



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**  
Modalidad Semipresencial

**TEMA:**

**Plan de negocios para implementar servicio de renting aplicado a cuentas corporativas en empresa INDUAUTO S.A. en la ciudad de Guayaquil durante el año 2016**

**AUTOR:**

Alvia Vera, Fabián Andrés

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de  
Ingeniero en Administración de Ventas**

**TUTOR:**

Ing. Pérez Cepeda, Maximiliano Bolívar, Mgs.

**Guayaquil, Ecuador**

20 de febrero del 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**  
**Modalidad Semipresencial**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por Alvia Vera, Fabián Andrés, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Ventas**.

**TUTOR**

f. \_\_\_\_\_

**Pérez Cepeda, Maximiliano Bolívar, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Salazar Santander, Janett María. Mgs.**

**Guayaquil, a los 20 días del mes de febrero del año 2017**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**  
Modalidad Semipresencial

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Alvia Vera, Fabián Andrés

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Plan de negocios para implementar servicio de renting aplicado a cuentas corporativas en empresa INDUAUTO S.A. en la ciudad de Guayaquil durante el año 2016**, previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Ventas**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 20 días del mes de febrero del año 2017**

**EL AUTOR**

f. \_\_\_\_\_

**Alvia Vera, Fabián Andrés**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**  
**Modalidad Semipresencial**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Alvia Vera, Fabián Andrés

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Plan de negocios para implementar servicio de renting aplicado a cuentas corporativas en empresa INDUAUTO S.A. en la ciudad de Guayaquil durante el año 2016**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 20 días del mes de febrero del año 2017**

**EL AUTOR:**

f. 

**Alvia Vera, Fabián Andrés**

**JURKUND**

Documento: [Jurkond - 10/08/2023 - 10:00 AM](#)  
 Nombre: [10-08-2023-10-00](#)  
 Tipo: [Documento de texto](#)  
 Tamaño: [100 KB](#)

Este documento legal se compone de tres partes en 3 fuentes:

- 1. **Acta de la Junta General de Accionistas**
- 2. **Acta de la Junta General de Administradores**
- 3. **Acta de la Junta General de Socios**

El presente documento legal se compone de tres partes en 3 fuentes:

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por haberme dado el regalo de vida, por ser mi fortaleza en todo momento y, que con mucha fe y perseverancia todo se puede lograr en esta vida.

A todos los catedráticos de esta carrera de Administración de Ventas que además de transmitir sus conocimientos reforzaron en mi principios y valores que llevare por siempre en mi vida profesional.

Y a todas las personas que colaboraron con este plan de negocio para culminar mis estudios.

**Fabián Andrés Alvia Vera.**

## **DEDICATORIA**

Dedico este plan de negocio a mi Familia en especial a mi madre y a mi abuela Zoraida quienes me han brindado su apoyo incondicional y han sido la fuerza motora para poder lograr mis metas y propósitos de vida, a Dios por ser mi fortaleza día a día y por quien he logrado llegar a culminar mis estudios.

**Fabián Andrés Alvia Vera.**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

Modalidad Semipresencial

## **TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Maximiliano Bolívar, Pérez Cepeda, Mgs.**

TUTOR

f. \_\_\_\_\_

**Lcda. Janett Salazar Santander, Mgs.**

DIRECTORA DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Com. Mariela Sempértegui Cali**

COORDINADORA





UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**  
**Modalidad Semipresencial**

## **CALIFICACIÓN**

---

**f.** \_\_\_\_\_

**Ing. Maximiliano Bolívar, Pérez Cepeda, Mgs.**

TUTOR

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN .....	18
JUSTIFICACIÓN.....	20
OBJETIVO GENERAL .....	20
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	20
LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN .....	21
CAPÍTULO I.....	22
DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO .....	22
1.1 Actividad de la empresa .....	22
1.2 Misión, visión .....	22
1.2.1 Misión.....	22
1.2.2 Visión .....	22
1.2.3 Valores Institucionales .....	22
1.3 Descripción del producto o servicio .....	23
1.3.1 Características del servicio .....	23
CAPÍTULO II.....	25
ESTUDIO DE MERCADO Y LA EMPRESA.....	25
2.1 Población, muestra .....	25
2.2 Muestra.....	25
2.3. Técnicas de recolección de datos.....	26
2.4. Presentación de los resultados.....	27
2.5. Análisis e interpretación de los resultados.....	27
2.6. Análisis externo .....	38
2.6.1. Análisis PESTA .....	38
2.6.2. Estudio del sector y dimensión del mercado .....	47
2.6.3. Competencia - Análisis de las Fuerzas de Porter.....	49

Análisis Porter .....	51
Amenaza de Nuevos Entrante.....	51
2.6.4. Estimación de mercado potencial y demanda global.....	52
2.6.5. Mercado meta .....	52
2.6.6. Perfil del consumidor .....	55
2.7. Análisis interno .....	57
2.7.1 Cadena de valor .....	57
2.7.2. Benchmarking .....	59
2.8. Diagnóstico.....	60
2.8.1. Análisis DAFO .....	60
2.8.2. Matriz de crecimiento de ANSOFF .....	61
2.8.3. Mapa estratégico de objetivos.....	62
2.8.4. Conclusiones.....	62
CAPÍTULO III.....	63
PLAN ESTRATÉGICO.....	63
3.1. Objetivos Comerciales.....	63
3.2. Plan comercial y de marketing.....	63
3.2.1. Estrategias de ventas.....	63
3.3. Función de la Dirección de Ventas .....	63
3.4. Organización de la Estructura de Ventas .....	64
3.5. Previsiones y cuotas de venta .....	64
3.5.1. Potencial de mercado, de ventas y clases de previsiones .....	65
3.5.2. Procedimiento para las previsiones.....	65
3.5.3. Métodos de previsión de ventas.....	65
3.5.4. Cuotas de venta .....	65
3.5.5. Método de KRISP.....	66
3.5.6. Presupuestos de Ventas .....	66

3.6. Remuneración de los vendedores .....	66
3.7. Marketing mix .....	67
3.7.1. Producto .....	67
3.7.2. Precio .....	67
3.7.3 Plaza .....	67
3.7.4. Promoción .....	67
CAPÍTULO IV.....	68
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO .....	68
4.1 Inversión inicial .....	68
4.2 Fuente de financiamiento .....	68
4.3 Presupuesto de ingresos y costos .....	69
4.4 Presupuesto de costos fijos.....	70
4.5 Punto de equilibrio .....	71
4.6 Factibilidad financiera .....	72
CAPÍTULO V.....	73
RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	73
5.1 MISIÓN.....	73
5.2 VISIÓN .....	73
5.3 VALORES.....	73
5.4 Cliente interno .....	74
5.5 Actividad social.....	74
5.6 Actividades para Contribuir al Medio Ambiente. ....	74
5.7 Proveedores .....	74
5.8 Consumidores y Clientes.....	75
5.9 Comunidad .....	75
5.9.1 Beneficiarios directos. ....	75
5.9.2 Beneficiarios indirectos.....	75

5.10 Base Legal.....	75
5.10.1 Plan Nacional del Buen Vivir .....	75
5.10.2 IEPI.....	76
CONCLUSIONES .....	79
RECOMENDACIONES.....	80
REFERENCIAS .....	81
ANEXOS .....	83
Anexo A: Modelo Encuesta Preguntas realizadas .....	83
Anexo B: poliza de seguro incluido en el servicio de renting .....	85
Anexo C : Modelo de cotización de Servicio renting .....	86
Anexo D : Modelos de vehículos para servicio de renting .....	87

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Forma de recopilación de información</i> .....	27
Tabla 2 <i>Pregunta # 1</i> .....	28
Tabla 3 <i>Pregunta # 2</i> .....	29
Tabla 4 <i>Pregunta # 3</i> .....	30
Tabla 5 <i>Pregunta # 4</i> .....	31
Tabla 6 <i>Pregunta # 5</i> .....	32
Tabla 7 <i>Pregunta # 6</i> .....	33
Tabla 8 <i>Pregunta # 7</i> .....	34
Tabla 9 <i>Pregunta # 8</i> .....	35
Tabla 10 <i>Pregunta # 9</i> .....	36
Tabla 11 <i>Pregunta # 10</i> .....	37
Tabla 12 <i>Empresas Participantes</i> .....	49
Tabla 13 <i>Empresas de renting</i> .....	50
Tabla 14 <i>Características demográficas</i> .....	55
Tabla 15 <i>Características Geográficas</i> .....	56
Tabla 16 <i>Características psicográficas</i> .....	57
Tabla 17 <i>Características conductuales</i> .....	57
Tabla 18 <i>Características Socioeconómicas</i> .....	57
Tabla 19 <i>Presupuesto de Ventas</i> .....	66
Tabla 20 <i>Remuneración de vendedores</i> .....	66
Tabla 21 <i>Inversión Inicial</i> .....	68
Tabla 22 <i>Fuentes de Financiamiento</i> .....	68
Tabla 23 <i>Presupuestos de Ingresos y costos</i> .....	69
Tabla 24 <i>Presupuesto de Costos fijos</i> .....	70
Tabla 25 <i>Punto de Equilibrio</i> .....	71
Tabla 26 <i>Factibilidad Financiera</i> .....	72

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> ¿Usted conoce el servicio de renting? .....	28
<i>Figura 2</i> ¿Usted considera que INDUAUTO debería implementar el servicio de renting? .....	29
<i>Figura 3</i> ¿Usted cree que INDUAUTO debería dar facilidades para el servicio de renting? .....	30
<i>Figura 4</i> ¿Cree usted que INDUAUTO debe ampliar sus servicios con el servicio de renting? .....	31
<i>Figura 5</i> ¿Usted considera que el servicio de renting solucionaría sus problemas de movilizarse? .....	32
<i>Figura 6</i> ¿Su forma de pago sería? .....	33
<i>Figura 7</i> ¿Usted confía en la imagen que proyecta INDUAUTO? .....	34
<i>Figura 8</i> ¿Usted cree que INDUAUTO debe poseer otras marcas de vehículos para el servicio de renting? .....	35
<i>Figura 9</i> ¿Usted cómo calificaría el servicio de INDUAUTO? .....	36
<i>Figura 10</i> ¿Usted si estaría de acuerdo con el servicio de renting de vehículos Chevrolet en INDUAUTO? .....	37
<i>Figura 11</i> Análisis PESTA.....	38
<i>Figura 12</i> Cifras de Comercialización de Vehículos.....	44
<i>Figura 13</i> Empresas Participantes .....	50
<i>Figura 14</i> Empresas de Renting .....	50
<i>Figura 15</i> Perfil del consumidor .....	55
<i>Figura 16</i> Matriz ANSOFF .....	62
<i>Figura 17</i> Mapa Estratégico de Objetivos .....	62
<i>Figura 18</i> Estructura de Ventas .....	64
<i>Figura 19</i> Alquiler de vehículos.....	69
<i>Figura 20</i> Costos fijos Proyectados .....	70
<i>Figura 21</i> Punto de equilibrio .....	72

## RESUMEN

El trabajo se lo realizó tomando información de los clientes de INDUAUTO de la ciudad de Guayaquil, con el objetivo de promocionar el servicio de renting con vehículos livianos, se utilizó el método cualitativo-cuantitativo que permitió la aplicación de estrategias para realizar la investigación en torno al servicio de renting. Este método favoreció para desarrollar la creatividad, al combinar diferentes técnicas para una mejor comprensión del problema como encuestas a los clientes actuales, entrevistas a clientes potenciales, jefes del área comercial; investigación bibliográfica, de campo y linkografía para recopilar información de las páginas webs relacionadas al tema de investigación. Con el objetivo de avanzar conforme a las necesidades del cliente, las mismas que no poseen el capital suficiente para comprar una flota vehicular o realizar los mantenimientos respectivos a cada vehículo y que verán el servicio de renting de vehículos como una gran ayuda al crecimiento de su negocio. El método cualitativo-cuantitativo viabilizó la recolección de datos estadísticos referentes. En base a los estudios financieros y sus proyecciones el plan es viable.

***Palabras claves:*** promocionar; renting; estrategias; plan; empresas; negocios.



## **ABSTRACT**

The work was done taking information from INDUAUTO clients of the city of Guayaquil, with the objective of promoting the renting service with light vehicles, using the qualitative-quantitative method that allowed the application of strategies to carry out research around to the service of renting. This method favored to develop the creativity, combining different techniques for a better understanding of the problem as surveys to the current clients, interviews to potential clients, heads of the commercial area; Bibliographical research, field research and linkage to gather information on web pages related to the research topic. With the objective of advancing according to the needs of the customer, the same ones that do not have sufficient capital to buy a vehicle fleet or perform the respective maintenance to each vehicle and that will see the service of renting of vehicles as a great aid to the growth of its deal. The qualitative-quantitative method enabled the collection of relevant statistical data. Based on the financial studies and their projections the plan is viable.

***Keywords:* promote; renting; strategies; plan; enterprise; business.**

## INTRODUCCIÓN

INDUAUTO siendo una concesionaria de distribución exclusiva de la marca CHEVROLET y al estar posicionada en el mercado actual, en el sector zona 2 (Región Costa) que brinda servicio de venta al por mayor y menor de vehículos nuevos/usados y todo lo que conlleva al ámbito automotriz. Este servicio de mantenimiento y repuestos.

Si bien es cierto el sector automotriz no se encuentra en su mejor momento esto debido al incremento del CKD (“Completely Knocked Down“ El proceso logístico del embalaje de piezas de automóviles en tamaños de envío para el transporte a las instalaciones de producción en el extranjero está en el centro de actividades), impuestos y reducción de cupos de importación que afectan de manera directa con el ensamblaje, distribución y venta final de los vehículos, lo que ha generado un declive sustancial en el volumen de ventas, tanto la marca como en el mercado en general.

(Marketing Activo, 2016) manifestó que GM (General Motors) la marca con mayor participación del mercado siendo este el 49.5% en el año 2015 y aspiran mantener el posicionamiento a nivel del territorio nacional, a pesar de la crisis que se está atravesando.

Pero la realidad es que por más de cómo se encuentre la economía, las personas en la actualidad necesita autos, camiones o cualquier tipo de vehículo para su logística por mínima que está parezca ya sea esta para uso personal o de trabajo. Al ser este el problema y tener un declive en la venta de vehículos, y el disponer de entidades bancarias que les solicitan mayores requisitos, se ve en la necesidad de crear un plan para la implementación servicio de renting (es un contrato de alquiler de bienes muebles, con una duración superior al año normalmente, cuya principal particularidad consiste en pactar una cuota mensual, trimestral o anual fija durante toda la vida del contrato de alquiler). (Serrahima, 2011)

De manera que pueda atraer a nivel corporativo, del mismo modo su cartera de empresas necesita ser reestructurada y aumentada para poder generar el incremento por volumen, sin descuidar la venta retail (es un término de la lengua inglesa que se emplea para nombrar a la venta minorista. La comercialización de

productos al por menor, por lo tanto, constituye el retail. El concepto suele vincularse a la venta de grandes cantidades, pero a muchos compradores diferentes).

INDUAUTO inicia la representación de la marca en 1976 cuando General Motors le otorga la concesión de sus vehículos Chevrolet. Actualmente cuenta con 4 Agencias. La institución ha crecido sobre los cimientos de sus principios y valores, lo que les ha permitido proyectarse con efectividad en un mercado altamente competitivo.

Según análisis realizado por el instituto de promoción de exportaciones e inversiones menciona que “El sector automotor tiene una participación importante en la economía del país debido a los ingresos que genera en todas las actividades económicas directas e indirectas que involucra. Y que solo en el caso de impuestos se estima que son alrededor de USD 400 millones, destacando que la industria automotriz ha impulsado a otras industrias del sector productivo, por lo que el sector automotriz integra a diferentes actores”.

Desde hace 4 años las importaciones que realiza el sector automotriz son reguladas por el COMEX (Comité de Comercio Exterior), el mismo que según Registro Oficial No. 521 decretado el 26 de Agosto del año 2011 determina: “Que de conformidad con el artículo 261 el numeral 5 de la Constitución de la República del Ecuador es competencia exclusiva del Estado la adopción de políticas económicas, tributarias, aduaneras, arancelarias; fiscales y monetarias; comercio exterior y endeudamiento; Que de acuerdo con el artículo 284 numeral 2 de la Constitución de la República del Ecuador uno de los objetivos principales que tiene el Gobierno Central en materia económica es incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistemática...”; además: “Que mediante resoluciones Nos. 3, 5 y 8 del Consejo de Comercio Exterior, COMEX, se aprobó la adopción de un mecanismo de registro de importadores cuyo objetivo final era monitorear las importaciones de 87 subpartidas referidas a vehículos, llantas, celulares, refrigeradoras, televisores y otros productos”.

Precisamente la norma citada busca incentivar la producción nacional y que se establezca como parte de nuestra cultura el empezar a consumir lo nuestro. Por la misma razón debemos aprovechar nuestra debilidad en el segmento corporativo, más aún si en la actualidad los créditos de parte de financieras se centran en

compañías y no en personas naturales, lo cual nos genera un punto a favor que debemos considerar. Oportunidad en medio de la inestabilidad económica.

## **JUSTIFICACIÓN**

El plan de negocios va orientado a poder generar una oportunidad en medio de la amenaza que se ha presentado dentro del ámbito automotriz en estos últimos años.

Del mismo modo al realizar la evaluación del FODA, surge la necesidad de aplicar un servicio adicional rentable para ambas partes, es decir un servicio de renting para la cartera de cuentas claves, donde la prioridad sea brindar un enfoque diferente al plan flota que se lleva al momento.

El mismo que es una debilidad en Induauto frente a otros concesionarios de la misma marca Chevrolet, debido a que en lo único que se basa el plan actual es en el descuento que se pueda otorgar por la compra mínima de 3 vehículos, sin ningún beneficio adicional establecido.

## **OBJETIVO GENERAL**

Implementar el servicio de renting en INDUAUTO S.A. a empresas de Guayaquil, para obtener una participación del 15% en volumen de cuentas flotas en INDUAUTO S.A. para el 2016.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un estudio de mercado sobre la necesidad de renting.
- Analizar los resultados del estudio de mercado para tomar decisiones.
- Desarrollar un plan de negocios para el servicio de renting.

- Evaluar financieramente la factibilidad del plan de negocios, identificando la inversión necesaria.

## **LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

Línea de Facultad No. 01: Tendencia de mercado de consumo final.

Línea de carrera No. 01: Estudio de comportamiento de ventas en el sector de bienes tangibles e intangibles en la Zona 5 y 8 en los últimos 5 años.

El presente proyecto investigativo requiere la aplicación de los conocimientos en el servicio de renting y marketing para PYMES para la empresa INDUAUTO S.A., una compañía de tipo comercial la cual necesita crear un servicio adicional debido un descenso significativo en su nivel de ventas de flotas.

(Diario El Univeso, 2008), declaró que en el 2008 se inició en el país el servicio de renting por el grupo financiero banco pichincha, lo que reflejo excelentes resultados hasta el día de hoy, lo que lleva a INDUAUTO a implementar este servicio y explotar ese mercado.

(Vicuña, 2010), manifestó que ofrecer alternativas de apoyo a la aplicación de una técnica de ventas y un plan de marketing eficiente como el desarrollo de estrategias de fidelización respecto al producto, precio, comunicación.

(Gonzalo , 1999), manifestó la demanda de renting se ubica en empresas de tamaño mediano y grandes compañías. Estas requieren ya sea vehículos para gerentes como vehículos de flota comercial o de servicio técnico.

# **CAPÍTULO I**

## **DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO**

### **1.1 Actividad de la empresa**

INDUAUTO, es una empresa líder en la comercialización de vehículos con el respaldo de la prestigiosa marca Chevrolet es un Concesionario autorizado en toda la red nivel costa. La empresa cuenta con un paquete integral de servicio en las áreas de ventas, posventas siendo el principal objetivo brindar un servicio de calidad a los clientes, actualmente es miembros del prestigioso CLUB DEL PRESIDENTE, distinción que realiza General Motors a los mejores concesionarios del país.

La empresa distribuye la venta de vehículos tanto retail (es un término de la lengua inglesa que se emplea para nombrar a la venta minorista.) como para empresas o sociedades (Persona jurídica), que se encuentran en la ciudad de Guayaquil.

El método de venta que se ha mantenido en la empresa es mediante la venta de contado y crédito con entidades bancarias.

### **1.2 Misión, visión**

#### **1.2.1 Misión**

Ofrecer al público el mejor servicio y con las mejores garantías, y que los clientes encuentren en un mismo lugar todas las soluciones a sus problemas de movilización.

#### **1.2.2 Visión**

Llegar a ser en el sector automotriz la mejor opción para el servicio de renting. Y seguir manteniendo los estándares de calidad y satisfacción para nuestros actuales y potenciales clientes.

#### **1.2.3 Valores Institucionales**

INDUAUTO se proyecta con los siguientes valores corporativos, los mismos que ayudarán a la mejor organización, coordinación, dirección y control del personal, proyectando aplicar lo siguiente:

- ✓ Iniciativa. - INDUAUTO se da a las personas libertad para concebir y llevar a cabo sus planes, premiando la novedad.
- ✓ Disciplina. - debe existir respeto en las reglas y convenios que gobiernan a la Empresa.
- ✓ Estabilidad laboral y espíritu de grupo. - valores que ayudan a lograr una buena comunicación, eficiencia y productividad.
- ✓ Equidad justicia e igualdad. – debe prevalecer entre el recurso humano con la finalidad de que haya respeto y armonía.
- ✓ Responsabilidad. - es importante destacar este valor en todas las áreas de trabajo para lograr un excelente servicio al cliente.
- ✓ Ética. - sin este valor es imposible realizar los trabajos con eficiencia y eficacia.
- ✓ Pasión: Entregar el 100% en todo lo que se hace.
- ✓ Trabajo en equipo: Colaborar con sinergia empresarial.
- ✓ Confianza: Ser íntegros al tratar a los clientes.
- ✓ Rentabilidad: la verdadera rentabilidad es el de sumar cada vez más clientes y a su vez generar más ingresos.
- ✓ Valoración: los clientes son la razón de existencia en el mercado.

### **1.3 Descripción del producto o servicio**

La Empresa INDUAUTO S.A. se encuentra en la actualidad muy bien posicionada en el mercado de venta de vehículos retail y flotas, en el servicio Renting de flotas/ vehículo por lo cual basados en la trayectoria empresarial se ha decidido innovar implementando el servicio de renting a Empresas y PYMES con el propósito de expandir el mercado y clientes meta de la compañía.

#### **1.3.1 Características del servicio**

El servicio que se va a brindar a todos los usuarios son los siguientes:

- Atención Personalizada.
- Asesoramiento en la selección del vehículo.

- Diversificación de vehículos de acuerdo a la necesidad.
- Equipamiento satelital.
- Compra y activación de vehículos.
- Trámites anuales de tránsito e impuestos.
- Vehículo sustituto (opcional)
- Capacitación continua a usuarios.
- Revisión técnico – mecánica.
- Póliza de seguro.
- Mantenimiento preventivo y correctivo.
- Asistencia en carretera.



## CAPÍTULO II

### ESTUDIO DE MERCADO Y LA EMPRESA

#### 2.1 Población, muestra

INDUAUTO debe conocer las características principales que debe tener un servicio de Renting que esté acorde al agrado y las preferencias de los consumidores y que a su vez permita a las empresas Pymes mantener sus líneas de crédito libres y su dinero gire en torno a su negocio. Brindar un servicio al cliente de calidad, además de ser competitivo y estratégico para subsistir y lograr el éxito ante los cambios Gubernamentales.

La muestra se tomará de Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), que pertenecen al grupo de flotas corporativas de la empresa en la ciudad de Guayaquil y que se encuentren dedicadas al comercio al por mayor y menor, con 2 años mínimo de actividad empresarial y que su patrimonio no supere el 200 % de su patrimonio neto.

La población de estudio es de 100 empresas las que actualmente conforman el portafolio de la empresa.

#### 2.2 Muestra

Para el cálculo de la muestra se ha tomado en consideración los siguientes parámetros:

$$n = \frac{Z^2(p)(q)N}{e^2(N-1)+pq(Z)^2}$$

#### Significado:

n =	Número de elementos de la muestra
N =	Número de elementos del universo
p/q =	Probabilidades que se presenta el fenómeno
Z <sup>2</sup> =	Nivel de confianza
E =	Margen de error

N= 100 (Población)

lc= 95% (Z crítico 1.96)

e= 5% (Margen de error)

p= 50% (Grado de Certeza)

q= 50% (Grado de Incertidumbre)

n= 80 (Muestra)

### **Muestra Representativa**

La muestra es representativa ya que son los actuales clientes corporativos que mantiene INDUAUTO.

### **Selección de Muestra**

La muestra es aleatoria, ya que de la población de 100 empresas se puede escoger a cualquier tienda de las 80 empresas (muestra calculada).

La técnica para la elección de la muestra se realizó mediante el tipo de muestreo no probabilístico, ya que, la muestra característica de la población debe tener aspectos cualitativos conformes con la edad del encuestado en este caso Hombres o Mujeres Empresarios, entre ellos que la edad fluctúe entre los 18 y 70 años y que lideren Pymes con mínimo 2 años de antigüedad y que sus balances estén presentados a la Súper Intendencia de Compañías, de tal modo que las preguntas que se les expongan durante este proceso sean respondidas con mucha objetividad.

### **2.3. Técnicas de recolección de datos**

Para lograr la averiguación necesaria que suministrará el respaldo al proyecto de investigación, las empresas escogidas para ser encuestadas, se les aplicará un listado ordenado de preguntas mediante el departamento de Call center de INDUAUTO, de esta manera, se obtendrán los datos de la información primaria.

Las encuestas serán realizadas a Gerentes Generales/Propietarios de acuerdo a la población definida, y tiene como principal objetivo identificar las necesidades básicas y preferencias de los consumidores al momento de elegir

comprar o rentar un vehículo y de esta manera demostrar la viabilidad del servicio de Renting en base a obtener ventajas financieras y administrativas.

**Tabla 1 Forma de recopilación de información**

Forma de recopilación de información	Tipo de Información	Fuente de información	Objetivos a cubrir
<b>Cuestionario</b>	Cuantitativa	Pymes Comercio por mayor y menor	1,2, 3, 4, 5, 6,7

#### **2.4. Presentación de los resultados**

Una vez terminada las encuestas, es preciso realizar el proceso de tabulación para la exposición de los resultados logrados, de allí que trascendental precisar el uso de la información, es decir, el recuento, tipo de codificación y tabulación que se le dé a la información lograda.

Los resultados logrados se presentarán de una forma clara y factible de entender, a través, de tablas y figuras, de esta forma el lector estará en capacidad de deducir los resultados del proceso de la información alcanzada en las encuestas.

#### **2.5. Análisis e interpretación de los resultados**

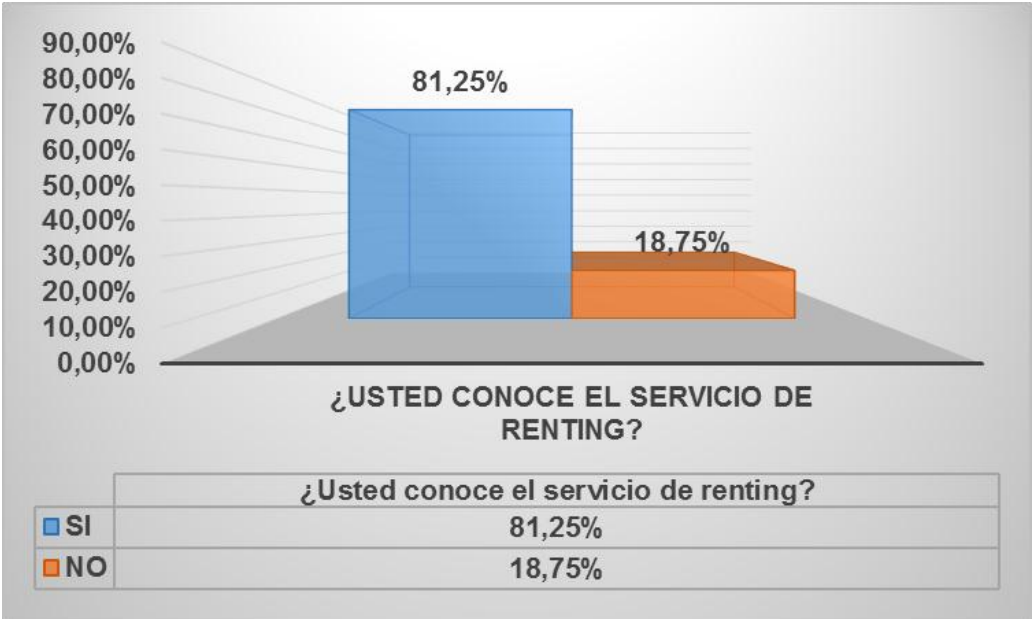
Al final de la de las tablas y figuras tabuladas, se explicará las preguntas en un breve análisis de forma cualitativa y cuantitativa.

Con este método de muestra de resultados, los lectores de este plan de negocio puedan entender la coherencia y sistematización de los resultados en base a las respuestas de las personas entrevistadas.

**Pregunta # 1:** ¿Usted conoce el servicio de renting?

**Tabla 2 Pregunta # 1**

ITEMS	Frecuencia	Relativa	Porcentaie
SI	65		81,25%
NO	15		18,75%
<b>Total</b>	<b>80</b>		<b>100,00%</b>



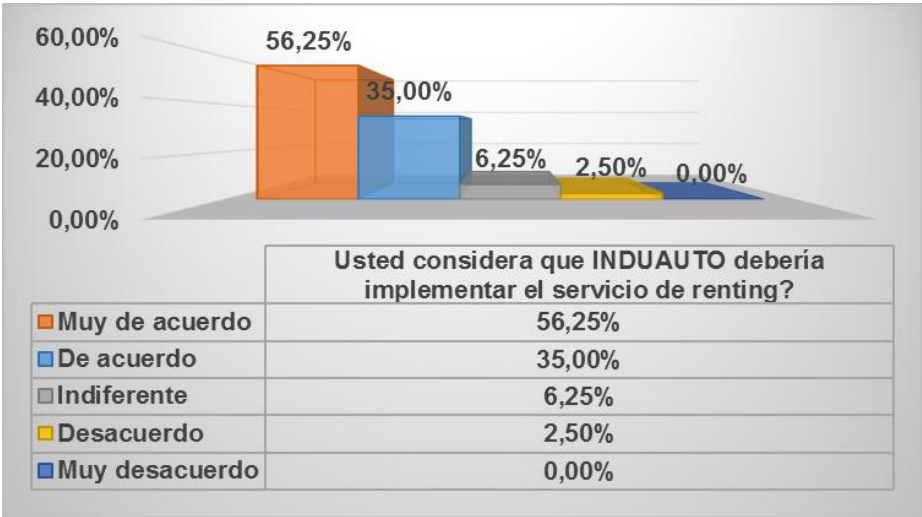
**Figura 1** ¿Usted conoce el servicio de renting?

Esta pregunta se realizó para saber cuál es el grado de conocimiento que las personas tiene respecto al servicio de renting, lo cual nos ha demostrado que el 81.25% de las personas respondieron que si conocen acerca del servicio de Renting y un 18.75% indicó que no conoce del mismo.

**Pregunta # 2:** ¿Usted considera que INDUAUTO debería implementar el servicio de renting?

**Tabla 3 Pregunta # 2**

ITEMS	Frecuencia Relativa	Porcentaie
Muy de acuerdo	45	56,25%
De acuerdo	28	35,00%
Indiferente	5	6,25%
Desacuerdo	2	2,50%
Muy desacuerdo	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100,00%</b>



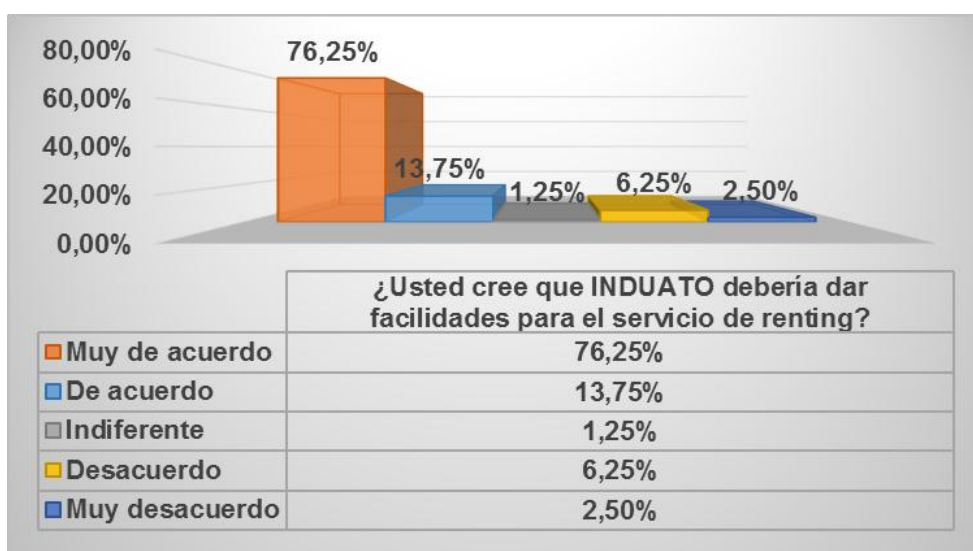
**Figura 2** ¿Usted considera que INDUAUTO debería implementar el servicio de renting?

Se logró determinar con esta pregunta la necesidad que tendrían algunas empresas de solicitar el servicio de renting ya que, El 56.25% de las personas respondieron que se encuentran muy de acuerdo con que INDUAUTO debería implementar el servicio de renting, 35% se encuentran de acuerdo, el 6.25% se encuentran indiferente, el 2.5% se encuentran en desacuerdo y un 0% se encuentran muy desacuerdo.

**Pregunta # 3:** ¿Usted cree que INDUAUTO debería dar facilidades para el servicio de renting?

**Tabla 4 Pregunta # 3**

ITEMS	Frecuencia Relativa	Porcentaie
Muy de acuerdo	61	76,25%
De acuerdo	11	13,75%
Indiferente	1	1,25%
Desacuerdo	5	6,25%
Muy desacuerdo	2	2,50%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100,00%</b>



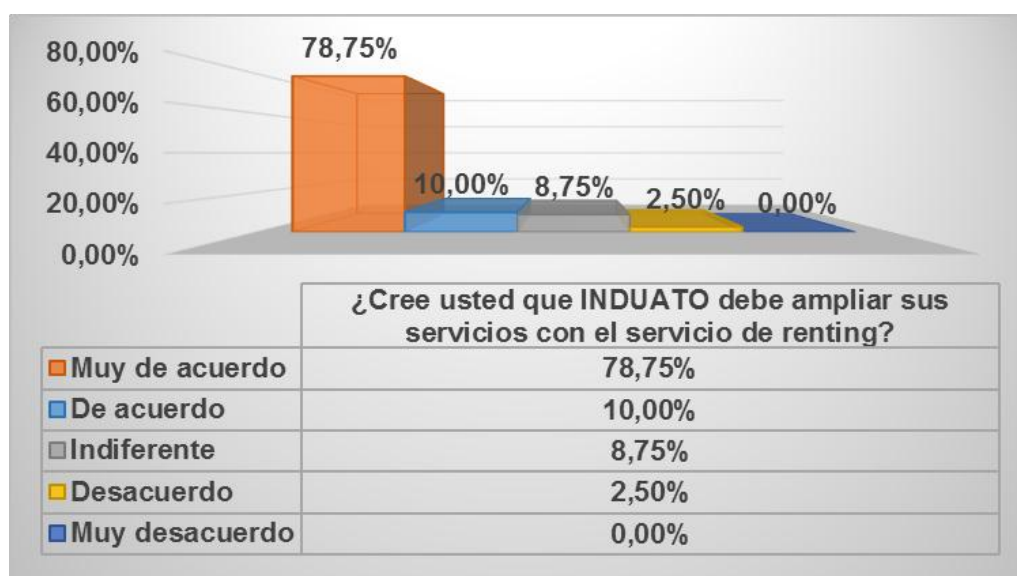
**Figura 3** ¿Usted cree que INDUAUTO debería dar facilidades para el servicio de renting?

En esta pregunta se logró determinar que el 76.25% de las personas respondieron que se encuentran muy de acuerdo con que INDUAUTO debería dar facilidades para el servicio de renting, el 13.75% se encuentran de acuerdo, el 1.25% se encuentran indiferente, el 6.25% se encuentran en desacuerdo y un 2.5% se encuentran muy desacuerdo.

**Pregunta # 4:** ¿Cree usted que INDUAUTO debe ampliar sus servicios con el servicio de renting?

**Tabla 5 Pregunta # 4**

ITEMS	Frecuencia Relativa	Porcentaje
Muy de acuerdo	63	78,75%
De acuerdo	8	10,00%
Indiferente	7	8,75%
Desacuerdo	2	2,50%
Muy desacuerdo	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100,00%</b>



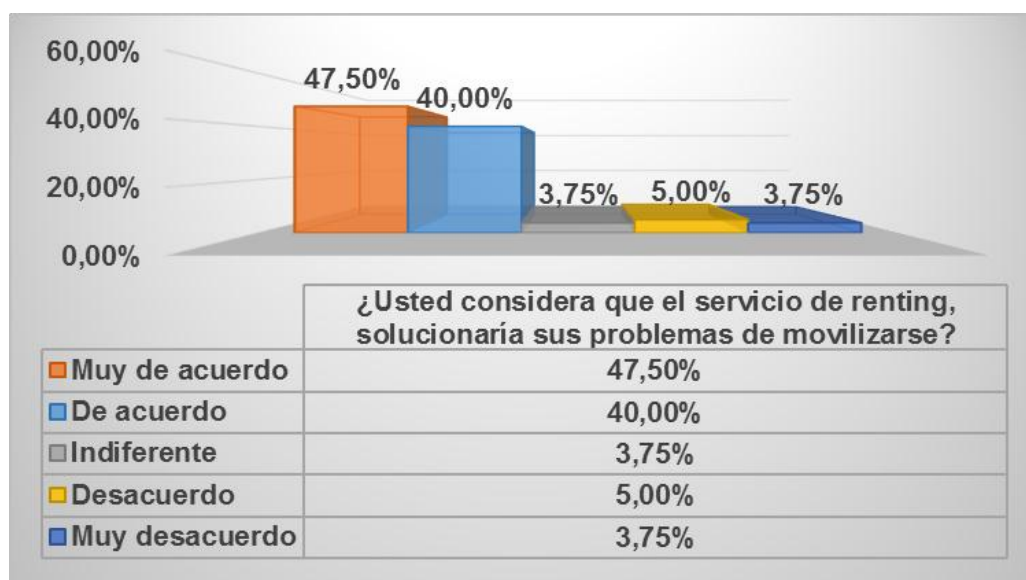
**Figura 4** ¿Cree usted que INDUAUTO debe ampliar sus servicios con el servicio de renting?

En esta pregunta se logró determinar que el 78.75% de las personas respondieron que se encuentran muy de acuerdo con que INDUAUTO debería ampliar sus servicios con el servicio de renting, el 10% se encuentran de acuerdo, el 8.75% se encuentran indiferente, el 2.5% se encuentran en desacuerdo y un 0% se encuentran muy desacuerdo.

**Pregunta # 5:** ¿Usted considera que el servicio de renting solucionaría sus problemas de movilizarse?

**Tabla 6 Pregunta # 5**

ITEMS	Frecuencia Relativa	Porcentaie
Muy de acuerdo	38	47,50%
De acuerdo	32	40,00%
Indiferente	3	3,75%
Desacuerdo	4	5,00%
Muy desacuerdo	3	3,75%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100,00%</b>



**Figura 5** ¿Usted considera que el servicio de renting solucionaría sus problemas de movilizarse?

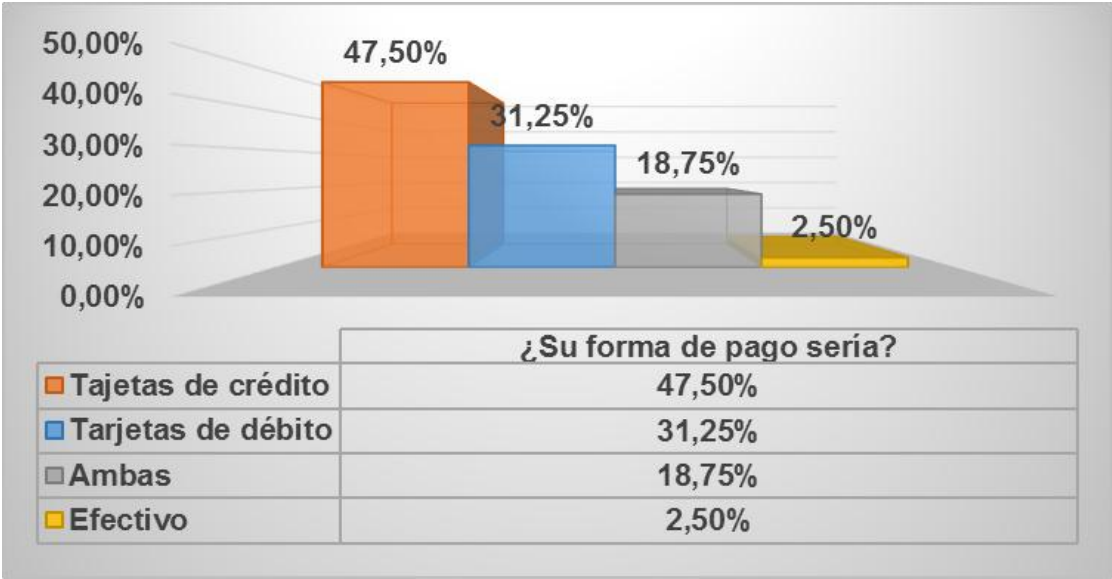
El 47.5% de las personas respondieron que se encuentran muy de acuerdo con que el servicio de renting solucionaría sus problemas de movilizarse, el 40% se encuentran de acuerdo, el 3.75% se encuentran indiferente, el 5% se encuentran en desacuerdo y un 3.75% se encuentran muy desacuerdo.



**Pregunta # 6:** ¿Su forma de pago sería?

**Tabla 7 Pregunta # 6**

ITEMS	Frecuencia Relativa	Porcentaje
Tarjetas de crédito	38	47,50%
Tarjetas de débito	25	31,25%
Ambas	15	18,75%
Efectivo	2	2,50%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100,00%</b>



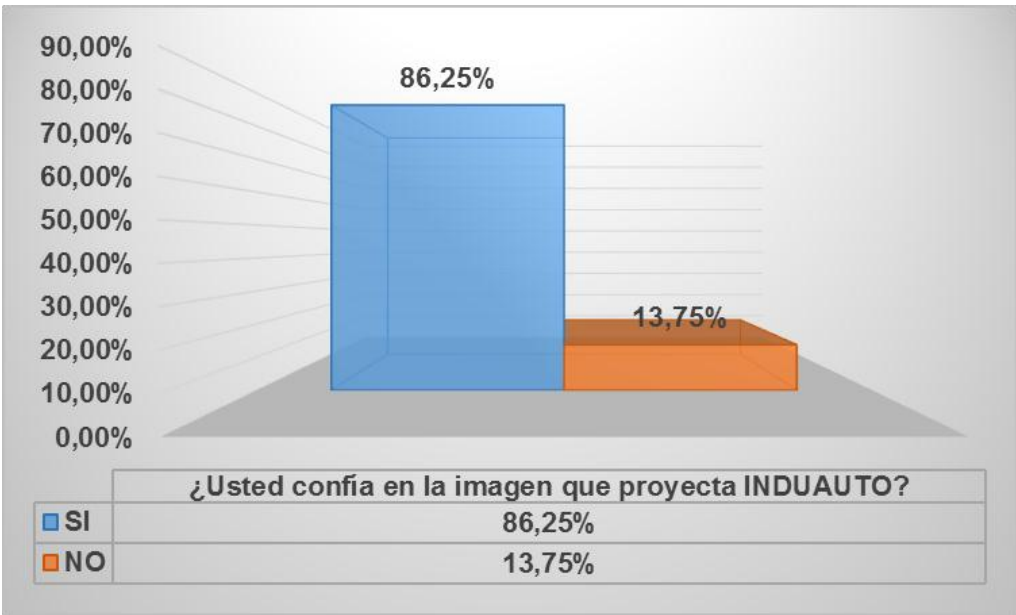
**Figura 6** ¿Su forma de pago sería?

En esta pregunta se logró determinar que el 47.5% de las personas respondieron que su forma de pago sería con tarjeta de crédito, el 31.25% con tarjetas de débito, el 18.75% indican que ambas, y un 2.5% responden que en efectivo.

**Pregunta # 7: ¿Usted confía en la imagen que proyecta INDUAUTO?**

**Tabla 8 Pregunta # 7**

ITEMS	Frecuencia	Relativa	Porcentaje
SI	69		86,25%
NO	11		13,75%
<b>Total</b>	<b>80</b>		<b>100,00%</b>



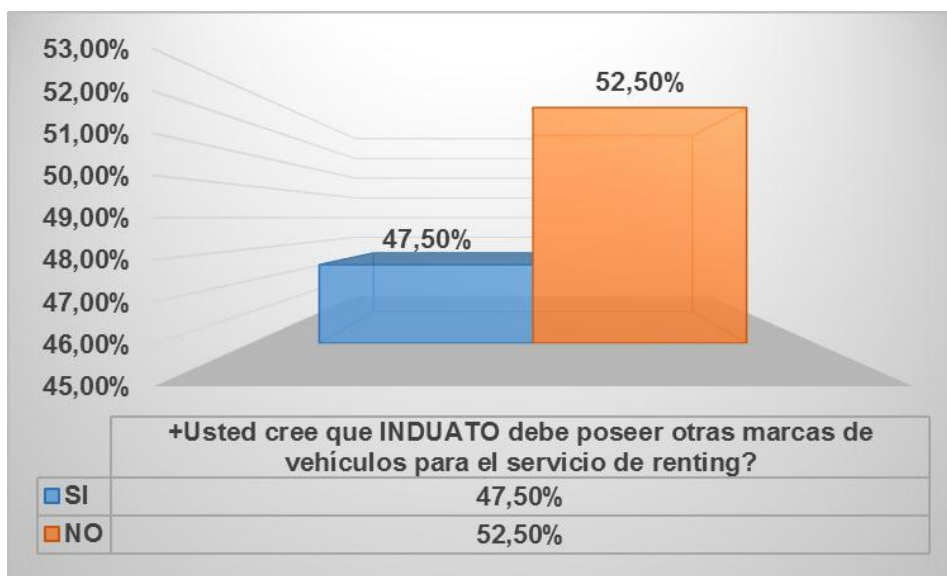
**Figura 7 ¿Usted confía en la imagen que proyecta INDUAUTO?**

En esta pregunta el 86.25% de las personas respondieron que sí confían en la imagen que proyecta INDUAUTO y un 13.75% indicó que no confían. Esto da a relucir que la imagen de la empresa que ha demostrado con sus años de experiencia permitirá que al desarrollar el servicio de renting sea más factible posicionarse en la mente del consumidor.

**Pregunta # 8:** ¿Usted cree que INDUAUTO debe poseer otras marcas de vehículos para el servicio de renting?

**Tabla 9 Pregunta # 8**

ITEMS	Frecuencia Relativa	Porcentaje
SI	38	47,50%
NO	42	52,50%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100,00%</b>



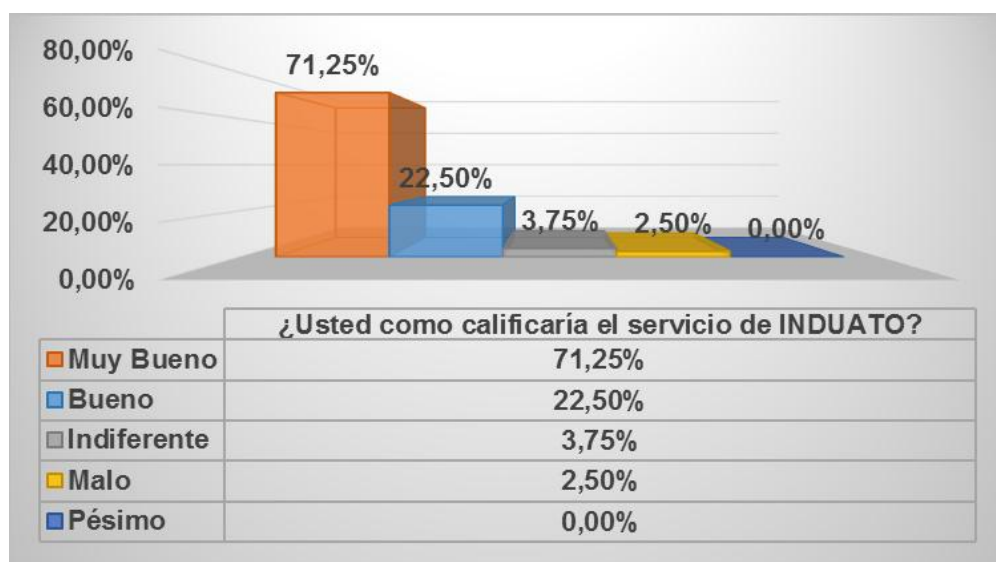
**Figura 8** ¿Usted cree que INDUAUTO debe poseer otras marcas de vehículos para el servicio de renting?

En esta pregunta podemos determinar que El 47.5% de las personas respondieron que, si deberían poseer otras marcas, mientras una mayoría de un 52.5% indicó que no.

**Pregunta # 9:** ¿Usted cómo calificaría el servicio de INDUAUTO?

**Tabla 10 Pregunta # 9**

ITEMS	Frecuencia Relativa	Porcentaie
Muy Bueno	57	71,25%
Bueno	18	22,50%
Indiferente	3	3,75%
Malo	2	2,50%
Pésimo	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100,00%</b>



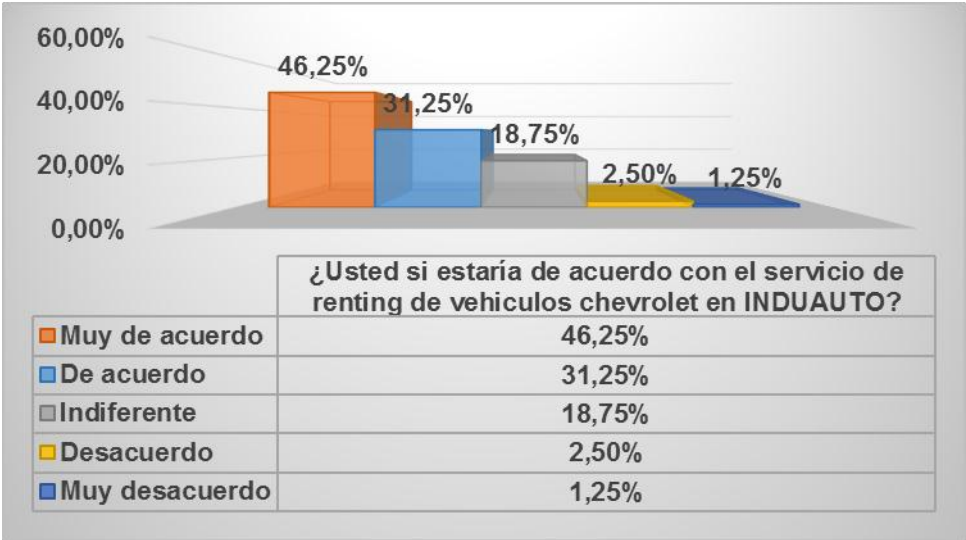
**Figura 9** ¿Usted cómo calificaría el servicio de INDUAUTO?

El 71.25% de las personas respondieron que calificaría muy bueno el servicio de INDUAUTO, el 22.5% lo califica como bueno, el 3.75% se encuentran indiferente, el 2.5% lo califica como malo y un 0% lo califica como pésimo.

**Pregunta # 10:** ¿Usted si estaría de acuerdo con el servicio de renting de vehículos Chevrolet en INDUAUTO?

**Tabla 11 Pregunta # 10**

ITEMS	Frecuencia Relativa	Porcentaje
Muy de acuerdo	37	46,25%
De acuerdo	25	31,25%
Indiferente	15	18,75%
Desacuerdo	2	2,50%
Muy desacuerdo	1	1,25%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100,00%</b>



**Figura 10** ¿Usted si estaría de acuerdo con el servicio de renting de vehículos Chevrolet en INDUAUTO?

El 46.25% de las personas respondieron que se encuentran muy de acuerdo con que el servicio de renting de vehículos Chevrolet, el 31.25% se encuentran de acuerdo, el 18.75% se encuentran indiferente, el 2.5% se encuentran en desacuerdo y un 1.25% se encuentran muy desacuerdo.

## 2.6. Análisis externo

Se analizará las oportunidades y amenazas que tiene INDUAUTO los puntos de análisis son: política, economía, social, tecnológica y ambiental (PESTA).

### 2.6.1. Análisis PESTA



Figura 11 Análisis PESTA

## **Políticos:**

### Ley de salvaguardas

Desde el 11 de marzo del año 2015 el Gobierno del presidente Rafael Correa aplicó una salvaguardia de balanza de pagos para el 32 % de las importaciones generales (2.800 partidas arancelarias), exceptuando a los repuestos de vehículos, bienes de capital y materias primas. Las salvaguardias irán desde el 5 %, 15 %, 25 % hasta el 45 % según el tipo de productos y no se afectará a los que ya se encuentran en Aduanas. (Diario El Universo, 2015)

El Presidente Rafael Correa Insistió que la salvaguardia se adoptaría para resguardar los intereses nacionales y tomando en cuenta al sector empresarial con el cual se conversó, dijo, por lo que se decidió excluir a los bienes de capital, materias primas y otros. (Diario El Universo, 2015)

El desmonte gradual de las salvaguardias que anunció el Gobierno en septiembre del 2016 se va a mantener hasta mediados del 2017. Si bien el Ministerio de Comercio Exterior (MCE) dio a conocer que la primera parte del desmonte empezaría el 26 de octubre próximo, con la reducción de sobretasas arancelarias, la segunda fase tomará luego de seis meses. Según la última resolución del Comité de Comercio Exterior (Comex), dado a conocer el 6 de septiembre del 2016, el cronograma de reducción gradual de las salvaguardias será básicamente entre abril y junio del 2017. (Reyes, 2016)

El desmonte empezará en octubre del 2016, cuando las salvaguardias se reducirán del 40% al 35% para 1.392 partidas, del 25% al 15% para 392 y se mantendrán, con un 15%, para 452 rubros. Entre los productos que pagarán menos arancel están electrodomésticos, ropa, manzanas, cortes finos de carne, vodka, etc. (Reyes, 2016)

### Ley de Solidaridad - Incremento del IVA

Desde el 1 de junio del 2016, el 47% de los productos que son parte del gasto de un hogar ecuatoriano común tendrían un incremento de precios por el alza del impuesto al valor agregado (IVA) del 12% al 14%, según un reporte presentado por

la Corporación de Estudios para el Desarrollo (Cordes), basado en información del (INEC) Instituto Nacional de Estadística y Censos. (Diario El Universo, 2016)

La Ley Solidaria y de Corresponsabilidad Ciudadana por la afectación del terremoto, aprobada por la Asamblea en mayo del 2016, se indica que el aumento de dos puntos del IVA se aplicará el primer día laborable del mes siguiente de entrada en vigencia la norma. Según el informe de Cordes, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) que usa el INEC desde 2014 tiene 359 productos pertenecientes a 12 divisiones; de ellos, los que tienen IVA del 14% representan el 49% del gasto de un hogar tipo. (Diario El Universo, 2016)

Sin embargo, si a esta lista se le rebaja el IVA de los combustibles, que en la ley se indica expresamente que no se verán afectados, entonces el impacto sería para 47%. Se trata de un alza “moderada”, pero que ocurre durante una contracción del consumo de los hogares sobre bienes y servicios, según el estudio. Según las cifras del Banco Central del Ecuador (BCE), en el primer trimestre del 2015 la recaudación del IVA fue de \$ 1.802,6 millones; la cifra cae a \$ 1.490,2 millones en el mismo periodo de 2016. (Diario El Universo, 2016)

Se condona el pago de las cuotas del Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) generadas hasta el 31 de diciembre de 2016 (6 meses), a los contribuyentes cuyo domicilio tributario principal se encuentre registrado en las zonas afectadas. Las cuotas que hayan sido pagadas por este concepto desde abril hasta diciembre de 2016 (6 meses) serán devueltas conforme a lo establecido en resolución del SRI. Además, se reduce en el 50% las cuotas del RISE, durante el año 2017, a los contribuyentes cuyo domicilio tributario principal se encuentre en las zonas de afectación. (Hernández, 2008)

Tras la aprobación de la Ley para el Equilibrio de las Finanzas Públicas, el gobierno ecuatoriano ha realizado más de 11.000 devoluciones de Impuesto al Valor Agregado (IVA) por compras con dinero electrónico, así lo informó este miércoles el gerente del Banco Central del Ecuador (BCE), Diego Martínez. (Hernández, 2008)

“Se ha hecho más de 11.000 devoluciones a ciudadanos por impuestos, el promedio de devolución es dependiendo del grado de compras que tenga el ciudadano. Hay casos en los que se devuelve apenas unos centavos y otros en los



que hay decenas de dólares”, explicó Martínez en su comparecencia a la Comisión de Desarrollo Económico de la Asamblea Nacional. (Hernández, 2008)

Las devoluciones son parte de los incentivos que brinda el gobierno de Ecuador a quienes realicen compras con medios electrónicos, no solo de celular, sino también de las tarjetas de crédito y débito. Según Martínez, en la primera etapa, el SRI hace devoluciones una vez por semana, sin embargo, se espera “llegar a un esquema automático en el que el ciudadano reciba la devolución unos minutos después de la compra”.

Desde el 1 de junio, el Servicio de Rentas Internas (SRI) es el encargado de realizar las devoluciones de dos y cuatro puntos de IVA a los ciudadanos que han hecho consumos con dinero electrónico a través de celular, y un punto a los ciudadanos que han hecho compras con tarjetas de débito.

Hasta la víspera en el Banco Central del Ecuador (BCE) se ha superado ya las 83.000 cuentas de dinero electrónico.

Se estima que para este mes, el número de cuentas supere los 90.000. Una vez abiertas las cuentas los usuarios podrán realizar transacciones en más de 23.000 sitios autorizados para hacer transacciones y compras o pagos por servicios.

El funcionario además descartó que el gobierno nacional tenga un plan de pagar sueldos con dinero electrónico. Esa decisión será voluntaria y dependerá de cada funcionario del sector público, el acercarse a su empresa y solicitar que sus salarios se reciban con dinero electrónico.

Sobre las críticas hechas por sectores de oposición de que el dinero lo va a monopolizar el Banco Central, el dinero que se carga en las cuentas de dinero electrónico, permanecerá en manos privadas, es decir en las entidades en las que se realice la carga.

Si los bancos privados quieran sumarse a la iniciativa, lo podrían hacer a través de la plataforma del BCE. La entidad ya tiene contacto con las tres empresas que brindan servicios de telefonía celular para que presten ese servicio a los ecuatorianos, por lo que cualquier actor privado del sector financiero podría unirse a la iniciativa.

En la mayor parte de países en los que se ha implementado iniciativas de dinero electrónico, el proceso ha tardado entre siete y ocho años; en el caso de Ecuador, las autoridades han empezado con una campaña agresiva para implementar el sistema en menos tiempo.

### **Económicos:**

El 2016 empezó con el mismo dinamismo que terminó el 2015, lo cual hace prever un segundo año de estancamiento económico en el país, que proyecta tasas de crecimiento cercanas a cero, en el mejor de los casos. Los datos macro económicos dados por el Banco Central es el más optimista sobre el crecimiento económico. Pese a la desaceleración registrada a lo largo de todo el 2015, el Banco Central prevé que el año cerrará con un crecimiento del 0,4% y que el nuevo año terminaría con 1%. Organismos internacionales, como la CEPAL o el FMI, apuntan a tasas cercanas a cero, mientras que la banca internacional creen que habrá un decrecimiento entre 1,2 y 3,6%. (Sosa, 2016)

El diagnóstico del 2016 es bastante parecido al del año pasado, con precios bajos del petróleo, apreciación del dólar y mayores tasas de interés internacionales. Bajo ese escenario, las prioridades del Gobierno para el nuevo año dejan ver un cambio en el modelo económico, con un sector público escaso de recursos y un sector privado con pocas ganas de invertir hasta ver si las señales que comenzó a enviar el Régimen son suficientes como para arriesgar sus recursos a largo plazo. (Sosa, 2016)

Lo que suceda con la economía nacional dependerá mucho de lo que haga el sector privado, ya que el gasto público como motor de crecimiento quedó sepultado el día en que el Presidente del Ecuador, Econ. Rafael Correa Delgado anunció que la variable de ajuste en caso de una crisis será la inversión pública. Eso se cumplió el año pasado y significó una desaceleración económica a lo largo del año, que continuará el 2016 a menos que haya un plan que demuestre lo contrario. (Sosa, 2016)

El crecimiento de la economía nacional necesita de más dólares en circulación y no hay seguridad de que llegarán este año, al menos en las cantidades que se requieren. Por ahora, las estrategias para cubrir las necesidades fiscales se

resumen en más endeudamiento, uso de la liquidez interna para comprar bonos del Estado, entrega de activos estatales a cambio de recursos frescos y la reducción de subsidios. (Sosa, 2016)

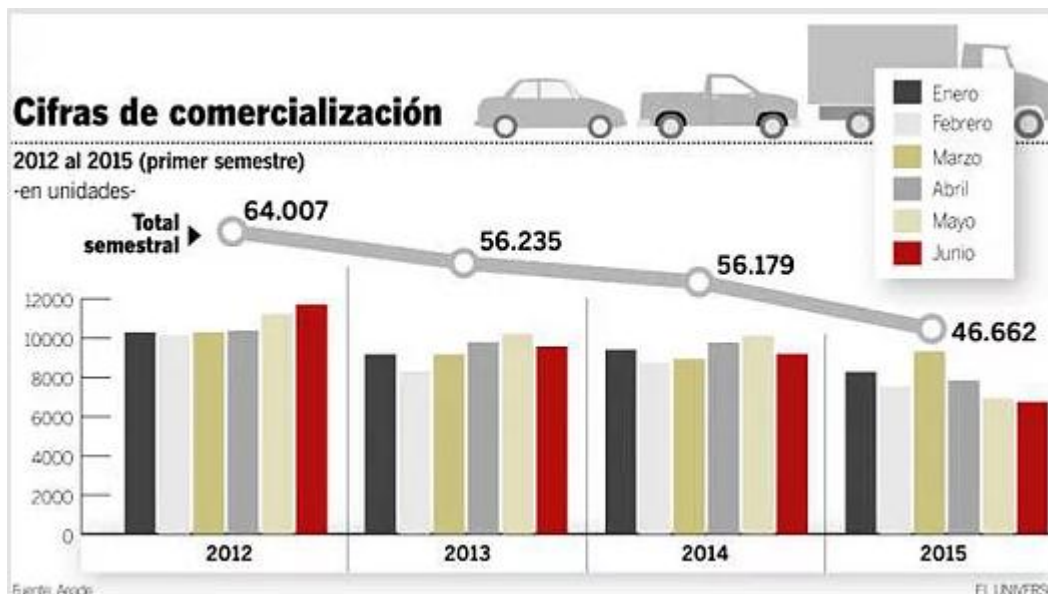
La economía de Ecuador, que caerá 4,5% este año (2016) y 4,3% el próximo año 2017, afrontará un panorama complicado porque dependerá de la disponibilidad de financiamiento externo y sufrirá pérdida de competitividad por la revaluación del dólar. (Sosa, 2016).

De acuerdo con datos publicados por la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (Aeade) en su página web, entre enero y febrero de este año se vendieron 7.913 unidades. Esto representa un 50% menos que en los dos primeros meses del 2015, cuando se colocaron 15.840 vehículos. (Araujo, 2016)

El gerente de la Asociación Ecuatoriana Automotriz (AEA), Manuel Murtinho, destaca que para este mes que está finalizando no se ve una recuperación en las ventas y la caída trimestral podría estar en porcentajes similares. La contracción económica que vive el país es la principal causa de la reducción de las ventas, por lo que proyecta una baja en las ventas de entre el 60% y el 65% para este año. (Araujo, 2016)

Actualmente no existe gran apertura de créditos para la compra de vehículos, pero no se descartaría la posibilidad de que en un futuro la banca brinde más oportunidades de créditos a empresarios de pequeñas y medianas compañías/Industrias.

Existe un alza significativa al momento de realizar la compra de un vehículo debido al incremento de aranceles por importación de vehículos, al existir ensamblaje nacional e INDUAUTO ser distribuidor de la marca Chevrolet en el Ecuador, el cliente adquiere el producto más económico a diferencia de la competencia y a su vez podría favorecer el valor del servicio de renting a las empresas y pymes.



**Figura 12 Cifras de Comercialización de Vehículos**

## Social:

### Seguridad ciudadana

Ecuador se encuentra en el segundo lugar de los países más seguros de América Latina, solo por debajo de Chile, gracias al trabajo que ha realizado la Policía Nacional para la reducción de delitos, y la transformación integral del sistema de justicia. (Correa Delgado, 2015)

*“Estamos a nivel de América latina en segundo puesto a nivel de seguridad solo superados por Chile y con todo respeto, creo que nosotros tenemos mejores estadísticas, porque antes no teníamos ni estadísticas, no había como medir la tasa de homicidios, todo eso ya está superado y tenemos las mejores estadísticas de América Latina y del mundo”.* (Correa Delgado, 2015)

Cifras oficiales indican que entre enero y mayo de 2015, delitos como homicidio, robo a personas, domicilios, motos, cámaras, accesorios de vehículos, violaciones, entre otros, han disminuido considerablemente.

En 2012 en el Ecuador la tasa de homicidios por cada 100 mil habitantes era de 12,9, mientras que en 2015, la cifra disminuyó a 6,4%, lo que ubica al país en el segundo puesto, solo por debajo de Chile. (Betancourth Flores, 2016)

Además, el jefe de Estado (Correa Delgado, 2015) se refirió a una investigación presentada por un instituto brasileño, que ubicaba a tres ciudades ecuatorianas entre las seis más seguras de Latinoamérica y felicitó la labor de la Policía Nacional y el sistema de justicia del país. “Eso no sería posible sin un sistema de justicia como el que tenemos ahora, nada que ver con el sistema de justicia de la partidocracia”.

Según dijo, los cambios que se han implementado en el sistema de justicia han permitido que de cada 100 causas que ingresan se resuelvan 103, es decir, más de las que ingresan, lo cual disminuye el acumulado histórico.

Hasta mayo de este año 2016 en el sistema de justicia han ingresado cerca de 280 mil causas y se han despachado 489 mil, lo que equivale a un índice de 132%.

#### Cifras de desempleo en el mercado laboral

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), cumpliendo con su calendario estadístico, publicó el décimo primer día hábil de julio el reporte de indicadores laborales de junio del 2016. Según la última Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), Ecuador registró en junio 2016 una tasa de desempleo del 5,3% a nivel nacional. En lo que va del año, la tasa de desempleo se mantiene estadísticamente estable. (INEC, 2016)

Desagregado por áreas, la tasa de desempleo urbano se ubicó en 6,7% y en el área rural en 2,6% en junio del 2016. Por su parte, la tasa global de participación laboral se ubicó en 67,8%; lo que implica que existen más personas ingresando al mercado de trabajo o una mayor oferta laboral. De igual manera, la tasa de empleo bruto que mide la capacidad de absorción del empleo en la economía alcanza el 64,2% en junio 2016. (INEC, 2016)

El subempleo -personas ocupadas que reciben ingresos inferiores al salario básico, y/o trabajaron menos de la jornada legal, pero tienen el deseo y disponibilidad de trabajar más- se ubicó en 16,3%. En el sexto mes del año, a nivel nacional, la pobreza se ubicó en 23,7%, mientras la extrema pobreza en 8,6%. (INEC, 2016)

## **Tecnológicos:**

Ecuador ha empezado en los últimos años un proceso de desarrollo en la innovación y la tecnología al invertir no solo en educación, sino además en ideas y proyectos de cientos de ciudadanos que antes del actual gobierno no contaban con las posibilidades, principalmente económicas, para llevar adelante sus emprendimientos, inventos o creaciones. (Cisneros, 2015)

A fines de marzo de este año, la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (Senescyt) entregó un capital semilla, de 50.000 dólares, a varios de los proyectos inscritos en una atractiva iniciativa para inventores e innovadores: el Banco de Ideas. (Cisneros, 2015)

(Cisneros, 2015), Esta propuesta es un portal web en el que los ciudadanos pueden registrar proyectos, investigaciones, prototipos para recibir apoyo estatal y servicios especializados, Además de desarrollar componentes creativos, tecnológicos e innovadores.

Al disponer de un avance tecnológico amplio en el mercado y la accesibilidad a las conexiones mediante redes y más medios con mayor velocidad, los usuarios tienen mayor acceso a visualización de productos y promociones.

## **Ambientales**

El sector automotor, tanto en lo que es autos importados como en los ensamblados en el país, se prepara para cumplir nuevas regulaciones en el futuro. Esto porque el Gobierno Nacional anunció una serie de exigencias en temas ambientales y de seguridad. Los movimientos empezaron el 6 de octubre pasado, cuando el ministro de Comercio Exterior, Juan Carlos Cassinelli, anunció que los cupos de importaciones para vehículos en Ecuador finalizarán el 31 de diciembre del 2016. (Líderes , 2016)

En el país existe -desde el 2014- el Reglamento Técnico INEN 034, que establece elementos mínimos de seguridad en vehículos automotores. Entre las regulaciones que contiene están los ganchos de seguridad para sillas de bebés, frenos ABS, control electrónico para evitar volcamientos, etc. (Líderes , 2016)

Hoy en día, en Ecuador circulan vehículos con norma Euro 1, Euro 2 y Euro 3, pero se desconoce la cifra de automotores encasillados en cada norma. Para David Molina, director de la Cámara de la Industria Automotriz, la clave para avanzar con la norma Euro 3 será una transición ordenada y planificada, que no afecte las inversiones de la industria. (Líderes , 2016)

David Molina, director ejecutivo de la Cámara de la Industria Automotriz del Ecuador (Cinae), explica que parte de los vehículos ensamblados en Ecuador tienen la norma Euro 2 y Euro 3 y los importados también. Marcas de lujo como Porsche, BMW, entre otras ya comercializan autos con normas sobre la Euro 4. Por lo tanto, lo que este proyecto busca es elevar la normativa actual. (Líderes , 2016)

Según lo indicado por director ejecutivo de la Cámara de la Industria Automotriz del Ecuador (Cinae) la empresa General Motors (GM OBB DEL ECUADOR) marca Chevrolet estaría calificada dentro de las normas ambientales que exige el gobierno.

### **2.6.2. Estudio del sector y dimensión del mercado**

El mercado ecuatoriano de alquiler de vehículos se caracteriza por la presencia de marcas reconocidas a nivel internacional las cuales operan en el país mediante el otorgamiento de sus licencias de operación a firmas con conocimiento del medio y que en ocasiones forman parte de grupos económicos locales, así como por un sinnúmero de empresas de menor tamaño que tienen una limitada oferta y que se orientan a atender clientes individuales usualmente con el atractivo de tarifas menores. (Incluyendo aquellos negocios que se manejan de manera informal, con tarifas más bajas pero sin cobertura de seguros y/o mínimo mantenimiento) (Sociedad de calificación de riesgo Latinoamericana, 2016)

Con un modelo de negocios similar al que se ejecuta en España, el arrendamiento de flotas de vehículos a largo plazo, más conocido como renting, entra al mercado ecuatoriano.

A este esquema de alquiler de autos, que busca abrir un nicho entre el sector empresarial y corporativo, ingresa el grupo financiero del Banco Pichincha, que creó Renting Pichincha.

La operación se efectúa bajo la modalidad de contrato de arrendamiento por el cual la empresa de renting compra un auto o una flota a petición de un cliente, sin que este tenga la obligación de adquirirlo.

A nivel mundial, hay cerca de tres millones de vehículos que laboran con renting. En Ecuador, Renting Pichincha cubre una flota por año de 120 a 180 autos, con una inversión entre \$ 2 millones y \$ 2,5 millones para la compra de vehículos, más la inversión que exige mantener los automotores.

El alquiler se efectúa entre dos a cinco años, y dentro del canon de arrendamiento se incluye mantenimiento, seguro e impuestos.

Según (Hernández, 2008), gerente de Renting Pichincha, indicó que, al tratarse de un alquiler, los automóviles bajo renting no figuran en el activo, por ende, en las obligaciones de pago tampoco se registra como un pasivo de la misma. En el balance de resultados este se podrá reportar como un gasto deducible.

Pese a que no se trata de un producto financiero, el renting ha nacido de la mano de la banca. “La razón por la cual la mayoría de compañías de renting son de grupos financieros es porque para este negocio se necesita tener una alta liquidez” (Hernández, 2008).

Con respecto a la naturaleza del servicio de alquiler de vehículos, la oferta de los participantes del mercado se orienta a ofrecer alquileres a corto plazo para satisfacer necesidades puntuales de transporte – frecuentemente de viajeros con fines turísticos-, así como al alquiler de flotas de vehículos por periodos largos de tiempo usualmente entre 2 y 5 años que son requeridas por grandes empresas para sus actividades de logística y distribución y que pagan un valor de arrendamiento que incluye mantenimiento, seguro e impuestos. Entre las empresas de mayor tamaño se considera que alrededor del 60% de los ingresos corresponde a alquiler de vehículos que se realizan por corto plazo y la diferencia corresponde a servicios de renta a mayor plazo (Sociedad de calificación de riesgo Latinoamericana, 2016).



### 2.6.3. Competencia - Análisis de las Fuerzas de Porter

Entre las empresas de mayor tamaño y cobertura que ofrecen servicios de alquiler de vehículos en el país se encuentran representantes de marcas internacionales como Avis, Budget, Hertz, Thrifty y Localiza. A su vez, entre las empresas que ofrecen alquiler de flotas están Fastfinsa, Renting Pichincha, Produrenting, RNT Renting, Reponer, entre otros. (Sociedad de calificación de riesgo Latinoamericana, 2016)

Como principales empresas participantes del mercado están Mareauto S.A. (subsidiaria de Corporación Maresa Holding, obtuvo ingresos de actividades ordinarias por US\$23.72 millones en 2013 y cuenta con la licencia de Avis Rent a Car para Ecuador, Colombia y Perú), Finamerica S.A. (subsidiaria de Automotores Continental S.A., mostró ingresos por US\$3.78 millones en 2013 y representa en el país a la marca Budget Rent a Car), Finansauto S.A. (con ingresos de US\$3.5 millones en 2013 y licencia de Hertz Rent a Car para el país). Entre las empresas que realizan alquiler de flotas a largo plazo están Fastfin S.A. (del Grupo Vallejo Araujo, con ingresos por US\$3.97 millones), Produrenting (US\$3.48 millones), Reposición de Vehículos Reponer S.A. (US\$1.92 millones), Renting Pichincha (parte del Grupo Banco Pichincha, auspiciada por Consorcio del Pichincha S.A. que tuvo ingresos totales por US\$20.71 millones) y RNT Renting S.A. (del Grupo Toyocosta, con ingresos por US\$1.8 millones) (Sociedad de calificación de riesgo Latinoamericana, 2016)

|

**Tabla 12 Empresas Participantes**

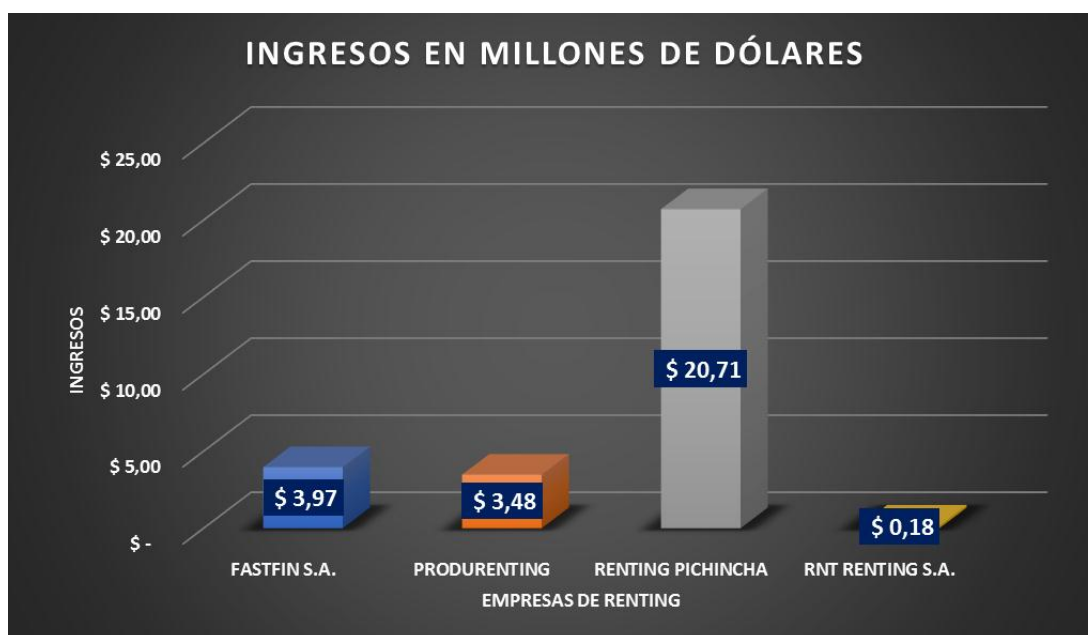
<b>EMPRESAS PARTICIPANTES INGRESOS EN MILLONES DE DÓLARES</b>		
MAREAUTO	\$	23,72
FINAMERICA S.A	\$	3,78
FINANSAUTO S.A.	\$	0,30



**Figura 13 Empresas Participantes**

**Tabla 13 Empresas de renting**

EMPRESAS DE RENTING	INGRESOS EN MILLONES DE DÓLARES
FASTFIN S.A.	\$ 3,97
PRODURENTING	\$ 3,48
RENTING PICHINCHA	\$ 20,71
RNT RENTING S.A.	\$ 0,18



**Figura 14 Empresas de Renting**

## **Análisis PORTER**

### **Amenaza de Nuevos Entrante**

Para evitar la amenaza de nuevos entrantes en el servicio de renting, se ha considerado costos relativamente bajos, para que el precio final que pague el usuario sea cómodo y a su vez evitar la entrada de nuevos competidores.

Valiéndose de la marca reconocida a nivel nacional y local, el servicio de renting será reconocida por la fiabilidad, seriedad de la casa comercial.

### **Principales Barreras de Entradas**

#### **Imagen de Marca / Lealtad**

INDUAUTO se centra continuamente en aumentar sus ventas en las marcas más fuertes como es el caso de la marca Chevrolet y ser aceptados por los usuarios de vehículos de todas las líneas. De ésta forma INDUAUTO ha aprovechado su fuerza para conectarse con los usuarios y potenciales clientes. Los resultados de la campaña son una mayor cantidad de clientes leales y un fuerte valor de marca en toda la ciudad de Guayaquil. En 2015, INDUAUTO sobre cumplió sus proyecciones de ventas. Esto hace que sea muy duro para los nuevos entrantes competir en la industria automotriz y en el servicio de renting.

#### **Gasto en Publicidad**

INDUAUTO tiene campañas de publicidad muy efectivas, sus publicidades también representan la cultura de los consumidores finales del sector. Esto hace el escenario muy difícil para los nuevos entrantes para tener éxito.

#### **a) La amenaza de productos sustitutos**

Un gran número de sustitutos están disponibles en el mercado, tales como taxis amigos, taxis ejecutivos, y los rentadores de carros. Las otras empresas también se diferencian por marcas conocidas a nivel mundial, por el valor de marca y la disponibilidad de los productos que sustitutos que no se pueden impugnar. Para protegerse de estas empresas INDUAUTO brindará el servicio de renting de unidades de la marca Chevrolet.

#### **b) Rivalidad Competitiva dentro de una Industria**

La competencia en la industria automotriz, es muy fuerte, por lo tanto, lo que debe primar es la calidad de servicio y originalidad de INDUAUTO.

#### **c) El poder de negociación de los proveedores**

Al contar con el proveedor (Chevrolet), se cuenta con una gama de vehículos para el servicio de renting, que incrementará los ingresos de INDUAUTO.

#### **d) El poder de negociación de los compradores**

Los compradores en esta industria tienen poder de negociación, ya que la fuente principal de los ingresos y cuota de mercado en industria automotriz es muy fuerte. Por lo tanto, se pretende fidelizar al cliente por medio del renting y así incrementará los ingresos.

### **2.6.4. Estimación de mercado potencial y demanda global**

El mercado ecuatoriano de alquiler de vehículos se caracteriza por la presencia de marcas reconocidas a nivel internacional –las cuales operan en el país mediante el otorgamiento de sus licencias de operación a firmas con conocimiento del medio, y que en ocasiones forman parte de grupos económicos locales, así como por un sinnúmero de empresas de menor tamaño que tienen una limitada oferta y que se orientan a atender clientes individuales usualmente con el atractivo de tarifas menores (incluyendo aquellos negocios que se manejan de manera informal, con tarifas más bajas pero sin cobertura de seguros y/o mínimo mantenimiento).

### **2.6.5. Mercado meta**

El mercado meta se encuentra dirigido a cuentas flotas propias de INDUAUTO y Pymes que deseen adquirir vehículos en la ciudad de Guayaquil, tienen alta demanda de movilización, pero no poseen los recursos económicos necesarios para comprar una flota de vehículos por lo cual este plan tiene como finalidad brindarles el servicio de Renting de flotas.

La empresa Induauto S.A. busca:

Cubrir y satisfacer las necesidades de empresas propias, pequeñas y medianas empresas brindando servicio de calidad, garantía, respaldo y a bajos costos.

## Necesidades y Funciones.

Se desea cubrir las siguientes necesidades:

### ➤ Tiempo

Por el motivo de que para las empresas que por factores económicos, financieros, etc., no disponen de la capacidad de adquirir una flota de vehículos nuevos, se ve en la necesidad de incursionar en un servicio de renting para pequeñas y medianas empresas que poseen la necesidad de movilización por lo cual se realizará la gestión de poder proveer y administrar un servicio de flotas para ellos y así el cliente sólo enfoque sus recursos y gestión en el giro principal de su negocio, esos problemas son las necesidades que todas las personas y empresas necesitan un vehículo para poder minimizar el impacto de las variables antes mencionadas.

### ➤ Distancia

La ciudad de Guayaquil es una ciudad relativamente considerada grande en el Ecuador, los lugares de los trabajos por lo general y en la mayoría de los casos son muy distantes de los hogares de las personas.

### ➤ Productos de Calidad

Los vehículos para el renting son exclusivos de la concesionaria y con mantenimiento profesional y frecuente.

### ➤ Economía

Las cuotas serán convenientes para que el usuario pueda adquirir los servicios de renting.

### ➤ Distribución

La atención al cliente será los días lunes a sábado de 09:00 a 18:00 lunes a viernes y sábados de 10:00 a 14:00.

## Grupo de compradores:

Dirigido a las pequeñas y medianas empresas de los siguientes sectores:  
Comercio al por mayor y menor.

### Tecnología:

Para cubrir las necesidades antes mencionadas El servicio de Renting ofrece:

- Equipamiento satelital.
- Compra y activación de vehículos.
- Trámites anuales de tránsito e impuestos.
- Vehículo sustituto (opcional).
- Capacitación continua a usuarios.
- Revisión técnico – mecánica.
- Póliza de seguro.
- Mantenimiento preventivo y correctivo.
- Asistencia en carretera.

### Localización Geográfica

El proyecto se llevará a cabo en la provincia del Guayas, en la ciudad de Guayaquil y sus diferentes sectores los cuales están repartidos por 15 parroquias urbanas y 5 parroquias rurales de acuerdo al INEC:

#### **Parroquias urbanas**

1. Parroquia Ayacucho
2. Parroquia Bolívar (Sagrario)
3. Parroquia Carbo (Concepción)
4. Parroquia Chongón
5. Parroquia Febres Cordero
6. Parroquia García Moreno Parroquia Letamendi
7. Parroquia Nueve de Octubre
8. Parroquia Olmedo (San Alejo)
9. Parroquia Pascuales
10. Parroquia Roca.
11. Parroquia Rocafuerte
12. Parroquia Sucre
13. Parroquia Tarqui
14. Parroquia Urdaneta
15. Parroquia Ximena

## Parroquias rurales

1. Parroquia Juan Gómez Rendón (Progreso)
2. Parroquia Puná
3. Parroquia Tenguel
4. Parroquia Posorja
5. Parroquia El Morro

### 2.6.6. Perfil del consumidor



**Figura 15 Perfil del consumidor**

### Características demográficas

**Tabla 14 Características demográficas**

Base de segmentación	Categorías
Tipo de población	Urbana y suburbana
Edad	A partir de 18 años de edad
Sexo	Indistinto
Orientación sexual	Indistinto
Clase social	Media y alta
Ingresos	¡\$50.000 a \$1000.000
Educación	Tercer y cuarto nivel
Ocupación	Indistinto
Tamaño de la familia	Dos o mas hijos

### **Estilo de Vida:**

Los propietarios de las Empresas y Pymes son de ocupación independiente en su gran mayoría, son propietarios y trabajan su empresa, y también existen personas dependientes que tienen la necesidad de tener un vehículo, sus horarios varían al tener su negocio propio manejan su tiempo acorde al trabajo que se presenta día a día.

### **Motivaciones:**

Sus motivaciones principales son el poder administrar su negocio o empresa propia para el sustento diario y de su familia.

### **Creencias, actitudes y personalidad:**

Tienen auto superación, buscan la realización personal y el crecimiento de su empresa o negocio.

### **Percepción:**

El propietario de empresas tiene como principal objetivo disminuir los costos, poca inversión, pero con calidad en servicio y respaldo, por lo cual se les brindará el renting de vehículos livianos a costos asequibles y de la marca Chevrolet con bajos costos en mantenimiento y repuestos.

### **Características geográficas**

**Tabla 15 Características Geográficas**

<b>Base de segmentación</b>	<b>Categorías</b>
Nacionalidad	Ecuatoriana
Ciudad	Guayaquil
Tamaño del área geográfica	344,5 km <sup>2</sup>
Tipo de población	Urbana
Tipo de clima	Cálido
Idioma	Español



## Características psicográficas

Tabla 16 Características psicográficas

Base de segmentación	Categorías
Clase social	Media y Alta
Personalidad	Dependiente e Independiente
Estilos de vida y valores	Indiferente

## Características conductuales

Tabla 17 Características conductuales

Base de segmentación	Categorías
Índice de usuario	Usuario medio
Situación de compra	Ocasión ordinaria
Sensibilidad de precio	Indiferente
Sensibilidad de servicio	Alta sensibilidad
Sensibilidad a la publicidad	Alta sensibilidad
Beneficios esperados	Cumplir expectativas
Clases de comprador	Comprador periódico

## Características Socioeconómicas

Tabla 18 Características Socioeconómicas

Base de segmentación	Categorías
Clase social	Usuario medio
Ingresos	Ocasión ordinaria
Ocupación	Indiferente

## 2.7. Análisis interno

### 2.7.1 Cadena de valor

#### Cadena de Valor

##### Actividades Primaria

Las actividades primarias están más relacionadas con la producción y distribución de los productos y servicios de la empresa que crean valor para el cliente.

## **A. Logística Interna**

Cuenta con 4 agencias ubicadas de forma estratégica y en los puntos de mayor afluencia de clientes en la ciudad de Guayaquil en las siguientes direcciones y sectores:

- Agencia Matriz: Av. carlos julio Arosemena km 4.5.
- Agencia ceibos: Av. del bombero km 6.5.
- Agencia Garzota: Av. Guillermo Pareja Rolando Mz 94.
- Agencia Aurora: Av. león Febres cordero km 12.5 vía a Daule.

Cada agencia cuenta con taller de servicio técnico automotriz autorizado Chevrolet y se realizan los mantenimientos preventivos y correctivos de la flota de vehículos. Además Cuenta con un software que le brinda una alta capacidad de respuestas al cliente entre las 4 agencias.

## **B. Operaciones**

En esta etapa varios departamentos se involucran como son la Gerencia General de Guayaquil, Jefe de mantenimiento, departamento financiero y el departamento de Renting flotas. Cada departamento realiza el proceso de verificación de datos y requisitos que le corresponde para realizar el respectivo contrato de Renting.

Los procesos de atención

1. Se recibe los clientes en las oficinas.
2. Se solicita las necesidades del cliente.
3. Se brinda asesoramiento.
4. Se llena el contrato con el cliente.
5. Se revisa el buen estado del vehículo.
6. Se les entrega el vehículo.

## **C. Logística Externa**

1. Se recibe la información del cliente.

2. Se revisa la lista de unidades disponibles.
3. Se verifica que la unidad se encuentre disponible.
4. Se revisa que los productos salientes salgan en buen estado y no con fallas técnicas y mecánicas.
5. Se verifica el domicilio del cliente.
6. Se llama al cliente para que verifique su domicilio.
7. Confirmado que el cliente se encuentre en su domicilio para la previa entrega de la unidad.
8. Delante del cliente se verifica que la unidad se encuentra en buen estado.
9. Se realiza el cobro de la factura por adelantado.
10. Se deposita el dinero en la cuenta de ahorros y/o corriente de la empresa INDUAUTO.

#### **D. Marketing y Ventas**

En esta etapa contamos con un departamento de marketing en cual se encarga de realizar publicidad mediante los siguientes métodos:

- Publicidad por medios masivos de comunicación sean estos en radio, televisión y prensa escrita.
- Afiches.
- Material POP.
- Gigantografías.
- BTL.
- ATL.
- Redes Social Media Visual.

Adicional se coordinará actividades externas para realizar captaciones de nuevos clientes e incrementar la cartera.

#### **2.7.2. Benchmarking**

Benchmarking es el proceso de obtener información útil que ayude a una organización a mejorar sus procesos. Esta información se obtiene de la observación de otras instituciones o empresas que se identifiquen como las mejores (o suficientemente buenas) en el desarrollo de aquellas actuaciones o procesos objetos

de interés. Benchmarking no significa espiar o sólo copiar. Está encaminado a conseguir la máxima eficacia en el ejercicio de aprender de los mejores y ayudar a moverse desde donde uno está hacia donde quiere estar.

## **2.8. Diagnóstico**

### **2.8.1. Análisis DAFO**

#### **FODA de la empresa INDUAUTO S.A.**

##### **Fortalezas**

- Marca reconocida a nivel mundial.
- Transmite confianza al consumidor.
- Excelente experiencia en la industria automotriz y trayectoria a nivel nacional.
- Disponibilidad de vehículos autos livianos.
- Talleres Propios.
- Agencias en puntos clave en varios sectores en la y ciudad de Guayaquil.
- Equipo humano comprometido hacia el cliente.
- Call center 1700 – INDUAUTO (463828).
- Servicio Postventa.

##### **Oportunidades**

- Rápido crecimiento.
- Experiencia que respalda los negocios y cartera de clientes propia.
- Mercado en expansión.
- Políticas de precios.
- Desarrollar fidelidad de los clientes.
- Capacidad de inversión por parte de INDUAUTO.
- Posibilidad de activar el vehículo de acuerdo a las necesidades del cliente.
- Garantía de movilización.
- Enfoque Hacia el mercado segmentado.

## **Debilidades**

- Mercados de renting ya posicionados en el mercado.

## **Amenazas**

- Mercado cambiante vs toma de decisión lenta.
- Inestabilidad de la política gubernamental.
- Crecimiento de la competencia informal.
- Alto índice de delincuencia.
- Gobierno ecuatoriano.

## **Estrategias de solución FODA**

- INDUAUTO será agresivo para ganar a la competencia con servicio personalizado y calidad valiéndose de la experiencia automotriz en el mercado.
- Se realiza publicidad y suvenir enfocada al Renting de flotas dirigido a la Pyme y empresa.

### **2.8.2. Matriz de crecimiento de ANSOFF**

La Matriz de ANSOFF, también denominada matriz producto-mercado, es una de las principales herramientas de estrategia empresarial y de marketing estratégico. Fue creada por el estratega Igor ANSOFF en el año 1957. Esta matriz, es la herramienta perfecta para determinar la dirección estratégica de crecimiento de una empresa, por tanto, solamente es útil para aquellas empresas que se han fijado objetivos de crecimiento.

La Matriz de Ansoff relaciona los productos con los mercados, clasificando al binomio producto-mercado en base al criterio de novedad o actualidad. Como resultado obtenemos 4 cuadrantes con información sobre cuál es la mejor opción a seguir: estrategia de penetración de mercados, estrategia de desarrollo de nuevos

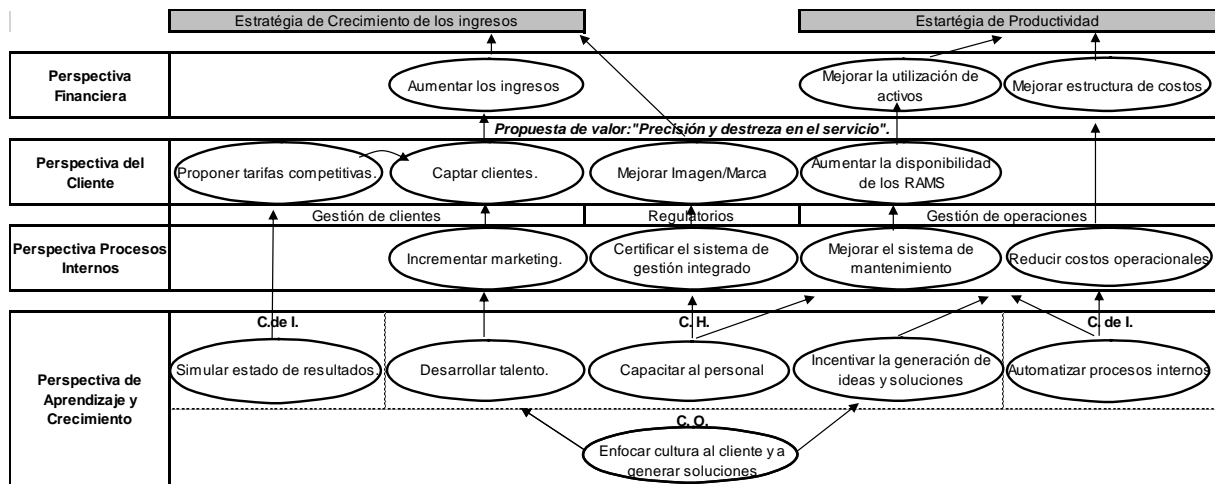
productos, estrategia de desarrollo de nuevos mercados o estrategia de diversificación.



**Figura 16 Matriz ANSOFF**

Para el caso de INDUAUTO se encontraría en el cuadrante de NUEVOS (desarrollo de nuevos productos) y NUEVOS (Diversificación).

### 2.8.3. Mapa estratégico de objetivos



**Figura 17 Mapa Estratégico de Objetivos**

### 2.8.4. Conclusiones

- a) INDUAUTO, será nuevo en el mercado de renting.
- b) La competencia es muy agresiva.
- c) La marca Chevrolet ya está posicionada en el mercado.
- d) El servicio de renting sólo va hacer con autos livianos.

## **CAPÍTULO III**

### **PLAN ESTRATÉGICO**

#### **3.1. Objetivos Comerciales**

- Ofrecer el servicio de renting en INDUAUTO S.A. a empresas de Guayaquil.
- Implementar el servicio de renting, para obtener una participación del 15% en volumen de cuentas flotas en INDUAUTO para el 2016.
- Realizar un estudio de mercado sobre la necesidad de renting.
- Analizar los resultados del estudio de mercado para tomar decisiones.
- Desarrollar un plan de negocios para el servicio de renting.
- Evaluar financieramente la factibilidad del plan de negocios, identificando la inversión necesaria.

#### **3.2. Plan comercial y de marketing**

##### **3.2.1. Estrategias de ventas**

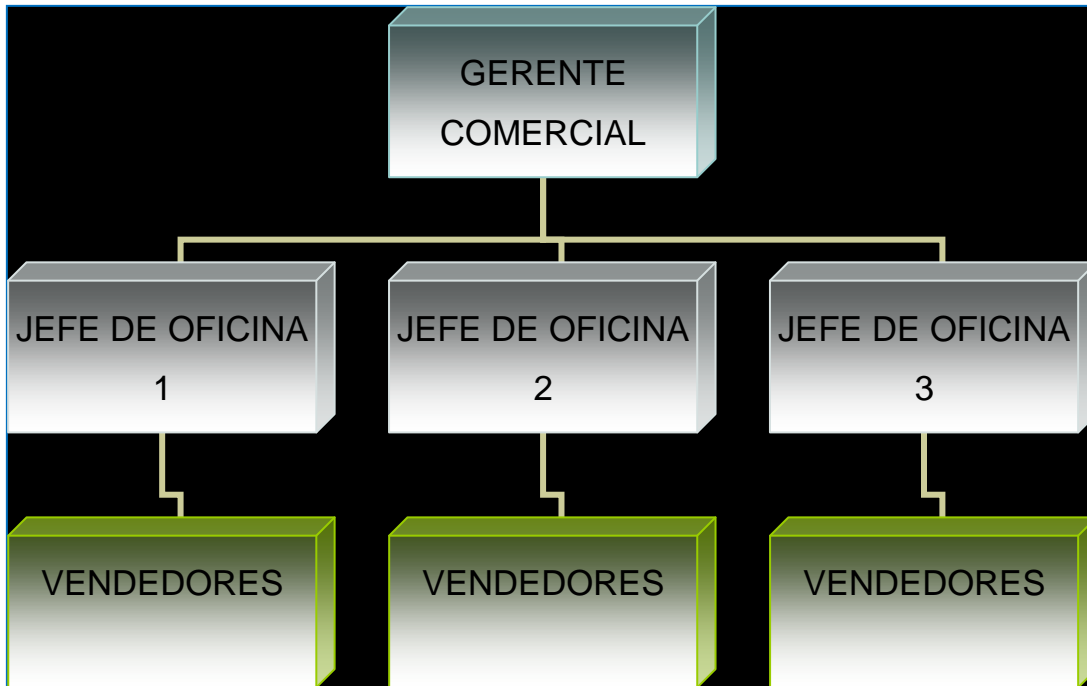
- Se colocarán precios ganchos.
- Se armarán combos de servicios.
- Se harán descuentos por contratos anuales.
- Se premiarán a los mejores clientes y se crea fidelización con los clientes actuales y nuevos en puntualidad y de mayor frecuencia de mayor tiempo de contratos.
- Se organizarán ferias en distintos puntos de la ciudad.

#### **3.3. Función de la Dirección de Ventas**

- Planeación y presupuesto de ventas.
- Estructura de la organización de ventas.
- Reclutamiento, selección y entrenamiento de la fuerza de ventas.
- Compensación, motivación y dirección de la fuerza de ventas.
- Análisis del volumen de ventas, costos y utilidades.

- Medición y evaluación del desempeño de la fuerza de ventas.
- Monitoreo, control del ámbito de la comercialización.

### 3.4. Organización de la Estructura de Ventas



**Figura 18** Estructura de Ventas

### 3.5. Previsiones y cuotas de venta

Las previsiones de ventas establecidas por el Área Comercial contemplan las ventas globales de la empresa y las ventas de cada asesor comercial perteneciente al equipo de ventas de INDUAUTO.

Se aplicará una técnica “Mix” para establecer las previsiones de venta en la organización, esta contempla la estadística que realiza proyecciones en base a datos informativos anteriores. También se tomará en cuenta la técnica por intuición, que se refiere a la percepción de los colaboradores con el mercado, conocedores de los hechos anteriores y actuales y relacionando los aspectos externos que están en el entorno.



### **3.5.1. Potencial de mercado, de ventas y clases de previsiones**

Esta parte del proyecto enfoca todo un conjunto de aspectos relacionados con el sector, la empresa y el mercado en la ciudad de Guayaquil. Mediante esta metodología, se aterrizan las ideas, las mismas que deberán ser pragmáticas, de tal manera que, no permitan las exageraciones en gastos innecesarios que afecten a los recursos de la organización.

### **3.5.2. Procedimiento para las previsiones**

El cálculo de las previsiones de ventas es una tarea exclusiva del Área Comercial de INDUAUTO, el encargado del departamento, realizará las conjeturas en función de los aspectos externos del mercado de la ciudad de Guayaquil, así como, los aspectos internos propios de la organización. La finalidad es establecer un patrón o una base para predecir las futuras ventas por parte de los asesores comerciales. Aquí se incluyen aspectos importantes como el precio, calidad, el mercado y otros temas que permitan al encargado del departamento de ventas realizar la proyección.

### **3.5.3. Métodos de previsión de ventas**

INDUAUTO para el siguiente periodo del año 2017 iniciará sus operaciones comerciales con una imagen renovada y ofertando una nueva línea de servicios de renting. Esta decisión se tomará para aumentar el volumen de venta de la empresa.

Se tiene previsto que para finales del 2017 se obtenga un incremento en ventas del 15%.

### **3.5.4. Cuotas de venta**

Para establecer las cuotas de ventas es necesaria la participación de toda la organización, en el caso particular de la empresa INDUAUTO, son los mismos accionistas los que poseen el conocimiento del comportamiento del mercado en la ciudad de Guayaquil.

### 3.5.5. Método de KRISP

El método de KRISP no es factible aplicarlo para el cálculo presupuestario, pues no existen antecedentes históricos que permitan comparar el volumen de renting de INDUAUTO en la actualidad con años anteriores, pues, en ese entonces no se había implementado el servicio de renting, que es el propósito de la presente investigación científica.

### 3.5.6. Presupuestos de Ventas

**Tabla 19 Presupuesto de Ventas**

ITEMS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Cantidad de alquiler de vehiculos	720,00	792,00	871,20
Precio de alquiler mensual	\$ 1.200,00	\$ 1.320,00	\$ 1.452,00
<b>Ingreso por alquiler</b>	<b>\$ 864.000,00</b>	<b>\$ 1.045.440,00</b>	<b>\$ 1.264.982,40</b>

El presupuesto está dado a tres años, con un incremento de 10% anual en los precios y en las unidades a rentar.

### 3.6. Remuneración de los vendedores

El sueldo básico será de \$ 450 sobre comisiones.

**Tabla 20 Remuneración de vendedores**

VENTAS DE VEHÍCULOS	COSTO	% COMISION	\$ COMISION	N° DE RENTING MENSUAL	COSTO DE ALQUILER	% RENTING	\$ COMISION	TOTAL	INGRESOS TOTALES
1		0,08%	\$ -	1	\$ 1.200,00	7,00%	\$ 84,0000	84,00	\$ 534,00
2		0,08%	\$ -	2	\$ 1.200,00	7,00%	\$ 168,0000	168,00	\$ 618,00
3		0,08%	\$ -	3	\$ 1.200,00	7,00%	\$ 252,0000	252,00	\$ 702,00
4		0,08%	\$ -	4	\$ 1.200,00	7,00%	\$ 336,0000	336,00	\$ 786,00
5		0,09%	\$ -	5	\$ 1.200,00	8,00%	\$ 480,0000	480,00	\$ 930,00
6		0,09%	\$ -	6	\$ 1.200,00	8,00%	\$ 576,0000	576,00	\$ 1.026,00
7		0,09%	\$ -	7	\$ 1.200,00	8,00%	\$ 672,0000	672,00	\$ 1.122,00
8		0,10%	\$ -	8	\$ 1.200,00	9,00%	\$ 864,0000	864,00	\$ 1.314,00
9		0,10%	\$ -	9	\$ 1.200,00	9,00%	\$ 972,0000	972,00	\$ 1.422,00
10		0,10%	\$ -	10	\$ 1.200,00	9,00%	\$1.080,0000	1080,00	\$ 1.530,00
11		0,10%	\$ -	11	\$ 1.200,00	9,00%	\$1.188,0000	1188,00	\$ 1.638,00
12		0,10%	\$ -	12	\$ 1.200,00	9,00%	\$1.296,0000	1296,00	\$ 1.746,00
13		0,10%	\$ -	13	\$ 1.200,00	9,00%	\$1.404,0000	1404,00	\$ 1.854,00
14		0,10%	\$ -	14	\$ 1.200,00	9,00%	\$1.512,0000	1512,00	\$ 1.962,00
15		0,10%	\$ -	15	\$ 1.200,00	9,00%	\$1.620,0000	1620,00	\$ 2.070,00
								SUELDO	\$ 450,00

### **3.7. Marketing mix**

#### **3.7.1. Producto**

Servicio de renting con vehículos livianos para compañías.

#### **3.7.2. Precio**

El precio del renting sería de \$1200 mensuales.

#### **3.7.3 Plaza**

En la ciudad de Guayaquil.

#### **3.7.4. Promoción**

Por cada cuota mensual se le retiene un 10% hasta reunir el 30% de entrada para un vehículo.

**CAPÍTULO IV**  
**ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO**

**4.1 Inversión inicial**

**Tabla 21 Inversión Inicial**

<b>ITEMS</b>	<b>INVERSIÓN INICIAL</b>
Cantidad de vehiculos	60
Costo	\$ 18.500,00
<b>Inversión</b>	<b>\$ 1.110.000,00</b>

La inversión inicial será de \$1'110.000,00 USD americanos que está compuesto por la adquisición de 60 unidades de vehículos livianos para el servicio de renting.

**4.2 Fuente de financiamiento**

**Tabla 22 Fuentes de Financiamiento**

<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>PORCENTAJES</b>	<b>RUBROS</b>
Financiamiento con recursos propios	30%	\$ 333.000,00
Financiamiento con banca	70%	\$ 777.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.110.000,00</b>

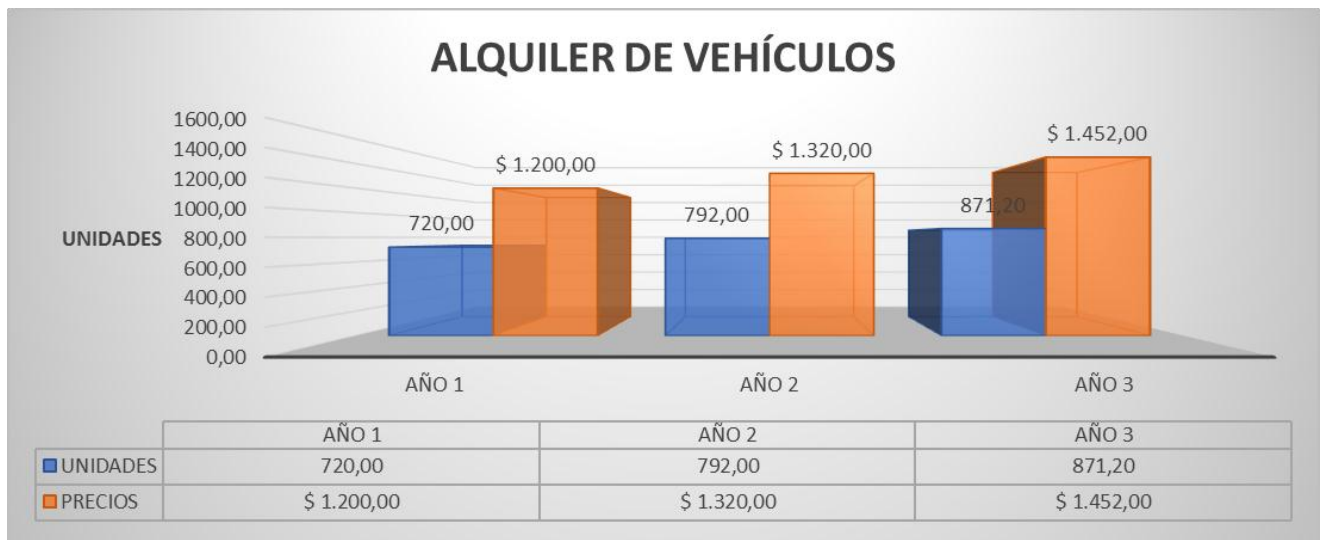
El financiamiento es de 30% de capital propio \$333.000,00 USD americanos y un apalancamiento financiero de \$ 777.000,00 USD americanos con el sistema financiero.

### 4.3 Presupuesto de ingresos y costos

Tabla 23 Presupuestos de Ingresos y costos

ITEMS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Cantidad de alquiler de vehículos	720,00	792,00	871,20
Precio de alquiler mensual	\$ 1.200,00	\$ 1.320,00	\$ 1.452,00
<b>Ingreso por alquiler</b>	<b>\$ 864.000,00</b>	<b>\$ 1.045.440,00</b>	<b>\$ 1.264.982,40</b>

El presupuesto está dado a tres años, con un incremento de 10% anual en los precios y en las unidades a rentar.



**Figura 19 Alquiler de vehículos**

#### 4.4 Presupuesto de costos fijos

Tabla 24 Presupuesto de Costos fijos

ITEMS	Año 1	Año 2	Año 3
Jefe de Taller	\$ 5.760,00	\$ 6.624,00	\$ 7.286,40
Asistente de bodega	\$ 9.600,00	\$ 10.560,00	\$ 11.616,00
Asesores de Taller	\$ 7.680,00	\$ 8.448,00	\$ 9.292,80
Mecánicos	\$ 3.840,00	\$ 4.224,00	\$ 35.621,25
Lavadores de autos	\$ 9.600,00	\$ 10.560,00	\$ 11.616,00
<b>(-) Personal de Taller</b>	<b>\$ 36.480,00</b>	<b>\$ 40.416,00</b>	<b>\$ 75.432,45</b>
Cantidad de vehículos en alquiler	720,00	792,00	871
Precio Mantenimiento Preventivo	\$ 172,00	\$ 189,20	\$ 208,12
<b>Costo Mantenimiento Preventivo</b>	<b>\$ 123.840,00</b>	<b>\$ 149.846,40</b>	<b>\$ 181.314,14</b>
Cantidad de vehículos en alquiler	720,00	792,00	871
Precio Mantenimiento Correctivo	\$ 52,00	\$ 57,20	\$ 62,92
<b>Costo mantenimiento Correctivo</b>	<b>\$ 37.440,00</b>	<b>\$ 45.302,40</b>	<b>\$ 54.815,90</b>
<b>(-) Costo Mantenimiento Total</b>	<b>\$ 161.280,00</b>	<b>\$ 195.148,80</b>	<b>\$ 236.130,05</b>
Cantidad de vehículos en alquiler	60	60	60
Precio de Seguro de Vehiculos	3,70%	3,70%	3,70%
Valor asegurado por vehiculo	\$ 25.500,00	\$ 25.500,00	\$ 25.500,00
<b>(-) Costo seguro</b>	<b>\$ 56.610,00</b>	<b>\$ 56.610,00</b>	<b>\$ 56.610,00</b>
Cantidad de vehículos en alquiler	60	60	60
Precio de matricula (% sobre valor vehiculo)	2,00%	2,00%	2,00%
Valor por vehiculo	25500	25500	25500
<b>(-) Matrícula y revisión</b>	<b>\$ 30.600</b>	<b>\$ 30.600</b>	<b>\$ 30.600</b>
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 284.970,00</b>	<b>\$ 322.774,80</b>	<b>\$ 398.772,50</b>

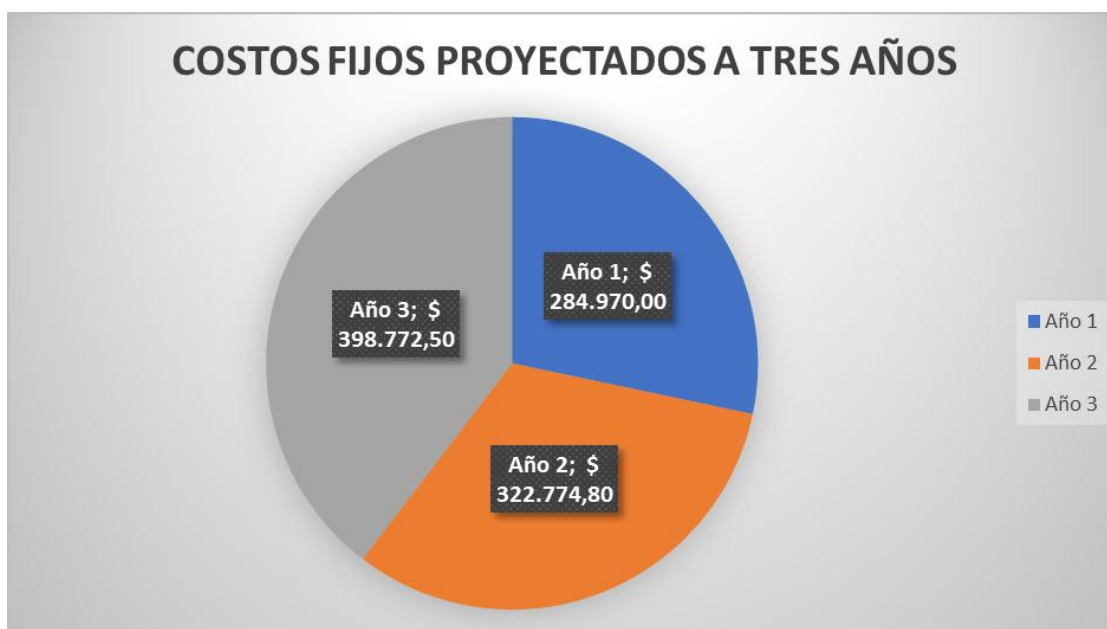


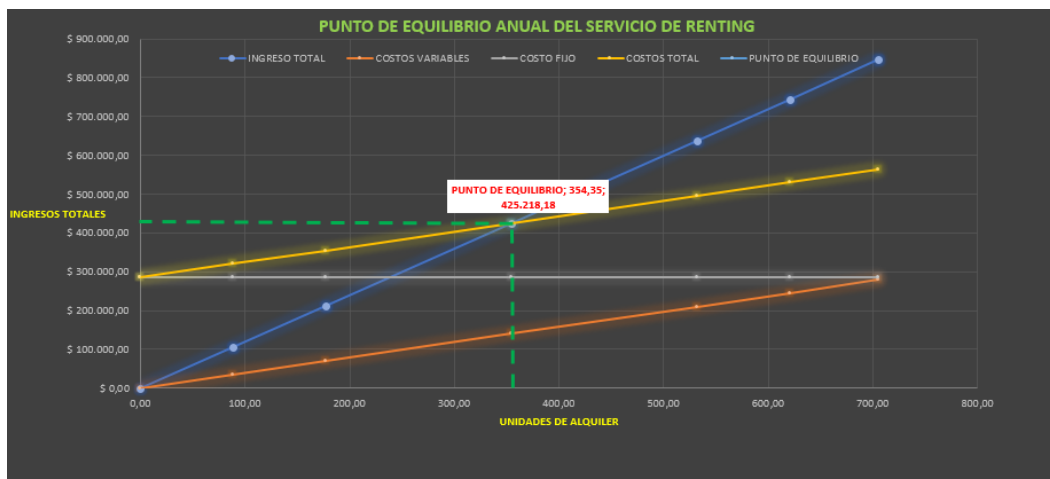
Figura 20 Costos fijos Proyectados

#### 4.5 Punto de equilibrio

Tabla 25 Punto de Equilibrio

COSTO UNITARIO	PRECIO UNITARIO	CANTIDADES	INGRESO TOTAL	COSTOS VARIABLES	COSTO FIJO	COSTOS TOTAL	UTILIDAD - PÉRDIDA-PTO. EQUI.
\$ 395,79	\$ 1.200,00	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 284.970,00	\$ 284.970,00	-\$ 284.970,00
\$ 395,79	\$ 1.200,00	88,59	\$ 106.304,54	\$ 35.062,04	\$ 284.970,00	\$ 320.032,04	-\$ 213.727,50
\$ 395,79	\$ 1.200,00	177,17	\$ 212.609,09	\$ 70.124,09	\$ 284.970,00	\$ 355.094,09	-\$ 142.485,00
\$ 395,79	\$ 1.200,00	354,35	\$ 425.218,18	\$ 140.248,18	\$ 284.970,00	\$ 425.218,18	\$ 0,00
\$ 395,79	\$ 1.200,00	531,52	\$ 637.827,26	\$ 210.372,26	\$ 284.970,00	\$ 495.342,26	\$ 142.485,00
\$ 395,79	\$ 1.200,00	620,11	\$ 744.131,81	\$ 245.434,31	\$ 284.970,00	\$ 530.404,31	\$ 213.727,50
\$ 395,79	\$ 1.200,00	705,15	\$ 846.184,17	\$ 279.093,87	\$ 284.970,00	\$ 564.063,87	\$ 282.120,30

El punto de equilibrio está por 354 unidades de renting anuales que es el mínimo de alquiler de unidades que se deben generar en el año para no obtener pérdida.



**Figura 21 Punto de equilibrio**

En el figura se evidencia el área donde se genera ganancia y pérdida de acuerdo a las unidades de renting que se generen en el año.

#### 4.6 Factibilidad financiera

**Tabla 26 Factibilidad Financiera**

	INICIO	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3
<b>Utilidad antes de Impuestos (NOPAT)</b>		\$ 579.030,00	\$ 722.665,20	\$ 866.209,90
(-) Impuesto y participación 33.7%		(\$ 195.133,11)	(\$ 243.538,17)	(\$ 291.912,74)
(+) Depreciación		\$ 459.000,00	\$ 459.000,00	\$ 459.000,00
(+) Valor libros Act. Vendido				
(-) Inversión en Activo	\$ (1.110.000,00)			
<b>Flujo de caja libre</b>		<b>\$ 842.896,89</b>	<b>\$ 938.127,03</b>	<b>\$ 1.033.297,17</b>
<b>Flujo de caja libre acumulado</b>	\$ (1.110.000,00)	\$ (267.103,11)	\$ 671.023,92	\$ 1.704.321,08
<b>VAN</b>	\$ 789.531,94			
<b>TIR</b>	24,18%			
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	13%			

En este escenario se hace referencia a los 3 años proyectados que el valor neto es de \$789.531,94 con una tasa interna de retorno del 24.18% esta siendo superior a la tasa de descuento del 13%, y el período de recupero es a partir del 2do año.



## **CAPÍTULO V**

### **RESPONSABILIDAD SOCIAL**

#### **5.1 MISIÓN**

Ofrecer al público el mejor servicio y con las mejores garantías, y que los clientes encuentren en un mismo lugar todas las soluciones a sus problemas de movilización.

#### **5.2 VISIÓN**

Llegar a ser en el sector automotriz la mejor opción para el servicio de renting.

#### **5.3 VALORES**

INDUAUTO se proyecta con los siguientes valores corporativos, los mismos que ayudarán a la mejor organización, coordinación, dirección y control del personal, proyectando aplicar lo siguiente:

- ✓ Iniciativa. - INDUAUTO se da a las personas libertad para concebir y llevar a cabo sus planes, premiando la novedad.
- ✓ Disciplina. - debe existir respeto en las reglas y convenios que gobiernan a la Empresa.
- ✓ Estabilidad laboral y espíritu de grupo. - valores que ayudan a lograr una buena comunicación, eficiencia y productividad.
- ✓ Equidad justicia e igualdad. – debe prevalecer entre el recurso humano con la finalidad de que haya respeto y armonía.
- ✓ Responsabilidad. - es importante destacar este valor en todas las áreas de trabajo para lograr un excelente servicio al cliente.
- ✓ Ética. - sin este valor es imposible realizar los trabajos con eficiencia y eficacia.
- ✓ Pasión: Entregar el 100% en todo lo que se hace.
- ✓ Trabajo en equipo: Colaborar con sinergia empresarial.

- ✓ Confianza: Ser íntegros al tratar a los clientes.
- ✓ Rentabilidad: la verdadera rentabilidad es el de sumar cada vez más clientes y a su vez generar más ingresos.

Valoración: los clientes son la razón de existencia en el mercado.

#### **5.4 Cliente interno**

- Se permitirá crear una asociación de bienestar para los empleados.
- Se desarrollarán actividades de confraternidad empresarial.
- Se les darán las oportunidades de crecimiento profesional y personal dentro de la organización.
- Se les brindarán la oportunidad de acogerse a descuentos en medicinas en las farmacias y boticas del sector.
- Se respetarán todos los derechos sociales que brinde el Estado ecuatoriano.

#### **5.5 Actividad social**

La empresa está dispuesta a realizar todas las actividades para educación vial y así fomentará respetar el derecho de vida de las personas.

#### **5.6 Actividades para Contribuir al Medio Ambiente.**

- ✓ La empresa lanzará programas ecológicos para los usuarios.
- ✓ Reciclar todo. Es muy aconsejable que nos acostumbremos a separar la basura según su origen (orgánica, plásticos, papel y envases), ya que supone una necesidad urgente para cuidar el medio ambiente.
- ✓ Evitar el uso de artículos desechables. Cualquier cosa que sólo se utiliza un par de veces y se tira, consume recursos únicamente para quedarse por mucho tiempo en el basurero. Vasos o platos desechables y bolsas de plástico sólo generan un exceso de basura.

#### **5.7 Proveedores**

La empresa GM (general motors obb) del Ecuador ensambladora nacional es el único proveedor directo de las unidades.

## **5.8 Consumidores y Clientes.**

- ✓ Se fomentará la atención de calidad a los clientes.
- ✓ Se creará un buzón de quejas y sugerencias.
- ✓ Se monitoreará la cantidad de veces que el cliente contrata los servicios de renting.

## **5.9 Comunidad**

### **5.9.1 Beneficiarios directos.**

Los beneficiarios directos son las personas y empresas que no poseen vehículos para sus actividades cotidianas y laborales.

### **5.9.2 Beneficiarios indirectos.**

Los beneficiarios indirectos son las familias de los usuarios porque tendrán una unidad a su disposición,

## **5.10 Base Legal.**

### **5.10.1 Plan Nacional del Buen Vivir**

#### **Objetivo 2**

Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad.

Con este objetivo se adapta al proyecto al servicio de renting sin discriminación a cualquier tipo de persona.

#### **Objetivo 7**

Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global.

El servicio de renting contribuye con el medio de manera firme con las unidades en buen estado.

### 5.10.2 IEPI

Art. 9.- En el Registro Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos podrán facultativamente inscribirse:

- a) Creaciones protegidas por los derechos de autor o derechos conexos;
- b) Las obras Los actos y contratos relacionados con los derechos de autor y derechos conexos; y,
- c) La transmisión de los derechos a herederos y legatarios.

Art. 10.- Las inscripciones a que se refiere el artículo 9 del presente Reglamento tienen únicamente valor declarativo y no constitutivo de derechos; y, por consiguiente, no se las exigirá para el ejercicio de los derechos previstos en la Ley.

Art. 11.- La resolución del Director Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos que apruebe los estatutos de una sociedad de gestión colectiva o sus reformas, o que autorice su funcionamiento, dispondrá su inscripción en el Registro Nacional de Derechos de Autor a la que acompañará 2 ejemplares y el comprobante del pago de la tasa respectiva.

El Director Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos, en los casos de suspensión o cancelación de personería jurídica de una sociedad de gestión dispondrá la inscripción de esta resolución en el Registro Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos. Art. 12.- Los nombramientos de los representantes legales de las sociedades de gestión colectiva, los convenios que celebren dichas sociedades de gestión entre sí o con similares en el exterior, y los mandatos conferidos a su favor o a favor de terceros para el cobro de las remuneraciones por derechos patrimoniales se inscribirán con la sola presentación de tales documentos.

Art. 13.- La solicitud de inscripción de una obra contendrá:

- a) Título de la obra;
- b) Naturaleza y forma de representación de la obra; y,
- c) Identificación y domicilio del autor o autores.

Art. 14.- A la solicitud de inscripción de una obra se acompañará, según el caso, dos ejemplares de la obra o de los medios que permitan apreciarla y el comprobante de pago de la tasa respectiva. El solicitante podrá, a fin de mantener la

reserva sobre información controlada, depositar las fijaciones u otros medios que incorporen prestaciones protegidas ante un Notario Público.

Art. 15.- Los actos y contratos de transferencia de derechos patrimoniales se inscribirán con la sola presentación, una vez que se haya acreditado el pago de la tasa correspondiente.

Art. 16.- Las inscripciones de que trata este Capítulo se otorgarán a la sola presentación de la solicitud que contenga los requisitos señalados y los ejemplares de la obra o los medios que permitan apreciarla.

Art. 17.- El Director Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos determinará los libros de inscripciones que serán llevados en el Registro Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos.

### **De los dibujos y modelos industriales**

Art. 48.- La solicitud para registrar un dibujo o modelo industrial deberá presentarse ante la Dirección Nacional de Propiedad Industrial en el formulario preparado para el efecto por la Dirección Nacional de Propiedad Industrial y que deberá contener: a) Identificación del solicitante, con la determinación de su domicilio y nacionalidad; b) Identificación del representante o apoderado, con la determinación de su domicilio y la casilla judicial para efecto de notificaciones; c) Título o nombre del dibujo o modelo industrial; d) Clase Internacional; y, e) Identificación de la prioridad reivindicada, si fuere del caso.

Los logos, etiquetado, letreros, son exclusivos de la distribuidora de los productos de primera necesidad.

Art. 49.- A la solicitud de dibujo o modelo industrial se acompañará: a) La descripción clara y completa del dibujo o modelo industrial; b) El comprobante de pago de la tasa correspondiente; c) Copia de la solicitud presentada en el exterior, en el caso de que se reivindique prioridad; d) El documento que acredite la cesión del derecho de prioridad reivindicado, si fuere del caso; e) El documento que acredite la cesión del dibujo o modelo o el documento que acredite la relación laboral entre el solicitante y el creador, si fuere del caso; y, f) El documento que acredite la representación del solicitante, si fuere del caso.

Art. 50.- La Dirección Nacional de Propiedad Industrial certificará la fecha y hora en que se hubiera presentado la solicitud y le asignará un número de orden que será sucesivo y continuo, salvo si faltaren los documentos mencionados en los literales a) y b) del artículo 48, en cuyo caso no la admitirá a trámite ni otorgará fecha de presentación.

Art. 51.- El título de registro de un dibujo o modelo industrial contendrá: a) Número del dibujo o modelo industrial; b) Fecha y número de la solicitud; c) Denominación del dibujo o diseño; d) Clase Internacional; e) Nombre del titular y su domicilio; f) Nombre del creador, si fuere del caso; g) Identificación del representante o apoderado, si fuere del caso; h) Fecha de otorgamiento; i) Fecha de vencimiento j) Descripción del dibujo o modelo; k) Representación gráfica del dibujo o modelo; y, l) Firma del Director Nacional de Propiedad Industrial.

## CONCLUSIONES

Se realizó el estudio de mercado desarrollado en este plan de negocios donde se logró conocer las necesidades de las empresas actuales y por el cual se implementó un modelo de servicio de renting para empresas/pymes, ya sea que por factores económicos no todas las empresas pueden adquirir un vehículo de forma inmediata, esto permitió según la investigación realizada que las empresas puedan optar por una alternativa adicional de servicio que le puede ofrecer la empresa INDUAUTO, con el respaldo de una marca tan importante como es Chevrolet que en el mercado Ecuatoriano ha prevalecido con un alto índice de participación.

Los resultados del estudio del mercado realizado en la ciudad de Guayaquil del portafolio de cuentas flotas actuales y se logró evidenciar que el servicio de renting es una oportunidad latente, y que las empresas/pymes tengan una alternativa de servicio rentable para su actividades de negocio, lo que permitirá beneficios tanto económicos y en la reducción de su carga administrativa, el cual se desarrolló en este proyecto.

La implementación del servicio de renting es una alternativa de negocio importante para el nicho de mercado al cual está dirigido y frente a la inestabilidad económica y políticas gubernamentales cambiantes actuales, hace que sea competitivo frente a otros rentadores, adicional el servicio técnico especializado CHEVROLET permitirá tener costos más bajos frente a la competencia que se agrega la experiencia, respaldo y trayectoria de INDUAUTO.

Para poder comprobar la rentabilidad y factibilidad del plan de negocios se realizó el análisis financiero desarrollado en un periodo de 3 años que tiene como duración el proyecto, en el cual se pudo obtener la TIR de 24.18% y VAN de \$789.531,94 positivo que está acorde a los objetivos planteados, lo que permite evidenciar que el servicio de renting para empresas/ pymes es viable para su implementación.

## RECOMENDACIONES

Referente al desarrollo del plan de negocios, se pueden considerar las siguientes recomendaciones que servirán como aporte positivo a las investigaciones realizadas:

- La implementación del servicio de renting en empresas/pymes que se desarrolló bajo el portafolio de cuentas flotas actual de INDUAUTO, es importante destacar que al ser un plan viable se debería considerar el ampliar este proyecto para empresas de otros nichos que requieran el servicio, ya que de esta manera podemos incrementar la cartera de clientes y obtener mayores ingresos que serán beneficiosos para la compañía.
- Es recomendable mantener el servicio de renting como una estrategia para atraer cuentas nuevas sin descuidar la venta uno a uno (retail), que también es clave para que la empresa se mantenga como distribuidor líder en el mercado de la zona de la ciudad de Guayaquil.
- Se recomienda que para que este plan se siga gestionando de excelente forma la atención al cliente y servicio técnico, sean desempeñados de forma ágil y oportuna cuando las empresas lo requieran, ya que es parte fundamental y aporta a la fidelización de los clientes, para esto es indispensable la capacitación continua.



## REFERENCIAS

- Araujo, A. (30 de 03 de 2016). *Diario El comercio* . Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/consumo-venta-autos-economia.html>
- Betancourth Flores, C. (2016). *Seguridad en América Latina*.
- Cisneros, P. (2015). *Ecuador, un país que le apunta a la innovación y al desarrollo del conocimiento*.
- Correa Delgado, R. (2015). *Ecuador segundo lugar de los países mas seguros de América Latina*.
- Diario El Universo. (06 de 03 de 2015). *Diario el Universo*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/03/06/nota/4627241/ecuador-aplicara-salvaguardias-32-sus-importaciones-durante-15>
- Diario El Universo. (16 de 05 de 2016). *Aumento del IVA*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/05/16/nota/5582889/aumento-iva-12-14-regiria-1-junio-proximo>
- Diario El Univeso. (09 de Junio de 2008). *Servicios de renting*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2008/06/09/0001/9/886B20364F054C73B6BEBB517E965960.html>
- Gonzalo , J. A. (1999). *Renting: una herramienta eficaz de gestión . Estrategia Financiera*.
- Hernández, A. (2008). *El Universo*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2008/06/09/0001/9/886B20364F054C73B6BEBB517E965960.html>
- INEC. (15 de 07 de 2016). *Cifras de mercado laboral junio 2016*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-publica-cifras-del-mercado-laboral-de-junio-2016/>
- Líderes . (17 de 10 de 2016). *Revista Lideres*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/vehiculos-seguridad-medioambiente-regulaciones.html>

- Marketing Activo. (17 de 02 de 2016). *Marketing Activo*. Obtenido de <http://marketingactivo.com.ec/2016-chevrolet-ecuador-quiere-mantener-el-49-5-de-share/2016/02/17/>
- Reyes, S. (20 de 09 de 2016). *Diario El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/salvaguardias-ecuador-empresarios-unioneeuropea-acuerdo.html>
- Serrahima, R. (07 de 03 de 2011). *Dirección Financiera Externalizada*. Obtenido de <https://raimon.serrahima.com/el-renting-concepto/>
- Sociedad de calificación de riesgo Latinoamericana. (2016). *ACTUALIZACIÓN DE LA CALIFICACIÓN DE RIESGO* .
- Sosa, C. A. (2016). *La economía en el 2016*.
- Vicuña, S. d. (2010). *El plan de marketing en la PYME*. España: ESIC.

## ANEXOS

### Anexo A: Modelo Encuesta Preguntas realizadas

#### UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL

1. **¿Usted conoce el servicio de renting?**  
SI \_\_\_\_\_  
NO \_\_\_\_\_
2. **¿Usted considera que INDUAUTO debería implementar el servicio de renting?**  
\_\_\_\_\_ Muy de acuerdo  
\_\_\_\_\_ De acuerdo  
\_\_\_\_\_ Indiferente  
\_\_\_\_\_ Desacuerdo  
\_\_\_\_\_ Muy desacuerdo
3. **¿Usted cree que INDUAUTO debería dar facilidades para el servicio de renting?**  
\_\_\_\_\_ Muy de acuerdo  
\_\_\_\_\_ De acuerdo  
\_\_\_\_\_ Indiferente  
\_\_\_\_\_ Desacuerdo  
\_\_\_\_\_ Muy desacuerdo
4. **¿Cree usted que INDUAUTO debe ampliar sus servicios con el servicio de renting?**  
\_\_\_\_\_ Muy de acuerdo  
\_\_\_\_\_ De acuerdo  
\_\_\_\_\_ Indiferente  
\_\_\_\_\_ Desacuerdo  
\_\_\_\_\_ Muy desacuerdo
5. **¿Usted considera que el servicio de renting solucionaría sus problemas de movilizarse?**  
\_\_\_\_\_ Muy de acuerdo  
\_\_\_\_\_ De acuerdo  
\_\_\_\_\_ Indiferente  
\_\_\_\_\_ Desacuerdo  
\_\_\_\_\_ Muy desacuerdo
6. **¿Su forma de pago sería?**  
\_\_\_\_\_ Tarjetas de crédito  
\_\_\_\_\_ Tarjetas de debito  
\_\_\_\_\_ Ambas  
\_\_\_\_\_ Efectivo
7. **¿Usted confía en la imagen que proyecta INDUAUTO?**  
SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
8. **¿Usted cree que Induauto debe poseer otras marcas de vehículos**

**para el servicio de renting?**

SI\_\_\_ NO\_\_\_

**9. ¿Usted cómo calificaría el servicio de INDUAUTO?**

\_\_\_\_\_ Muy bueno

\_\_\_\_\_ Bueno

\_\_\_\_\_ Indiferente

\_\_\_\_\_ Malo

\_\_\_\_\_ Pésimo

**10. ¿Usted si estaría de acuerdo con el servicio de renting de vehículos Chevrolet en INDUAUTO?**

\_\_\_\_\_ Muy de acuerdo

\_\_\_\_\_ De acuerdo

\_\_\_\_\_ Indiferente

\_\_\_\_\_ Desacuerdo

\_\_\_\_\_ Muy desacuerdo

## Anexo B: póliza de seguro incluido en el servicio de renting

CHUBB®

CERTIFICADO DE  
COBERTURA

**ChevySeguro**  
Una razón más para tener un Chevrolet.

INFORMACIÓN GENERAL			
NOMBRE DEL CONTRATANTE	INDIAUTO S.A.		
NOMBRE DEL ASEGURADO	JUAN AMADO HOLGUIN SOTOMAYOR		
CEDULA DE IDENTIDAD / RUC	0901322438		
CIUDAD	GUAYAQUIL		
DIRECCION	GUASMO CENTRAL COOP.7 DE SEPTIEMBRE MZ 1813 S		
TELEFONO FIJO	044542541		
TELEFONO CELULAR	0983121948		
E-MAIL	juanholguin@hotmail.com		
INFORMACIÓN DEL SEGURO			
LUGAR Y FECHA EXPEDICION:	GUAYAQUIL, 11 de Enero del 2017	DIAS	365
INICIO VIGENCIA DESDE:	11/Enero/2017	FIN VIGENCIA HASTA:	11/Enero/2018
RAMO DE VEHICULOS - POLIZA NO.	358535	CERTIFICADO NO.	00486
DATOS DEL VEHICULO ASEGURADO			
MARCA	CHEVROLET	MOTOR	F16D3162670592
MODELO	AVEO EMOTION GLS AC 1.6 4P 4X2 TM	CHASIS	8LATW5269H0362127
AÑO	2017	COLOR	PLOMO
TIPO	Liviano	PLACA	En trámite
CPN	B7740059585	USO	PARTICULAR
VALORES ASEGURADOS		DESGLOSE PRIMAS	
VALOR VEHICULO	\$ 19,989.12	PRIMA NETA	\$ 879.52
VALOR DISPOSITIVO	\$ 0.00	3.50% S.BANCOS	\$ 30.78
VALOR EXTRAS	\$ 0.00	0.50% S.CAMPESINO	\$ 4.40
VALOR TOTAL ASEGURADO	\$ 19,989.12	DERECHOS EMISION	\$ 3.00
PRODUCTO	Vehículo de Contado	IVA	\$ 128.48
FORMA DE PAGO	DÉBITO BANCARIO	PRIMA TOTAL	\$ 1,046.18
COBERTURAS			
<p>Todo riesgo, de las pérdidas o daños materiales, directos y accidentales, que sufra el vehículo(s) asegurado(s) especificados en las condiciones particulares de esta póliza durante la vigencia del seguro o en cualquier período de renovación del mismo.</p> <p>El amparo del presente certificado es Todo Riesgo considerando principalmente los siguientes eventos:                      Choque y volcadura, descarrilamiento, incendio, impacto de rayo, explosión y autoignición, motín, huelga, conmociones civiles, alborotos populares, Robo total y parcial, actos maliciosos y vandalismo. Fenómenos de la naturaleza tales como huracán, tifón, tornado, ciclón, erupción volcánica, terremoto y temblor. Destaves, derrumbes, caída de rocas, deslizamiento de tierras, Rotura de cristales, impacto de proyectiles, objetos que caigan, caída de nave aérea o partes de la misma, desplome de edificios, derrumbe de carreteras y/o puentes. Paso por puentes y gabarras y tránsito por caminos no entregados oficialmente al público. Pérdidas y/o daños a las herramientas y accesorios normales y usuales de fábrica del vehículo asegurado se encuentran amparadas por el presente certificado.</p>			
COBERTURAS ADICIONALES - LIMITES POR EVENTO			
Responsabilidad Civil LUC (Límite Único Combinado) hasta	Daños materiales a la propiedad de terceras personas y lesiones corporales a terceras personas.		\$ 20,000.00
Accidentes Personales: muerte, invalidez total y permanente por ocupante hasta	(En exceso al SPPAT y de acuerdo a la capacidad de ocupantes por tipo de vehículo detallado en la matrícula)		\$ 5,000.00
Gastos Médicos: por ocupante hasta	(En exceso al SPPAT y de acuerdo a la capacidad de ocupantes por tipo de vehículo detallado en la matrícula)		\$ 2,000.00
Ambulancia por accidente hasta (en exceso al SPPAT)			\$ 200.00
Gastos de grúa a consecuencia de un siniestro cubierto por la póliza y en exceso de Asistencia Chevrolet hasta			\$ 300.00
Gastos legales a consecuencia de un siniestro cubierto únicamente para defensa del asegurado hasta			\$ 500.00

## Anexo C : Modelo de cotización de Servicio renting

**INDUAUTO**  
  
 CHEVROLET

DIRCCO  
 VÍA LA COSTA KM 8 CALLE AV. DEL COMERCIO EL 3-14  
 04200000

INDIAUTOCAR

Guayaquil, febrero 14 del 2017

Señor(a):

Javier Amalero

Ciudad:

Gracias por interesarse por CHEVROLET y por nuestro concesionario INDUAUTO. Hemos personalizado para usted esta oferta del SAUL AC 1.4 4P 4X2 IM Año 2016 color BLANCO, que esperamos cumpla con sus expectativas. Estamos a su entera disposición para continuar ayudándole a tomar la mejor decisión de compra de su nuevo vehículo.

DETALLE	CANTIDAD	
Modelo: SAUL AC 1.4 4P 4X2 TM	1	\$ 18,850.00
Opcionales solicitadas por el cliente:	SUBTOTAL	\$ 18,850.00
<b>SUBTOTAL</b>		<b>\$ 18,850.00</b>
IVA 14%		\$ 2,350.30
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 19,200.00</b>

Para mayor detalle consulte en el punto de venta

FORMA DE PAGO: CRÉDITO

DETALLE DE FINANCIAMIENTO:

Financiación	Valor Cuota Inicial	No. De Cuotas	Valor Mensual Cuota
SPAC	\$ 4,800	60	\$ 450.47
		48	\$ 526.71

Observación:

BONO PROMOCIONAL \$ 1230

Este bono lo puede utilizar en la entrada o en el precio, es por tiempo limitado únicamente hasta este mes de diciembre.

Financiamiento incluye:

- 2 años de seguro vehicular;
- 1 año de Rastreo satelital CHEV/STAR.

Tus datos de financiación son de carácter orientativo y no constituyen oferta definitiva. Se debe revisar la oferta siempre y cuando el precio del crédito de INDUAUTO y la financiación en la seguridad del crédito. La operación de este préstamo de financiación estará sujeta al estudio de la situación crediticia del cliente por parte de INDUAUTO y la financiera CHEV/STAR en una reunión presencial en INDUAUTO S.A. La información que nos debe proporcionar es una Base de Datos (Base de Datos de INDUAUTO S.A. para poder hacer el análisis crediticio a sus servicios, así como para la realización de estudios de crédito y sus garantías, y para informar periódicamente de las necesidades, preferencias y servicios ante los meses de servicio antes mencionados, pudiendo ser estos informaciones actualizadas a sus preferencias. En caso de que Ud. no proporcione estas mínimas ante persona (base datos), ser enviado por correo electrónico información de los servicios ofrecidos en la presente situación. Puede ejercer los derechos de acceso, modificación, cancelación y oposición al tratamiento de sus datos, así como revocar el consentimiento que al efecto de autorización de servicios otorgados, mediante petición escrita dirigida a INDUAUTO S.A. por los canales establecidos por el mismo o enviando un correo electrónico a [induauto@induauto.com](mailto:induauto@induauto.com)

ALMA VERA FADIAN ANDRÉS

Asesor Comercial

Celular: 990510031

Correo: [fvf@induauto.com](mailto:fvf@induauto.com)

**INDUAUTO**  
  
 CHEVROLET

DIRCCO  
 VÍA LA COSTA KM 8 CALLE AV. DEL COMERCIO EL 3-14  
 04200000

INDIAUTOCAR



SAUL AC 1.4 4P 4X2 TM

MOTOR	1400
LLANTAS	175/65 R14
NO. CILINDRO	4 CILINDROS 16 VALVULAS
POTENCIA (HP @ RPM)	102 @ 6000
SISTEMA DE FRENSOS	DELANTEROS: DISCO VENTILADO Y / POSTERIOR: TAMBORES
SUSPENSIÓN DELANTERA	MACPHERSON
SUSPENSIÓN POSTERIOR	TWIST
TIPO	4x4 DOHC
TORQUE	151 @ 4500
SEGURIDAD	BOLSA DE AIRE CONDUCTOR Y PASAJERO, FRENSO ABS, ESTRUCTURA DELANTERA Y POSTERIOR CON ABSORCIÓN DE IMPACTO
INTERIOR	RADIO AM / FM CD MP3, TABLERO LED AZUL, VIDRIOS ELECTRICOS DELANTEROS
EXTERIOR	PARCHES/QUEJERS DELANTERO Y POSTERIOR BODYCOLOR CON NEGROGRIS

### DOCUMENTOS REQUERIDOS PARA SOLICITAR CRÉDITO

- Certificado laboral
- Referencia Bancaria de la cuenta personal
- Copia de los tres últimos roles de pagos, sellados y firmados
- Copulación matrimonial
- Certificado o referencias comerciales y/o facturas
- RUC (si es propietario de negocio)
- Separación de Bienes
- Inventario a la renta
- Copia Cédulas de Identidad Deudor y Conyuge
- Copia de contratos de arrendo
- RISE
- Copia de Planilla servicio básico de la casa con dirección exacta
- Copia de matrícula de vehículo
- Copia de los 3 últimos declaraciones del
- T/I: Copia de Inventario Preal

Núcleo:  
 Av. Carlos Jula Anacuena Edo. 45  
 Teléfono 04 2382468

Agencia Caracas:  
 Av. Suñer-Punta Naranjo, No. 91  
 Teléfono 04 2467938

Agencia Cobos:  
 Av. 24 de Febrero Edo. 6  
 Teléfono 04 2743600

Agencia Miraflores:  
 Edo. 45 Vía Panamericana  
 Teléfono 04 3713778

## Anexo D : Modelos de vehículos para servicio de renting

Spark 1.0



Sail 1.4 sedan



Aveo family 1.5 sedan



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Fabián Andrés Alvia Vera, con C.C: # 0930172424 autor/a del trabajo de titulación: Plan de negocios para implementar servicio de renting aplicado a cuentas corporativas en empresa INDUAUTO S.A. en la ciudad de Guayaquil durante el año 2016 previo a la obtención del título de **INGENIERO EN ADMINISTRACION DE VENTAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 20 de febrero de 2017

f. 

Nombre: Fabián Andrés Alvia Vera

C.C: 0930172424



## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Plan de negocios para implementar servicio de renting aplicado a cuentas corporativas en empresa INDUAUTO S.A. en la ciudad de Guayaquil durante el año 2016		
<b>AUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Alvia Vera, Fabián Andrés		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Ing. Pérez Cepeda, Maximiliano Bolívar Mgs		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Escuela de Administración de Ventas		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero en Administración de Ventas		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	20 de febrero del 2017	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	89
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Sector Automotriz, Servicios Corporativos, Economía		
<b>PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:</b>	promocionar – renting – estrategias – plan - empresas - negocios		
<b>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):</b>			
<p>El trabajo se lo realizó tomando información de los clientes de INDUAUTO de la ciudad de Guayaquil, con el objetivo de promocionar el servicio de renting con vehículos livianos, se utilizó el método cualitativo-cuantitativo que permitió la aplicación de estrategias para realizar la investigación en torno al servicio de renting. Este método favoreció para desarrollar la creatividad, al combinar diferentes técnicas para una mejor comprensión del problema como encuestas a los clientes actuales, entrevistas a clientes potenciales, jefes del área comercial; investigación bibliográfica, de campo y linkografía para recopilar información de las páginas webs relacionadas al tema de investigación. Con el objetivo de avanzar conforme a las necesidades del cliente, las mismas que no poseen el capital suficiente para comprar una flota vehicular o realizar los mantenimientos respectivos a cada vehículo y que verán el servicio de renting de vehículos como una gran ayuda al crecimiento de su negocio. El método cualitativo-cuantitativo viabilizó la recolección de datos estadísticos referentes. En base a los estudios financieros y sus proyecciones el plan es viable.</p>			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-4-6050499 / 0985486391	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:fabian_alvia@hotmail.com">fabian_alvia@hotmail.com</a>	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Sempértegui Cali, Mariela Johanna		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206953 Ext. 5046		
	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:mariela.sempertequi@cu.ucsq.edu.ec">mariela.sempertequi@cu.ucsq.edu.ec</a>		

### **SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA**

<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>	
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>	