto permitirá fidelizar a los clientes mediante la comunicación constante para conocer las

necesidades latentes y de esta manera poder ofertar los accesorios que más se adapten a sus requerimientos.

1.1.1.3 Factores Sociales

Los factores sociales desempeñan un papel crucial en el crecimiento económico de Ecuador, ya que impactan en diversos aspectos, desde la fuerza laboral hasta los patrones de consumo, lo cual puede perjudicar las ventas de los repuestos automotrices, debido a la recesión económica que está experimentando actualmente el país.

El alto nivel de inseguridad que presenta actualmente el Ecuador puede afectar negativamente la dinámica económica de cualquier negocio en marcha, delitos como robos y extorciones tienen una tendencia al aumento y en 2022 crecieron un 30% y 88% respectivamente en comparación al año 2021 según datos del Ministerio del Interior.

1.1.1.4 Factores Tecnológicos

El cambio tecnológico tiene un impacto significativo en las ventas de las empresas en diversos sectores. Las ventas mediante plataformas digitales, ha abierto oportunidades para llegar a nuevos mercados. Las empresas pueden expandir su alcance geográfico y atraer clientes de todos los lugares del país, lo que aumenta significativamente las ventas.

El volumen de transacciones del comercio electrónico en Ecuador alcanzó los 4.000 millones de dólares en 2022, lo que representa un aumento del 24% en comparación con el año anterior, cuando las ventas totalizaron 3.220 millones de dólares. Estos datos provienen de un estudio presentado por la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE) en colaboración con la Universidad Espíritu Santo.

1.1.1.5 Factores Ecológicos

La reducción de la contaminación vehicular es un objetivo crucial para mejorar la calidad del aire y mitigar los impactos negativos en la salud y el medio ambiente. Debido a esta problemática se está impulsando el uso de automóviles eléctricos los cuales no emiten gases contaminantes al medio ambiente, pero para que se sustituya todo el parque automotor por autos eléctricos falta mucha infraestructura por implementar y el desarrollo de estas puede llevar varios años, siendo los autos de combustión internas los que tengan un rol protagónico durante todo el tiempo que conlleva implementar la infraestructura necesaria para reemplazar de los autos eléctricos por autos de combustión interna en todo el país.

1.1.1.6 Factores Legales

La regulación de emisiones contaminantes en los vehículos es fundamental para mitigar el impacto negativo de la movilidad en la calidad del aire y el medio ambiente. Estas regulaciones establecen límites y estándares que los vehículos deben cumplir en términos de emisiones de contaminantes atmosféricos. A nivel mundial hay Normativas específicas que establecen límites de emisiones para los vehículos, en línea con los estándares ambientales internacionales. La conformidad con estas regulaciones es esencial para la importación y comercialización de autos chinos en Ecuador.

1.1.2 Análisis de la industria

La industria automotriz en Ecuador ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años. La demanda de vehículos ha sido impulsada por factores como el aumento del poder adquisitivo de la población, el acceso a créditos para la compra de

automóviles, la estabilidad del dólar frente a otras monedas y la expansión de la infraestructura vial. Estos factores hacen que el dinamismo económico sea fuerte en torno al mantenimiento y reparación de los vehículos, lo cual abre mercado para suplir la demanda de repuestos que se requieren para estos automotores.

Según (Unir, 2023) indica que “Las cinco fuerzas de Porter es un modelo de análisis estratégico que analiza la competitividad de un sector y ayuda a las empresas a desarrollar estrategias para afrontarla”.

A continuación, en la tabla 1 se aplica el modelo de Porter para evaluar la competitividad existente en el mercado de repuestos automotrices.

Tabla 1

Las 5 fuerzas de Porter

Amenaza de Nuevos Competidores	Al ser un mercado de competencia perfecta es muy probable que aparezcan nuevos competidores, debido a la facilidad que representa importar repuestos provenientes de la República Popular China.
Rivalidad entre competidores	La rivalidad es alta, debido a la gran cantidad de almacenes existentes que se dedican a la misma actividad.
Producto sustituto	La oferta de mercaderías a través que las plataformas tecnológicas hace que sea de fácil acceso conseguir productos sustitutos que cumplan con las mismas funciones.
Poder de Negociación de los Proveedores	Es bajo, debido a la gran oferta de mercaderías mediante las diferentes plataformas de comercio electrónico.
Poder de Negociación de los compradores	Es alto, debido a la gran cantidad de almacenes existentes que ofertan productos similares.

Nota. En la tabla1 se analizan cada una de las fuerzas de Porter en función del proyecto

1.1.3 Análisis FODA

Según Reaburn, A (2024) el análisis FODA es una herramienta empleada para detectar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas tanto de una empresa como de un proyecto particular.

En la tabla 2 se realiza el análisis FODA del Proyecto PandaParts.

Tabla 2

Análisis FODA

Factores Internos	
Fortalezas	
Especialización en Marcas Chinas:	Al enfocarse en marcas chinas, se puede ofrecer un conocimiento profundo y productos específicos que otros competidores no tienen.
Programa de Fidelización:	Introducir productos complementarios como accesorios y servicios de mantenimiento para aumentar las ventas y fidelizar clientes.
Experiencia y Conocimiento:	Tener un equipo con conocimiento especializado en vehículos de marcas chinas proporciona una ventaja competitiva en términos de asesoramiento y servicio al cliente.
Relaciones Directas con Proveedores:	Establecer relaciones directas con importadoras de China puede asegurar el suministro constante y a buen precio de los repuestos.
Debilidades	
Desconocimiento del Mercado:	Al ser un negocio nuevo, puede haber una falta de conocimiento detallado sobre las preferencias y comportamientos de compra de los clientes locales.
Dependencia de importadores:	La dependencia de importadores de China puede causar problemas de suministro debido a retrasos en envíos.
Necesidad de Capacitación Continua:	El personal necesita capacitación continua para mantenerse actualizado con las nuevas tecnologías y modelos de vehículos chinos.

Costos Iniciales Altos:	La inversión inicial en inventario y establecimiento del local puede ser significativa.
Factores Externos	
Oportunidades	
Expansión del Mercado:	Con el crecimiento de la popularidad de los vehículos chinos, hay una oportunidad para expandir el negocio a otras ciudades o regiones.
Alianzas Estratégicas:	Formar alianzas con talleres mecánicos y concesionarios de vehículos chinos para asegurar ventas continuas y referencias.
Marketing Digital:	Aprovechar el marketing digital para alcanzar a un mayor número de clientes potenciales y educarlos sobre la disponibilidad y calidad de los repuestos chinos.
Ampliación de la Línea de Productos:	La baja competencia en este segmento permite capturar una mayor cuota de mercado y establecerse como líder en la categoría.
Poca Competencia:	Crear programas de fidelización para mantener y atraer a clientes recurrentes.
Amenazas	
Competencia Potencial:	Nuevos competidores pueden entrar en el mercado, atraídos por el crecimiento del segmento de vehículos chinos.
Fluctuaciones Económicas:	Cambios en la economía local o nacional pueden afectar el poder adquisitivo de los clientes y, por ende, las ventas.
Percepción de Calidad:	Existe la percepción de que los productos chinos son de menor calidad, lo que puede requerir esfuerzos adicionales en marketing para convencer a los clientes de la calidad de los repuestos.
Problemas Logísticos:	Retrasos en el envío y problemas logísticos pueden afectar la disponibilidad de los productos en el local, impactando la satisfacción del cliente.

Nota. La tabla 2 representa el análisis FODA del proyecto

1.1.4 Visión y Misión

1.1.4.1 Visión

Ser reconocidos como principal proveedor de repuestos enfocado en las marcas de vehículos chinos en Manta, destacado por la calidad de nuestros productos, excelente servicio al cliente y la innovación constante. Aspiramos ser un referente en la industria automotriz en Manta, consolidándonos como socios de confianza para los propietarios de los vehículos.

1.1.4.2 Misión

Proveemos a los propietarios de vehículos chinos en Manta y sus alrededores con repuestos de alta calidad y al mejor precio. Comprometidos a ser la primera opción para los propietarios al momento de querer adquirir un repuesto, ofreciendo una amplia gama de repuestos genuinos y alternos.

1.1.5 Objetivos estratégicos

1.1.5.1 Investigación de mercado

Realizar un estudio de mercado para comprender la demanda de repuestos de vehículos chinos en Manta, identificando la competencia y las oportunidades de mercado, con el objetivo de definir de manera correcta la selección de inventario y estrategias de precio.

1.1.5.2 Desarrollo del plan de negocio

Generar un plan de negocio detallado que incluya proyecciones financieras, estrategias de marketing, análisis FODA, estableciendo así una guía básica para el éxito.

1.1.5.3 Localización y diseño del local

Identificar un lugar estratégico considerando la accesibilidad, visibilidad y espacio para almacenamiento, desarrollar un diseño llamativo y eficiente.

1.1.5.4 Identificación de proveedores

Establecer relaciones solidas con proveedores confiables, negociando términos favorables, con un amplio stock que nos pueda brindar un flujo constante de productos.

1.1.5.5 Desarrollo de una Marca

Crear una identidad de marca distintiva, que incluya un logo que nos caracterice en esencia y una serie de bases de colores y estilo diferenciador.

1.1.6 Estrategias

1.1.6.1 Diferenciación

Hay que destacar la calidad y autenticidad de los repuestos de vehículos chinos, ofreciendo productos exclusivos y difíciles de encontrar para la competencia.

1.1.6.2 Precio Competitivos

Se debe realizar un análisis de precios en la región y establecer precios competitivos para los repuestos, implementando programas de descuentos y promociones para atraer clientes.

1.1.6.3 Alianzas locales

Colaborar con talleres automotrices ofreciéndoles un descuento o ganancia en base a las recomendaciones y referencias.

1.1.6.4 Atención al cliente

Implementar un programa de atención excepcional, brindando asesoramiento técnico, servicios de garantía sólida y solicitar retroalimentación en la atención para una mejora constante.

1.1.6.5 Desarrollo marca local

Participar activamente en eventos locales, patrocinar actividades comunitarias aportando con un monto mínimo, aprovechando las estrategias de marketing que resalten entre la comunidad de dueños de vehículos chinos.

1.1.7 Sistema de valores

1.1.7.1 Integridad

Compromiso con la honestidad y transparencia en todas nuestras operaciones comerciales y relaciones con el cliente, proveedores y colaboradores.

1.1.7.2 Calidad

Buscar la excelencia en la calidad de los productos y servicios ofrecidos, asegurando la satisfacción y confianza duradera de nuestros clientes.

1.1.7.3 Compromiso con el cliente

Colocar las necesidades y expectativas de nuestros clientes en el centro de todas nuestras decisiones y acciones.

1.1.7.4 Colaboración y trabajo en equipo

Fomentar un entorno de trabajo colaborativo y de apoyo mutuo, reconociendo y valorando las contribuciones individuales para alcanzar el éxito.

1.1.7.5 Aprendizaje continuo

Fomentar la cultura del aprendizaje y desarrollo constante, capacitando a nuestro personal, para que estos den una asesoría técnica que le permita al cliente tener una idea de lo que va a realizar en su vehículo.

2 Capítulo 2: Estudio de Mercado

2.1 Análisis del mercado de referencia

Según Baca Urbina (2014) uno de los objetivos más importantes es “Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado” (pág.17)

En la ciudad de Manta hay 4 almacenes reconocidos que se dedican a la comercialización de repuestos automotrices, y están clasificados en el segmento de actividad económica nivel 2 cuya Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) corresponde a G45, los cuales su actividad principal consiste en “venta de todo tipo de partes, componentes, suministros, herramientas y accesorios para vehículos automotores como: neumáticos (llantas), cámaras de aire para neumáticos (tubos). incluye bujías, baterías, equipo de iluminación partes y piezas eléctricas”. En la superintendencia de compañías se encuentran registrados con las siguientes razones sociales:

- TALLERES DE SERVICIOS AUTOMOTRICES CEDEPA S.A,

Este almacén inicio sus operaciones en mayo del 2005, en la actualidad su matriz principal se encuentra en la parroquia Tarqui en la avenida 102 entre las calles 108 y 110, además cuenta con una sucursal en al Barrio Altamira en la avenida 113 entre avenida las Acacias y Calle Arturo Vera. En el año 2022, esta empresa generó una utilidad neta de \$268.838,80 según el estado de resultado que consta en el portal web de la Superintendencia de compañías. Esta empresa registra un crecimiento anual promedio del 7% en los últimos 5 años.

- **IMPORTADORA ALCEMI S.A. IMPORALCEMI**

Se encuentra ubicado en la parroquia Tarqui en la avenida 4 de noviembre entre calle Venezuela y calle 102. Este almacén inició sus operaciones en diciembre de 2010, y en 2022 obtuvo utilidades de \$23.296.95, según el estado de resultado que esta empresa registró en la superintendencia de compañías, el crecimiento promedio que ha experimentado esta empresa en los últimos 5 años es del 5%.

- **AUTOREPUESTO EL CHINO**

Este lugar inició sus actividades operativas en abril del 2015 en el barrio el palmar, y en la actualidad se encuentra ubicado en la parroquia Los Esteros, en la avenida 108 diagonal al redondel del paraíso, este establecimiento actualmente ofrece una amplia variedad de repuestos para todas las marcas de vehículos.

- **REPUESTOS AUTOMOTRICES PUNTO CHINO**

Ubicado en la avenida 4 de noviembre y calle 116, es el único almacén que se dedica exclusivamente a la comercialización de repuestos para vehículos procedentes de la República Popular China

2.1.1 Análisis y Cuantificación de la Demanda Actual y Futura.

Según datos publicados por la AEADE (2023) en su anuario que publica todos los años, en 2023 el 40.8% del total de las importaciones de vehículos que ingresaron al Ecuador provinieron de China, seguido de Brasil con el 11.2%, Colombia y Japón ocupan el tercer y cuarto lugar con una participación 7.4% y 7.3% respectivamente. En la provincia de Manabí, en el año 2023 se vendieron 5639 vehículos, de los cuales 2256 unidades corresponden a automotores de origen chino, cifra que en términos porcentuales representa el 40% del total de las unidades vendidas.

Tabla 3*Participación de los vehículos chinos en las ventas de la provincia de Manabí*

Año	Vehículos vendidos en la provincia de Manabí	Participación de vehículos de origen chino	Vehículos de origen chino Vendidos en la provincia de Manabí
2017	5047	16%	808
2018	5667	19%	1077
2019	5346	20%	1069
2020	3324	26%	864
2021	5085	41%	2085
2022	6326	42%	2657
2023	5639	40%	2256

Nota. Esta tabla contiene la cantidad de vehículos chinos que se han vendido en la provincia de Manabí desde el año 2017 hasta el 2023.

Como se observa en la tabla 3, desde el año 2017 las ventas de vehículos chinos vienen incrementándose de manera considerable anualmente, tanto que en aquel año el porcentaje de participación de estos automotores era de apenas el 16% y en el año 2023 represento un 40% del total de vehículos vendidos en la provincia de Manabí. El porcentaje de participación más alto se experimentó en el 2022 llegando a representar un 42% del total de unidades automotrices vendidas.

En el año 2022 en la provincia de Manabí se matricularon 224130 vehículos, del total de aquellos automotores el 34% se encuentran en Portoviejo, el 27% en Manta, el

10% en El Carmen, el 9% en Chone y el restante 20% se encuentra distribuido en el resto de los cantones de la provincia. Con base en estos datos se puede evidenciar cuales cantones cuentan con la mayor concentración vehicular en la provincia, así como se indica a continuación en la siguiente tabla.

Tabla 4

Concentración vehicular en la provincia de Manabí al año 2022

Cantón	Número de vehículos matriculados	Porcentaje de participación
Portoviejo	76345	34%
Bolívar	6516	3%
Chone	20678	9%
El Carmen	22074	10%
Flavio Alfaro	5352	2%
Jipijapa	12073	5%
Junín	4725	2%
Manta	59470	27%
Montecristi	13750	6%
Paján	4737	2%
Pichincha	3886	2%
Rocafuerte	7777	3%
Santa Ana	7495	3%
Sucre	8050	4%
Tosagua	7299	3%
24 de Mayo	4269	2%
Pedernales	6710	3%
Olmedo	6678	3%

Puerto López	8316	4%
Jama	1929	1%
Jaramijó	5757	3%
San Vicente	6589	3%
Total	224130	100%

Nota. Esta tabla muestra la cantidad de vehículos matriculados que existen en cada cantón de la provincia de Manabí.

Con base en la tabla 4, se puede comprobar que el año 2022 se matricularon 59470 vehículos en la ciudad de Manta, esto equivale al 27% del total de los vehículos matriculados en la provincia de Manabí.

Para calcular la demanda que se genera por repuesto para vehículos chinos en el periodo comprendido entre en año 2017 y 2022 en la ciudad de Manta se debe hacer la sumatoria de la cantidad total de los vehículos de origen chino vendidos en la provincia de Manabí en el periodo mencionado anteriormente cuyo valor corresponde a 8559 unidades , y al total de ese resultado calcularle el 27% representa a la participación del parque automotor que tiene la ciudad de Manta en relación a los otros vehículos matriculados en la provincia. En este caso, ese resultado luego de aquella operación es de 2311. Ahora al total de ventas de vehículos chinos en la provincia de Manabí del año 2023 cuyo valor fue de 2256 unidades también se le debe calcular el 27%, que como mencionamos anteriormente es el porcentaje de participación vehicular que tiene Manta, una vez realizada aquella operación se obtiene como resultado 609 unidades.

Entonces si se considera que en el periodo comprendido entre en año 2017 y 2022 existen 2311 vehículos chinos en la ciudad de Manta, y en 2023 se vendieron 609

unidades en la misma ciudad, esto da como resultado que hasta el año 2023 existe un total de 2920 vehículos de origen chino circulando en la ciudad de Manta.

Considerando que, a partir del primer año de antigüedad todos los vehículos necesitan reemplazar algunos componentes para funcionar de manera óptima y así aumentar la vida útil de los mismos, por tal motivo los vehículos que fueron vendidos en el año 2023 ya requieren reemplazar algunos de sus componentes.

Contablemente los vehículos tienen una vida útil de 5 años debido a su depreciación del 20% anual, en este análisis de la demanda actual se tomará en consideración los vehículos de origen chino que se han vendido desde el año 2017 hasta el año 2023, estos hacen una sumatoria total de 2920 unidades vehiculares que necesitan cambiar algunos de sus componentes periódicamente.

Según datos de la AEADE (2023), el porcentaje de participación en las ventas de vehículos chinos en los últimos 3 años ha sido de un 40% en promedio, se estima que este porcentaje se mantenga igual durante los próximos 5 años a partir del año 2024. Asimismo, en un escenario donde las ventas de vehículos en Manta se incrementen un 0.5% anualmente durante los próximos 5 años, esto da como resultado una demanda futura promedio de 618 vehículos anuales que se sumaran acumulativamente a los 2920 vehículos ya existentes hasta el año 2023 que representa la demanda existente en la actualidad.

Tabla 5

Proyección de las ventas de vehículos chinos en la ciudad de Manta

Año	Unidades vendidas, Incremento 0.5% anual
2024	612
2025	615

2026	618
2027	621
2028	624
Total	3090
promedio	618

Nota. En esta tabla se muestran las proyecciones de ventas estimadas de vehículos de origen chino que tendrá la ciudad de Manta hasta el año 2028

Como se observa en la tabla 5, hasta el año 2028 habrá una demanda adicional de 3090 automotores de procedencia china en la ciudad de Manta que van a requerir todo tipo de repuestos para su correcto funcionamiento.

2.1.2 Análisis y Cuantificación de la oferta Actual y Futura.

A diciembre de 2023, la importación de autopartes a nivel nacional en valor CIF alcanzó los USD 496 millones, un 0.8 % más que 2022, lo que supone un crecimiento de USD 4 Millones.

Según el boletín estadístico de la CINAIE (2023) a las importaciones de autopartes en Ecuador se distribuye de la siguiente manera: Neumáticos 29 %, sistemas de suspensión 8 %, rastreo satelital 8 %, baterías 7 %, frenos 7 %, ruedas 7 %, embragues 6 %, sistemas de dirección 4 %, guardabarros 3 %, caja de cambios 2% y otros 19 %.

En la ciudad de Manta la oferta de repuesto para automotores procedentes de China es del 48% del mercado local, este resultado se obtuvo mediante la aplicación de una encuesta para el presente estudio de mercado. En términos unitarios se pudo determinar que de los 2920 vehículos chinos que residen en Manta, 1401 propietarios tendrían acceso a repuestos para sus vehículos en tiendas locales de la ciudad.

Tabla 6*Cuantificación de la oferta actual*

Vehículos de origen chino existentes en Manta hasta el año 2023	Usuarios que tienen acceso a repuestos en tiendas locales de la ciudad (48%)
2920	1401

Nota. En la tabla se muestra los usuarios que tienen acceso a repuestos de vehículos en las tiendas de existentes en la ciudad de Manta

Considerando que en el año 2023 la importación de autopartes se incrementó un 0.8% en relación con el 2022, se puede considerar que para los próximos 5 años este porcentaje se mantenga igual, a partir del 2024 se incrementaría la oferta de repuesto para 12 vehículos anualmente y para el 2028 se tendría una oferta local en la ciudad que abarque un total de 1461 vehículos que tendrán disponibilidad de repuesto en las tiendas locales.

Tabla 7*Cuantificación aproximada de la oferta futura*

Año	Número de vehículos que abarcará la oferta 0.8% incremento anual	Incremento anual de vehículos
2024	1413	12
2025	1425	12
2026	1437	12
2027	1449	12
2028	1461	12

Nota. Se muestra la cantidad de vehículos que la oferta de repuestos abarcará en el futuro

2.1.3 Cuantificación de la demanda insatisfecha Actual y Futura.

En función de los resultados obtenidos mediante la aplicación de una encuesta se logró determinar que el 58% de los encuestados poseen un vehículo de origen chino, lo que equivale a 198 personas. De estas personas el 52% afirma que en la ciudad de Manta existe poca disponibilidad de repuesto para vehículos provenientes de China.

Asimismo, mediante otra pregunta se logró determinar que el 60% de los propietarios de estos vehículos compra repuestos en tiendas independientes, el 30% mediante plataformas de comercio electrónico o tiendas online y apenas el 10% en concesionarios oficiales.

Relacionando los porcentajes mencionados en el párrafo anterior se puede estimar la demanda insatisfecha que existe actualmente. Entonces de los 2920 vehículos chinos existentes en Manta hasta el año 2023, 1518 propietarios estarían teniendo dificultades para conseguir repuesto para sus vehículos debido a la poca disponibilidad que existe en el mercado local, esto representa el 52% de la población que posee automotores de origen chino. Del total de propietarios de vehículos existentes en la ciudad, 1752 comprarían sus repuestos en tiendas independientes, 876 en tiendas online y 292 en concesionarios oficiales.

Tabla 8

Cuantificación de la demanda insatisfecha actual

Vehículos de origen chino existentes en Manta hasta el año 2023	Usuarios insatisfechos con la disponibilidad de repuestos para vehículos chinos (52%)	Propietarios de vehículos que compran en tiendas de repuestos independientes (60%)
2920	1518	1752

Nota. Se muestra la cantidad de usuarios insatisfechos con la disponibilidad de repuestos

La tabla 8 muestra que más del 50% de los propietarios de vehículos manifiestan que actualmente hay una demanda insatisfecha equivalente a la mitad del parque automotor de vehículos chinos de la ciudad de Manta. Además, los resultados también sustentan la implementación de este proyecto de inversión debido a que la mayoría de los propietarios de estos automotores (60%) tienen una fuerte tendencia a comprar sus repuestos en tiendas independientes en lugar de comprar en concesionarios oficiales que comercializan los vehículos.

Respecto a la demanda futura, en función de los mismos porcentajes existentes de la demanda insatisfecha actual se puede determinar que con relación a las proyecciones de ventas de automóviles de origen chino del 0.5% anual en la ciudad, se tiene como resultado hasta el año 2028 un total de 3090 vehículos. De estos, el 52% lo cual equivale a 1606 unidades vehiculares tendrían inconvenientes para conseguir repuesto, esto considerando un escenario en donde no entren nuevos ofertantes en el mercado o los existentes no expandan sus operaciones para abarcar la nueva demanda que se genere.

2.1.4 Determinación de la demanda que atenderá el proyecto.

El presente proyecto pretende abarcar el 20% de la demanda existente en la actualidad, es decir que de los 2920 vehículos de procedencia china que se encuentran matriculados en la ciudad de Manta, este proyecto abarcará una cantidad de 584 vehículos a las cuales se les proveerá de repuestos.

Asimismo, se espera crecer un 5% anual, por lo que hasta el año 2028, a la demanda de 584 unidades existente hasta el año 2023 se suman otras 825 unidades vehiculares según las proyecciones que se muestran a continuación en la tabla 9.

Tabla 9

Proyección de crecimiento dentro del mercado automotriz en Manta

Año	Proyecciones de ventas de vehículos de origen chino en la ciudad de manta	Proyección de cuota de mercado que se pretende acaparar, 5% de crecimiento anual
2024	612 unidades	153 unidades
2025	615 unidades	161 unidades
2026	618 unidades	169 unidades
2027	621 unidades	177 unidades
2028	624 unidades	186 unidades
Total	3090 unidades	845 unidades

Nota. En la tabla se muestra las cantidades estimadas de vehículos que se venderán hasta el año 2028 y las cantidades de automóviles que el proyecto pretende acaparar.

Como se evidencia en la tabla 9, hasta el año 2028 con un promedio estimado de incremento de un 0.5% en las ventas de vehículos procedentes de China, en la ciudad de Manta se venderán 3090 unidades de estos vehículos. Por lo tanto, este proyecto de inversión con una proyección de crecimiento del 5% anual pretende alcanzar una cuota de mercado del 28% del total de la nueva demanda que se genere a partir del año 2024 hasta el año 2028, porcentaje que en términos unitarios corresponde a 845 vehículos.

2.2 Plan comercial

Un plan comercial es un documento estratégico que detalla los objetivos, las estrategias y las tácticas que una empresa utilizará para promover y vender sus productos o servicios. Suele incluir análisis de mercado, segmentación de clientes, estrategias de posicionamiento, planes de marketing y ventas, presupuestos y cronogramas. Es una herramienta vital para guiar las actividades comerciales de una empresa y alcanzar sus metas de crecimiento y rentabilidad

Este plan comercial busca saber cuáles son las necesidades del mercado, la demanda insatisfecha, es importante tener claro que el mercado al cual es dirigido.

Dentro de este se considera las 4P del marketing, en donde se toma en cuenta, el producto, precio, plaza y promoción.

2.2.1 Objetivo del plan comercial

- Satisfacer el mercado de propietarios de las principales marcas de vehículos chinos en Manabí, demostrándole una especialización en el modelo de su vehículo.
- Dar a conocer y promocionar el local comercial
- Comercializar el producto a través de redes sociales y páginas Web
- Fidelizar a la clientela con nuestros servicios de atención a clientes y promociones.

2.2.2 Segmentos de mercado

Los clientes potenciales son aquellos propietarios de vehículos chinos y talleres mecánicos.

2.2.2.1 Mercado potencial

El mercado potencial son los 2920 vehículos de origen chino que se han vendido en la ciudad de Manta desde el año 2017 hasta 2023.

2.2.2.2 Mercado Objetivo

Para el proyecto de inversión se escogerá como mercado objetivo, aquellos propietarios que tengan más de 1 o 2 años con sus vehículos, en general, muchos propietarios empiezan a buscar alternativas a los concesionarios una vez que la garantía de su vehículo ha expirado, lo cual suele ser entre los 3 y 5 años. Sin embargo, la

transición puede ocurrir antes dependiendo de factores como el costo, la calidad del servicio, la confianza en los talleres independientes y las experiencias personales.

La percepción del valor tiende a ser elevada en los concesionarios, por esta razón los propietarios buscan alternativas más económicas como lo pueden ser casas comerciales externas.

Las concesionarias tienden a tener de uno a dos años de exclusividad en repuestos originales una vez lanzado el vehículo al mercado. Por eso, el presente proyecto se enfoca como mercado objetivo a los vehículos que tengan más de 1 año salidos de las concesionarias.

Tabla 10

Ventas de vehículos chinos por tipo en la ciudad de Manta

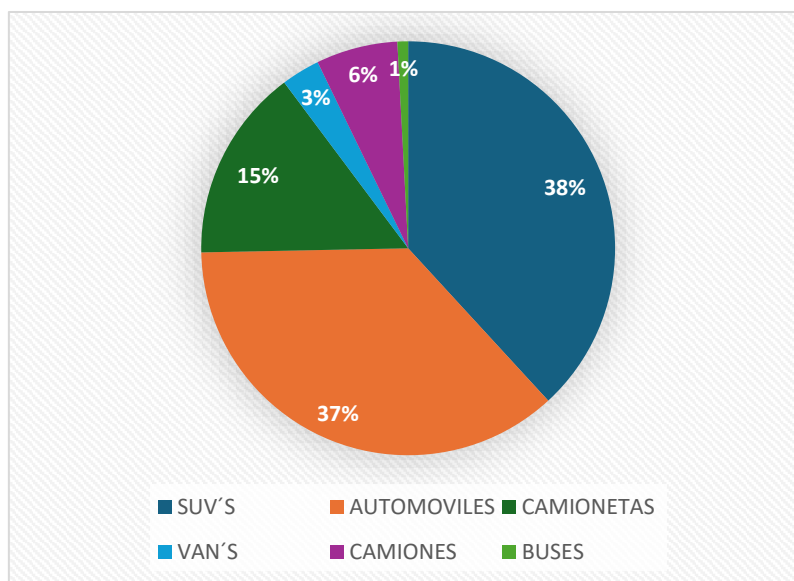
TIPO	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
SUV'S	114	139	140	102	173	231	215
AUTOMOVILES	189	219	194	97	126	126	113
CAMIONETAS	62	56	56	37	93	93	74
VAN'S	10	14	16	9	13	13	16
CAMIONES	24	22	20	20	40	40	33
BUSES	4	5	3	2	3	3	4
TOTAL	404	454	428	266	506	506	454

Nota. La tabla contiene las cantidades de vehículos clasificados por tipo que se han vendido en Manta desde el año 2017

En la tabla 10 se evidencia que la mayor cantidad de los vehículos chinos existentes en la ciudad de Manta está compuesta por la categoría SUV y Automóviles con un 38% y 37% respectivamente, seguido por las Camionetas que tienen un 15% de participación, los camiones y las Vans representan un 6% y 3% respectivamente y por último están los buses que representan apenas el 1% del total de automotores existentes en la ciudad.

Ilustración 1

Distribución de vehículos chinos por tipo en la ciudad de Manta



Nota. La ilustración 1 muestra como está distribuido el parque automotor de vehículos chinos existentes en la ciudad de Manta

Se tomo en cuenta 3 escenarios basados en la efectividad del uso de la inversión

- **Escenario optimista**

Suponiendo que el marketing es altamente efectivo logrando atraer la atención de un 40% del mercado potencial y de estos un 50% decide realizar la compra en el

local sería: $2920 \text{ clientes potenciales} \times 40\% \text{ alcance} \times 50\% =$

584 posibles clientes

Representando el 20% del mercado potencial

- **Escenario moderado**

Si la campaña de marketing es moderadamente efectiva alcanzando el 30% del mercado potencial. Si un 40% decide realizar la compra en el local sería:

$2920 \text{ clientes potenciales} \times 30\% \text{ alcance} \times 40\% = 350 \text{ posible clientes}$

Representando el 12% del mercado

- **Escenario conservador**

Con la campaña de marketing es conservador efectivo alcanzado del 20% del mercador potencial. Si un 30% decide realizar la compra en el local seria:

$$2920 \text{ clientes potenciales} \times 20\% \text{ alcance} \times 30\% = 175 \text{ posibles clientes}$$

Representando el 6 % del mercado

Estos cálculos son aproximaciones y la realidad puede variar dependiendo de la ejecución precisa de las estrategias de marketing y las condiciones del mercado, basándonos en escenarios optimistas, moderados y conservadores, se estima que el local podría capturar entre el 6% y el 20% del mercado potencial lo que ronda entre 175 a 584 personas

2.2.2.3 Definición de la Muestra Poblacional

El cálculo del tamaño de la muestra es una de las herramientas más importantes en el ámbito de la investigación de mercado puesto que permite arrojar resultados confiables y verídicos. Las encuestas estarán enfocadas a los propietarios de vehículos chinos con un año de adquisición.

Para calcular la muestra se utilizará la formula donde se conoce el tamaño de la población.

$$n = \frac{N \times \sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Donde:

$N =$ tamaño de la poblacion

$Z = \text{nivel de confianza del } 95\%$

$\sigma = \text{desviación estandar de la población}$

$e = \text{límite aceptable del error muestral}$

1.1.1. Diseño de la muestra de los propietarios de vehículos chinos en Manabí

$$n = \frac{2920 \times 0.5^2 \times 1.96^2}{(2920 - 1)0.05^2 + 0.5^2 \times 1.96^2}$$

$n = 339.59$ que equivale a 340 personas

2.2.3 Producto

Los vehículos chinos han ganado popularidad en varios mercados debido a su costo relativamente bajo y la mejora en la calidad en los últimos años. Sin embargo, la disponibilidad de repuestos adecuados para estos vehículos no siempre ha seguido el mismo ritmo de crecimiento.

- Filtros de aceite, aire y combustible: Esencial para el mantenimiento regular del motor.
- Pastillas de freno y discos de freno: Componentes críticos para la seguridad y el rendimiento del vehículo.
- Amortiguadores y tren delantero: Partes fundamentales del sistema de suspensión que afectan tanto la comodidad como la estabilidad del vehículo.
- Guías posteriores y silvines: Repuestos de iluminación exterior.
- Partes del motor: Como bujías, bobinas de encendido, correas de distribución, bombas de agua, entre otros.
- Repuestos eléctricos: Como alternadores, motores de arranque, sensores y cables.

- Partes de la carrocería: Como parachoques, espejos retrovisores, manijas, entre otros.
- Aceites y lubricantes: Esenciales para el mantenimiento regular del motor y otros componentes.

2.2.4 Precio

Se trabajará con el margen adicional de un 50% del costo del producto puesto en bodega permitiendo trabajar hasta el 30%. Se monitoreará continuamente las ventas y la respuesta del mercado.

Teniendo en cuenta los costos de adquisición de los repuestos, impuestos y cualquier otro gasto asociado. Por la variedad en modelos chinos y diferentes partes de vehículos los repuestos van a variar los precios desde \$2 dólares un soquet, a \$300 dólares un kit de embrague.

2.2.5 Plaza o distribución

El lugar de distribución será el local comercial que debe estar ubicado estratégicamente, debemos tomar en cuenta varios factores para tomar la decisión de la ubicación de este:

- **Accesibilidad y visibilidad:** Una zona con alto tráfico vehicular para aumento de la visibilidad y facilidad de acceso, asegurándose de que haya estacionamientos disponibles.
- **Proximidad de clientes:** Debe estar cerca de talleres mecánicos, concesionarios y otras tiendas relacionadas.

- **Competencia y Costos:** Investigar la presencia de competidores para así identificar lugares donde la demanda no esté completamente satisfecha. Así mismo considerar el costo de alquiler y evaluar el potencial de ventas en relación con el costo del alquiler.

Entre los lugares recomendados en la ciudad de Manta se encuentra:

- La avenida 4 de noviembre, que cuenta con un alto tráfico vehicular y fácil acceso, con una alta visibilidad y afluencia de posibles clientes
- Sector Tarqui, que es conocido por su alta actividad comercial especialmente relacionada con talleres automotrices, sin embargo, en esta zona ya existe una alta concentración de negocios relacionados.
- Centro de la ciudad, el centro de Manta tiene una alta concentración de tránsito y diversa actividad comercial, que permite tener visibilidad y variedad de clientela.
- Vía el Palmar, este sector está teniendo un aumento en talleres vehiculares, lo cual se puede identificar como una demanda que no está completamente satisfecha.

2.2.6 Promoción

Según Tellis & Redondo (2002) las promociones el término se usa para referirse a cualquier forma de persuasión o de transmisión de mensajes, con el objetivo de:

- Promocionar información sobre las características de un producto
- Dar a conocer o ayudar a recordar un producto en el momento de la compra
- Reducir el riesgo al comprar un nuevo producto
- Fomentar el deseo de los productos

- Generar disposición positiva hacia el producto

Seguir esos objetivos permite captar más clientela y fidelizarla, al tenernos como referentes en promociones y calidad.

Las estrategias serán:

- Marketing digital localizado:

Sitio web optimizado: Crear un sitio web profesional que no solo muestre tu inventario, sino que también sea fácil de navegar y esté optimizado para SEO (optimización en motores de búsqueda) local.

Presencia en redes sociales: Utilizar plataformas como Facebook, Instagram y Tik Tok para conectar con clientes potenciales. Publicar regularmente sobre tus productos, promociones y consejos útiles relacionados con el mantenimiento de vehículos chinos.

- Marketing de contenidos:

Blog y artículos informativos: Escribir contenido útil y relevante relacionado con los vehículos chinos y los repuestos. Posicionará el negocio como una autoridad en el tema.

Videos instructivos: Crear videos tutoriales sobre cómo realizar mantenimientos sencillos o cambiar repuestos en vehículos chinos. Esto puede ser compartido en el sitio web y redes sociales para atraer tráfico y demostrar experiencia.

- Alianzas estratégicas:

Talleres mecánicos locales: Establecer alianzas con talleres mecánicos locales que inviten a los clientes al local o comprar repuestos en cantidad.

- Promociones y descuentos:

Descuentos por primera compra: Ofrecer descuentos atractivos para nuevos clientes que realicen su primera compra.

Promociones temporales: Organizar ventas flash, descuentos por temporada o promociones especiales durante días festivos o eventos locales.

2.2.7 Presupuesto de marketing

Para Habib Selman (2017) El marketing es una serie de estrategias para posicionarse en el mercado. Sin embargo, en la actualidad gran parte del marketing busca establecerse en la web, por lo que nos recomienda que se haga campañas de marketing digital. El cual consiste en todas las estrategias en la web para que los usuarios concreten su compra siguiendo el plan que hemos generado.

Para el presupuesto de marketing que hemos generado el presupuesto con base en investigaciones, ya que los agentes de marketing nos ofrecen diferentes opciones y estas varían según el precio.

Tabla 11

Presupuesto de Marketing

Detalle	Costo mensual	Costo anual
Plan de marketing	\$50	\$50
Diseñador y editor	\$100	\$1200
Pautas	\$100	\$1200
Generador de contenidos	\$150	\$1800
Agencia de marketing	\$450	\$5400

Nota. La tabla muestra los valores destinados a diferentes rubros para realizar el marketing del proyecto

Un plan de marketing genérico cuesta \$50 dólares, y no hay nadie a cargo de que este se cumpla uno mismo debe seguirlo.

El diseñador gráfico y editor este se encarga de las grabaciones de y creaciones de post, si te interesa generar algo en específico.

Las pautas se recomiendan que sean generadas por profesionales ya que, una publicidad en Facebook uno puede pagarla, pero esa publicidad te puede llegar a diez posibles clientes, la persona encargada puede generarte 200 posibles clientes.

Los generadores de contenidos se encargan de ofrecer planes de contenido, se establece una cantidad de fotos y videos que van a publicar estratégicamente para que lleguen a la mayor cantidad de gente sin ser focalizadas.

Agencia de marketing que se encargan completamente de todos los anteriores puntos, también generan un análisis de ventas, para analizar si su trabajo está teniendo resultados o deben cambiar de estrategia.

3 Capítulo 3: Estudio técnico-organizacional

3.1 Estudio Técnico

En el estudio técnico se plantea todo lo que se necesitará el proyecto para que se pueda realizar su implementación, teniendo en consideración la rentabilidad de mismo y que sea sostenible en el tiempo. El estudio técnico permite afianzar las bases necesarias para la elaboración del estudio financiero del proyecto.

Según San Martín Riera, Allauca Aúlla, Pico, & Valdiviezo V (2011) establece que: “El estudio técnico tiene por objetivo valorar las variables técnicas del proyecto para poner en pie el mismo, comenzando por la descripción del proceso productivo, hasta la formación administrativa de la empresa con sus respectivos estudios” (p.4).

3.1.1 Capacidad de almacenamiento

Estimar y definir la capacidad de almacenamiento en un proyecto es muy importante para lograr abastecerse correctamente y así poseer un inventario con stock adecuado para atender el flujo de ventas diarias que se demanden.

Según Baca Urbina, G (2014) Manifiesta que: “Para determinar el tamaño óptimo de la planta es necesario conocer con mayor precisión tiempos predeterminados o tiempos y movimientos del proceso o en su defecto diseñar y calcular esos datos con una buena dosis de ingenio y de ciertas técnicas” (p.100)

En base a la opinión del autor anterior, este proyecto considera tener una capacidad de almacenamiento instalada para atender el flujo de ventas de 30 días, es decir que va a contar con el stock suficiente en bodega para atender la demanda que requieren los usuarios de vehículos procedentes de China. En función del estudio de la demanda actual realizada en el capítulo 2 del presente trabajo se logró determinar que desde 2017 hasta el año 2023 existen 2609 vehículos procedentes de china en la ciudad

de Manta, de los cuales este proyecto pretende acaparar el 20% del mercado la cual corresponde a 520 vehículos, además según las proyecciones de la demanda futura realizada en el capítulo 2 se logró determinar que hasta el año 2028 con una tasa de crecimiento del 5% anual, este proyecto atenderá la demanda de 845 vehículos más que se suman a los 520 ya existentes, dando una sumatoria total de 1365 vehículos a los que este proyecto estima proveer de repuestos.

Según datos de la CINAÉ (2023) los artículos para vehículos que más se importan en Ecuador son: Neumáticos 29 %, sistemas de suspensión 8 %, rastreo satelital 8 %, baterías 7 %, frenos 7 %, ruedas 7, embragues 6 %, sistemas de dirección 4 %, guardabarros 3 %, caja de cambios 2% y otros 19 %.

El presente proyecto no pretende comercializar neumáticos, debido al gran volumen de espacio que ocupa en bodegas, además en la ciudad de Manta hay varios negocios que se dedican exclusivamente a la venta de neumáticos.

Por lo tanto, el inventario del presente negocio contara mercaderías destinadas a sistemas de suspensión, baterías, frenos, embragues, sistemas de dirección, guardabarros, caja de cambios y otros. Al contar con un espacio de almacenamiento de 56 metros cuadrados se tiene la capacidad de almacenaje requerida para abastecer la demanda que se estima que el proyecto atenderá.

3.1.2 Plan de comercialización

El plan de comercialización consiste en detallar el proceso y las estrategias que se necesitan implementar para poder realizar una campaña de marketing que conlleve a la atracción de potenciales clientes, y así poder comercializar los accesorios disponibles. A continuación, en la siguiente ilustración se detalla el proceso de comercialización:

Ilustración 2

Plan de comercialización



Nota. La Ilustración 2 muestra las etapas de los procesos para el plan de comercialización del proyecto

3.1.3 Localización

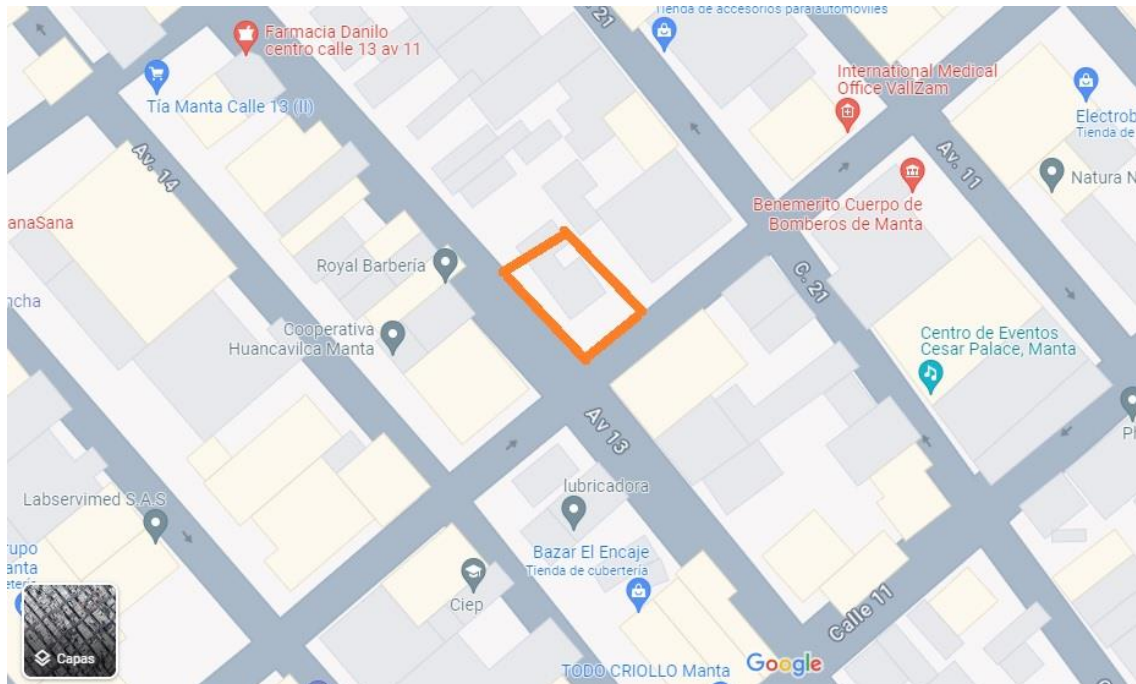
El local seleccionado para este estudio se encuentra estratégicamente ubicado en la calle 12 avenida 13, en el corazón del centro de la ciudad de Manta, Ecuador. Con un área total de 120 metros cuadrados, esta ubicación no solo aprovecha su espacio óptimo, sino que también se beneficia de ser parte de una de las zonas más transitadas y dinámicas de la ciudad.

El centro de Manta es conocido por ser un núcleo comercial vibrante, donde convergen tanto residentes locales como visitantes. Esta calle en particular es reconocida por su alta afluencia de peatones y vehículos, lo que asegura una visibilidad constante y accesibilidad para potenciales clientes.

Además de su ubicación privilegiada, el área circundante está complementada por la presencia de tecnicentros y rectificadoras cercanas. Estos establecimientos no solo aportan un flujo adicional de clientes potenciales, sino que también indican un entorno propicio para actividades comerciales y de servicios, haciendo de esta ubicación un punto estratégico para desarrollar y operar un negocio exitoso

Ilustración 3

Localización del local comercial



Nota. La ilustración 3 muestra donde estarán ubicadas las instalaciones del proyecto

3.1.4 Ingeniería en proceso comercial

Según la USIL (2023) “la ingeniería en procesos se centra en el diseño, optimización y gestión de los procesos de manufactura y producción en una organización”

El presente proyecto contará un sistema informático que gestionará el inventario y la facturación de todas las operaciones que se realicen, asimismo se estandarizaran los procesos que se lleven a cabo dentro del proyecto.

Proceso de recepción de mercadería. Una vez la mercadería llega a la bodega se procede a su recepción y revisión para asegurar que llegue en buen estado, luego del proceso de inspección la mercadería que cumple con las condiciones de calidad solicitada al proveedor se registra en el sistema mediante el método Kardex para el respectivo control de inventario.

Proceso de organización y clasificación de mercadería. La mercadería es clasificada de acuerdo con el índice de rotación del inventario, se le dará prioridad a los artículos que tengan mayor volumen de ventas. Las instalaciones de las bodegas se clasificarán por la demanda que tengan los artículos, se clasifican con una escala numérica de 1, 2 y 3. Siendo 1 el sector donde están ubicados los accesorios que tengan una demanda alta, el número 2 corresponde a los artículos que tengan una demanda media y el número 3 se asignara al sector de la bodega donde se ubicaran los artículos que tengan poca demanda o que su índice de rotación sea bajo.

Proceso de ventas y registro. El sistema informático registra las ventas y gestiona el inventario, los accesorios vendidos se restan del inventario automáticamente, y cuando haya una cantidad igual o menor a un número previamente establecido, el sistema emitirá una alerta en la cual dice que ese accesorio está por agotarse.

Servicio postventa. Este servicio está consiste en atender las solicitudes de inconvenientes que los clientes presenten respecto a las inconsistencias o defectos que puedan presentarse en los accesorios vendidos y así hacer el respectivo uso de la garantía correspondiente.

Todos estos procesos implementados hacen que la comercialización de repuestos para vehículos de procedencia China cumplan con los estándares de calidad establecidos tanto en la condición de los artículos comercializados y en el servicio de atención al cliente, al estandarizar estos procesos se puede ser más eficiente en la gestión integral del proyecto.

3.1.5 Requerimiento de mano de obra directa

Tabla 12

Requerimiento de mano de obra directa

Cargo	Sueldo	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Aporte patronal	IESS	Sueldo Neto
Vendedor	\$600	\$600	\$460	\$66.90	\$56.70	\$543.30
Bodeguero	\$600	\$600	\$460	\$66.90	\$56.70	\$543.30

Nota. La tabla 12 muestra la cantidad de empleados necesarios para el área operativa y sus respectivos sueldos

3.1.6 Requerimiento de activos fijos para área operativa

Tabla 13

Requerimiento de activos fijos para área operativa

Cantidad	Descripción	Valor	Total
2	Computadoras	\$400	\$800
1	Impresora térmica	\$125	\$125
Total		\$525	\$925

Nota. Se detallan los equipos de computación que requiere el área operativa

Tabla 14

Requerimiento de equipos y muebles

Cantidad	Descripción	Valor	Total
12	Perchas	\$60	\$1200
1	Vitrina	\$200	\$200
1	Celular	\$350	\$350
1	Ventiladores	\$30	\$30
1	Escalera	\$115	\$115
1	Caja registradora	\$80	\$80
1	Extintor	\$60	\$60
Total		\$895	\$2035

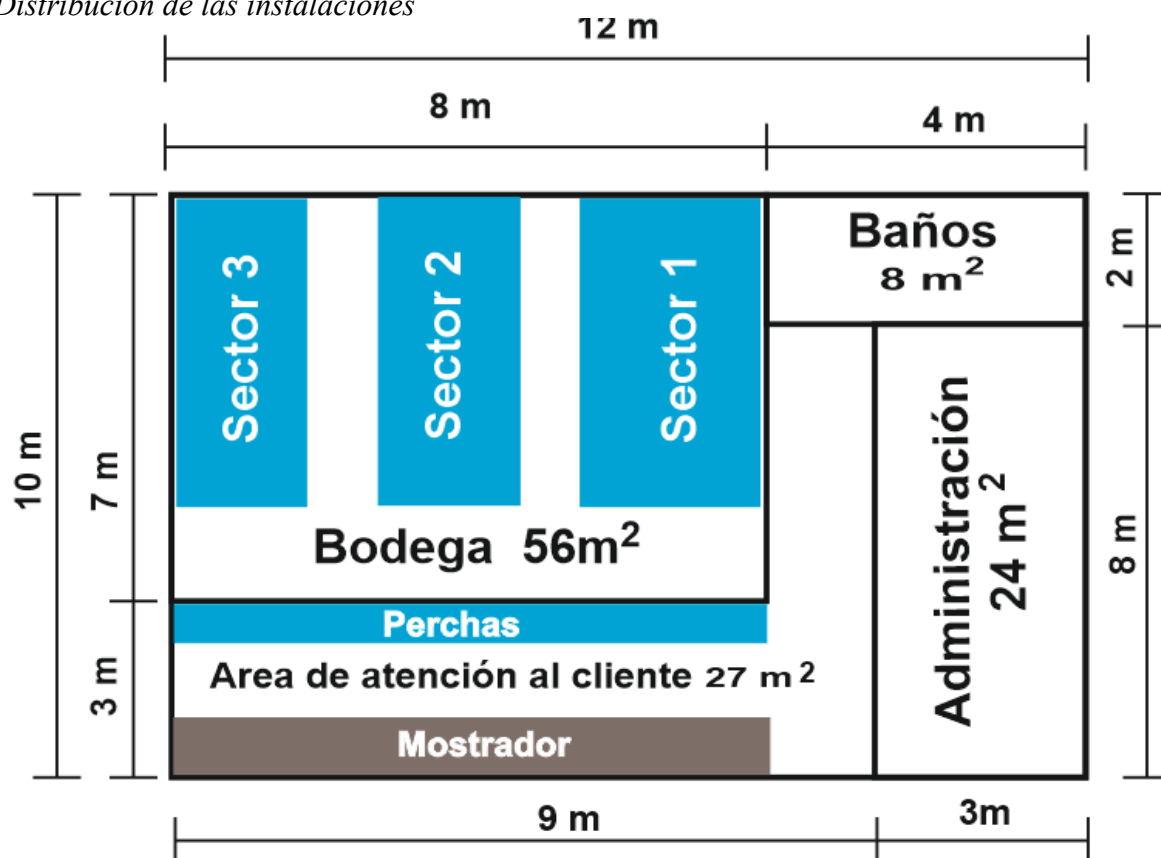
Nota. Se detallan los muebles y artículos que se requieren en el área operativa

3.1.7 Distribución de instalaciones Layout

El presente proyecto contará con la distribución de los espacios que se presentan a continuación en la ilustración 1. Las cuales constará de un área de 56 metros cuadrados destinada para bodega en las cuales se almacenará las mercaderías, un espacio de 24 metros cuadrados destinado para la administración en donde estarán ubicado los equipos de oficina y computación, también se contará con una área de 8 metro cuadrados en donde estarán ubicados los baños y un área de atención al cliente de 27 metros cuadrados en donde se ubicaran vitrinas y perchas para exhibir los principales artículos que tienen mayor rotación de inventario como lubricantes , bandas, filtros de aceite, etc.

Ilustración 4

Distribución de las instalaciones



Nota. La ilustración 4 muestra como estarán distribuidas las instalaciones dentro de un espacio de 120 cuadrados

3.2 Estudio Organizacional

3.2.1 Datos generales de la empresa

PANDA-PARTS es un local comercial de repuestos para vehículos de procedencia China, el cual es un mercado que está creciendo en los últimos años, y no está cubierta la demanda la totalidad de la demanda que existe en la ciudad de Manta. Los repuestos actualmente son complicados de conseguir y en lugares escasos.

Tabla 15

Datos organizacionales

Razón social	PANDA-PART S.A.S
RUC	1315474583001
E-mail	pandapart@outlook.com
Representantes legales	Brayan Joel Dávila Cedeño David Escobar Macías
Contacto	0995396615

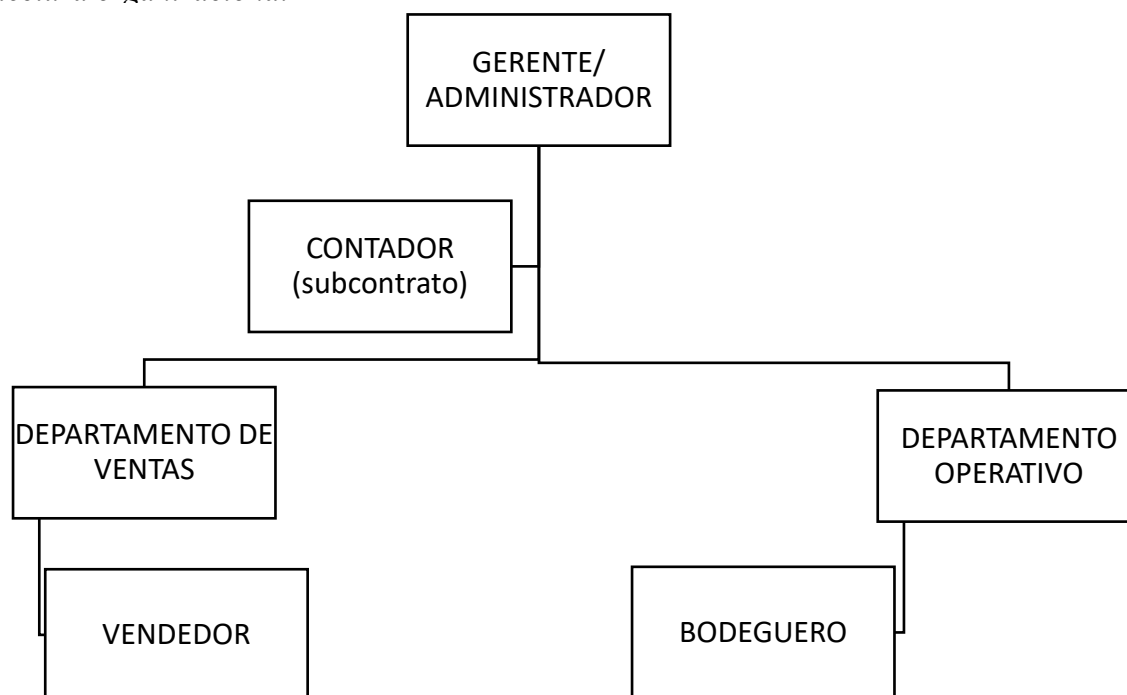
Nota. La tabla 15 muestra los datos generales del proyecto

3.2.2 Arquitectura organizacional: Organigrama

La estructura organizacional de PANDA-PARTS S.A.S. estará distribuida de siguiente manera:

Ilustración 5

Arquitectura organizacional



Nota. La ilustración 5 muestra la estructura organizacional del proyecto

3.2.3 Distribución de funciones y responsabilidades

Tabla 16

Distribución de responsabilidades

Puesto de trabajo	Requisitos	Funciones y responsabilidades
Gerente/ Administrador	Título de tercer nivel en administración, economía, finanza o carrera afines.	Realizar evaluaciones periódicas del desempeño del personal y proporcionar retroalimentación constructiva para fomentar el crecimiento y la mejora.

	<p>Experiencia mínima 1 año o más en administración, ventas o cargos similares.</p> <p>Capacidad para analizar datos de ventas, tendencias de mercado y rendimiento del negocio para tomar decisiones informadas.</p> <p>Comprender las tendencias y desarrollos en la industria automotriz, especialmente en el ámbito de repuestos y accesorios.</p>	<p>Asignar responsabilidades y tareas específicas a los empleados, asegurándose de que haya una distribución equitativa del trabajo</p> <p>Establecer y mantener relaciones con proveedores, clientes y otras partes interesadas clave para promover el crecimiento y el éxito del negocio</p>
Vendedor	<p>Bachiller.</p> <p>Experiencia en la industria automotriz o en un puesto similar.</p> <p>Disposición para aprender y actualizarse continuamente sobre nuevos productos y tecnologías en el mercado automotriz.</p> <p>Conocimiento en procesos de facturación y manejo de sistemas de pago.</p>	<p>Recepción, asesoramiento y resolución de consultas a los clientes sobre repuestos.</p> <p>Identificar oportunidades para vender productos adicionales o complementarios que puedan ser de interés para el cliente.</p> <p>Finalizar las ventas de manera efectiva, asegurando que el cliente esté satisfecho con su compra.</p> <p>Procesar transacciones de venta, incluyendo la emisión de facturas y la gestión de pagos en efectivo, tarjeta de crédito u otros métodos.</p> <p>Mantener la tienda limpia, ordenada y bien organizada para proporcionar una experiencia de compra agradable.</p> <p>Participar en sesiones de capacitación y reuniones de ventas para mejorar sus habilidades y conocimientos.</p>
Bodeguero	<p>Bachiller.</p> <p>Joven.</p> <p>Capacidad para manejar y organizar el inventario de</p>	<p>Recibir y verificar las entregas de repuestos, asegurándose de que coincidan con los pedidos y</p>

	<p>repuestos, asegurando que los productos estén disponibles cuando se necesiten.</p>	<p>la documentación correspondiente.</p> <p>Mantener un registro preciso del inventario, incluyendo entradas, salidas y existencias actuales.</p> <p>Mantener la tienda limpia, ordenada y bien organizada para proporcionar una experiencia de compra agradable.</p> <p>Asegurarse de que los productos estén correctamente etiquetados y exhibidos de manera atractiva.</p>
--	---	---

Nota. La tabla 16 muestra la asignación de responsabilidades que tendrá cada empleado

3.2.4 Requerimientos de activos fijos para áreas administrativas

Para el desarrollo de las actividades de la empresa se requerirán los siguientes activos fijos.

Requerimientos de equipo de computo

Tabla 17

Requerimientos de activos fijos para áreas administrativas

Cantidad	Descripción	Valor	Total
1	Computadoras	\$400	\$400
1	Impresora multifunción	\$250	\$250
Total		\$650	\$650

Nota. En tabla 17 se detallan los equipos de computación para el área administrativa

Tabla 18*Requerimiento de equipos y muebles*

Cantidad	Descripción	Valor	Total
12	Perchas	\$60	\$1200
1	Vitrina	\$200	\$200
2	Escritorios	\$150	\$300
6	Sillas	\$50	\$300
1	Celular	\$350	\$350
1	Teléfono	\$25	\$25
2	Recipiente de basura	\$8	\$16
1	Dispensador de agua	\$150	\$150
2	Ventiladores	\$30	\$60
1	Escalera	\$115	\$115
1	Caja registradora	\$80	\$80
1	Extintor	\$60	\$60
Total		\$1278	\$2916

Nota. En tabla 18 se detallan los mueble y equipos necesarios para el funcionamiento del área administrativa

3.2.5 Requerimientos de personal para área administrativa

Tabla 19*Requerimiento de personal administrativo*

Cargo	Sueldo	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Aporte patronal	IESS	Sueldo Neto
Administrador	\$600	\$600	\$460	\$66.90	\$56.70	\$543.30

Nota. En tabla 19 se detalla el sueldo del encargado del área administrativa

4 Capítulo 4: Estudio Financiero

4.1 Horizonte del tiempo del plan financiero

El presente proyecto llamado PandaParts contempla un horizonte financiero de 5 años, esto debido a factores que influyen en la dinámica respectiva de todo proyecto de inversión, estos factores pueden ser políticos, sociales o económicos. Se tomó la decisión de optar por este período de tiempo debido a las condiciones del financiamiento, además según las proyecciones y estimaciones de ingresos se espera recuperar la inversión inicial en este lapso.

4.2 Plan de inversión

La inversión para este proyecto es de \$50.000,00. Los socios aportarán \$10.000,00 cuyo valor corresponde al 20% de la inversión, y los restantes \$40.000,00 se obtendrán mediante financiamiento del Banco del Pacífico. A continuación, se detalla los valores de inversión requeridos para iniciar el proyecto.

Tabla 20

Detalle de inversión inicial

Detalle	Total
Capital de trabajo	\$ 7.000,00
Adecuaciones de local	\$ 3.000,00
Inventario	\$ 30.000,00
Activo fijo área operativa	\$ 2.510,00
Activo fijo área administrativa	\$ 3.466,00
Activos diferidos	\$ 4.044,00
Total	\$ 50.000,00

Nota. La tabla 20 muestra en detalle los distintos valores de la inversión inicial

4.3 Flujo de Depreciaciones, Amortizaciones y Valor de Salvamento

Se aplicó el método de línea recta para realizar la depreciación de los activos fijos del área administrativa y operativa, además se utilizó los valores porcentuales correspondiente para cada activo, los cuales son proporcionados por el SRI.

Tabla 21

Depreciación de activos fijos área administrativa

Detalle	Valor inicial	Años	Depreciación Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor de salvamento
Equipos de computación	\$1.450,00	3	33.33%	\$483,29	\$483,29	\$483,29			
Muebles y equipos de oficina	\$1.996,00	10	10%	\$199,60	\$199,60	\$199,60	\$199,60	\$199,60	\$998,00
Total	\$3.446,00			\$682,89	\$682,89	\$682,89	\$199,60	\$199,60	\$998,00

Nota. En tabla 21 se detalla la depreciación de los equipos del área administrativa

Tabla 22

Depreciación de activos fijos área operativa

Detalle	Valor inicial	Años	Depreciación Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor de salvamento
Equipos de computación	\$925,00	3	33.33%	\$308,30	\$308,30	\$308,30			
Muebles y equipos de oficina	\$1.585,00	10	10%	\$158,50	\$158,50	\$158,50	\$158,50	\$158,50	\$792,50
Total	\$2.510,00			\$466,80	\$466,80	\$466,80	\$158,50	\$158,50	\$792,50

Nota. En tabla 22 se detalla la depreciación de los equipos del área operativa

Tabla 23

Amortización de acondicionamiento local

Detalle	Valor inicial	Años	Depreciación anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor de salvamento
Acondicionamiento	\$3.000,00	5	20,00%	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00	0

Nota. En tabla 23 se realiza la amortización del acondicionamiento de las instalaciones

4.3.1 Plan de financiamiento

Se buscará financiamiento por el 80% del total de la inversión debido a que el apalancamiento financiero será de \$40.000,00 a un plazo de 5 años y con una tasa de interés del 11.60% anual. Este valor corresponde a la tasa que tiene el Banco del Pacifico para los créditos de PYMES, la frecuencia de pago se realizara de manera mensual, por lo que en total hay que cancelar 60 cuotas, además el horizonte financiero del proyecto está diseñado en base al plazo del financiamiento.

4.3.2 Tabla de Amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización correspondiente al financiamiento por un valor de \$40.000,00 a 60 meses plazo con una tasa del 11,60% anual y con frecuencia de pago mensual.

Tabla 24

Tabla de amortización del financiamiento

Numero	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
0				\$ 40.000,00
1	\$870,20	\$ 367,51	\$ 502,69	\$ 39.497,31
2	\$870,20	\$ 362,90	\$ 507,31	\$ 38.990,00
3	\$870,20	\$ 358,23	\$ 511,97	\$ 38.478,03
4	\$870,20	\$ 353,53	\$ 516,67	\$ 37.961,36
5	\$870,20	\$ 348,78	\$ 521,42	\$ 37.439,94
6	\$870,20	\$ 343,99	\$ 526,21	\$ 36.913,73
7	\$870,20	\$ 339,16	\$ 531,05	\$ 36.382,68
8	\$870,20	\$ 334,28	\$ 535,93	\$ 35.846,75
9	\$870,20	\$ 329,35	\$ 540,85	\$ 35.305,90
10	\$870,20	\$ 324,39	\$ 545,82	\$ 34.760,09
11	\$870,20	\$ 319,37	\$ 550,83	\$ 34.209,25
12	\$870,20	\$ 314,31	\$ 555,89	\$ 33.653,36
13	\$870,20	\$ 309,20	\$ 561,00	\$ 33.092,36

14	\$870,20	\$	304,05	\$	566,16	\$	32.526,20
15	\$870,20	\$	298,85	\$	571,36	\$	31.954,84
16	\$870,20	\$	293,60	\$	576,61	\$	31.378,23
17	\$870,20	\$	288,30	\$	581,91	\$	30.796,33
18	\$870,20	\$	282,95	\$	587,25	\$	30.209,08
19	\$870,20	\$	277,56	\$	592,65	\$	29.616,43
20	\$870,20	\$	272,11	\$	598,09	\$	29.018,34
21	\$870,20	\$	266,62	\$	603,59	\$	28.414,75
22	\$870,20	\$	261,07	\$	609,13	\$	27.805,61
23	\$870,20	\$	255,47	\$	614,73	\$	27.190,88
24	\$870,20	\$	249,83	\$	620,38	\$	26.570,51
25	\$870,20	\$	244,13	\$	626,08	\$	25.944,43
26	\$870,20	\$	238,37	\$	631,83	\$	25.312,60
27	\$870,20	\$	232,57	\$	637,64	\$	24.674,96
28	\$870,20	\$	226,71	\$	643,49	\$	24.031,47
29	\$870,20	\$	220,80	\$	649,41	\$	23.382,06
30	\$870,20	\$	214,83	\$	655,37	\$	22.726,69
31	\$870,20	\$	208,81	\$	661,39	\$	22.065,29
32	\$870,20	\$	202,73	\$	667,47	\$	21.397,82
33	\$870,20	\$	196,60	\$	673,60	\$	20.724,22
34	\$870,20	\$	190,41	\$	679,79	\$	20.044,42
35	\$870,20	\$	184,17	\$	686,04	\$	19.358,38
36	\$870,20	\$	177,86	\$	692,34	\$	18.666,04
37	\$870,20	\$	171,50	\$	698,70	\$	17.967,34
38	\$870,20	\$	165,08	\$	705,12	\$	17.262,22
39	\$870,20	\$	158,60	\$	711,60	\$	16.550,61
40	\$870,20	\$	152,06	\$	718,14	\$	15.832,47
41	\$870,20	\$	145,47	\$	724,74	\$	15.107,74
42	\$870,20	\$	138,81	\$	731,40	\$	14.376,34
43	\$870,20	\$	132,09	\$	738,12	\$	13.638,22
44	\$870,20	\$	125,31	\$	744,90	\$	12.893,33
45	\$870,20	\$	118,46	\$	751,74	\$	12.141,58
46	\$870,20	\$	111,56	\$	758,65	\$	11.382,93

47	\$870,20	\$ 104,58	\$ 765,62	\$ 10.617,32
48	\$870,20	\$ 97,55	\$ 772,65	\$ 9.844,66
49	\$870,20	\$ 90,45	\$ 779,75	\$ 9.064,91
50	\$870,20	\$ 83,29	\$ 786,92	\$ 8.277,99
51	\$870,20	\$ 76,06	\$ 794,15	\$ 7.483,84
52	\$870,20	\$ 68,76	\$ 801,44	\$ 6.682,40
53	\$870,20	\$ 61,40	\$ 808,81	\$ 5.873,59
54	\$870,20	\$ 53,97	\$ 816,24	\$ 5.057,35
55	\$870,20	\$ 46,47	\$ 823,74	\$ 4.233,62
56	\$870,20	\$ 38,90	\$ 831,31	\$ 3.402,31
57	\$870,20	\$ 31,26	\$ 838,94	\$ 2.563,37
58	\$870,20	\$ 23,55	\$ 846,65	\$ 1.716,71
59	\$870,20	\$ 15,77	\$ 854,43	\$ 862,28
60	\$870,20	\$ 7,92	\$ 862,28	\$ 0,00
TOTAL	\$52.212,26	\$ 12.212,26	\$ 40.000,00	

Nota. La tabla 24 contiene todos los valores correspondientes al financiamiento del proyecto

4.4 4.4 Proyecciones de ingresos operacionales

Se utilizo como referencia los resultados de la cuantificación de la demanda futura realizada en el capítulo 2, para la proyección de ingresos operacionales se estima que el proyecto tendrá un crecimiento anual del 5%. A continuación, en la siguiente tabla se presentan la proyección de ingresos.

Tabla 25

Proyección de ingresos operacionales

Clasificación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Lubricantes	\$ 8.000,00	\$ 8.400,00	\$ 8.820,00	\$ 9.261,00	\$ 9.724,05
Sistema de frenos	\$ 27.000,00	\$ 28.350,00	\$ 29.767,50	\$ 31.255,88	\$ 32.818,67
Sistema eléctrico	\$ 18.000,00	\$ 18.900,00	\$ 19.845,00	\$ 20.837,25	\$ 21.879,11
Amortiguadores	\$ 12.000,00	\$ 12.600,00	\$ 13.230,00	\$ 13.891,50	\$ 14.586,08

Cauchos y Empaques y Selladores	\$ 12.000,00	\$ 12.600,00	\$ 13.230,00	\$ 13.891,50	\$ 14.586,08
Accesorios y artículos de limpieza	\$ 16.000,00	\$ 16.800,00	\$ 17.640,00	\$ 18.522,00	\$ 19.448,10
Filtros	\$ 15.000,00	\$ 15.750,00	\$ 16.537,50	\$ 17.364,38	\$ 18.232,59
Sistema de refrigeración	\$ 24.000,00	\$ 25.200,00	\$ 26.460,00	\$ 27.783,00	\$ 29.172,15
Retenedores y rulimanes	\$ 9.000,00	\$ 9.450,00	\$ 9.922,50	\$ 10.418,63	\$ 10.939,56
Sistema de propulsión	\$ 26.000,00	\$ 27.300,00	\$ 28.665,00	\$ 30.098,25	\$ 31.603,16
Sistema hidráulico	\$ 13.000,00	\$ 13.650,00	\$ 14.332,50	\$ 15.049,13	\$ 15.801,58
Piezas de motor	\$ 40.000,00	\$ 42.000,00	\$ 44.100,00	\$ 46.305,00	\$ 48.620,25
TOTAL	\$ 220.000,00	\$ 231.000,00	\$ 242.550,00	\$ 254.677,50	\$ 267.411,38

Nota. La tabla 25 detalla los ingresos estimados que obtendrá el proyecto en los próximos 5 años

4.5 Proyección de costos y gastos operacionales

Tabla 26

Nómina del personal

Cargo	Sueldo	D. Tercero	D. Cuarto	Aporte Patronal	Total anual
Administrador	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 460,00	\$ 66,90	\$ 9.062,80
Vendedor	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 460,00	\$ 66,90	\$ 9.062,80
Bodeguero	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 460,00	\$ 66,90	\$ 9.062,80
Total	\$ 1.800,00			\$ 200,70	\$ 27.188,40

Nota. En la tabla 26 se muestra la nómina del personal necesario para la operación del proyecto, los cuales tienen funciones y responsabilidades definidas. Se contratarán servicios prestados en marketing y publicidad, asimismo se contratará servicios prestados de un contador para llevar a cabo las respectivas declaraciones tributarias. Esto con el objetivo de reducir costos operativos en personal.

Tabla 27

Costos de ventas de mercaderías 3% incremento anual

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de ventas en dólares	\$ 143.000,00	\$ 147.290,00	\$ 151.708,70	\$ 156.259,96	\$ 160.947,76

Nota. Los costos de ventas son del 65% en el Año 1, y se incrementan 3% anualmente.

Tabla 28

Presupuesto de gastos mensual y anual

Detalle	Valor mensual	Total anual
Alquiler	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Electricidad	\$ 80,00	\$ 960,00
Internet	\$ 30,00	\$ 360,00
Agua	\$ 10,00	\$ 120,00
Plan celular	\$ 25,00	\$ 300,00
Plan teléfono fijo	\$ 13,00	\$ 156,00
Publicidad	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Contador	\$ 300,00	\$ 3.600,00
TOTAL	\$ 1.058,00	\$ 12.696,00

Nota. La tabla 28 detalla los gastos de servicios necesarios para la operatividad del proyecto

Tabla 29

Proyección de gastos operacionales 2% incremento anual

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos operacionales en dólares	\$ 39.604,40	\$ 40.396,49	\$ 41.204,42	\$ 42.028,51	\$ 42.869,08

Nota. El valor de los Gastos operacionales anuales representa la sumatoria del valor de los salarios anuales del personal y los gastos en servicios básicos necesarios para el funcionamiento del negocio tales como alquiler, electricidad, internet, etc. En las proyecciones se estimó que los gastos operacionales se incrementarían un 2% anual debido a factores como el incremento del salario, trifa eléctrica, inflación, etc.

4.6 Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 30

Estado de resultados del proyecto

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ingresos de actividades Ordinarias	\$ 220.000,00	\$ 231.000,00	\$ 242.550,00	\$ 254.677,50	\$ 267.411,38
Venta de Bienes	\$ 220.000,00	\$ 231.000,00	\$ 242.550,00	\$ 254.677,50	\$ 267.411,38
(-)Descuento En Ventas					
(-) Devoluciones En Ventas					
(-) Bonificación En Producto					
(-) Otras Rebajas Comerciales					
Costo De Ventas	\$ 143.000,00	\$ 147.290,00	\$ 151.708,70	\$ 156.259,96	\$ 160.947,76
Ganancia Bruta	\$ 77.000,00	\$ 83.710,00	\$ 90.841,30	\$ 98.417,54	\$ 106.463,62
Gastos	\$ 39.604,40	\$ 40.396,49	\$ 41.204,42	\$ 42.028,51	\$ 42.869,08
Sueldos y salarios	\$ 26.908,40	\$ 27.446,57	\$ 27.995,50	\$ 28.555,41	\$ 29.126,52
Gastos operativos	\$ 12.696,00	\$ 12.949,92	\$ 13.208,92	\$ 13.473,10	\$ 13.742,56
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 1.749,69	\$ 1.749,69	\$ 1.749,69	\$ 958,10	\$ 958,10
Propiedades, Planta Y Equipo	\$ 1.749,69	\$ 1.749,69	\$ 1.749,69	\$ 958,10	\$ 958,10
Gastos financieros	\$ 4.095,81	\$ 3.359,60	\$ 2.537,99	\$ 1.621,07	\$ 597,79
Intereses	\$ 4.095,81	\$ 3.359,60	\$ 2.537,99	\$ 1.621,07	\$ 597,79
Ganancia (Pérdida) Antes De 15% A Trabajadores E Impuesto A La Renta De Operaciones Continuas	\$ 31.550,10	\$ 38.204,23	\$ 45.349,21	\$ 53.809,86	\$ 62.038,65
15% Participación Trabajadores	\$ 4.732,52	\$ 5.730,63	\$ 6.802,38	\$ 8.071,48	\$ 9.305,80
Ganancia (Pérdida) Ant. Impuestos	\$ 26.817,59	\$ 32.473,59	\$ 38.546,83	\$ 45.738,38	\$ 52.732,85
Impuesto A La Renta Causado	\$ 6.704,40	\$ 8.118,40	\$ 9.636,71	\$ 11.434,60	\$ 13.183,21
Ganancia (Pérdida) Neta Del Periodo	\$ 20.113,19	\$ 24.355,19	\$ 28.910,12	\$ 34.303,79	\$ 39.549,64

Nota. En la tabla 30 se detallan los valores correspondientes de cada cuenta que representa el estado de resultados del proyecto en los 5 años posteriores a la ejecución del mismo.

4.7 Balance general del proyecto

Tabla 31

Estado de situación final del proyecto

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO						
Activo Corriente	\$41.044,00	\$ 56.560,24	\$ 75.582,27	\$ 98.337,61	\$ 124.778,12	\$155.441,19
Caja Y Banco	\$11.044,00	\$24.115,24	\$ 40.493,00	\$ 60.388,57	\$ 83.736,23	\$111.054,39
Inventario	\$30.000,00	\$32.445,00	\$ 35.089,27	\$ 37.949,04	\$ 41.041,89	\$44.386,80
Mercadería en bodega	\$30.000,00	\$32.445,00	\$ 35.089,27	\$ 37.949,04	\$ 41.041,89	\$44.386,80
Activo No Corriente	\$8.956,00	\$7.206,31	\$ 5.456,63	\$ 3.706,94	\$ 2.748,84	\$ 1.790,74
Activo Fijo	\$8.956,00	\$7.206,31	\$ 5.456,63	\$ 3.706,94	\$ 2.748,84	\$ 1.790,74
Muebles De Oficina	\$2.206,00	\$2.206,00	\$ 2.206,00	\$ 2.206,00	\$ 2.206,00	\$ 2.206,00
Equipos oficina	\$1.375,00	\$1.375,00	\$ 1.375,00	\$ 1.375,00	\$ 1.375,00	\$ 1.375,00
Equipos De Computación	\$2.375,00	\$2.375,00	\$ 2.375,00	\$ 2.375,00	\$ 2.375,00	\$ 2.375,00
ADECUACIONES	\$3.000,00	\$3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Depreciación Acumulada (-)	-\$	\$1.749,69	\$ -3.499,38	\$ -5.249,06	\$ -6.207,16	\$ -7.165,26
Total Activos	\$50.000,00	\$63.766,55	\$ 81.038,89	\$ 102.044,55	\$ 127.526,95	\$157.231,93
Pasivo						
Pasivo Corriente	\$6.346,64	\$7.082,85	\$ 7.904,46	\$ 8.821,38	\$ 9.844,66	\$ -
Obligaciones financieras	\$6.346,64	\$7.082,85	\$ 7.904,46	\$ 8.821,38	\$ 9.844,66	\$ -
Pasivo No Corriente	\$ 33.653,36	\$ 26.570,51	\$ 18.666,04	\$ 9.844,66	\$ -	\$ -
Obligaciones Financieras A Largo Plazo	\$33.653,36	\$26.570,51	\$ 18.666,04	\$ 9.844,66	\$ -	\$ -
Total De Pasivo	\$40.000,00	\$ 33.653,36	\$ 26.570,51	\$ 18.666,04	\$ 9.844,66	\$ -
Patrimonio						
Capital	\$10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$10.000,00
Utilidad acumulada	\$ -	\$ 20.113,19	\$ 20.113,19	\$ 44.468,38	\$ 73.378,50	\$107.682,29
Resultado Del Ejercicio Fiscal	\$ -	\$ 20.113,19	\$ 24.355,19	\$ 28.910,12	\$ 34.303,79	\$39.549,64
Total De Patrimonio	\$ 10.000,00	\$30.113,19	\$ 54.468,38	\$ 83.378,50	\$ 117.682,29	\$157.231,93
Total Pasivo Y Patrimonio	\$50.000,00	\$63.766,55	\$81.038,89	\$102.044,55	\$127.526,95	\$157.231,93

Nota. La tabla 31 detalla los valores del estado de situación final del proyecto

5 Capítulo 5: Evaluación.

5.1 Evaluación financiera.

Según FasterCapital (2024) la evaluación financiera es el proceso de medir el valor financiero de un proyecto o entidad, se puede utilizar para decidir si continuar con un proyecto o no.

5.1.1 Ratios financieros.

A continuación, se presentan los ratios más relevantes:

Tabla 32

Ratios Financieros

Indicadores	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Liquidez	1,25	1,89	3,05	5,47	12,95
Capital de Trabajo	6,47	7,99	9,56	11,15	12,67
Rotación de Inventario	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Apalancamiento	4,00	1,12	0,49	0,22	0,08

Elaboración: Propia de los autores del proyecto.

Nota: La tabla presenta indicadores financieros del plan de inversión de la empresa comercializadora proyectado a 5 años.

5.1.2 Costos Variables

“Los costes variables son los gastos que la empresa asume para producir o entregar cada unidad de su producto” (Camara Valencia, 2023).

A continuación, se detallan los costos variables para cada categoría de repuestos:

Tabla 33*Costo variable Lubricantes*

C.V. Lubricantes					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
costo variable	\$ 5.200,00	\$ 5.460,00	\$ 5.733,00	\$ 6.019,65	\$ 6.320,63
unidades	320	336	353	370	389
C.V.U	\$ 16,25	\$ 16,25	\$ 16,25	\$ 16,25	\$ 16,25

Nota. Se detallan los costos variables para lubricantes en los 5 años

Tabla 34*Costo variable Sistema de Frenos*

C.V. Sistema de Frenos					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
costo variable	\$ 17.550,00	\$ 18.427,50	\$ 19.348,88	\$ 20.316,32	\$ 21.332,13
unidades	675	709	744	781	820
C.V.U	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00

Nota. Se detallan los costos variables para sistema de frenos en los 5 años

Tabla 35*Costo variable Sistema Eléctrico*

C.V Sistema Eléctrico					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
costo variable	\$ 11.700,00	\$ 12.285,00	\$ 12.899,25	\$ 13.544,21	\$ 14.221,42
unidades	600	630	662	695	729
C.V.U	\$ 19,50	\$ 19,50	\$ 19,50	\$ 19,50	\$ 19,50

Nota. Se detallan los costos variables para sistema eléctrico en los 5 años

Tabla 36*Costo variable Amortiguadores*

C.V. Amortiguadores					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
costo variable	\$ 7.800,00	\$ 8.190,00	\$ 8.599,50	\$ 9.029,48	\$ 9.480,95
unidades	300	315	331	347	365
C.V.U	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00

Nota. Se detallan los costos variables para amortiguadores en los 5 años

Tabla 37*Costo variable Cauchos, Empaques, etc*

C.V. Cauchos, empaques, etc									
	año 1		año 2		año 3		año 4		año 5
costo variable	\$ 7.800,00	\$	8.190,00	\$	8.599,50	\$	9.029,48	\$	9.480,95
unidades	1200		1260		1323		1389		1459
C.V.U	\$ 6,50	\$	6,50	\$	6,50	\$	6,50	\$	6,50

Nota. Se detallan los costos variables para esta categoría en los 5 años

Tabla 38*Costo variable Accesorios y Carrocerías*

C.V. Accesorios y Carrocería									
	año 1		año 2		año 3		año 4		año 5
costo variable	\$ 10.400,00	\$	10.920,00	\$	11.466,00	\$	12.039,30	\$	12.641,27
unidades	2000		2100		2205		2315		2431
C.V.U	\$ 5,20	\$	5,20	\$	5,20	\$	5,20	\$	5,20

Nota. Se detallan los costos variables para la presente categoría en los 5 años

Tabla 39*Costo variable Filtros*

C.V. Filtros									
	año 1		año 2		año 3		año 4		año 5
costo variable	\$ 9.750,00	\$	10.237,50	\$	10.749,38	\$	11.286,84	\$	11.851,19
unidades	1500		1575		1654		1736		1823
C.V.U	\$ 6,50	\$	6,50	\$	6,50	\$	6,50	\$	6,50

Nota. Se detallan los costos variables de filtros en los 5 años

Tabla 40*Costo variable Sistema Refrigeración*

C.V. Sistema Refrigeración									
	año 1		año 2		año 3		año 4		año 5
costo variable	\$ 15.600,00	\$	16.380,00	\$	17.199,00	\$	18.058,95	\$	18.961,90
unidades	320		336		353		370		389
C.V.U	\$ 48,75	\$	48,75	\$	48,75	\$	48,75	\$	48,75

Nota. Se detallan los costos variables para la presente categoría en los 5 años

Tabla 41*Costo variable Retenedores y Rulimanes*

C.V. Retenedores y Rulimanes					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
costo variable	\$ 5.850,00	\$ 6.142,50	\$ 6.449,63	\$ 6.772,11	\$ 7.110,71
unidades	225	236	248	260	273
C.V.U	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00

Nota. Se detallan los costos variables para la presente categoría en los 5 años

Tabla 42*Costo variable Sistema de Propulsión*

C.V. Sistema de Propulsión					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
costo variable	\$ 16.900,00	\$ 17.745,00	\$ 18.632,25	\$ 19.563,86	\$ 20.542,06
unidades	100	105	110	116	122
C.V.U	\$ 169,00	\$ 169,00	\$ 169,00	\$ 169,00	\$ 169,00

Nota. Se detallan los costos variables para sistema de propulsión en los 5 años

Tabla 43*Costo variable Sistema Hidráulico*

C.V. Sistema Hidráulico					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
costo variable	\$ 8.450,00	\$ 8.872,50	\$ 9.316,13	\$ 9.781,93	\$ 10.271,03
unidades	50	53	55	58	61
C.V.U	\$ 169,00	\$ 169,00	\$ 169,00	\$ 169,00	\$ 169,00

Nota. Se detallan los costos variables para sistema hidráulico en los 5 años

Tabla 44*Costo variable Piezas de Motor*

C.V. Piezas de Motor					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
costo variable	\$ 26.000,00	\$ 27.300,00	\$ 28.665,00	\$ 30.098,25	\$ 31.603,16
unidades	160	168	176	185	194
C.V.U	\$ 162,50	\$ 162,50	\$ 162,50	\$ 162,50	\$ 162,50

Nota. Se detallan los costos variables la categoría piezas de motor en los 5 años

5.1.3 Costo Fijo

Para Balanda, A (2005) “Los costos fijos son aquellos cuyo comportamiento resulta absolutamente independiente e indiferente del nivel de actividad de la empresa” (pág. 20).

En la tabla 45 se muestra los costos fijos unitarios por unidades de repuestos:

Tabla 45

Costo fijo

COSTO FIJO					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
costo fijo	\$ 39.604,40	\$ 40.396,49	\$ 41.204,42	\$ 42.028,51	\$ 42.869,08
unidades	7450	7823	8214	8624	9056
CFU	5,32	5,16	5,02	4,87	4,73

Nota. Se detalla la sumatoria total de los costos fijos que tendrán los artículos a comercializarse

5.1.4 Punto de Equilibrio

Según Baca Urbina (2019) “El punto de equilibrio representa el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables” (pág. 179).

A continuación, en la tabla 46 se muestran los respectivos puntos de equilibrios por unidades y por ingresos para cada una de las categorías de repuestos:

Tabla 46*Puntos de Equilibrios*

P.E. Lubricantes					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
unidades	0,61	0,58	0,55	0,52	0,50
P.E. Sistema de Frenos					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
unidades	0,38	0,36	0,34	0,33	0,31
P.E. Sistema Eléctrico					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
unidades	0,51	0,48	0,46	0,44	0,42
P.E. Amortiguadores					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
unidades	0,38	0,36	0,34	0,33	0,31
P.E. Cauchos, empaques, etc					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
unidades	1,52	1,45	1,38	1,31	1,25
P.E. Accesorio y Carrocería					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
unidades	1,90	1,81	1,72	1,64	1,56
P.E. Filtros					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
unidades	1,52	1,45	1,38	1,31	1,25
P.E. Sistema Refrigeración					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
unidades	0,20	0,19	0,18	0,17	0,17
P.E. Retenedor y Rulimanes					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
unidades	0,3797162	0,36163448	0,34441379	0,32801313	0,31239346
P.E. Sistema de Propulsión					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
unidades	0,06	0,06	0,05	0,05	0,05
P.E. Sistema Hidráulico					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
unidades	0,06	0,06	0,05	0,05	0,05
P.E. Piezas de Motor					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
unidades	0,06	0,06	0,06	0,05	0,05

Nota. Se detallan los puntos de equilibrio de cada categoría de los repuestos a comercializarse, proyectados a 5 años

5.1.5 Flujos fondos del proyecto.

Según Lledó, P (2007) El flujo de fondos de un proyecto es una herramienta financiera que permite sistematizar y proyectar las entradas y salidas de efectivo a lo largo del tiempo, facilitando la evaluación de la viabilidad económica de un proyecto.

Tabla 47

Flujo de Caja Proyectado

DESCRIPCION	Preoperativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
VENTAS		220.000,00	231.000,00	242.550,00	254.677,50	267.411,38
VENTAS		220.000,00	231.000,00	242.550,00	254.677,50	267.411,38
B. EGRESOS OPERACIONALES						
0		182.604,40	187.686,49	192.913,12	198.288,47	203.816,84
Gastos operativos		12.696,00	12.949,92	13.208,92	13.473,10	13.742,56
M.O.D.		26.908,40	27.446,57	27.995,50	28.555,41	29.126,52
costos de venta		143.000,00	147.290,00	151.708,70	156.259,96	160.947,76

	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Comisión Ventas						
C. FLUJO OPERACIONAL (A – B)		37.395,60	43.313,51	49.636,88	56.389,03	63.594,54
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	50.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CREDITO LARGO PLAZO	40.000,00					
APORTE PROPIO	10.000,00					
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	38.956,00	24.324,36	26.935,75	29.741,31	33.041,37	36.276,38
ABONOS DE CAPITAL		6.346,64	7.082,85	7.904,46	8.821,38	9.844,66
GASTOS FINANCIEROS		4.095,81	3.359,60	2.537,99	1.621,07	597,79
IMPUESTOS Y TRABAJADORES		11.436,91	13.849,03	16.439,09	19.506,08	22.489,01
ADECUACIONES	\$ 3.000,00					
INVENTARIO	\$30.000,00	2.445,00	2.644,27	2.859,78	3.092,85	3.344,91
ACTIVOS TANGIBLES	\$ 5.956,00					
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D – E)	11.044,00	-24.324,36	-26.935,75	-29.741,31	-33.041,37	-36.276,38
G. FLUJO NETO GENERADO (C + F)	11.044,00	13.071,24	16.377,76	19.895,57	23.347,66	27.318,16
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0,00	11.044,00	24.115,24	40.493,00	60.388,57	83.736,23
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	11.044,00	24.115,24	40.493,00	60.388,57	83.736,23	111.054,39

Nota. La tabla 47 muestra los valores correspondientes al flujo de caja proyectado a 5 años

5.1.6 Costo promedio ponderado de capital WACC.

Es una medida que estima el costo promedio que tiene una empresa para financiar sus activos. Es crucial en la valoración de proyectos y en la toma de decisiones de inversión porque refleja el costo de oportunidad de invertir en un negocio en lugar de en otros activos con riesgos similares. (DINORAH JOYCE CHÁVEZ NIETO, 2019)

Tabla 48

Información Sobre el Costo de la Deuda

T. Esperada	25%
Tasas de Interés	11,60%
Impuesto	15%
Costo de la Deuda	9,86%

Nota. La tabla 48 refleja el costo del financiamiento

Tabla 49

Costo Promedio Ponderado de Capital

	Valor	Participación	Costo	Promedio Ponderado
Deuda	40000	80,00%	9,86%	7,89%
Recursos Propios	10000	20,00%	25%	5,00%
Total	50000	100,00%		12,89% WACC

Nota. La tabla 49 refleja el costo promedio ponderado del capital invertido en el proyecto

5.1.7 Evaluación financiera del proyecto (VAN, TIR, PAYBACK).

A continuación, se presentan los resultados de los principales criterios de evaluación financiera, considerando un valor residual de 105,440.25, bajo la premisa de negocio en marcha:

Tabla 50*Evaluación Financiera VAN, TIR, PAYBACK*

CONCEPTO	EVALUACION	Preoperativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VALOR RESIDUAL							105,440.25
FLUJO ANUAL		-10,000.00	13,071.24	16,377.76	19,895.57	23,347.66	132,758.42
TIR DEL INVERSIONISTA	162.67%						
FLUJO DESCONTADO VAN	25.0%	-10,000.00	10,456.99	10,481.77	10,186.53	9,563.20	43,502.28
		74,190.77					
P/R; C/B	8.42	-10,000.00	456.99	10,938.76	21,125.29	30,688.49	74,190.77

Nota. la tabla 49 refleja el costo promedio ponderado del capital invertido en el proyecto

5.1.8 Análisis de sensibilidad y/o escenarios.

El análisis de sensibilidad "estudia los cambios que se producen en una variable cuando se introducen ciertas variaciones en el modelo financiero", permitiendo a las empresas predecir resultados y comprender las incertidumbres asociadas a sus decisiones (TeamSistem, 2024)

Tabla 51*Escenarios posibles y Sensibilidad*

Escenarios	VAN	TIR
Optimista	\$109.562,79	60%
Pesimista	\$63.911,63	35,00%
Moderado	\$74.137,49	41%

Nota. Se muestra el análisis de sensibilidad, se hace referencia a tres posibles escenarios a los que puede estar expuesto el proyecto

5.1.9 Análisis e interpretación de los resultados de la evaluación financiera.

- **Liquidez**

La liquidez ha aumentado consistentemente durante los cinco años, pasando de 1,25 a 12,95. Un valor superior a 1 indica que la empresa puede cubrir sus pasivos a corto plazo con sus activos corrientes. El aumento significativo sugiere que la

empresa ha mejorará su capacidad de pago y ha acumulado más activos corrientes, lo cual es positivo. Sin embargo, una liquidez excesivamente alta (como en el año 5) podría indicar que la empresa no está utilizando eficientemente sus activos, ya que podría estar acumulando efectivo o inventarios en exceso. Por lo que tendremos que analizar la utilización de nuestros activos.

- **Capital de Trabajo**

El capital de trabajo nos muestra como aumentara de manera constante a lo largo de los años. Esto indica que la empresa tendrá una mayor cantidad de recursos para financiar sus operaciones diarias y enfrentar contingencias a corto plazo. Un aumento en el capital de trabajo es generalmente una señal positiva, ya que muestra una mayor capacidad operativa.

- **Rotación de Inventario**

Según el análisis la rotación de inventario se mantendrá en 2,00 durante los cinco años. Esto significa que la empresa vende y repone su inventario aproximadamente dos veces al año. Una rotación de inventario constante puede indicar una estabilidad en la demanda de los productos. Sin embargo, el proyecto al tener una variedad de productos de los cuales van a tener más rotación que otros, como es el caso de un filtro de aire que se cambia cada 5 mil kilómetros aproximadamente mes y medio, a diferencia de un kit de distribución que se cambia cada 60 mil kilómetros aproximadamente un año y medio.

- **Apalancamiento**

El apalancamiento disminuye de 4,00 en el año 1 a 0,08 en el año 5. Una disminución en el apalancamiento significa que la empresa reducirá su dependencia de la deuda para financiar sus operaciones y mejorará su estructura de capital. Esto

reduce el riesgo financiero y los costos por intereses, lo cual es positivo. Un apalancamiento más bajo generalmente indica una mayor estabilidad financiera, pero es importante asegurar que la empresa todavía esté aprovechando oportunidades de crecimiento, ya que un apalancamiento razonable puede ayudar a financiar expansión y mejoras.

- **Puntos de Equilibrios**

A lo largo de cinco años, los puntos de equilibrio en unidades de diversos productos del local comercial de repuestos de autos tendrán una tendencia descendente, reflejando una mejora en la eficiencia operativa y la reducción de costos. Para los lubricantes, el punto de equilibrio disminuirá de 0,61 en el año 1 a 0,50 en el año 5. En el sistema de frenos, pasará de 0,38 a 0,31, mientras que el sistema eléctrico bajará de 0,51 a 0,42. Los amortiguadores mostraron una caída similar de 0,38 a 0,31. Los cauchos, empaques, y otros, así como los filtros, tendrá una reducción significativa de 1,52 a 1,25 unidades. Los accesorios y carrocería también presentaron una disminución, de 1,90 a 1,56. El sistema de refrigeración reducirá su punto de equilibrio de 0,20 a 0,17 unidades. Los retenedores y rulimanes bajarán de 0,38 a 0,31. Los sistemas de propulsión, hidráulico y las piezas de motor mantendrán un punto de equilibrio estable en 0,06, 0,06 y 0,05 unidades, respectivamente, durante los últimos años. Este análisis general muestra una tendencia hacia una mayor eficiencia y control de costos en la empresa, permitiendo que se requieran menos unidades vendidas para cubrir los costos fijos.

- **WACC**

El WACC del 11.70% indica que la empresa tiene un costo significativo asociado con su financiamiento, y debe gestionar cuidadosamente sus

inversiones y estructura de capital para mantener su rentabilidad y sostenibilidad financiera.

- **VAN, TIR, PAYBACK**

El análisis conjunto del VAN, la TIR y el Payback indica que el proyecto de inversión es extremadamente atractivo y rentable. Un VAN positivo de \$74,190.77, una TIR alta del 162.67%, y un Payback de solo un año y medio sugieren que el proyecto no solo generará retornos significativos, sino que también recuperará rápidamente la inversión inicial. Estos indicadores financieros proporcionan una fuerte evidencia de que la inversión es viable y lucrativa, y sería una opción muy prometedora para los inversionistas.

5.2 Evaluación económica.

Según Baca Urbina (2019) “La evaluación económica corresponde a la parte final de todo proceso de análisis de la factibilidad de un proyecto” (pág. 207).

5.2.1 Flujo de fondos económicos.

Tabla 52

Flujo de Caja Sin Inversión Financiera

DESCRIPCION	Preoperativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
VENTAS		220,000.00	231,000.00	242,550.00	254,677.50	267,411.38
VENTAS		220,000.00	231,000.00	242,550.00	254,677.50	267,411.38
B. EGRESOS OPERACIONALES						
0		<u>182,604.40</u>	<u>187,686.49</u>	<u>192,913.12</u>	<u>198,288.47</u>	<u>203,816.84</u>
Gastos operativos		12,696.00	12,949.92	13,208.92	13,473.10	13,742.56
M.O.D.		26,908.40	27,446.57	27,995.50	28,555.41	29,126.52
costos de venta		143,000.00	147,290.00	151,708.70	156,259.96	160,947.76
0		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Comision Ventas						

C. FLUJO OPERACIONAL (A – B)		37,395.60	43,313.51	49,636.88	56,389.03	63,594.54
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	50,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CREDITO LARGO PLAZO						
APORTE PROPIO	50,000.00					
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	38,956.00	13,881.91	16,493.30	19,298.86	22,598.92	25,833.92
ABONOS DE CAPITAL						
GASTOS FINANCIEROS						
IMPUESTOS Y TRABAJADORES		11,436.91	13,849.03	16,439.09	19,506.08	22,489.01
ADECUACIONES	\$ 3,000.00					
INVENTARIO	\$30,000.00	2,445.00	2,644.27	2,859.78	3,092.85	3,344.91
ACTIVOS TANGIBLES	\$ 5,956.00					
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D – E)	11,044.00	-13,881.91	-16,493.30	-19,298.86	-22,598.92	-25,833.92
G. FLUJO NETO GENERADO (C + F)	11,044.00	23,513.69	26,820.21	30,338.02	33,790.11	37,760.61
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0.00	11,044.00	34,557.69	61,377.90	91,715.92	125,506.03
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	11,044.00	34,557.69	61,377.90	91,715.92	125,506.03	163,266.64

Nota. Se muestra el flujo de caja sin financiamiento

5.2.2 Evaluación económica del proyecto (VAN, TIR, PAYBACK)

A continuación, se presentan los resultados de los principales criterios de evaluación económica, considerando un valor residual de 147,210.06, bajo la premisa de negocio en marcha:

Tabla 53

VAN, TIR, PAYBACK Sin Inversión Financiera

CONCEPTO	EVALUACION	Preoperativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VALOR DE DESECHO							147,210.06
FLUJO ANUAL		-50,000.00	23,513.69	26,820.21	30,338.02	33,790.11	184,970.67
TIR DEL INVERSIONISTA	65.61%						
FLUJO DESCONTADO VAN	25.0%	-50,000.00	18,810.95	17,164.94	15,533.07	13,840.43	60,611.19
P/R; C/B	2.52	-50,000.00	-31,189.05	-14,024.11	1,508.95	15,349.38	75,960.57

Nota. Se muestra los valores de la evaluación económica del proyecto

5.2.3 Análisis e interpretación de los resultados.

El análisis del VAN, TIR y Payback indica que el proyecto de inversión es viable y atractivo:

- **VAN:** Un VAN positivo de \$75,960.57 sugiere que el proyecto generará valor neto para los inversionistas.
- **TIR:** Una TIR del 65.61% es significativamente superior a la tasa de descuento del 25%, lo que confirma la rentabilidad del proyecto.
- **Payback:** El período de recuperación (payback) es aproximadamente 2.99 años. Esto significa que la inversión inicial se recupera justo antes de finalizar el tercer año.

Estos resultados proporcionan una fuerte evidencia de que la inversión es financieramente sólida y lucrativa, recomendando su ejecución.

5.3 Análisis Ambiental

“Un análisis ambiental es una herramienta de análisis estratégico utilizada para identificar y evaluar todos los elementos externos e internos de un entorno empresarial y que pueden afectar al desempeño de una empresa” (GRUPO ESNECA, 2023)

Tabla 54

Impacto ambiental

ETAPAS	ASPECTOS	IMPACTO
Almacenamiento	Consumo de energía eléctrica	Contribución al cambio climático
Comercialización y Venta	Generación de ruido	Aumento en los niveles de ruido
	Generación de desechos	Contaminación atmosférica
	Consumo de energía eléctrica	Contribución al cambio climático

Nota. Se muestra los valores de la evaluación económica del proyecto

5.3.1 Plan de Mitigación ambiental

Aunque los repuestos sean nuevos, el local puede generar desechos como empaques, plásticos y cartones que, si no se gestionan adecuadamente, pueden contribuir a la contaminación. La eliminación inadecuada de estos materiales puede llevar a la contaminación del suelo y el agua (FASTERCAPITAL, 2024)

Las operaciones del local, incluyendo iluminación y refrigeración, pueden contribuir a un aumento en el consumo energético, lo que a su vez puede resultar en emisiones de gases de efecto invernadero si la energía proviene de fuentes no renovable

Algunos repuestos nuevos pueden incluir productos químicos que, al ser desechados, pueden contaminar el medio ambiente. Por ejemplo, aceites, lubricantes y otros fluidos que, aunque sean nuevos, requieren un manejo adecuado para evitar derrames y contaminación.

6 Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones

- La creciente presencia de vehículos chinos en Ecuador, que alcanzó un 42.4% de las importaciones en 2022, indica un cambio en las preferencias de los consumidores hacia opciones más accesibles debido a restricciones económicas.
- Según el cálculo de la evaluación económica del payback el proyecto tiene un periodo de recuperación de la inversión de 2,99 años, esto indica que el proyecto es significativamente rentable debido a que la inversión inicial se recupera antes de los 5 años que está proyectada, la evaluación financiera del payback también indica una recuperación de la inversión de 1 año.
- La competencia en el sector es intensa, lo que obliga a los negocios a diferenciarse a través de estrategias de marketing y atención al cliente. Existen oportunidades significativas para expandir el mercado mediante el uso de plataformas digitales y la formación de alianzas estratégicas.
- El análisis de los ratios financieros proyectados a 5 años revela una notable mejora en la estabilidad y capacidad operativa de la empresa, la liquidez aumentada muestra una sólida capacidad para cubrir pasivos a corto plazo. El crecimiento constante del capital de trabajo indica una mayor disponibilidad de recursos para operaciones diarias y contingencias. La estabilidad en la rotación de inventario refleja una demanda constante, aunque se debe gestionar adecuadamente debido a la variedad de productos para mantener la eficiencia operativa.

La significativa reducción del apalancamiento financiero, sugiere una menor dependencia de la deuda, reduciendo riesgo financiero y costo de intereses.

- La percepción de que los productos chinos son de menor calidad puede ser un obstáculo que requiere esfuerzos de marketing para mejorar la imagen de estos repuestos.

6.2 Recomendaciones

- **Investigación de Mercado:** Realizar estudios de mercado continuos para entender mejor las preferencias de los consumidores y ajustar la oferta de productos en consecuencia.
- **Estrategias de Marketing Digital:** Aprovechar el crecimiento del comercio electrónico para aumentar la visibilidad de los productos y llegar a un público más amplio. Implementar campañas de marketing que destaquen la calidad y el valor de los repuestos chinos.
- **Fortalecimiento de Alianzas:** Establecer colaboraciones con talleres mecánicos y concesionarios para asegurar un flujo constante de clientes y referencias, lo que puede aumentar las ventas.
- **Capacitación del Personal:** Invertir en la capacitación continua del personal para que puedan ofrecer un servicio al cliente excepcional y asesoramiento técnico, lo que ayudará a fidelizar a los clientes.
- **Gestión de la Calidad:** Implementar controles de calidad y garantizar la autenticidad de los repuestos ofrecidos, lo que puede ayudar a cambiar la percepción negativa sobre los productos chinos.
- **Adaptación a Cambios Regulatorios:** Mantenerse informado sobre las regulaciones de importación y políticas gubernamentales para adaptarse rápidamente a cualquier cambio que pueda afectar el negocio.

7 Bibliografía

- AEADE. (2023). BOLETIN ANUAL INFORMATIVO. *AEADE*, 86.
- Balanda, A. (2005). *CONTABILIDAD de COSTOS-FCE*. Obtenido de https://editorial.unam.edu.ar/images/documentos_digitales/Contabilidad_de_Costos-Alberto_Balanda.pdf
- Camara Valencia. (2023). *Camara Valencia*. Obtenido de <https://www.mastermbaonline.com/finanzas/costes-variables/>
- CINAE. (2023). Obtenido de <https://www.cinae.org.ec/estadisticas/>
- DINORAH JOYCE CHÁVEZ NIETO, J. R. (2019). *El costo de capital promedio ponderado como indicador de una ventaja competitiva*. MICHOACAN: Red Internacional de Investigadores en Competitividad.
- FasterCapital. (24 de junio de 2024). Obtenido de <https://fastercapital.com/es/contenido/Que-es-la-evaluacion-financiera.html#Introducci-n-a-la-Evaluaci-n-Financiera>
- FASTERCAPITAL. (16 de JUNIO de 2024). *FASTERCAPITAL*. Obtenido de <https://fastercapital.com/es/contenido/Sostenibilidad-en-el-mercado-de-repuestos-para-automoviles--conclusiones-clave-del-informe.html#Explorando-la-sostenibilidad-en-el-mercado-de-repuestos-para-autom-viles>
- GRUPO ESNECA. (2023). *GRUPOESNECA.TV*. Obtenido de <https://gruposneca.tv/contenidos/que-es-un-analisis-ambiental-y-como-se-hace/>
- INEC. (2022). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/ESTRA_2022/2022_PRINCIPALES_RESULTADOS_ESTRA.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2023). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/justicia-y-crimen/>
- Lledó, P. (2007). Flujo de fondos. *MasConsulting*, 5-9.
- Parada, P. (10 de Enero de 2013). Obtenido de <https://www.pascualparada.com/analisis-pestel-una-herramienta-de-estudio-del-entorno/>
- Reaburn, A. (8 de JUNIO de 2024). *ASANA*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- San Martín Riera, L., Allauca Aúlla, M., Pico, F., & V, V. (2011). *dspace*. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/16604>
- SELMAN, H. (2017). *MARKETING DIGITAL*. En H. SELMAN, *MARKETING DIGITAL* (págs. 20-25). IBUKKU.
- Superintendencia de compañías, valores y seguros. (2024). *Supercias*. Obtenido de <https://appsevssoc.supercias.gob.ec/consultaCompanias/societario/informacionCompanias.jsf>

- TeamSistem. (2024). *Software Del Sol*. Obtenido de Software Del Sol: <https://www.sdelsol.com/glosario/analisis-de-sensibilidad/>
- TELLIS, G. J. (2002). ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCION. En G. J. TELLIS, *ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCION* (págs. 282-289).
- Unir. (18 de 08 de 2023). *Universidad en Internet*. Obtenido de <https://www.unir.net/empresa/revista/5-fuerzas-porter/>
- Universidad Espiritu Santo. (13 de Diciembre de 2023). *UEES*. Obtenido de <https://online.uees.edu.ec/investigacion/estudio-de-comercio-2023>
- Urbina, B. (2010). Obtenido de <https://econforesyproyec.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/11/evaluacion-de-proyectos-gabriel-baca-urbina-corregido.pdf>
- Urbina, B. (2019). *Evaluación de proyectos, 7ma Edición*. México: McGraw-Hil.
- USIL. (2023). *Usil blogs*. Obtenido de <https://blogs.usil.edu.pe/facultad-ingenieria/ingenieria-empresarial/ingenieria-procesos>