



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE AUTOS Y
CAMIONETAS USADOS EN UN CONCESIONARIO DE LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL**

AUTORES:

**BRAVO LÓPEZ, CARLA PAOLA
JORDÁN ARMIJOS, DIEGO GUSTAVO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

TUTOR:

ECON. ESTEVES PALMA, JUAN MIGUEL, Mag.

**GUAYAQUIL, ECUADOR
2013**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Carla Paola Bravo López y Diego Gustavo Jordán Armijos, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniero Comercial.

TUTOR (A)

ECON. JUAN MIGUEL ESTEVES PALMA, Mag.

REVISOR(ES)

PSIC. ALEX MIGUEL TAPIA UBILLÚS, Mag.

ECON. NATALIA AVECILLA ULLOA DE TAPIA, Mag.

DIRECTOR DELA CARRERA

ING. DARIO VERGARA PEREIRA, Mag

Guayaquil, a los 15 días del mes de agosto del año 2013



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, Carla Paola Bravo López y Diego Gustavo Jordán Armijos

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación de Estudio de factibilidad para la comercialización de autos y camionetas usados en un concesionario de la ciudad de Guayaquil previa a la obtención del Título de Ingeniero Comercial, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 15 días del mes de agosto del año 2013

LOS AUTORES

Carla Paola, Bravo López

Diego Gustavo, Jordán Armijos



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORIZACIÓN

Nosotros, Carla Paola Bravo López y Diego Gustavo Jordán Armijos

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Estudio de factibilidad para la comercialización de autos y camionetas usados en un concesionario de la ciudad de Guayaquil, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 15 días del mes de agosto del año 2013

LOS AUTORES:

Carla Paola, Bravo López

Diego Gustavo, Jordán Armijos

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por ser fuente de motivación, a nuestros padres por el apoyo incondicional, a nuestros profesores, que durante toda nuestra carrera profesional han aportado con un granito de arena.

Un agradecimiento especial al Econ. Juan Miguel Esteves que con sus enseñanzas y dedicación nos ayudó a elaborar nuestra tesis, aportando con conocimiento y guiarnos en todo lo largo del trabajo de titulación.

Para ellos muchas gracias y que Dios los bendiga.

Carla Paola Bravo López

Diego Gustavo Jordán Armijos

DEDICATORIA

A Dios, por darnos la oportunidad de vivir y estar con nosotros en cada paso que damos.

A nuestros padres por ser el pilar fundamental en todo lo que somos, en toda nuestra educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

Carla Paola, Bravo López

Diego Gustavo, Jordán Armijos

DECLARACIÓN

“Nosotros, Carla Paola Bravo López y Diego Gustavo Jordán Armijos declaramos ser los autores del presente trabajo y eximimos expresamente a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales”

Carla Paola Bravo López

Diego Gustavo Jordán Armijos

AUTORÍA

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad del autor.

Carla Paola Bravo López

Diego Gustavo Jordán Armijos



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

**ECON. JUAN MIGUEL ESTEVES PALMA, Mag.
TUTOR**

**PSIC. ALEX MIGUEL TAPIA UBILLÚS, Mag.
REVISOR # 1**

**ECON. NATALIA AVECILLA ULLOA DE TAPIA, Mag.
REVISOR # 2**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CALIFICACIÓN

**ECON. JUAN MIGUEL ESTEVES PALMA, Mag.
TUTOR**

Índice de contenido

Resumen ejecutivo	xx
Introducción	1
Justificación del estudio	3
Antecedentes	4
Definición del problema	6
Objetivos del estudio.....	7
Objetivo general	7
Objetivos específicos	7
Marco teórico	7
Metodología	15
Población y muestra.....	16
Población	16
Muestra.....	17
Muestreo estadístico.....	17
Tamaño de la muestra.....	18
Cálculo de la muestra	18
Técnicas de investigación	20
Resultados de la encuesta.....	21
1. Capítulo Estudio de mercado	36
1.1.El producto	36
1.1.1. Características del producto	38
1.2.Demanda.....	41
1.2.1. Demanda Actual del producto.....	42
1.2.2. Demanda proyectada del producto.....	43
1.2.3. Preferencias del consumidor	43

1.2.4.	Ingreso de los consumidores	44
1.2.5.	Tipo de pago.....	44
1.3.	Oferta	44
1.3.1.	Patios usados	45
1.3.2.	Concesionarias	47
1.3.3.	Personas.....	47
1.3.4.	Oferta actual del producto.....	48
1.3.5.	Oferta proyectada del producto	48
1.3.6.	Servicios ofrecidos por los ofertantes	49
1.4.	Tipo de mercado	50
1.5.	Brecha de mercado	50
2.	Capítulo estrategia de mercado	52
2.1.	Grupos estratégicos.	52
2.2.	Análisis sectorial.....	54
2.2.1.	Amenaza de Nuevos Entrantes	54
2.2.2.	Poder de Negociación de Compradores.....	55
2.2.3.	Poder de Negociación de proveedores.....	55
2.2.4.	Amenaza de Sustitutos	55
2.2.5.	Rivalidad entre Competidores.....	56
2.3.	Factores claves del éxito	56
2.4.	Análisis FODA del proyecto frente al mercado de vehículos usados	58
2.4.1.	Fortaleza.....	58
2.4.2.	Debilidades.....	58
2.4.3.	Oportunidades	59
2.4.4.	Amenazas.....	59
2.5.	Ventaja competitiva	59
2.6.	Segmentación	60
2.6.1.	Segmentación geográfica	60

2.6.2.	Segmentación demográfica	61
2.6.3.	Segmentación psicológica	61
2.6.4.	Segmentación conductual.....	61
2.7.	Posicionamiento	61
2.7.1.	Posicionamiento por diferencia.....	61
2.7.2.	Posicionamiento por atributo	62
2.7.3.	Posicionamiento por diferencia de Servicio	62
2.8.	Análisis de las 4 P's.....	62
2.8.1.	Estrategia de Producto	62
2.8.2.	Estrategia de precio.....	62
2.8.3.	Estrategia de distribución	63
2.8.4.	Estrategia de promoción.....	66
2.9.	Plan de ventas.....	67
2.9.1.	Costo:	67
2.9.2.	Ventas:	69
3.	Capítulo estudio organizacional.....	71
3.1.	Cadena de mando	71
3.2.	Perfil y número de empleados.....	72
3.2.1.	Perfil.....	73
3.2.2.	Número de empleados.....	80
3.3.	Toma de decisiones	81
3.4.	Plan de remuneración	82
4.	Marco legal	83
4.1.	Estructura legal	83
4.2.	Ámbito laboral	83
4.3.	Permisos de operación.....	85
4.4.	Requisitos para vender un vehículo usado.....	86
4.4.1.	Proceso para el registro y pago del impuesto del 1%.....	86

4.4.2.	Requisitos	87
4.4.3.	Plazos para el pago del impuesto	88
4.4.4.	Pago de matrícula y proceso de matriculación	89
4.4.5.	Pasos Para Obtener La Matrícula Vehículo Usado	91
4.4.6.	Periodos De Matriculación O Revisión Vehicular.....	92
4.5.	Comercializadores.....	92
4.6.	Impuesto ambiental a la contaminación vehicular	93
4.6.1.	Sujeto activo:	93
4.6.2.	Sujeto pasivo	93
4.6.3.	Cálculo de impuesto ambiental.....	93
5.	Capitulo estudio técnico y localización.....	95
5.1.	Localización del proyecto	95
5.1.1.	Macro localización	95
5.1.2.	Micro localización.....	96
5.2.	Ingeniería del proyecto	98
5.2.1.	Diagrama de Flujo de la Compra de un Vehículo Usado	98
5.3.	Distribución de la planta	100
5.4.	Capacidad instalada de la planta	101
5.5.	Maquinarias, equipos y muebles	102
5.6.	Depreciación	103
6.	Capitulo estudio financiero y económico.....	104
6.1.	Plan de inversiones y depreciación	104
6.2.	Costo del recurso humano	106
6.3.	Estructura de financiamiento	107
6.4.	Proyección de balances.	108
6.5.	Evaluación económica del proyecto	112
7.	Conclusiones y recomendaciones	115

7.1.Conclusiones.....	115
7.2.Recomendaciones.....	117
8.Referencias.....	119
9.Glosario	121
10.Anexos	123
Anexo 1 Resultados del censo de población y vivienda	123
Anexo 2 Formato de la encuesta	131
Anexo 3 Estado de costo de inventario.....	134
Anexo 4 Proyecciones de cobros.....	135
Anexo 5 Resolución No. 66 Comité De Comercio Exterior	136
Anexo 6 Avaluador de vehículos usados autos ecuador	149
Anexo 7 Tasa libre de riesgo	150
Anexo 8 Beta sector de automóviles.....	151
Anexo 9 Riesgo país.....	152

Índice de tablas

Cuadro 1 Cálculo de la muestra.....	20
Tabla 1 ¿Está dispuesto a adquirir un vehículo usado?	21
Tabla 2 ¿Qué tipo de vehículo desea adquirir?.....	22
Tabla 3 ¿Qué monto tiene presupuestado para adquirir un vehículo?.....	24
Tabla 4 ¿Qué uso le va a dar al vehículo?.....	25
Tabla 5 ¿Cómo desea adquirir su vehículo?.....	26
Tabla 6. ¿Cuál es motivo que no hace atractivo comprar un vehículo usado?..	27
Tabla 7. ¿Por qué usted tomaría la opción de comprar un vehículo usado?.....	28
Tabla 8. ¿Cuál de los siguientes lugares es de su preferencia?.....	30
Tabla 9. ¿Qué marca prefiere al adquirir un vehículo usado?.....	31
Tabla 10. ¿Qué motivos influyeron en la elección de la marca en la pregunta anterior?.....	32
Tabla 11. ¿Hasta qué año de producción usted está dispuesto a adquirir un vehículo usado?.....	33
Tabla 12. Vehículos matriculados según clase año 2010 de la provincia del Guayas.....	37
Tabla 13. Vehículos Matriculados según uso año 2010 de la provincia del Guayas.....	38
Tabla 14. Ventas de vehículos nuevos y usados entre los años 2010 y 2012...41	
Tabla 15. Distribución de preferencia de autos y camionetas en base a encuesta.....	42
Tabla 16. Proyección de la demanda de vehículos usados en los próximos 5 años.....	43
Tabla 17. Patios usados de la ciudad de Guayaquil.....	46
Tabla 18. Oferta de vehículos usados de las concesionarias en la ciudad de Guayaquil.....	47
Tabla 19. Oferta de vehículos usados de las personas en la ciudad de Guayaquil.....	47

Tabla 20. Oferta anual del mercado de vehículos usados.....	48
Tabla 21. Proyección de la oferta de vehículos usados en los próximos 5 años.....	49
Tabla 22. Servicios ofrecidos por los ofertantes.....	49
Tabla 23. Demanda insatisfecha del mercado de vehículos usados.....	50
Tabla 24. Clasificación de vehículos usados en base a precios.....	67
Tabla 25. Cálculo del costo de los vehículos usados.....	68
Tabla 26. Cálculo de las ventas de los vehículos usados.....	69
Tabla 28. Plazos para el pago del impuesto.....	89
Tabla 29. Rubros.....	90
Tabla 30. Tarifa según el avalúo vehicular.....	91
Tabla 31. Periodo de matriculación.....	92
Tabla 32. Cilindraje.....	93
Tabla 33. Factor de ajuste.....	94
Tabla 34. Equipos, muebles y enseres.....	102
Tabla 35. Maquinaria básica.....	103
Tabla 36. Inversiones.....	105
Tabla 37. Rol mensual.....	106
Tabla 38. Beneficios Sociales.....	106
Tabla 39. Financiamiento.....	108
Tabla 40. Estado de Resultado.....	109
Tabla 41. Balance General.....	110
Tabla 42. Flujo de Efectivo.....	111
Tabla 43. Evaluación Económica del Proyecto.....	113
Tabla 44. Evaluación Económica para el Inversionista.....	113

Índice de gráficos

Gráfico 1 ¿Está dispuesto a adquirir un vehículo usado?.....	22
Gráfico 2. ¿Qué tipo de vehículo desea adquirir?.....	23
Gráfico 3 ¿Qué monto tiene presupuestado para adquirir un vehículo?.....	24
Gráfico 4. ¿Qué uso le va a dar al vehículo?.....	25
Gráfico 5 ¿Cómo desea adquirir su vehículo?.....	26
Gráfico 6. ¿Cuál es motivo que no hace atractivo comprar un vehículo usado?.....	28
Gráfico 7. ¿Por qué usted tomaría la opción de comprar un vehículo usado?...	29
Gráfico 8. ¿Cuál de los siguientes lugares es de su preferencia?.....	30
Gráfico 9. ¿Qué marca prefiere al adquirir un vehículo usado?.....	31
Gráfico 10. ¿Qué motivos influyeron en la elección de la marca en la pregunta anterior?.....	33
Gráfico 11. ¿Hasta qué año de producción usted está dispuesto a adquirir un vehículo usado?.....	34
Gráfico 12. Vehículos Matriculados según marcas año 2010.....	40
Gráfico 13: Organigrama de la división de vehículos usados.....	72

Índice de figuras

Figura 1. Demanda insatisfecha.....	51
Figura 2. Auto usado.....	53
Figura 3. Patios usados.....	53
Figura 4. Factores claves del éxito.....	57
Figura 5. Diseño del canal.....	65
Figura 6. Macro localización.....	96
Figura 7. Micro localización.....	97
Figura 8. Diagrama de Flujo de la Compra de un Vehículo Usado.....	99
Figura 9. Diagrama de Flujo de la venta de un Vehículo Usado.....	100
Figura 10. Distribución de la Planta.....	101

Resumen ejecutivo

El presente proyecto trata de la compra y venta de autos y camionetas usadas, que actualmente conforman el parque automotor del país, por la necesidad que tienen las empresas dedicadas a la actividad de vender vehículos nuevos, de buscar un contingente frente a la presencia de una política de importación que ha restringido la compra de automotores ensamblados en el exterior.

Para el desarrollo, se tomó a la ciudad de Guayaquil como eje de estudio, y como referencia aquellas personas que actualmente cuentan con un trabajo y con ingresos promedios de \$800,00, perfil ideal en el sector financiero para obtener un crédito; de la misma manera se identifica a los patios usados como el mayor ofertante en este tipo de mercado.

En cuanto a las estrategias, se centra en la necesidad vista en la entrevista, de contar con un servicio de postventa con personal especializado que cuide la inversión del cliente, y una opción de compra segura para aquellas personas que pretenden vender su vehículo usado.

Finalmente se muestra un estudio financiero que proyecta los futuros rendimientos que se obtendría al implementar la división de vehículos usados en la concesionaria, de la misma manera el recurso humano a requerir cuando entre en funcionamiento el proyecto.

Palabras Claves: compra, venta, vehículo usado, importación, automotor, cliente potencial, crédito, postventa, concesionaria, rendimiento.

Introducción

El parque automotor del Ecuador en su mayoría está conformado por vehículos importados, son pocas las marcas que ensamblan sus unidades nuevas en el país, esta ha hecho que la compra en el exterior sea un factor de dependencia para cualquier negocio que se dedique a la venta de automotores.

En el año 2010 el Estado Ecuatoriano fija una política arancelaria, que se centró en incrementar el valor de los impuestos a todo vehículo que se importaba al país, que tuvo un efecto directo en el precio del consumidor final; pese a ese impuesto, el parque automotor de la ciudad de Guayaquil siguió en aumento

En el año 2011 se estableció un sistema de cupos de importación, que limitaba a toda empresa el número de unidades a comprar ensambladas en otros países, y ello obligó a muchas concesionarias, a bajar su nivel de ventas.

La caída de ventas como efecto de la restricción a la importación de vehículos, y el incremento de precios en las unidades ofrecidas; hace que el futuro de las concesionarias automotrices no sea muy alentador, aumentando el riesgo de cierre y abandono de un sector que apuntaba al crecimiento.

Por lo que se tiene la necesidad de buscar una nueva línea de negocios que maneje los mismos procesos de venta de vehículos nuevos, y que no requiera inversión, cambios en estructura administrativa y aproveche las actuales perspectivas que se tiene del público interesado en adquirir un transporte.

Se observa en la ciudad de Guayaquil numerosos anuncios de compra y venta de vehículos usados, comercio informal que atrae la atención de más ciudadanos por las facilidades que esta actividad tiene y por el escaso control que ejercen las entidades del Estado.

Contar con el respaldo de una marca y garantizar al público la adquisición de un bien, es el valor diferencial con que cuentan las concesionarias para incurrir en

el mercado de vehículos nuevos, por ello se trata de aprovechar dicha ventaja para entrar en una línea de negocios que no esté sujeta a restricciones de importación.

A través de la compra y venta de vehículos usados también se pretende seguir utilizando las fuertes relaciones comerciales con el sector financiero, disponiendo de unidades sin el factor espera y acorde a las necesidades del consumidor.

Pero este mercado, actualmente se encuentra en la informalidad e inexplorado, con una serie de clientes que solo buscan un vehículo de bajo costo, con menos espera, y respaldo en el servicio post-venta.

Por lo tanto, el objetivo del presente proyecto busca demostrar que incurrir en la compra y venta de vehículos usados, garantiza un nuevo modelo de negocios prospero, con la utilización de recursos que actualmente cuentan las concesionarias, y así pueda combatir el efecto de la política arancelaria vigente, por la limitaciones de importar sus inventarios.

Finalmente ofrecer a los clientes que se decidan por un vehículo usado, cuenten con una alternativa segura, confiable, atractiva, diversa y de costo acorde a su bolsillo con el respaldo de una marca que vele por su bienestar después de la venta.

El proyecto tiene como centro de estudio la ciudad de Guayaquil, en el sector automotriz, cuyos clientes tienen perfiles entre 25 y 65 años de edad, empresas legalmente constituidas y registradas con los organismos de control del Estado Ecuatoriano como la Superintendencia de Compañías, Superintendencia de Bancos y Seguros, Servicio de Rentas Internas que estén interesadas en comprar o vender autos y camionetas con un límite de año de producción hasta 2007 de las marcas de mayor presencia en el país las cuales son: Chevrolet, Toyota, Mazda, y Hyundai.

Justificación del estudio

A raíz del incremento en la importación de vehículos nuevos, evidenciado en el aumento del parque automotor de la ciudad de Guayaquil, los principales diarios que circulan en la urbe tuvieron las principales reacciones:

Universo (2011), “A inicios del año 2000 la cifra de automotores registrados según estadísticas de la Comisión de Tránsito del Ecuador (CTE) antes (CTG) era de 290.752, pero en lo que va del 2011 el total es 620.393; sin embargo, de este monto solo 360 mil cumplen cada año con la matriculación.

Pues, los otros 260 mil se registran como inactivos porque han salido de circulación debido a daños o abandono.

A los 360 mil automotores activos se suman aquellos que son matriculados en otras provincias y los que ingresan a diario a la ciudad con fines comerciales, de educación o salud. Entre todos el flujo diario en la ciudad sobrepasa los 600 mil vehículos, según cálculos de la CTE.

De acuerdo al Servicio de Rentas Internas, para tratar de contener el crecimiento del parque automotor se crea la propuesta de tributos ‘verdes’ en donde se establece un impuesto por la contaminación de los autos; así, los de mayor valor podrían cancelar hasta \$ 1.200 y los más baratos pagarían \$ 20 o \$ 30.”

Con esto se fija el primer limitante en cuanto al precio para reducir la compra de vehículos en el país, sin embargo su efecto no impidió el crecimiento del parque automotor, por ello se obtuvieron reacciones de la “La Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador la cual cita en su página web que en el año 2011 una serie de medidas gubernamentales causaron variaciones en las condiciones del mercado automotor nacional.

Ante la preocupación del déficit comercial de USD 1.978,9 millones registrado en el año 2010 el gobierno nacional implementó un registro de importadores con el ilegal fin de restringir en 20% la importación de vehículos armados respecto al monto importado en el año 2010. Posteriormente en el mes de agosto se reemplazó el registro de importadores con un régimen de licencias previas de importación con el objetivo de frenar las importaciones de las empresas que excedieron su monto de importación de 80%, ocasionando que varias empresas reduzcan de forma significativa su actividad comercial al no contar con vehículos suficientes para atender la demanda del último trimestre del año.

Con ello se anticipa una pronta desaparición de las concesionarias automotrices, sino buscan una alternativa viable para superar este factor externo; y con ello el despido de personas que se dedican a este negocio.

Por lo tanto con el presente proyecto se prevee que dichas empresas aprovechen los recursos que disponen actualmente, ratifiquen su compromiso con el cliente, y les brinden la atención en servicio en un vehículo usado de la misma manera que lo hacen con vehículos nuevos.

Antecedentes

El sector automotriz en nuestro país ha tenido un crecimiento considerable debido a la gran cantidad de planes de financiamiento que hoy en día ofrecen ya sea las casas comerciales y el sector financiero; a menudo se aprecia en medios televisivos con nuevos modelos y mayor comodidad.

Mercurio (2012), La Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador cuyo presidente Fernando Hidrobo afirma: “el gobierno implementó un registro de importadores que restringió el 20% de la importación de vehículos armados con respecto a lo importado en el 2010 reemplazando el registro de importadores por un régimen de licencias previas de importación y terminando en un sistema

de cupos asignados por el Comité de Comercio Exterior que regirá hasta el 2014”.

Con el limitante de disponer inventario de vehículos nuevos para vender el incremento en el precio de sus unidades, las concesionarias automotrices se vieron en la necesidad de proceder a la devolución de reservaciones realizadas por sus clientes frente al reclamo del tiempo de espera que se estaba generando y el incremento no planeado del vehículo.

Muchas de las concesionarias disponen del servicio de taller los cuales cumplen estrictos regímenes de calidad dispuestos por las marcas ofrecidas y que se hacen responsables de que la garantía de su vehículo se cumpla a cabalidad, de la misma manera está la división de repuestos que ofrecen la seguridad de piezas que optimicen el rendimiento del automotor; recursos que no serán aprovechados con la reducción de unidades a atender.

Comex (2012), El Comité de Comercio Exterior resolvió el lunes 1 de enero del 2012 asignar una cuota, para importar 49.203 unidades, esa cantidad, que se distribuyó entre 50 empresas y personas naturales, constaba en la resolución 101. Allí, el Comex ratificó el sistema de cuotas que fijó a mediados del año pasado, como parte de una restricción a las importaciones, por ello no se espera a futuro flexibilidad en cuanto al régimen arancelario comenzado en el 2010, por lo que existe la posibilidad de que muchas empresas que se dedican a esta actividad desaparezcan, no exploten su ventaja de calidad y que los clientes no puedan acceder a una forma segura y garantizada de adquirir un vehículo.

El mercado de vehículos usados se ve como una alternativa fuerte, y una posibilidad que las concesionarias pueden optar para reducir el efecto negativo de los impuestos, de la misma forma puede cambiar el escenario de comercialización que actualmente en muchos casos es informal, y cuyos trámites son desconocidos para la mayoría de usuarios.

A continuación se muestran las razones que motivaron el presente estudio:

- Diversificar la forma de comercializar vehículos en las concesionarias.
- Desaprovechar un mercado que hasta el 2010 tenía alta demanda.
- Aprovechar los recursos y experiencia que poseen las concesionarias en ofrecer servicio confiable y seguro caracterizado por los estándares de calidad de la marca que comercializan.
- Mantener las actuales plazas de trabajo en las concesionarias.

Definición del problema

Con la decisión del gobierno de incrementar en diciembre del 2010 un 5% el impuesto a la importación de automóviles y luego a mediados del 2012 la fijación de cuotas para cada importador de vehículos, el negocio de las concesionarias se vio gravemente afectado, e impedido de importar y ofrecer autos y camionetas nuevos frente a una demanda que iba a la alza.

Por lo tanto se plantea la siguiente interrogante: ¿Qué efectos económicos y organizacionales generaría en la concesionaria la apertura de una división de vehículos usados situada en la ciudad de Guayaquil como un nuevo modelo de negocio y contingente con el propósito de requerir el impacto de las políticas arancelarias impuestas por el gobierno ecuatoriano en la importación de vehículos nuevos?

A raíz de ello se busca implementar estrategias para acoplar la venta de vehículos usados a los estándares de calidad en servicio al cliente de una concesionaria, comprobar si la división de vehículos usados puede captar la utilidad esperada a raíz de la restricción arancelaria de vehículos nuevos.

De la misma manera identificar los actuales competidores en el mercado de autos y camionetas usadas de la ciudad de Guayaquil, manejar los aspectos legales para comercializar autos y camionetas usadas y el manejo de una

estructura organizacional de la división de vehículos usados sin afectar la carga operativa para otros departamentos.

Objetivos del estudio

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para comercializar autos y camionetas usadas en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos específicos

- Elaborar un estudio de mercado sobre la factibilidad de comercializar autos y camionetas usadas con año de producción hasta 2007 en la ciudad de Guayaquil.
- Crear una estrategia frente a los actuales competidores que se encuentran en el mercado.
- Establecer el diseño organizacional de la división de vehículos usados a instalarse en la concesionaria.
- Describir los reglamentos que la ley impone al adquirir y vender un vehículo usados.
- Realizar el estudio técnico del proyecto.
- Demostrar mediante un estudio financiero como la división de vehículos usados puede captar el rendimiento perdido por la imposibilidad de las concesionarias de vender unidades nuevas por la restricción arancelaria.

Marco teórico

A continuación se establecen las teorías y creencias de las que se partirán para el desarrollo de la investigación del presente tema y que nos ayude a formular la mejor alternativa de mayor rentabilidad, menor costo y planificación adecuada disminuyendo el riesgo.

Estudio de mercado

Definición del estudio de mercado, demanda, oferta y precio del libro gestión de proyectos por Juan José Miranda.

Como alternativa para definir los factores que forman parte del mercado según la filosofía de Miranda (2005), dice que el estudio del mercado permite estudiar algunas variables sociales y económicas que condicionan al proyecto aun siendo aparentemente ajenas a este, entre ellas menciona la tasa de crecimiento de la población, los niveles de ingresos, el precio de los bienes competitivos, el precio de los bienes complementarios, el crecimiento de algún renglón estratégico de la economía, los desarrollos tecnológicos, los hábitos de consumo, las políticas de gobierno.

Lo definido por Miranda (2005), permite identificar en el proyecto todos aquellos factores que intervienen en el entorno de la oferta y demanda, identificando el tipo de mercado en el cual se ingresa, la estrategia a utilizar y los puntos fuertes para crear una estrategia compatible a las preferencias de los usuarios o consumidores.

El autor hace énfasis que para elaborar un estudio de mercado se debe analizar los siguientes elementos:

- Identificación del bien o servicio.
- La Demanda
- La Oferta
- El Precio
- La comercialización

Por otro lado menciona al área del mercado definiendo que es indispensable limitar el mercado de manera que se identifique cuál es la demanda o los usuarios que serán atendidos; determinar zonas geográficas para conocer la capacidad de pago de los beneficiarios y el poder de decisión que existen en ellos.

De este planteamiento se puede denotar que para investigar y conocer el mercado de los autos y camionetas usados se debe tratar cada uno de los elementos mencionados y sacar los partícipes reales para establecer la posible estrategia a utilizar en la investigación.

Por otro lado se toma la definición del estudio de mercado, demanda, oferta y precio del libro formulación y evaluación de proyectos por Juan José Miranda y Marcial Córdova Padilla.

De acuerdo a estos autores, al concluir el estudio de mercado podremos determinar qué:

- Existe o no un mercado insatisfecho y su viabilidad.
- Los impedimentos existentes sobre abastecimientos de consumos.
- Demostrar económicamente que recursos debemos emplear para llevar a cabo la realización del proyecto.
- También habla sobre la importancia de la segmentación de mercado de manera que se pueda diferenciar para que el producto a lanzarse pueda adaptarse en mayor medida a las necesidades de los consumidores de manera sé que obtenga mayores beneficios.

Estrategia de mercado

Porter (2003), define a la estrategia como: “La manera distinta de competir creando un valor distinto para el consumidor permitiendo a la compañía prosperar y lograr una superior rentabilidad”; por consiguiente plantea cinco fuerzas competitivas que moldean la estrategia y que al identificar cada uno de ellos, permite tener una visión de la estructura de la industria y la interacción competitiva de la misma.

A continuación se definirá las cinco fuerzas competitivas que se tomarán como base para conocer el comportamiento de la industria de vehículos usados, y derivar así el análisis del sector:

1. Amenaza de nuevos aspirantes
2. Influencia de los proveedores.
3. Influencia de los compradores.
4. Amenaza de sustitutos.
5. Rivalidad entre competidores existentes

“Amenaza de nuevos aspirantes: Los nuevos aspirantes a entrar en una industria aportan una nueva capacidad y un deseo de obtener una cuota de mercado que ejerce presión en los precios, los costes y el índice de inversión necesario para competir.”

Además acota con lo siguiente: “la amenaza de entrada en una industria depende de lo elevada que sean las barreras de acceso y de la reacción que pueden esperar los aspirantes por parte de los miembros establecidos. Si las barreras de entrada son bajas y los recién llegados esperan pocas represalias de los competidores veteranos, la amenaza de entrada es elevada y la rentabilidad de la industria se vuelve moderada.”

Informa más adelante sobre la influencia de los proveedores, manifestando lo siguiente “los proveedores influyentes acaparan más valor para sí mismos al cobrar un precio elevado, limitar la calidad o los servicios o al traspasar sus costes a los participantes de la industria.”

Sin embargo su poder disminuye a medida que se incorporen más proveedores al portafolio de la empresa.

Por otra parte manifiesta que existe la influencia de los compradores, ellos: “Pueden acaparar más valor al forzar los precios a la baja, exigiendo mejor calidad o más prestaciones y enfrentando a los distintos participantes en una industria. Los compradores son poderosos si cuentan con influencia negociadora sobre los participantes en una industria especialmente si son sensibles a los precios, porque emplean ese peso para ejercer presión en la reducción de precios”. Esto es altamente evidenciado en el mercado de

vehículos usados, donde la gran variedad de vehículos hace que ningún patio influya en el precio y limite al comprador por su falta de capacidad de pago en materia de venta al contado.

Más adelante informa sobre el interés de una posible amenaza de sustitutos, informando: “un sustitutivo realiza una función idéntica o similar a la del producto de una industria, pero de distinta manera. Los productos sustitutivos no solo limitan los beneficios en tiempos normales, sino que también reducen la bonanza que una industria puede capitalizar en los buenos tiempos”. En el caso de vehículos usados, su función primordial es de transportar, sin embargo existen diferentes entes que prestan aquel servicio, pero su análisis dependerá de la necesidad del comprador o vendedor de la unidad.

Finalmente nos habla de una rivalidad entre competidores existentes, manifestadas en descuentos en precios, nuevas mejoras en el producto, campañas de publicidad y mejoras en el servicio; pero determina pautas para llegar a esta conclusión:

“La intensidad de la rivalidad es mayor si:

Los competidores son numerosos o muy parecidos en tamaño e influencia.

El crecimiento de la industria es lento y el crecimiento lento precipita la lucha por la cuota de mercado.

Las barreras de salida son elevadas, cuando se tiene bienes altamente especializados o por la devolución de los directivos por un negocio concreto.

Los rivales están altamente comprometidos con el negocio y tienen aspiraciones de liderazgo.

Las empresas no pueden interpretar adecuadamente las señales de los demás por falta de familiaridad con los contrincantes.”

Al analizar cada punto detallado en la filosofía de Porter, ayudaría a determinar aquellos puntos fuertes y débiles de la industria; identificar en que posiciones se

estará en los próximos años, si los actuales compradores puede tener un poder de decisión cada negociación según sea la figura de ir por la unidad nueva o pretenden dejar su unidad usada.

Estructura organizacional

Para el presente estudio organizacional se toma la filosofía de Robbins (2004) que nos dice lo siguiente: “Una estructura organizacional define cómo se dividen, agrupan y coordinan formalmente las tareas en el trabajo. Hay seis elementos básicos que deben abordar los administradores cuando diseñan a estructura de su organización: especialización laboral, departamentalización, cadena de mandos, tramo de control, centralización y descentralización y formación”.

Según Robbins (2004), establece que para diseñar una estructura organizacional apropiada se deben tomar en cuenta los siguientes puntos:

- Especialización laboral
- Departamentalización
- Cadena de mando
- Tramo de control

“Especialización Laboral.- Grado en el que las tareas de la organización están divididas en puestos de trabajo; la esencia de la especialización laboral está en que, en lugar de que un solo individuo haga todo el trabajo, éste se divide en varios pasos y cada uno lo completa una persona por su cuenta. Los individuos se especializan en una parte de una actividad y no en toda.”

Permite definir un perfil que debe cumplir cada candidato seleccionado para cumplir las funciones de cada puesto contratado; con la finalidad de poseer un recurso humano eficiente y que garantice resolver de manera rápida los problemas del diario laboral o a su vez canalizar aquella persona con los conocimientos adecuados al problema presentado.

“Departamentalización.- Es la base para agrupar las tareas de modo que se puedan coordinar aquellas que sean comunes.”

De esta forma se trata de clasificar todas aquellas actividades que manejen un denominador común dentro de la división de vehículos usados y que garantice tener una respuesta a los problemas que se presentasen a diario ya sean estas de índole administrativa, comercial o técnica o que a su vez se canalicen a la persona especialista en el caso.

“Cadena de mando.- Línea continua de autoridad que se extiende de la parte superior de la organización hasta el último escalafón y aclara quien reporta a quién.”

Como lo indica esta filosofía, es necesario establecer cabezas de mando luego de establecer los puestos, de manera que atienda aquellos problemas de mayor riesgo y que estos a su vez mantengan un criterio semejante a la Gerencia General, de acuerdo a la necesidad como al tipo de actividades que se realice, se establecerán tantos jefes como sean necesarios y a su vez un gerente principal para que coordinen las estrategias y obtener un resultado que garantice una buena atención al cliente.

Tramo de control.- Número de subordinados que un gerente puede dirigir con eficacia.

En la filosofía de Robbins (2004), recomienda que *“cuanto más ancho o largo se el tramo de control, más eficiente es la organización”* por ello se tratará de incluir al mínimo el número de subordinados que reporte a la gerencia de la división y que ella no se enfrasque en tratar temas de índole operativa y centre su atención en buscar alternativas que mejoren los resultados de la división, tanto en la utilización de recursos como en la habilidad de aprovechar oportunidades de negocios.

Marco legal

Para el marco legal se toma la filosofía de Sapag (2008), quien expresa lo siguiente: “El conocimiento de la legislación aplicable a la actividad económica y comercial resulta fundamental para la preparación eficaz de los proyectos, no sólo por las inferencias económicas que pueden derivarse del análisis jurídico, sino también por la necesidad de conocer las disposiciones legales para incorporar los elementos administrativos, con sus correspondientes costos, y para que posibiliten que el desarrollo del proyecto se desenvuelva fluida y oportunamente”.

Según Sapag (2008), en el estudio del proyecto se determina una serie de circunstancias que pueden tener efectos económicos sobre el proyecto. Estas circunstancias tienen relación principalmente con los siguientes aspectos:

- Exigencias de seguridad laboral
- Leyes y normas laborales
- Leyes y normas tributarias

Este proyecto debe de cumplir con las exigencias, leyes, normas y reglamentos que la propia sociedad ha generado en busca del desarrollo económico, respetando el derecho de los demás a vivir en armonía con el medio ambiente y con el resto de la comunidad.

Estudio técnico

Según Sapag (2008), el estudio de ingeniería del proyecto debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. Para ello deberán analizarse las distintas alternativas y condiciones en que se pueden combinar los factores productivos, identificando, a través de la cuantificación y proyección en el tiempo de los montos de inversiones de capital, los costos y los ingresos de operación asociados con cada una de las

alternativas de producción. De la selección del proceso productivo óptimo se derivarán las necesidades de equipos y maquinaria y del estudio de los requerimientos del personal que los operen, así como de su movilidad, podrían definirse las necesidades de espacio y obras físicas.

Sapag (2008), señala que la correcta localización del proyecto puede determinar el éxito o fracaso del mismo. Por ello, el análisis debe cubrir aspectos económicos, estratégicos, institucionales e incluso preferencias emocionales, a fin de determinar la localización que permita maximizar la rentabilidad del proyecto.

Los factores que influyen en la decisión de la localización de un proyecto son los siguientes:

- Transporte
- Cercanía al mercado
- Factores ambientales
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros

Por lo tanto el estudio de la localización nos permitirá optar por la ubicación que nos permita obtener el máximo rendimiento del proyecto.

Metodología

Para determinar la manera correcta de desarrollar el presente proyecto se utiliza la etapa de la investigación mixta, cuanti-cualitativo, basada en la filosofía de (Moguel, 2005):

- Presencia del problema.
- Identificación y definición del problema
- Definición de hipótesis y variable
- Diseño del plan para el proyecto mixto, cuanti-cualitativo, tiene los siguientes aspectos:

- Diseño de la investigación
- Determinación de la población y muestra.
- Elaboración de instrumentos y procedimientos para la obtención de datos.
- Verificación de validez de instrumentos.
- Recopilación, descripción, análisis e interpretación de datos.
- Discusión de los resultados y conclusiones

Además con el apoyo de la “Investigación Descriptiva, donde el investigador describe situaciones y eventos, es decir cómo es y cómo se manifiestan determinados fenómenos” (Sampieri, 2006).

Con ello se trata de identificar los factores ideales que con llevan a la compra y venta de autos y camionetas usadas del consumidor y su expectativa o como filtra su preferencia de acuerdo a la competencia que se encuentra en el mercado. Dentro de este estudio incluye técnicas como la observación, encuesta, entrevista y la revisión documental.

Por lo que al recolectar la información se tratará de llevar situaciones generales a particulares a fin de lograr identificar aquellos grupos que compartan preferencias en común y fijar la respuesta en aquellas expectativas insatisfechas que podrían existir en el mercado de vehículos usados.

Población y muestra

Moguel (2005), nos detalla el significado de estos dos conceptos:

Población

“Es el conjunto de mediciones que se pueden efectuar sobre una característica común de un grupo de seres u objetos”;

Para el presente estudio se define como población, por la parte de compra, aquellas personas interesadas en adquirir un automotor, de preferencia autos y camionetas para diversos usos, que tengan los recursos necesarios para obtenerlos o al menos un buen perfil para que sea sujeto de crédito; y por la parte venta, aquellas personas o instituciones que vendan su vehículo usado, y que estas unidades estén legalmente registradas en la Comisión de Tránsito del Ecuador.

Muestra

“La muestra descansa en el principio de que las partes representan al todo y por tal, refleja las características que definen la población de la cual fue extraída, lo que nos indica que es representativa; es decir que para hacer una generalización exacta de una población es necesario tomar una muestra representativa y por lo tanto la validez de la generalización depende de la validez y el tamaño de la muestra” (Moguel, 2005).

El proyecto tiene como centro de estudio la ciudad de Guayaquil, en el sector automotriz, cuyos clientes tendrá perfiles entre 25 y 65 años de edad, empresas legalmente constituidas y registradas con los organismos de control del Estado Ecuatoriano como la Superintendencia de Compañías, Superintendencia de Bancos y Seguros, Servicio de Rentas Internas que estén interesadas en comprar o vender autos y camionetas con un límite de año de producción hasta 2007 de las marcas de mayor presencia en el país las cuales son: Chevrolet, Toyota, Mazda, y Hyundai.

Muestreo estadístico

“Todo procedimiento de selección de individuos, procedentes de una población objetivo, que asegure, a todo individuo componente de dicha población, una probabilidad conocida, de ser seleccionado; esto es, de formar parte de la muestra que será sometida a estudio”.

De acuerdo al último censo de población y vivienda del NEC (2010), en la ciudad de Guayaquil existe 2'350.915 donde la población económicamente activa es de 1'510.312 habitantes, ello comprende aquella población con edad para trabajar; ya que ellos son potenciales clientes que cuentan con todas las características para adquirir un automotor (anexo1).

Tamaño de la muestra

Para el tamaño de la muestra se utiliza la fórmula del muestreo aleatorio simple ya que la población de Guayaquil se puede contar y tiene un límite de individuos.

Cálculo de la muestra

Rodríguez (2005), Las etapas para determinar el tamaño de la muestra en el muestro simple aleatorio, son las siguientes:

- a) Determinar el nivel de confianza con que se desea trabajar (al 66%, 95 o 99% de confianza.). Es más usual al 95%.
- b) Estimar las características del fenómeno investigado. Para ello se determina la probabilidad de que se realice el evento (p) o la de que no se realice (q); cuando no se posea suficiente información de probabilidad del evento, se le asignan los máximos valores.

i. $p=0,5$ $q=0,5$

La suma de $p + q$ siempre debe ser igual a uno.

- c) Determinar el grado de error máximo aceptable en los resultados de la investigación. Este puede ser hasta el 10% normalmente lo más aconsejable es trabajar con variaciones del 1% al 6%, ya que las variaciones mayores del 10% reducen demasiado la validez de la información.
- d) Se aplica la fórmula del tamaño de la muestra de acuerdo al tipo de población.

Infinita. Cuando no se sabe el número exacto de unidades del que está compuesta la población.

Finita. Cuando se conoce cuantos elementos tiene la población.

e) Para las poblaciones finitas la fórmula es:

En donde:

$$= \frac{Z^2 pqN}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

n= Tamaño de la muestra.

e= Error de estimación.

Z= Valor de tablas de la distribución normal estándar.

N= Tamaño de la población.

p= Probabilidad de éxito.

q= probabilidad de fracaso.

El error de estimación se utiliza para estimar la precisión necesaria y para determinar el tamaño de muestra más adecuado.

Para calcular el error de estimación con un nivel de confianza del 95% se aplica la siguiente fórmula.

$$= \frac{3,84pq}{n}$$

Según el censo de población y vivienda del INEC (2010), en la ciudad de Guayaquil hay 2.350.915 habitantes (anexo1).

A continuación se muestran los cálculos realizados en base a los datos recolectados:

Cuadro 1. Cálculo de la muestra

Cálculo de la muestra según datos proporcionados por el INEC					
Género	Total	Económicamente Activa	Porcentaje	Guayaquil	Económicamente Activa en Guayaquil
Mujeres	1.829.569	517.596	34%	1.192.694	408.746
Hombres	1.815.914	992.716	66%	1.158.221	761.289
Totales	3.645.483	1.510.312		2.350.915	1.170.035

Fuente: Fascículo Provincia del Guayas INEC

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 2 de febrero del 2013

Tasa de
Crecimiento anual 2.70%

Económicamente Activa en Guayaquil
año 2010 1,170,035
Económicamente Activa en Guayaquil
año 2013 1,264,808

$$n = \frac{1.264,808 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{(1.264,808 * 0.05^2) + (1.96^2 * 0.50 * 0.50)} = 400$$

Técnicas de investigación

Luego de determinar el número de habitantes que se seleccionarán para analizar la manera cómo influyen en el mercado de vehículos usados, se crea la necesidad de utilizar técnicas que permitan extraer dicha información para la cual se consulta en el libro Metodología de la investigación: Desarrollo de la inteligencia del autor Maurice Eyssautier de la Mora.

“Observación Directa.- Consiste en interrelaciones de manera directa con el medio y con la gente que lo conforman para realizar los estudios de campo.” (Mora, 2006)

Pero a más de observar el comportamiento de individuo y sus necesidades en este mercado, se denota someterlo frente a pautas que nos permita dar con respuestas puntuales del cual se pueda derivar estrategias y al tipo de mercado el cuál se enfrenta, por ello el autor nos habla de:

Mora (2006), “La observación por encuesta: Somete a un grupo de individuos a un interrogatorio, invitándoles a contestar una serie de preguntas que se encuentran estructuradas en un cuestionario escrito y previamente preparado”. Tomando como base esta descripción se procede a elaborar un cuestionario de 10 preguntas del cual se provee obtener conclusiones que permita visualizar una opinión más acertada de los demandantes de este mercado, el formato de la encuesta se presenta en el anexo 3.

Se realizó la encuesta a 192 mujeres y 208 hombres en edades comprendidas entre 18 a 56 años.

Resultados de la encuesta

Pregunta N°1 ¿Está dispuesto a adquirir un vehículo usado?

Tabla 1 ¿Está dispuesto a adquirir un vehículo usado?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	267	66,67%
No	133	33,33%
TOTAL	400	100,00%

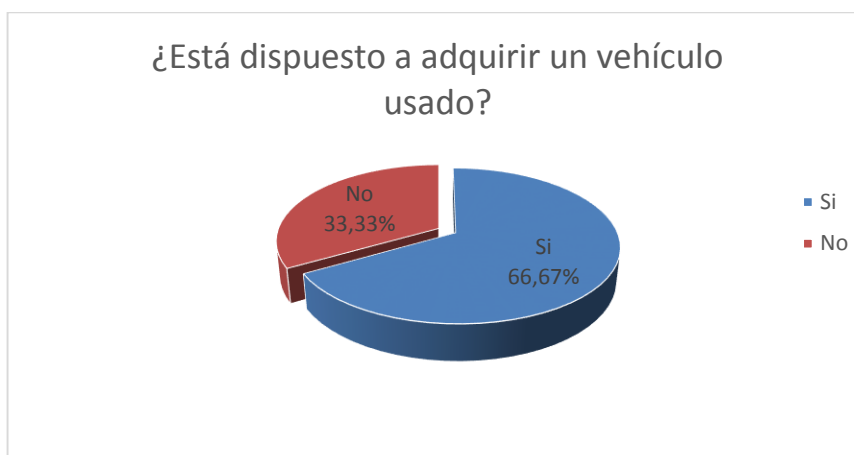
Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

De total de la encuesta realizada en la ciudad de Guayaquil en el sector norte y centro de la ciudad dio como resultado un 66,67% de preferencia por compra de vehículo usado, dato que se utiliza para determinar la demanda, sobre las preferencias que mantiene el consumidor de este tipo de mercado.

Gráfico 1 ¿Está dispuesto a adquirir un vehículo usado?



Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

Análisis: Del total de la muestra encuestada, el 66,67% indicó su preferencia por autos usados, es decir más del 50% de aceptación en el mercado por la compra del producto referente del proyecto.

Pregunta N°2 ¿Qué tipo de vehículo desea adquirir?

Tabla 2 ¿Qué tipo de vehículo desea adquirir?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sedan	96	24,00%
Camioneta	176	44,00%
Todo terreno	128	32,00%
TOTAL	400	100,00%

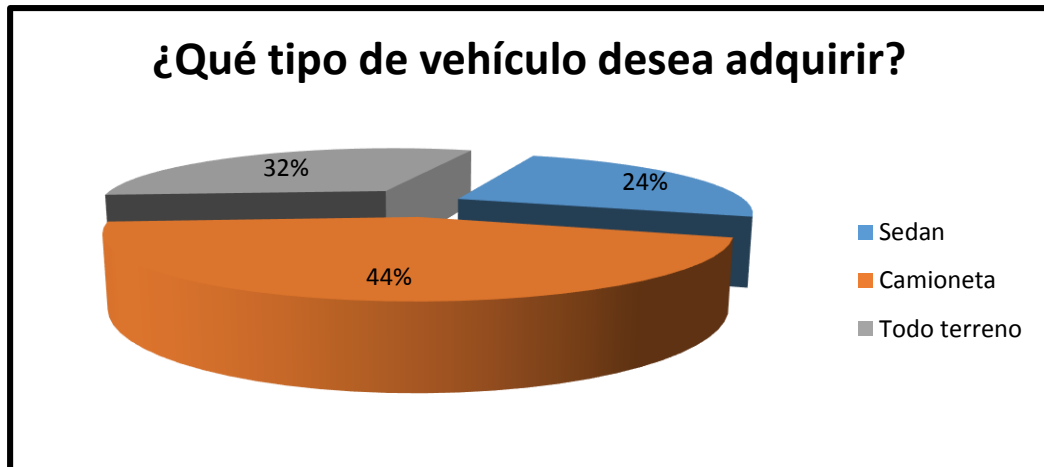
Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

La tabla 2 nos muestra que el poder de decisión en adquirir un vehículo usado se basa en la elección de una camioneta en un 44,00%, se observa que las diferencias con los otros automotores no es de gran proporción, por lo tanto este tipo de mercado no posee un vehículo con el cual se disponga como influencia en la decisión de compra.

Gráfico 2. ¿Qué tipo de vehículo desea adquirir?



Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

Análisis: Estos datos nos permite conocer la preferencia del cliente al momento de comprar un vehículo, de las personas encuestas el 44% preferiría comprar camionetas, seguida de los todoterreno con 32% de aceptación y finalmente el sedán con un 24%.

Pregunta N°3 ¿Qué monto tiene presupuestado para adquirir un vehículo?

Tabla 3 ¿Qué monto tiene presupuestado para adquirir un vehículo?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
0,00 a 10.000,00	56	14.00%
11.000 a 20.000,00	132	33.00%
21.000 a 30.000,00	124	31.00%
más de \$30.000,00	88	22.00%
TOTAL	400	100.00%

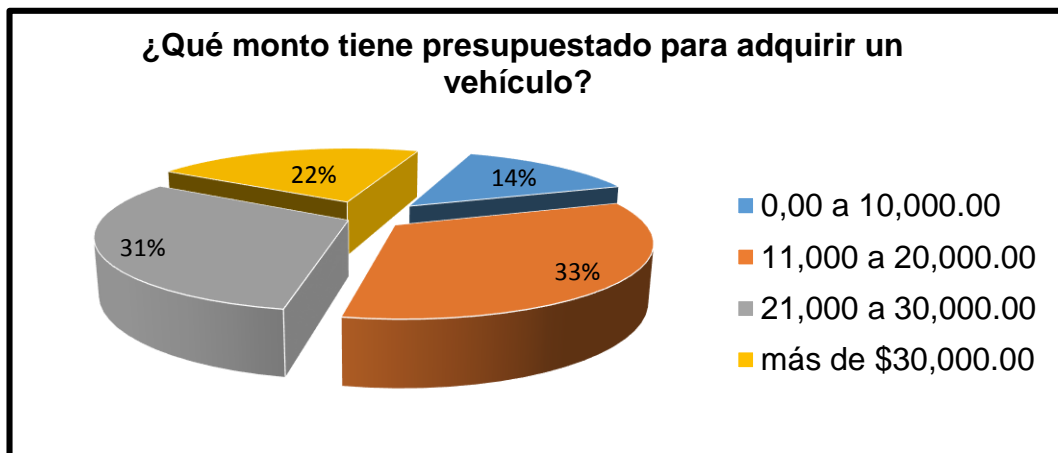
Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

En la tabla 3 apreciamos una escala de precios por cada automotor, un gran porcentaje de la encuesta nos detalla que el precio con el cual se oscilan en este tipo de mercado está entre \$11.000 a \$20.000 con un 33.00% y \$21.000 a \$30.000 con un 31,00% respectivamente.

Gráfico 3 ¿Qué monto tiene presupuestado para adquirir un vehículo?



Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

Análisis: De las personas encuestadas el 33% gastaría entre \$11,000 a \$20,000 en un vehículo, seguido de un 31% que estaría dispuesto a pagar entre \$21,000 a 30,000 en un vehículo o más de \$30,000 en un 22 y un 14% tiene presupuestado gastos hasta \$10,000 en la adquisición de un vehículo, esto nos

darán la oportunidad de elaborar una tabla de precios competitiva que se ajuste al comportamiento del mercado.

Pregunta N° 4 ¿Qué uso le va a dar al vehículo?

Tabla 4 ¿Qué uso le va a dar al vehículo?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Uso personal	70	17,50%
Como herramienta de trabajo	196	49,00%
Para viajes de oficina.	134	33,50%
TOTAL	400	100,00%

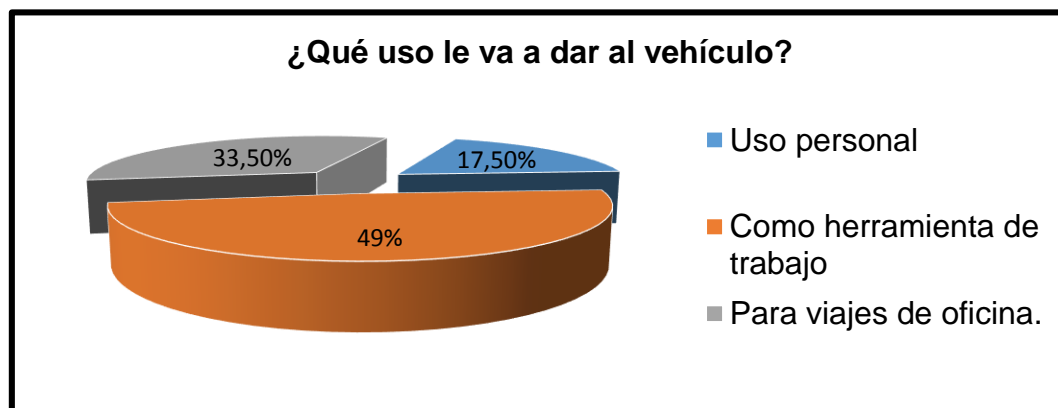
Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

Como se observa en la tabla 4, un 49,00% de las personas encuestadas, indicaron el destino del automotor como herramienta de trabajo, lo que deduce una posible demanda de repuestos y servicio técnico por la frecuencia en el desgaste de la unidad, ocasionado por el ritmo que se prevee lleven diariamente.

Gráfico 4. ¿Qué uso le va a dar al vehículo?



Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

Análisis: Podemos deducir que nos encontramos frente a consumidores que buscan obtener ingresos a través del bien reflejando un 49% los cuales esperan durabilidad y garantía al momento de adquirir el automotor.

Pregunta N° 5 ¿Cómo desea adquirir su vehículo?

Tabla 5 ¿Cómo desea adquirir su vehículo?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Contado	76	19,00%
Crédito directo con la concesionaria	174	43,50%
Financieras o crédito bancario	150	37,50%
TOTAL	400	100,00%

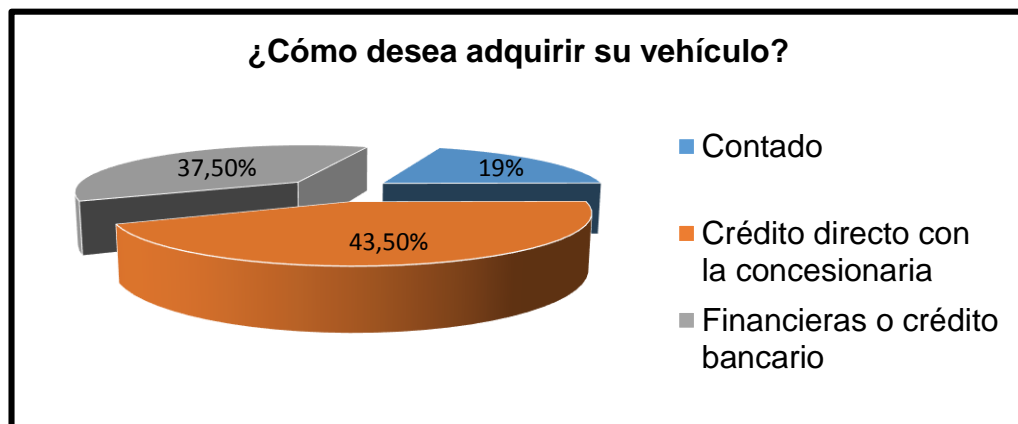
Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

En la tabla 5 se detalla la forma de pago con la cual los encuestaron expresaron como adquirir el vehículo, detallan su preferencia de adquirirlo directamente con la concesionaria con un 43,50%; este mercado no maneja tanto efectivo, por su resultado con el 19,00% de preferencia con el total de encuestados.

Gráfico 5 ¿Cómo desea adquirir su vehículo?



Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

Análisis: El 43,40% de los encuestados desearía adquirir su vehículo mediante un crédito directo con la concesionaria, el 37,50% lo haría mediante financieras o créditos bancarios y el 19% le gustaría adquirir el vehículo de contado; con ello se puede crear la estrategia de crédito directo aprovechando intereses ganados por el plazo dado al cliente al adquirir la unidad.

Pregunta N°6 ¿Cuál es motivo que no hace atractivo comprar un vehículo usado?

Tabla 6. ¿Cuál es motivo que no hace atractivo comprar un vehículo usado?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Problemas legales con el vehículo usado.	56	14,00%
Falta de garantía al momento de comprarlo	158	39,50%
Sin servicio de postventa que cuide inversión.	124	31,00%
Desconocimiento en los trámites de cambio de propietario	62	15,50%
TOTAL	400	100,00%

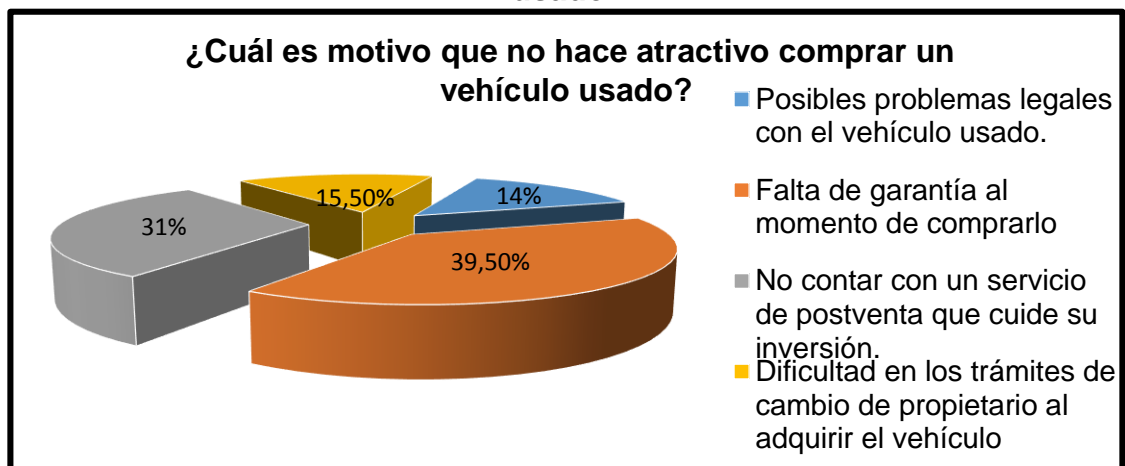
Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

La tabla 6 detalla aquellos motivos de los cuales no es atractivo para los encuestados comprar un vehículo usado, un 39,50% respondió su falta de garantía al comprarlo y un 31% en servicio de post venta; ello supone una falta de oferta en este servicio, y un nicho de mercado que espera ser demandado.

Gráfico 6. ¿Cuál es motivo que no hace atractivo comprar un vehículo usado?



Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

Análisis: El 39,50% de las personas encuestadas manifestó que el principal motivo para no comprar un vehículo usado sería la falta de garantía al momento de comprarlo, en tanto que un 31% sería por falta de un servicio por venta que cuide su inversión, un 15,50% no compraría un vehículo usado por la dificultad en los tramites de cambio de propietario, existe un 14% que no compraría para evitar problemas legales con el vehículo usado; una vez más se manifiesta la debilidad de los Patios Usados que no ofrecen garantía ni servicio de postventa en sus unidades, uno de los puntos que se ratificará como estrategia.

Pregunta N°7 ¿Por qué usted tomaría la opción de comprar un vehículo usado?

Tabla 7. ¿Por qué usted tomaría la opción de comprar un vehículo usado?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bajo costo	162	40,50%
Entrega más rápida y sin demoras	238	59,50%
TOTAL	400	100,00%

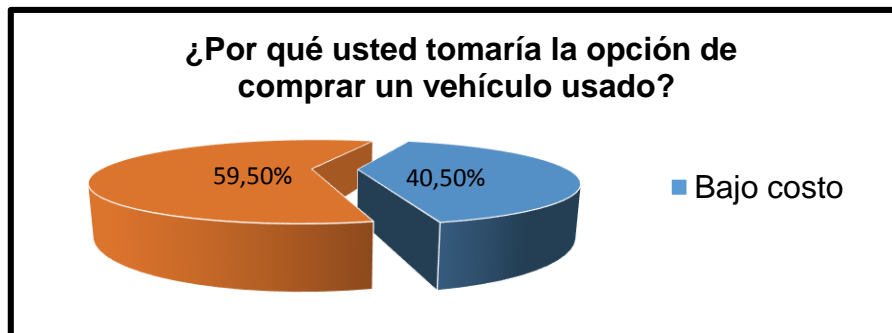
Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

En la tabla 7, se observa las preferencias por las cuales se compra un vehículo usado, un 59,50% del total de encuestados, expresó que la entrega rápida y sin demoras influye de manera considerable en la opción por la compra de este tipo de vehículo; de esta manera se deduce que existe una espera al comprar una unidad nueva, lo cual aumenta la demanda a este tipo de mercado.

Gráfico 7. ¿Por qué usted tomaría la opción de comprar un vehículo usado?



Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

Análisis: De los encuestados un 59,50% compraría un vehículo usado porque el tiempo de entrega es más rápido y sin demora a diferencia de comprar un vehículo nuevo y un 40,50% lo compraría porque sus costos son más bajos y se ajusta a su bolsillo; problema que actualmente se genera por el limitante de unidades a importar y eso hace que se desaproveche la facilidad con la que otorgan las financieras a sus clientes crédito y se pierda una venta casi de contado.

Pregunta N°8 Al adquirir un vehículo usado ¿cuál de los siguientes lugares es de su preferencia?

Tabla 8. ¿Cuál de los siguientes lugares es de su preferencia?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Concesionario	64	16,00%
Patios Usados	174	43,50%
Feria de vehículos usados	96	24,00%
Negociar con el dueño del automotor	66	16,50%
TOTAL	400	100,00%

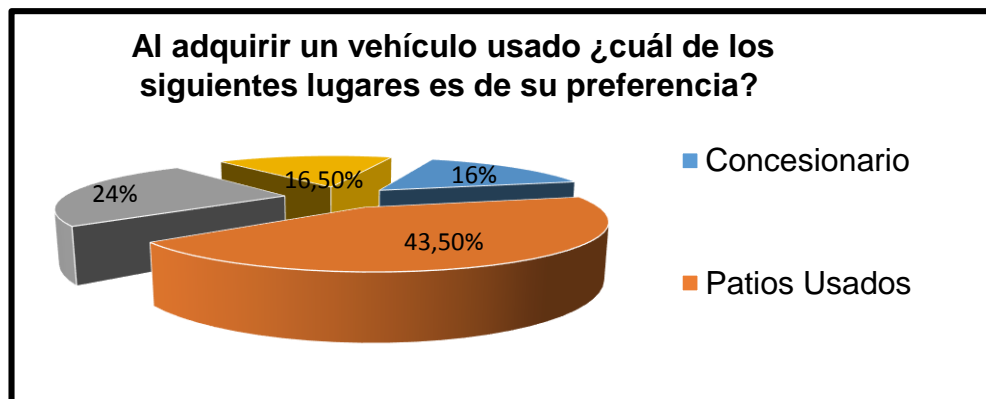
Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

Se observa en la tabla 8 que la mayor afluencia de clientes en este tipo de mercado se da en los locales de patios usados, lo cual permite establecer que nos encontramos frente a los mayores ofertantes de este tipo de vehículos, quedando en último lugar aquellas concesionarias que recién están entrando.

Gráfico 8. ¿Cuál de los siguientes lugares es de su preferencia?



Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

Análisis: El 43,50% manifestó que al momento de adquirir un vehículo usado acuden a los patios usados, un 24% que acude a las ferias de vehículos

usados, el 16,50% prefiere negociar directamente con el dueño del vehículo y finalmente un 16% acude a las concesionarias; mentalidad que se pretende cambiar a una fuerte campaña publicitaria la misma que se ratificará dentro de las estrategias.

Pregunta N° 9 ¿Qué marca prefiere al adquirir un vehículo usado?

Tabla 9. ¿Qué marca prefiere al adquirir un vehículo usado?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Chevrolet	76	19,00%
Hyundai	126	31,50%
Toyota	106	26,50%
Nissan	54	13,50%
Otros	38	9,50%
TOTAL	400	100,00%

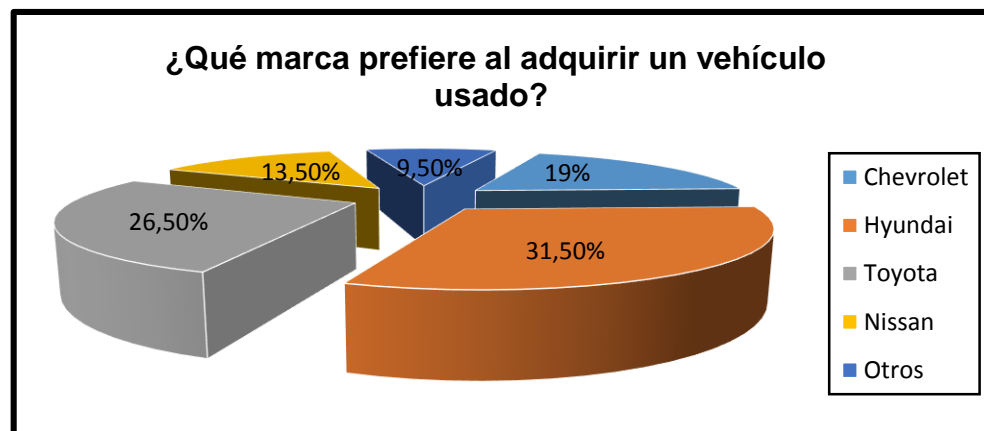
Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

En la tabla 9 muestra que los vehículos Hyundai son los de mayor demanda en vehículos usados, el 31,50% de los encuestados expreso esta preferencia seguido por los Toyota en segundo lugar con un 26,50%.

Gráfico 9. ¿Qué marca prefiere al adquirir un vehículo usado?



Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

Análisis: De las personas encuestadas un 31,50% preferiría adquirir un vehículo marca Hyundai, seguido de un 26,50% la marca Toyota, un 19% optaría por un Chevrolet, mientras que un 13,50% compraría la marca Nissan y finalmente un 9,50% preferiría optar por otras marcas, información que servirá para segmentar un poco el mercado de compra de las unidades usadas.

Pregunta N° 10 ¿Qué motivos influyeron en la elección de la marca en la pregunta anterior?

Tabla 10. ¿Qué motivos influyeron en la elección de la marca en la pregunta anterior?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Repuestos disponibles y bajo costo.	74	18,50%
Calidad en rendimiento.	146	36,50%
Depreciación en avalúo comercial.	92	23,00%
Facilidad en venderlo.	88	22,00%
TOTAL	400	100,00%

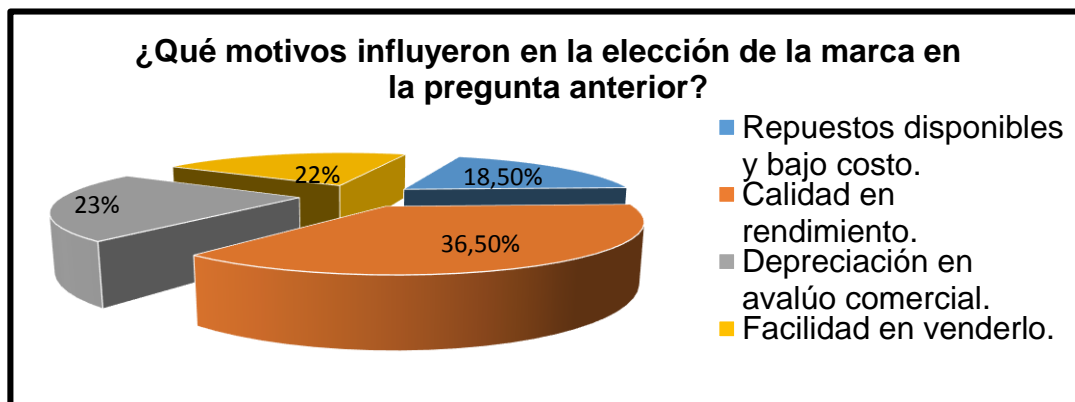
Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

La tabla 10 nos indica que el 36,50% de los encuestados prefiere una marca que de alto rendimiento por su calidad de incursionarlo en trabajo, esto se puede determinar en avalúo previos a la compra de cada unidad a vender en el presente proyecto.

Gráfico 10. ¿Qué motivos influyeron en la elección de la marca en la pregunta anterior?



Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

Análisis: El principal motivo que influyó en la elección de la marca en un 36,50% fue por la calidad en rendimiento, seguido de un 23% por la depreciación en avalúo comercial, un 22% por la facilidad al momento de venderlo y finalmente un 18,50% por su bajo costo y por la facilidad de conseguir los repuestos.

Pregunta N° 11 ¿Hasta qué año de producción usted está dispuesto a adquirir un vehículo usado?

Tabla 11. ¿Hasta qué año de producción usted está dispuesto a adquirir un vehículo usado?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
0 a 2 años	90	22,50%
3 a 4 años	196	49,00%
5 años en adelante	114	28,50%
TOTAL	400	100,00%

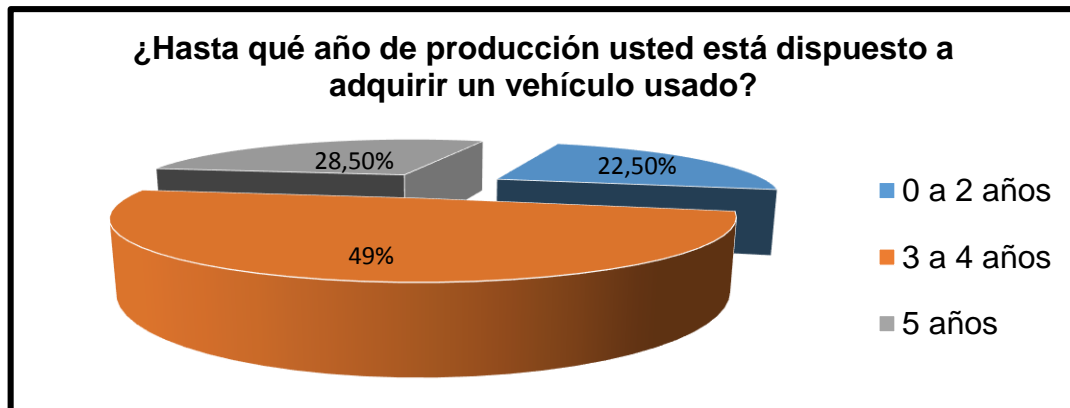
Fuente: Encuesta del presente estudio

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de febrero del 2013

En la tabla 11 nos muestra el tipo de antigüedad en producción para adquirir un vehículo usado, con ello nos permite conocer, que tan antiguo el mercado de vehículos usados, ve a una unidad atractiva a comercializar, un 49% de los encuestados manifestó que la ideal edad comprendida para comprar y vender un auto esta entre 3 a 4 años.

Gráfico 11. ¿Hasta qué año de producción usted está dispuesto a adquirir un vehículo usado?



Fuente: Encuesta del presente estudio
Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán
Fecha: 10 de febrero del 2013

Análisis: El 49% manifestó que compraría un vehículo usado de 3 a 4 años de producción, un 28,50% de 5 años en adelante y tan solo un 22,50% de 0 a 2 años.

Se realizó la encuesta a 192 mujeres y 208 hombres en edades comprendidas entre 18 a 56 años, las cuales indicaron que buscan un vehículo para trabajo teniendo en preferencia las camionetas y de marca Toyota, un 36,50% afirmó tener la necesidad de un servicio de postventa que actualmente no ofrecen el mayor competidor en esta rama “los Patios Usados” (43,50% lo toman como el primer lugar para adquirir un vehículo usado) y cuya compra para el consumidor no está garantizada.

Por otro lado se notó que la demanda de vehículos usados en la ciudad de Guayaquil tiene como preferencia vehículos entre 3 a 4 años posterior a su año

de producción y se volvió a manifestar que el costo en el automotor no influye como factor preponderante en la compra ya que un 59,50% respondió que tomaría la decisión de adquirir un vehículo usado por la entrega rápida y sin demoras (actualmente hay un límite de stock en la concesionaria que limita tener inventario para satisfacer la demanda).

El mercado ha respondido de forma favorable al estudio ya que a pesar de terminar como última opción adquirir un vehículo usado en una concesionaria (16%) se lograron descubrir puntos que aún no han sido ofrecidos como un servicio que garantice la inversión y que tenga facilidades de financiamiento.

1. Capítulo Estudio de mercado

En el presente capítulo se describen los principales actores del mercado de vehículos usados, se analizan las características y cuantificación la demanda y oferta evidenciado las partes que tiene más influencia en las transacciones diarias, con la finalidad de identificar el tipo de mercado al cual se enfrenta el proyecto y la brecha o ajuste entre la demanda y oferta previo a la elaboración de la estrategia.

En el estudio de mercado se tratarán los siguientes objetivos:

- Describir el producto.
- Determinar la demanda actual y la cantidad ofertada del mercado de autos y camionetas usadas en la ciudad de Guayaquil.
- Conocer y cuantificar la oferta que actualmente existen en el mercado.
- Identificar el tipo de mercado que se maneja en la compra y venta de autos y camionetas usadas.
- Establecer la brecha (demanda insatisfecha o exceso de oferta) de la comercialización de autos y camionetas usadas.

1.1. El producto

No hay una fuente fidedigna que informe sobre el primer auto que entró a la ciudad de Guayaquil, pero el pasar del tiempo ha hecho que en la actualidad disfrutemos de un sin número de marcas con amplia gama de características a escoger de acuerdo a la necesidad de cada cliente.

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) en su resumen ejecutivo del año 2010 manifiesta que el parque automotor de la provincia del Guayas está compuesto de la siguiente manera:

Tabla 12. Vehículos matriculados según clase año 2010 de la provincia del Guayas

CLASE	CANTIDAD	PORCENTAJE	ACUMULADO
AUTOMOVIL	123,847	41%	41%
CAMIONETA	57,702	19%	60%
JEEP	44,046	15%	74%
CAMION	14,470	5%	79%
MOTOCICLETA	51,012	17%	96%
OTROS	11,824	4%	100%
TOTAL	302901	100%	

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Agencia Nacional de Tránsito

Fecha: 7 de junio del 2012

Como vemos en la tabla 12 los automóviles y camionetas encabezan la lista con el 60% del parque automotor de la provincia del Guayas, del cual se toma estos tipos de vehículos como los de común adquisición en el mercado automotriz.

En base al resumen ejecutivo del INEC (2010), muestra que durante el año hubo un crecimiento del 22% con respecto al cierre de matriculación del año 2009 colocando a la provincia del Guayas como el mayor aportador con un 26% del total del parque automotor, lo que evidencia que este tipo de mercado crece y que existe demandantes para este tipo de vehículos.

Sin embargo en el capítulo del estudio de mercado según la filosofía Padilla (2006), manifiesta la necesidad de determinar el uso del automotor de manera que podamos saber el destino o el para que compran esta unidad como una alternativa de establecer mejor el segmento de mercado y la posible determinación de la ideal área geográfica donde captar potenciales clientes.

A continuación se muestran datos proporcionados por el INEC Censos (2010), donde muestras las actividades de adquisición al matricular los automotores en el año 2010:

Tabla 13. Vehículos Matriculados según uso año 2010 de la provincia del Guayas.

USO	UNIDADES
PARTICULAR	292,095
ALQUILER	8,298
ESTADO	1,968
MUNICIPAL	540
Total	302,901

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Agencia Nacional de Tránsito

Fecha: 7 de junio del 2012

La tabla 13 muestra que el parque automotor está conformado en su mayor parte por placas para uso particular siendo la siguiente actividad de alquiler; esto permite enfatizar que la impresión del servicio y opciones de compra, el cliente lo realizará para beneficio propio y que un vehículo para instituciones con finalidad de explotar la unidad se presentará muy poco; además con ello se permite estandarizar una política general al realizar un cambio de trámite de propietario, ya que por servicios de alquiler se presentará muy poco.

Por otra parte las relaciones con sector gobierno no se presentará por su baja escala en registros en el parque automotor.

1.1.1. Características del producto

Luego de conocer por fuente del INEC como está clasificado el parque automotor del Ecuador se detalla las siguientes características de los productos a comercializar en el presente proyecto:

Tipo de automotor: Autos y camionetas.

Año de Producción: Al tomar como referencia la tabla de depreciación utilizada por la Comisión de Tránsito del Ecuador donde proyectan una utilización del vehículo por 5 años, se toma como referencia que luego de pasar este tiempo hay pocas probabilidades de funcionamiento del automotor y mayor riesgo de fallas e inversión en mantenimiento, por lo que se establece este

mínimo de adquirir unidades a fin de vender unidades de calidad y reducir en número de autos y camionetas posible cuando ya se haya entregado los mismos.

Año de producción: Hasta el 2007.

Tipo de uso: Se toma en referencia de la Tabla 2 donde más de 50% utilizan su vehículo para uso particular.

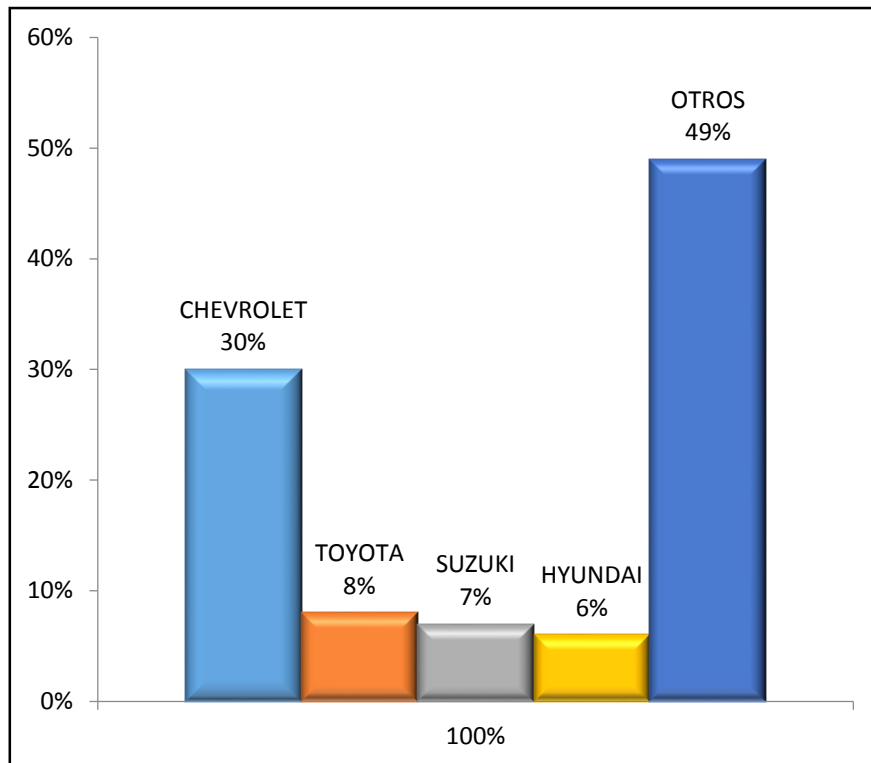
Tipo de uso: Particular.

Cilindraje: No se establece límite de cilindraje, como se trata de uso particular no existe un indicador que determine de manera puntual la utilización de la unidad por lo cual, y tomando en referencia que lo podrá usar en diferentes actividades.

Cilindraje: Todos.

Marca: En el mercado automotriz se muestran diversas marcas y cada una se diferencia de acuerdo a las prestaciones particulares que ofrecen, por ello es necesario establecer que cuales de ellas circulan con mayor regularidad en la ciudad de Guayaquil de manera que se evidencie la preferencia del consumidor; se toma como referencia los datos obtenidos en el Anuario de Estadísticas de Transporte, en el cual se observan los automotores matriculados en el año 2010 (Censos, 2010):

Gráfico 12. Vehículos Matriculados según marcas año 2010



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Agencia Nacional de Tránsito

Fecha: 7 de junio del 2012

Como se puede evidenciar en la figura 1 la marca Chevrolet lidera el mercado con un 30% de participación de todo el seguida muy de cerca por Toyota y Hyundai, se enfatiza que no es posible distinguir las demás marcas que conforman el 49% debido a la gran variedad de las mismas sin embargo por observación directa del mercado se toma en consideración añadir la marca Mazda en el paquete disponible de productos haciendo a un lado la marca Suzuki la cual se considerara del mismo grupo que la Chevrolet.

Marca: Chevrolet, Toyota, Hyundai, Mazda.

Restricciones: Para esta característica se toma como precaución el historial del automotor en la comisión de Tránsito donde se investiga si el mismo tiene o no disponibilidad de ser vendido o cuenta aún con alguna restricción por reserva de alguna entidad financiera; estos casos para no limitar la adquisición

de las unidades se dará el debido proceso y tiempo prudencial, lo cual la forma de tratamiento se la dará en capítulos de Estrategia de Mercado.

Restricciones: Con y sin gravamen.

1.2. Demanda

Mientras se realizaba el levantamiento de información para la demanda se enfrentó a una variable en común que se manifestó en los habitantes de la ciudad de Guayaquil, “todos demandaban un vehículo”, sin embargo esta variable fue determinante para seguir con la encuesta finalizando con aquellas que demandaban un vehículo nuevo; a continuación se muestra la información obtenida:

De acuerdo a la encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Guayaquil, se determinó que, de una muestra total de 400 personas, 133 de ellas se inclinaron por la opción de un vehículos nuevo, mientras que el resto afirmaba su compra por un vehículo usado. Esto es evidente en un concesionario de la ciudad donde muestra un comportamiento igualitario en ventas; producto de la observación directa al concesionario se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 14. Ventas de vehículos nuevos y usados entre los años 2010 y 2012

Vehículos	Ventas		
	2010	2011	2012
Nuevos	1947	1519	1515
Usados	42	66	93
Relación Usados/Nuevos	2.16%	4.34%	6.14%
Crecimiento Nuevos		-21.98%	-0.26%
Crecimiento Usados		57%	41%

Fuente: Toyocosta

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 6 de junio del 2013

Se observa como las unidades de vehículos usados van en crecimiento y las unidades nuevas van con tendencia a la baja con una relación de 2% de efecto

de venta en la concesionaria, indicador que se tomará en cuenta por su falta de referencia en torno a la venta de vehículos nuevos; es decir que por cada venta de vehículo nuevo, hay un porcentaje del 2% de vender un vehículo usado, y como se ve en la tabla 14, tiene el mismo efecto de crecimiento año a año.

Con este antecedente se procede a elaborar la demanda actual y proyectada del mercado.

1.2.1. Demanda Actual del producto.

Para la demanda actual de vehículos usados se tomaron en cuenta los siguientes factores:

Familias: Número de habitantes económicamente activos de Guayaquil/ número promedio de habitantes en el hogar: $1'264.808/4= 316.202$

Porcentaje de preferencia de los habitantes encuestados= 66%

Porcentaje de preferencia en adquisición (pregunta 1)

Tabla 15. Distribución de preferencia de autos y camionetas en base a encuesta

Tipo de vehículo	% Adquisición	Demanda potencial	Demanda Actual
Sedan	24%	208,693	50,086
Camionetas	44%	208,693	91,825
Todo Terreno	32%	208,693	66,782

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 10 de junio del 2013

Luego de determinar la demanda en base a la preferencia de los encuestados se obtiene en total 208.693 unidades de vehículos usados.

1.2.2. Demanda proyectada del producto

Para determinar la proyección de la demanda de los siguientes años se utiliza la información obtenida de la tabla 14 tomada del concesionario de Toyocosta en el donde se muestra el crecimiento anual del 2% en venta de vehículos usados con relación al ofertar vehículos nuevos en el mismo lugar.

Se muestra el número de unidades a venderse en los próximos 5 años:

Tabla 16. Proyección de la demanda de vehículos usados en los próximos 5 años

Años	Demanda
2013	208693
2014	212867
2015	217125
2016	221467
2017	225896

Fuente: Encuesta, Toyocosta

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 6 de junio del 2013

1.2.3. Preferencias del consumidor

En el anexo 2 se estableció el número de muestra a analizar de acuerdo a la población económicamente activa de la ciudad de Guayaquil los mismos que se sometieron a una encuesta para determinar el perfil del consumidor.

En base a la conclusión se determinó que:

Tipo de vehículo.- Consumidor tiene la preferencia de comprar camionetas, todo terreno y autos.

Presupuesto.- Busca Vehículos ente \$11,000.00 hasta \$30,000.00

Uso.- Para trabajo.

Expectativa.- Vehículo que tenga garantía, con entrega rápida y sin demoras.

Tiempo de uso y año de producción.- De 3 a 4 años.

1.2.4. Ingreso de los consumidores

De acuerdo al informe presentado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2013), el ingreso promedio por familia es de \$ 1.046 en zona rurales, con un promedio de miembros de 3,8 personas; por otro lado estima que el gasto de cada familia de esta cantidad de miembros gasta mensualmente \$589,00 dando como resultado un excedente de dinero \$457,00 de ahorro familiar evidenciando la disponibilidad de capacidad de pago para adquirir una deuda y por ende coincidiendo con el comportamiento de demanda de adquirir un vehículo y el crecimiento del parque automotor.

1.2.5. Tipo de pago

De la encuesta realizada solo el 19% esta dispuesto a pagar un vehículo de contado lo que indica la necesidad de mantener relaciones comerciales con las instituciones financieras y ampliar las probabilidades de compra de un vehículo.

1.3. Oferta

En base a la observación directa, en la ciudad de Guayaquil en sus diferentes sectores existen patios donde se exhiben vehículos de varias marcas a diferentes precios, sin embargo también se evidencio letreros en automotores con la leyenda “se vende” con un número telefónico para informes sobre más detalles.

Con esto se puede afirmar que esta clase de personas constituyen aquellos ofertantes que en evidencia de existir habitantes que tienen la necesidad de un vehículo como ya se vio en la encuesta de estar “siempre disponible” ponen a disposición para la venta.

Por ello se los clasifica en:

- Patios usados.
- Personas particulares.
- Concesionarios.
- Ferias de vehículos usados (lugares donde son exhibidos unidades usadas de un conjunto de patios acompañado de promociones).

1.3.1. Patios usados

Por medio de la observación directa se visitó un promedio de 15 patios usados donde tenían en exhibición entre 10 y 15 carros cada uno y con visitas periódicas de personas interesadas en informarse sobre ese bien.

Con información disponible en el Diario El Universo (2013), en su portal de internet de ventas de vehículos usados y Patio Tuerca (2013) portal de comercialización de todo tipo de vehículos, se determinó los patios usados que actualmente existen en la ciudad de Guayaquil con el número de unidades ofrecidas en su stock.

En la tabla 17, se detalla por tipo de vehículo, aquellas unidades que actualmente ofertan estos locales en sus instalaciones, dicha clasificación se la realizó para facilitar el análisis de la brecha de mercado, y determinar con facilidad, aquellas unidades con las que obtienen mayor demanda y comercialización en el mercado.

Se observa que los autos son los de mayor inventario en los patios usados dejando como segundo lugar a las camionetas y finalmente a los vehículos todo terreno; con lo cual se deduce que existe mayor demanda para los ofertantes vehículos tipos autos y por ello mantienen este común denominador su exhibición en este mercado.

Tabla 17. Patios usados de la ciudad de Guayaquil

PATIOS USADOS	VEHICULOS USADOS	AUTOS	CAMIONETAS	TODO TERRENO
AB DEALER	12	6	3	3
Andrade & Espinoza Importadora	13	6	3	4
Aragundi & Vizquete	18	6	8	4
Armando's Car	15	5	4	6
ASAC VEHICULOS	21	10	5	6
AUTO ALVAREZ	20	10	5	5
AUTOFACIL	17	7	7	3
AUTO FLAMANTE	20	10	6	4
AUTOLIDER	15	6	5	4
AUTOMALL	20	9	5	6
AUTOMAS	15	6	5	4
AUTOMOTORES CORPGUESA	18	8	8	2
AUTOPARK	21	10	6	5
AUTOS& AUTOS	12	6	5	1
AUTOS BARBERAN	16	9	4	3
AUTOSHOP	13	5	4	4
AUTOSOL	17	5	6	6
AUTOSPLAZA	17	7	6	4
AUTOZONE	16	8	6	2
BUSINESS CAR	15	8	3	4
CAMIONES Y SERVICIOS S.A.	18	6	8	4
CAR ONE	23	10	7	6
CARRO LOCO ONLINEAR	16	6	7	3
CEDCAR	24	10	8	6
CHRYSTER JEEP AUTOMOTRIZ DEL ECU	19	10	5	4
CITY TRACTOR	17	8	7	2
COMERCIAL HBM	15	5	4	6
COOP 7 DE ENERO	10	5	3	2
DEALER BUM	17	10	6	1
DICRESA	17	6	7	4
DITECA	19	8	6	5
DRUFESA	16	5	5	6
ECCO AUTO	14	8	3	3
ECUACAR	15	8	4	3
ECUAVIA	20	6	8	6
EDRY CAR	16	9	3	4
EUROMOTORS	19	9	5	5
FLAMAUTO	20	8	6	6
GV AUTOS	15	7	3	5
INTERCAR	14	6	5	3
JM VEHICULOS	17	8	3	6
JOH CAR AUTOS	21	9	8	4
JUANEXPORT	13	6	4	3
KENNEDY AUTOPARK	18	7	8	3
LONG AUTOMOTORES	17	8	3	6
LUXURY CAR	16	6	6	4
MC VEHICULOS	18	5	7	6
MOTORELLI S.A.	15	8	4	3
MOTOR SPORT	18	8	6	4
M.R.M. VEHICULOS	16	5	7	4
NOBOCAR	10	6	3	1
PATIOS CAR	17	9	4	4
PEÑAS CAR	21	9	8	4
PINOCAR S.A.	20	8	8	4
POINTCAR	12	5	3	4
QUI AUTOS	17	8	3	6
RENOVACAR	18	9	6	3
ROLO'S CAR	13	6	3	4
S-CLASS	21	9	6	6
STARMOTORS	14	6	7	1
TN VEHICULOS	20	7	8	5
VEHINVER S.A.	23	10	7	6
TOTAL DE VEHICULOS EN EXHIBICIÓN	1050	459	336	255

Fuente: Diario El Universo, Patio Tuerca

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 7 de junio del 2013

1.3.2. Concesionarias

Las concesionarias han ido incursionando en el mercado de vehículos usados, la información mostrada en el diario El Universo y en el sitio de internet Patio Tuerca evidencia la disponibilidad de unidades, de las cuales se procedió a realizar un conteo físico de cada anuncio, se obtuvo el siguiente resultado:

Tabla 18. Oferta de vehículos usados de las concesionarias en la ciudad de Guayaquil

PATIOS USADOS	VEHÍCULOS USADOS	AUTOS	CAMIONETAS	TODO TERRENO
ALFA AUTO	14	6	3	5
ANGLO AUTOMOTRIZ	17	5	8	4
AUTOLASA SEMINUEVOS	20	8	6	6
AUTOMOTORES CONTINENTAL	19	7	6	6
AUTOMOTORES Y ANEXOS	22	10	7	5
CITROEN GUAYAQUIL GRUPO MAVESA	17	7	6	4
EL GARAGE	17	10	4	3
GALAUTO	14	7	4	3
IMPORTADORA E GUZMAN	18	9	3	6
IMPORTADORA GALARZA	16	7	5	4
INDUATO USADOS	20	7	8	5
IOKARS	18	10	4	4
MIGIA AUTOS	15	8	4	3
ORGUCOSTA	16	7	3	6
TOTAL DE VEHÍCULOS EN EXHIBICIÓN	243	108	71	64

Fuente: Diario El Universo, Patio Tuerca

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 7 de junio del 2013

1.3.3. Personas

Los anuncios publicados en el diario El Universo (2013), con referencia a las ofertas de personas particulares que desean vender su vehículo sin la intervención de las concesionarias y patios usados arrojaron los siguientes resultados:

Tabla 19. Oferta de vehículos usados de las personas en la ciudad de Guayaquil

VEHÍCULOS USADOS	AUTOS	CAMIONETAS	TODO TERRENO
25	5	10	10

Fuente: Diario El Universo, Patio Tuerca

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 7 de junio del 2013

1.3.4. Oferta actual del producto

Como resumen de las cantidades de los tres ofertantes del mercado de vehículos usados, estas se clasifican de acuerdo a las preferencias del consumidor detalladas en la demanda:

Tabla 20. Oferta anual del mercado de vehículos usados

TIPOS	PATIOS USADOS	CONCESIONARIOS	PERSONAS PARTICULARES	OFERTA MENSUAL	ROTACIÓN DE VENTA	OFERTA ANUAL	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN
AUTOS	459	108	5	572	8	54,912	45.48%
CAMIONETAS	336	71	10	417	10	50,040	41.44%
TODO TERRENO	255	64	10	329	4	15,792	13.08%
TOTAL						120,744	

Fuente: Diario El Universo, Patio Tuerca

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 7 de junio del 2013

En cuanto a la rotación de venta, se toma el indicador obtenido en base a la observación de venta de vehículos nuevos en la compañía Toyocosta, distribuido de la siguiente manera:

Auto 8 veces de rotación mensual.

Camioneta 10 veces de rotación mensual.

Todo Terreno 4 veces de rotación mensual.

Como resultado la parte ofertante tiene disponible en su stock 120,744 unidades para los habitantes de la ciudad de Guayaquil.

1.3.5. Oferta proyectada del producto

Para determinar la proyección de la oferta de los siguientes años se utiliza la información obtenida de la observación directa en el concesionario de Toyocosta en tabla 14 donde se muestra el crecimiento anual del 2% en venta de vehículos usados, tomando en consideración que el stock está en función dependiente a la demanda.

Se muestra el número de unidades a venderse en los próximos 5 años:

Tabla 21. Proyección de la oferta de vehículos usados en los próximos 5 años

AÑOS	OFERTA
2013	120,744
2014	123,159
2015	125,622
2016	128,134
2017	130,697

Fuente: Diario El Universo, Patio Tuerca

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 7 de junio del 2013

1.3.6. Servicios ofrecidos por los ofertantes

En base a los 15 patios que comercializan vehículos usados, 4 concesionarios y 1 feria de autos usados visitados se tomaron observaciones características en la forma como venden la unidad y los servicios que ofrecen luego de adquirir el automotor, a continuación se muestra lo recopilado:

Tabla 22. Servicios ofrecidos por los ofertantes

OFERTA	FORMA DE PAGO	SERVICIO DE POST-VENTA	ARREGLOS	LEGALIZACIÓN	REPUESTOS	GARANTÍA
PATIO USADO	CONTADO	NO	NO	SI	NO	NO
CONCESIONARIO	CONTADO Y CRÉDITO	DEPENDIENDO DE MARCA	SOLO TECNICOS	SI	SI	SI
PERSONAS PARTICULARES	CONTADO	NO	NO	NO	NO	NO

Fuente: Concesionarios, ferias y patios de vehículos usados

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 14 de junio del 2013

Se toma en cuenta que solo el concesionario garantiza los bienes que ofrece, pero tiene las desventajas de responder por la marca con la que comercializan en estado de nuevos.

1.4. Tipo de mercado

El estudio de la oferta y demanda determina que hay mayor número de demandantes y pocos ofertantes lo que determina que existe un mercado donde se puede ingresar sin barreras, sin embargo la baja cantidad de existir consumidores que puedan adquirir un vehículo usado de contado hace que ello dependa en su mayoría del sector financiero para adquirir la unidad.

Frente a este escenario se concluye que se trata de un mercado competitivo ya que ninguno de los dos posee el poder de negociación para cambiarlo.

Por ello se afirma que el precio estará en función del mercado es decir oferta vs demanda.

1.5. Brecha de mercado

Para tratar de definir la estrategia a utilizar se define la brecha de mercado, como la diferencia entre las unidades demandadas y las ofertadas; estas unidades disponibles que aún no han sido cubiertas por los competidores sirven como garantía de la compra acertada de los vehículos usados y evidenciar la existencia de la disponibilidad de entrar en el mercado.

Se toma las unidades de la demanda actual determinada en el punto 1.2.1 y se las resta con la oferta actual determinada en el punto 1.3.4 cuyos resultados se muestran a continuación:

Tabla 23. Demanda insatisfecha del mercado de vehículos usados

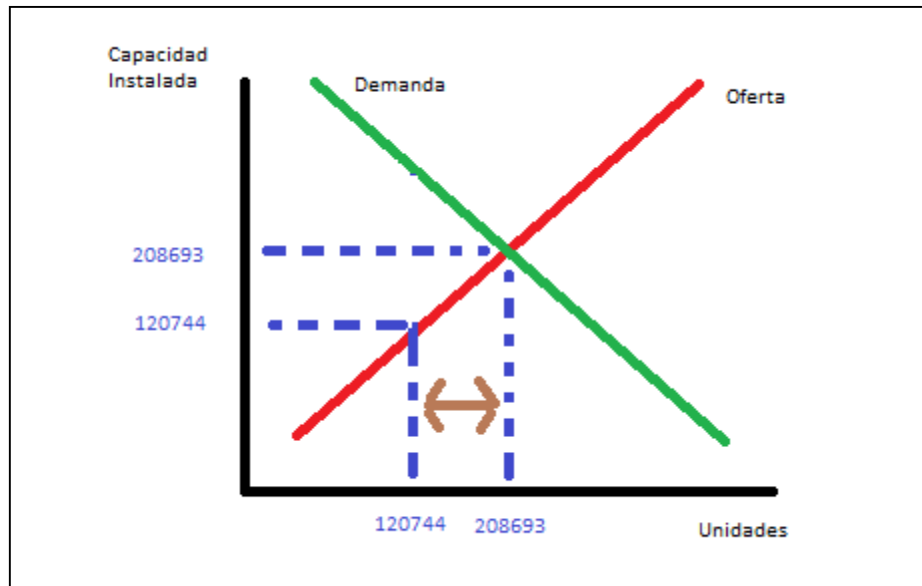
TIPOS	DEMANDA ANUAL	OFERTA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA
AUTOS	50,086	54,912	(4,825.60)
CAMIONETAS	91,825	50,040	41,785
TODO TERRENO	66,782	15,792	50,990
TOTAL	208,693	120,744	87,949.32

Fuente: Presente estudio de mercado

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 15 de junio del 2013

Figura 1. Demanda insatisfecha



Fuente: Presente estudio de mercado

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 15 de junio del 2013

Como se observa en la figura 1, actualmente existen más unidades demandadas que ofertadas, lo cual permite deducir que existe consumidores a los cuales satisfacer, principalmente se nota el limitante a la capacidad instalada del sitio dedicado a la venta de vehículos usados; por otro lado en la tabla 23 se aprecia un excedente en autos con 4,800 unidades adicionales, para este tipo de vehículo, se debe enfatizar estrategias que permitan captar demandantes ya sea por el precio o producto, dicho punto se tratará en el siguiente capítulo.

2. Capítulo estrategia de mercado

Luego de conocer que existe demanda insatisfecha en camionetas y exceso de oferta en automóviles, se trata de definir el target del mercado y determinar la mejor estrategia que permita comprar unidades acorde a las preferencias del consumidor y satisfacer las perspectivas que los actuales competidores no ofrecen, por ello se fijan los siguientes objetivos en este capítulo:

- Identificar los grupos estratégicos.
- Realizar un análisis sectorial.
- Determinar los factores claves del éxito.
- Elaborar el FODA de la actual situación de la concesionaria.
- Identificación de la ventaja competitiva
- Determinar el segmento del mercado en el cual se va a incurrir.
- Elaborar las estrategias en base al posicionamiento de mercado.
- Elaborar el plan de venta.

2.1. Grupos estratégicos.

Como se vio en el estudio de mercado, los vehículos usados se derivaron de aquellos clientes que tuvieron la necesidad de cambiar sus unidades por cualquier motivo y encontraron un consumidor que las adquiriera, lo dio como resultado una nueva línea de negocio, entre los actuales ofertantes se encuentran los siguientes:

Personas Particulares: Se caracterizan por vender su vehículo a un precio de mercado poniendo anuncios en el automotor indicando número de celular y en ciertas ocasiones dirección, no necesitan ninguna intermediación pues ellos realizan la negociación:

Figura 2. Auto usado



Fuente: Diario El Universo
Elaborado por: Carlos Castañeda
Fecha: 2 de mayo del 2013

- **Patios Usados:** Son entes mediadores que promocionan y exhiben vehículos de característica usados de diferentes marcas, ofertas, kilometraje, la mayoría no ofrece un servicio de post-venta a sus clientes:

Figura 3. Patios usados



Fuente: Pointcar
Elaborado por: Elvis Cepeda
Fecha: 20 de mayo del 2013

- **Ferias de Autos Usados:** En ellas se incluyen los Patios y personas particulares los cuales exhiben sus unidades aprovechando la afluencia del público, suelen realizar promociones pero buscan clientes de preferencia que paguen de contado.

Figura 5. Ferias de autos usados



Fuente: Autovallejo

Elaborado por: Pedro Pincay

Fecha: 5 de abril del 2013

Cabe notar que estos negocios los encontramos de preferencia en el sector norte de la ciudad.

2.2. Análisis sectorial

Michael Porter en su libro Ser Competitivo, habla de 5 componentes que hay que tenerlos claro para ingresar a un mercado de manera que se garantice una fuerte estrategia frente a los competidores que incursionan en este mercado.

2.2.1. Amenaza de Nuevos Entrantes

En este punto se hace referencia a la entrada de otras concesionarias que buscan aprovechar la demanda que no pueden satisfacer con la venta de vehículos nuevos; patios usados y convenios entre personas que quieren vender vehículos usando el patio usado como lugar de exhibición.

La alta inversión necesaria para adquirir, mantener y garantizar la compra y venta de un vehículo usado, hace que sea una razón fundamental como barrera para el ingreso de nuevos competidores; por otro lado la experiencia en el sector automotriz y la magnitud de reconocer un vehículo en buenas características y que funcione por lo menos 5 años, se perfila como otro factor importante que impediría la facilidad de entrar en este sector.

2.2.2. Poder de Negociación de Compradores

De acuerdo a la encuesta realizada, solo el 19% de los encuestados manifestaron su disponibilidad de comprar un vehículo usado de contado, el resto determinó su preferencia de comprarlo a crédito, detalles que se puede establecer que en este tipo de mercado, no hay mucho poder de negociación con referencia al precio debido a su dependencia de un ente de financiación, por lo que se prevé que no se generen muchas negociación con referencia al precio que escatimen descuentos.

2.2.3. Poder de Negociación de proveedores

Se diferencian dos tipos de proveedores:

- Por venta directa.
- Por venta en calidad de cambio.

Por venta directa se refiere, aquellas proveedores que buscan vender su unidad con la finalidad de recibir dinero en efectivo, y la segunda, son aquellos que busca solo en cambio por una unidad de acuerdo a las necesidad que conlleven a su venta.

2.2.4. Amenaza de Sustitutos

Como se observa en el capítulo de estudio de mercado, la ciudad de Guayaquil tiene servicios de transporte, que aminora la no influya a la necesidad de adquirir un vehículo para movilización propia, sin embargo los clientes

dedicados a actividades que demanden un vehículo como herramienta de trabajo son los demandante fijos tal como se evidencia en las encuestas, por lo que se concluye encontrar este tipo perfil en las negociación que se realizarán a exhibir las unidades usadas.

2.2.5. Rivalidad entre Competidores

Debido a la gran variedad de marcas, modelos y años de producción que se comercializan, hace que las ferias de usados se realicen con mayor frecuencia, con ofertas al mejor postor, con ello el mercado determina el precio e impide que haya una empresa referente que domine en este tipo de mercado.

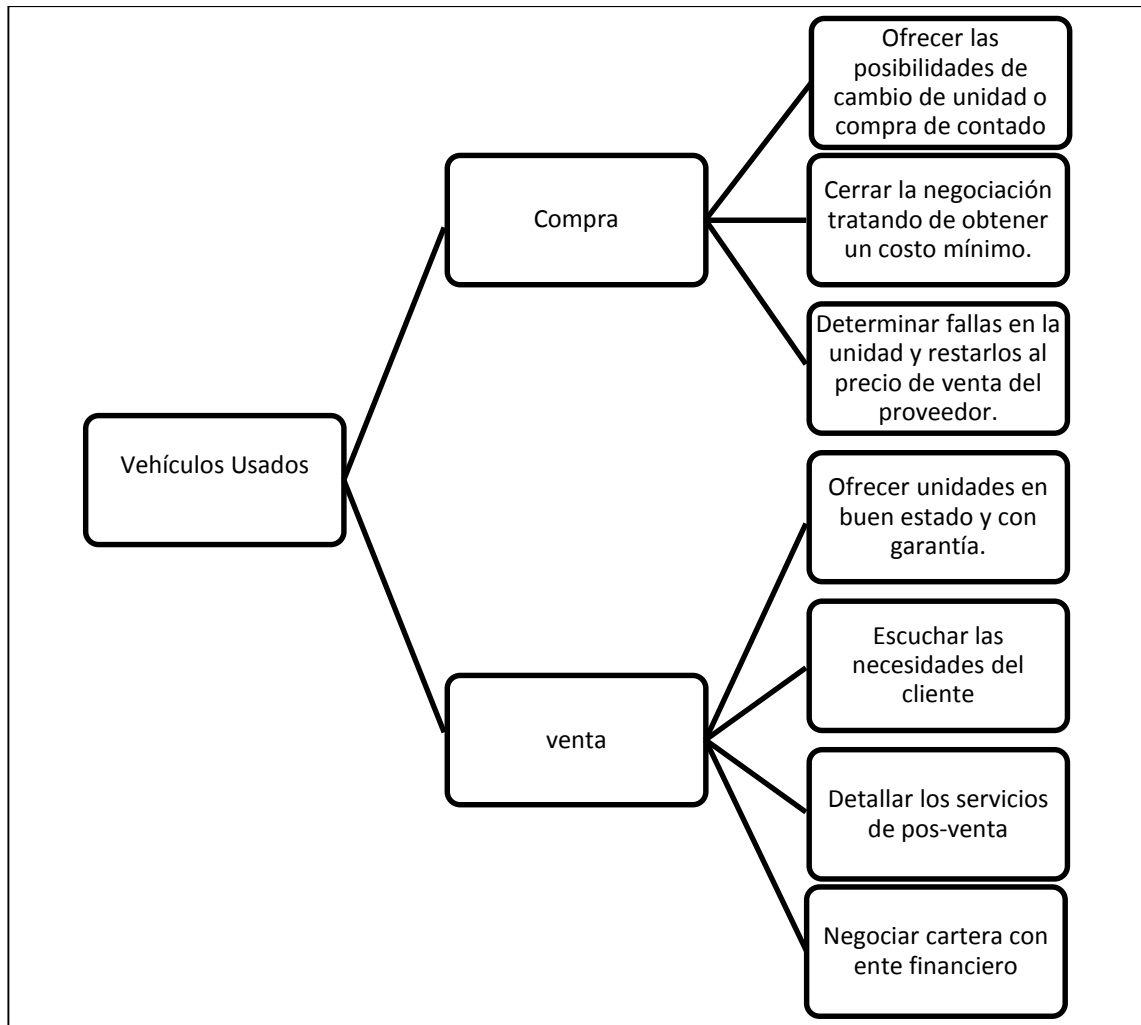
Después de analizar el sector de la comercialización de vehículos usados en la ciudad de Guayaquil se establece que:

- Los ofertantes se encuentran en la zona norte de la ciudad.
- El precio está determinado por el mercado.
- No existe una empresa que domine este mercado.
- Se necesita un ente financiador que permita a las personas que no dispongan de recursos, adquirir vehículos en cómodas cuotas.
- Se demandan unidades especialmente para trabajo.
- Existen dos perfiles de proveedores y ello genera planear dos tipos de negociaciones.

2.3. Factores claves del éxito

Por la necesidad de tener una base que garantice el cumplimiento y la razón por la cual se implementa la división de vehículos usados, se determinan los siguientes factores tanto en el ámbito de compra como de venta de las unidades usadas:

Figura 4. Factores claves del éxito



Fuente: Presente estudio de mercado

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 14 de junio del 2013

Con los puntos detallados se trata de fidelizar al cliente y mantenernos atentos a cualquier inconveniente con el automotor, de manera que sea el mejor referente en servicio y que ello a su vez conlleve a atraer nuevos clientes; además de reflejar en el proceso de compra una empresa que garantice el cumplimiento de pago y que establezca en la negociación una figura de ganar-ganar y que en el futuro se convierta en otro cliente que disfruta de la atención de la concesionaria.

2.4. Análisis FODA del proyecto frente al mercado de vehículos usados.

Con el análisis se trata de visualizar la situación actual y evidenciar los puntos débiles a reforzar, para que se compaginen con el escenario de los factores claves del éxito, también filtrar aquellos recursos que no se disponen y se tome la iniciativa de adquirirlos, con la finalidad de disponer de equipos que tenga la suficiente competencia para crear una perspectiva distinta de la concesionaria en rama de vehículos usados, que tal como se refleja en la encuesta se obtuvo en último lugar en preferencia de adquirir un vehículo de esta característica.

2.4.1. Fortaleza

- Asesoría completa para elegir el vehículo adecuado.
- Garantía y servicio de post-venta con mecánicos especializados.
- Seguridad de adquirir un vehículo sin problemas legales.
- Posibilidad de financiarlo con el sector bancario o crédito interno.
- Servicios legales de cambio de propietario evitando al cliente largas filas en la CTE.

2.4.2. Debilidades

- Poca experiencia en el mercado de vehículos usados.
- Imagen frente al consumidor de ser un lugar donde solo venden vehículos nuevos.
- Escasa promoción del nuevo producto ofrecido.
- Lentitud en trámites legales para averiguar si el vehículo usado a comprar el cliente tiene alguna reserva de dominio o un impedimento al venderlo.
- Limitado espacio físico disponible para los vehículos usados limitando a los clientes a verlo por fotos.

2.4.3. Oportunidades

- Sector de negocios sin restricciones arancelarias.
- Acceso al mercado a través del posicionamiento que ya cuenta la concesionaria.
- Diversidad de marcas a ofrecer.
- Apertura al mercado de talleres de vehículos usados.
- Fuerte demanda de consumidores que requieren un vehículo de bajo costo, con calidad y garantía.

2.4.4. Amenazas

- Precios a menor costo por parte de los patios usados.
- Productos con mayor riesgo de mal funcionamiento.
- Limitado poder de negociación de las financieras.
- Producto limitado por el parque automotor y negociación con los dueños de las unidades usadas.
- Aplicación del mismo modelo de negocios por parte de concesionarias de otras marcas con mayor experiencia en vehículos de multimarcas.

2.5. Ventaja competitiva

Las necesidades evidenciadas a lo largo de los capítulos y con referencia a la encuesta ratifican que existen nichos que se puede potenciar para garantizar afluencia de clientes potenciales:

Necesidades:

- Financiamiento al comprar un vehículo usado.
- Servicio de Post-venta.
- Garantía en vehículos utilizados como herramienta de trabajo.

Tomando como referente estos puntos se determina que el punto clave para tener éxito en esta clase de negocios radica en lo siguiente:

- Tener en stock unidades acorde al perfil de los consumidores (camionetas para trabajo)
- Disponer de una fuente de financiamiento (con ello se abre la cartera de clientes)
- Mantener fuertes relaciones comerciales con entidades financieras y bancarias.
- Contar con un servicio de post-venta para mantenimientos preventivos y cuidado de la unidad vendida.
- Contar con equipo especialista para que evalúe las condiciones técnicas de la unidad a comprar.
- Disponer de negociadores para cierre de transacciones.
- Evaluar aspectos legales al tomar un vehículo usado.

Al disponer de los recursos suficientes para responder a cada una de estas demandas. Se prevé que se tome a la concesionaria como primer referente al adquirir un vehículo usado sin que altere su razón principal de venta de vehículos nuevos.

2.6. Segmentación

El mercado de vehículos usados es extenso tanto en sus unidades que ofrece como el perfil de los clientes interesados por ello, con la segmentación se trata de definir las características de cada uno de los entes que participen en cada transacción.

2.6.1. Segmentación geográfica

La compra y venta de autos y camionetas usados se dará solo en la ciudad de Guayaquil con placas de cualquier provincia.

2.6.2. Segmentación demográfica

- Hombres y mujeres mayores de edad
- Con ingresos económicos medios y altos.
- Pueden o no disponen de vehículo propio.

2.6.3. Segmentación psicológica

- Personas que tenga la necesidad de moverse con un vehículo que consideren de bajo costo.
- Personas que quieran aprovechar la oportunidad de comprar una herramienta de trabajo con facilidades de financiamiento.

2.6.4. Segmentación conductual

- Pueden llegar más rápido a su destino.
- Pueden estar más seguros que el transporte público.
- Oportunidad de viajar a distintos lugares del país y a bajo costo.
- Sirve para cualquier emergencia o calamidad doméstica.

2.7. Posicionamiento

En esta sección se determina en qué lugar la concesionaria por medio de la división de vehículos usados se instala en el mercado.

2.7.1. Posicionamiento por diferencia

Venta de autos y camionetas respaldadas con garantía de 3 años y servicio de postventa.

2.7.2. Posicionamiento por atributo

Vehículos que han pasado por un avalúo mecánico y varios controles que garantizan su perfecto funcionamiento.

2.7.3. Posicionamiento por diferencia De Servicio

La atención que se brinda al cliente, junto con el asesoramiento en planes de financiamiento y sugerencias en cuanto a la elección del vehículo, es la base para que el área de Vehículos Usados logre posicionarse en el mercado por la diferencia de servicio.

2.8. Análisis de las 4 P's

Con la finalidad de emplear estrategias de marketing acorde al producto de vehículos usados, se realiza un análisis desde las 4 perspectivas que ofrece el marketing, de manera que se muestre la respuesta tratadas a las necesidades identificadas en la encuesta y que aún no cubren los principales ofertantes de este mercado:

2.8.1. Estrategia de Producto

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

2.8.2. Estrategia de precio

En cuanto a las políticas de precios no son muy aplicables por cuanto al ser un mercado de competencia perfecta, el precio se define en función de la oferta y

la demanda, por lo tanto ningún oferente puede influenciar decisivamente en el precio; sin embargo, el establecimiento del precio se realiza en base a los costos y con un margen adecuado de ganancia. Por tanto, los precios se fijarán analizando los costos de comercialización y teniendo en cuenta los precios de la competencia.

2.8.3. Estrategia de distribución

En la distribución de los vehículos usados, se definen dos estrategias que se fijan tanto en el proceso de compra como en la forma de venta al cliente, por lo tanto se detallan las siguientes estrategias:

Estrategia de aplazamiento: El cliente mira el vehículo, analiza las ventajas al poder tenerlo y luego reserva la unidad la cual queda automáticamente fuera del proceso de venta a futuros clientes, en ese lapso de reserva el cliente podrá decidir si lo compra al contado o encuentra una fuente mejor de financiamiento para adquirir la unidad sea esta mediante una financiera, crédito directo de la concesionaria o una entidad bancaria.

Estrategia selectiva: Se colocarán división de vehículos usados en agencias donde se concentre mayor afluencia de clientes y donde se muestren índices de aquellos clientes que no lograron concretar la venta por los precios elevados en vehículos nuevos, para determinar en qué agencias se logrará una mejor posición se tomará la siguiente acción:

- Al momento de realizar la devolución de la reserva indicar el motivo por la que desiste del negocio.
- Elaborar un informe de los créditos negados indicando el monto solicitado y el límite pre-aprobado.
- Elección del canal:

Se proporcionará los siguientes servicios:

- Asesoramiento completo al mostrar un vehículo invitando al cliente a manifestar su necesidad de requerir una unidad y mostrarle las mejores alternativas.
- Proporcionar seguridad y garantía de retorno de la unidad si esta presenta fallas.
- Facilitar un programa de mantenimientos para mantener el vehículo en óptimas condiciones.

¿Cuáles son los puntos de venta más acordes para el producto?
 Concesionarias situadas en zonas céntricas de fácil acceso como la avenida Fco. De Orellana.

- Establecer objetivos:

- Tamaño del lote de compras

Los vehículos serán vendidos en unidades, que comprenden: Vehículos dejados como parte de pago por un vehículo nuevo (entrada), y vehículos por pago en efectivo.

Para los futuros compradores se pueden dar las siguientes modalidades:

- Al contado
- Crédito directo
- Financieras y entidades bancarias

- Tiempo de espera y de entrega

De acuerdo a la modalidad se establecen los siguientes tiempos:

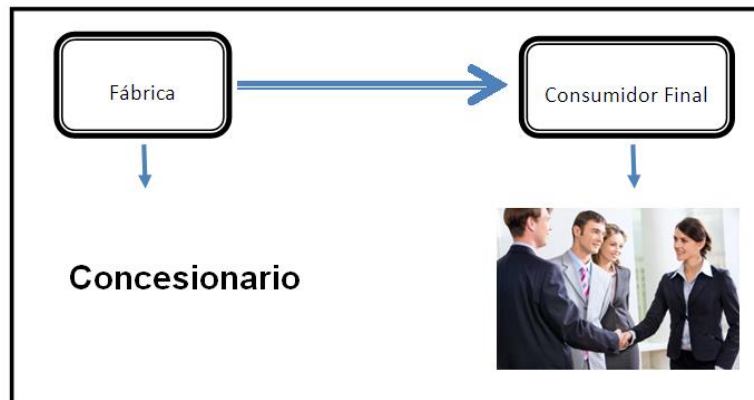
- Al contado (1 día)
- Crédito directo (3 días)
- Financieras y entidades bancarias (7 días)

- Variedad de productos

Autos y camionetas usadas de las marcas: Chevrolet, Toyota, Mazda, y Hyundai.

- Servicios de apoyo
 - Servicio de taller y repuestos.
 - Respaldo de calidad y compromiso con el cliente ofreciendo unidades en perfectas condiciones
 - Servicio de trámites legales como cambio de propietario y verificación de probables antecedentes del vehículo.
- Diseño del canal

Figura 5. Diseño del canal



Fuente: Presente estudio de mercado

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 26 de junio del 2013

- Comunicación
 - Actividades Pull
 - Mantenimiento de control preventivo gratis como incentivo para ingreso de unidades al taller.
 - Descuentos especiales por compra de contado
- Margen en el canal
 - Precio estimado y margen en cada intermediario

El precio será determinado por el mercado en base a la marca, modelo año del vehículo y motor, la estrategia estará en la negociación que se lleve a cabo cuando se compra el vehículo

usado siempre tratando de ofertar lo mínimo para así tener mayor rentabilidad al venderlo, se tomará como base el 20% sobre el costo como máximo a ganar.

2.8.4. Estrategia de promoción

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

Créditos: Por cuanto al realizar conversaciones con los asesores en la comercialización de vehículos usados, se informará sobre los requisitos para el otorgamiento de créditos directos o a través de tarjetas de crédito, y crédito financiero que permita tener mayor accesibilidad a los vehículos en los cuales se detallan:

Crédito Directo. Para que el cliente acceda a un crédito directo, es necesario que presente una copia del rol de pagos o un certificado patronal que indicará el sueldo que percibe, también dirección tanto del lugar de trabajo como de la residencia. Una vez aprobado lo antes solicitado, el cliente debe dar una entrada del 30% del total de la compra, con un plazo máximo de 12 meses.

Crédito Financiero. Para poder comercializar los vehículos usados se buscara las alianzas estratégicas con las diferentes entidades financieras las cuales ofertaran sus servicios a todos los clientes de la empresa. Para este tipo de financiamiento el cliente tiene que dar un porcentaje de entrada del valor del vehículo a comprar, el cual será de 30% mínimo y el resto se lo financiará la institución financiera.

Crédito mediante tarjetas. En el caso de mantenimiento en el servicio de postventa el cliente tendrá la opción de cancelarlo con la tarjeta de su preferencia de acuerdo al plazo que más le convenga.

2.9. Plan de ventas

En la presente sección se determina el número de unidades a vender, además de acoplar el nivel de ventas de acuerdo a la rotación de inventario manifestada en el punto 1.3.4 del estudio de mercado:

2.9.1. Costo:

En vista de la variedad de marcas existentes en el parque automotor de la ciudad, se clasifica al inventario de vehículos de acuerdo al precio de toma de la unidad, donde cada vehículo usado en la concesionaria se lo reconocerá de acuerdo al siguiente orden:

Tabla 24. Clasificación de vehículos usados en base a precios

VEHÍCULO TIPO A	0,00 a 10,000.00
VEHÍCULO TIPO B	11,000 a 20,000.00
VEHÍCULO TIPO C	21,000 a 30,000.00
VEHÍCULO TIPO D	21,000 a 50,000.00

Fuente: Presente estudio de mercado

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 30 de junio del 2013

En cuanto a la capacidad instalada se fija en 12 vehículos para exhibición, la misma que estará en función de las preferencias del consumidor detallado en la pregunta 2 de la encuesta.

Tabla 25. Cálculo del costo de los vehículos usados

COSTO								
CAPACIDAD INSTALADA		12						
DESCUENTO EN CADA TOMA								
VEHICULO TIPO A		15%						
VEHICULO TIPO B		12%						
VEHICULO TIPO C		10%						
VEHICULO TIPO D		8%						
TIPO DE VEHICULO	RANGO DE PRECIO DE REFERENCIA	CANTIDAD DE REFERENCIA EN LA ENCUESTA	PARTICIPACIÓN	UNIDADES A COMPRAR	INVENTARIO	ROTACIÓN POR LA VENTA	UNIDADES PROVISIONADAS A VENDER	INVERSIÓN EN COSTO
	SEDAN	63						
VEHICULO TIPO A	0,00 a 10,000.00	27	15%	2	\$ 15.750,00	4,00	7	\$ 63.000,00
VEHICULO TIPO B	11,000 a 20,000.00	26	15%	2	\$ 31.058,82	4,00	7	\$ 124.235,29
VEHICULO TIPO C	21,000 a 30,000.00	5	3%	0	\$ -		0	\$ -
VEHICULO TIPO D	21,000 a 50,000.00	4	2%	0	\$ -		0	\$ -
	CAMIONETA	115						
VEHICULO TIPO A	0,00 a 10,000.00	8	4%	1	\$ 4.500,00	2,50	1	\$ 11.250,00
VEHICULO TIPO B	11,000 a 20,000.00	47	26%	3	\$ 55.905,88	2,50	8	\$ 139.764,71
VEHICULO TIPO C	21,000 a 30,000.00	47	26%	3	\$ 85.764,71	2,50	8	\$ 214.411,76
VEHICULO TIPO D	21,000 a 50,000.00	13	7%	1	\$ 40.588,24	2,50	2	\$ 101.470,59
		178		12	\$ 233.567,65		33	654.132,35
TOTAL COSTO DE VENTA	654.132,35							

Fuente: Presente estudio de mercado
Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán
Fecha: 30 de junio del 2013

Se toma en cuenta que la cantidad de venta está en función al comportamiento de la encuesta, no se incluye el costo de la reparación pues ese valor lo cancela el proveedor que deja la unidad previo a convenio antes de que el automotor sea tomado por la concesionaria, además intervienen factores como la aplicación de créditos tanto con financieras, crédito directo y venta de contado; el limitante se encuentra en la capacidad instalada de la compañía en vender unidades y que se irá incrementando en base a la rotación de inventario que aumentará con la publicidad y marketing de las unidades usadas.

Los costos de unidades son descontados del precio máximo de cada rango para asegurar que la variación que haya en inversión sea de cero; toda unidad adquirida por debajo del rango máximo se considera como un costo no utilizado y que ayudará a adquirir un vehículo más para el inventario e incrementar las ventas en el estado de resultados.

2.9.2. Ventas:

El precio lo determina el mercado y en base al referente tomado en la página especialista en valoración de usados “Autos Ecuador” (2013), se fijó descuentos en cada toma lo que determina que la forma de calcular el precio de venta se fija con la siguiente fórmula:

Precio de Venta= Costo de toma de unidad + Porcentaje de descuento por toma.

Tomando en base al presupuesto de costo de la misma, se prevé que mensualmente se establezca el siguiente escenario:

Tabla 26. Cálculo de las ventas de los vehículos usados

VENTAS			
DESCUENTO EN CADA TOMA			
VEHÍCULO TIPO A	15%		
VEHÍCULO TIPO B	12%		
VEHÍCULO TIPO C	10%		
VEHÍCULO TIPO D	8%		

TIPO DE VEHÍCULO	RANGO DE PRECIO DE REFERENCIA	INVERSIÓN EN COSTO	VENTAS MENSUALES
	SEDAN		
VEHÍCULO TIPO A	0,00 a 10,000.00	\$ 63.000,00	\$ 72.450,00
VEHÍCULO TIPO B	11,000 a 20,000.00	\$ 124.235,29	\$ 139.143,53
VEHÍCULO TIPO C	21,000 a 30,000.00	\$ -	\$ -
VEHÍCULO TIPO D	21,000 a 50,000.00	\$ -	\$ -
	CAMIONETA		
VEHÍCULO TIPO A	0,00 a 10,000.00	\$ 11.250,00	\$ 12.937,50
VEHÍCULO TIPO B	11,000 a 20,000.00	\$ 139.764,71	\$ 156.536,47
VEHÍCULO TIPO C	21,000 a 30,000.00	\$ 214.411,76	\$ 235.852,94
VEHÍCULO TIPO D	21,000 a 50,000.00	\$ 101.470,59	\$ 109.588,24
			\$ 726.508,68

TOTAL VENTAS MENSUALES	\$ 726.508,68
------------------------	---------------

Fuente: Presente estudio de mercado
Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán
Fecha: 30 de junio del 2013

Como se determinó en el costo, al tomar las variables tanto de preferencia y de capacidad instalada se estima vender 33 unidades mensuales, por lo que se puede decir que dicha cantidad es la óptima tanto en aceptación del mercado como en utilización eficiente del espacio disponible en exhibición.

La diferencia de las ventas mensuales y el costo de venta calculado dan como resultado la utilidad bruta en ventas que mensualmente obtiene la división de vehículos usados:

UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	72.376,32
--------------------------	-----------

La misma que soportará los gastos ocasionados por el personal y algún otro dividendo que intervenga en la normal operación de las transacciones.

3. Capítulo estudio organizacional

Para establecer con que personal y cómo dividir las tareas para que se adapten a los departamentos ya en funcionamiento de la concesionaria y siguiendo la finalidad de satisfacción del cliente, en base a la filosofía del libro de Robbins este capítulo responde a los siguientes objetivos:

- Dividir las tareas de la organización en puestos de trabajo
- Agrupar las tareas comunes en departamentos para que puedan coordinar entre ellas.
- Definir la cadena de mandos.
- Determinar el número de empleados y perfil de cada uno.
- Identificar como se manejará la organización en base a autorización de decisiones.
- Definir la estructura organizacional que regirá en la división de vehículos usados y remuneración.

3.1. Cadena de mando

La filosofía de Robbins nos define a la cadena de mando como:

Stephen (2004), "Línea continua de autoridad que se extiende de la parte superior de la organización hasta el último escalafón y aclara quién reporta a quién".

En vista de un controlador o delegado que se responsabilice del correcto manejo de la división usados garantizando la ganancia oportuna y tratamiento puntual de los problemas se define un Gerente de Vehículos Usados, además por la variedad de especialidades que va a manejar la división se fija un Jefe de departamento 1 y departamento 2 definidos su finalidad en el punto 3.3

Dado que se muestra actividades comerciales como técnicas, las dos distintas en entre ellas, por lo que se aplica la estructura funcional de manera que cada jefa tenga autoridad y maneje alguna inquietud que tenga su equipo

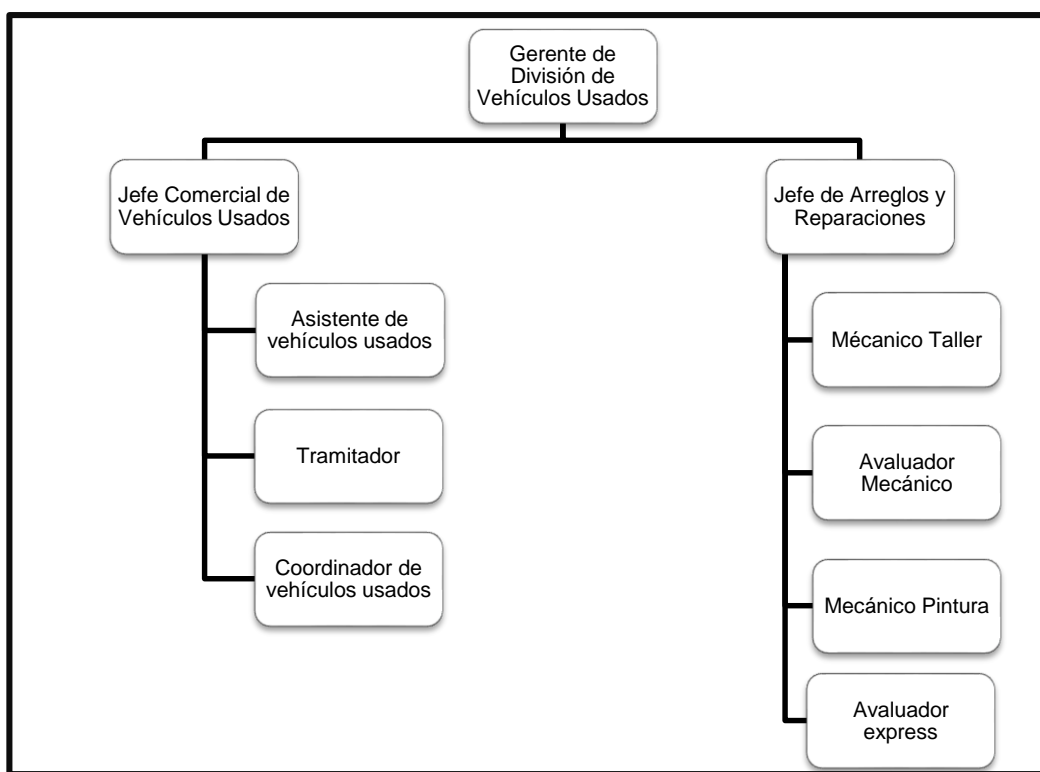
especializado en las tareas diarias, por ello se establecen dos tipos de especialidades en la división de vehículos usados:

Departamento 1: Atiende los aspectos comerciales, administrativos y legales.

Departamento 2: Atiende los aspectos técnicos y reparaciones de las unidades compradas.

A continuación se presenta la estructura a aplicar:

Gráfico 13: Organigrama de la división de vehículos usados



Fuente: Presente estudio organizacional

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 1 de junio del 2013

3.2. Perfil y número de empleados

La división de vehículos usados tiene como tarea garantizar el proceso de compra de vehículos usados de manera que se ofrezca una unidad en excelentes condiciones y de acuerdo a las preferencias y necesidad del consumidor para ello se pide lo siguiente:

- a) Inspeccionar la unidad al momento de adquirir la compra de la unidad usada.
- b) Negociar la adquisición a un precio en base a los arreglos de la unidad y que genere una utilidad al momento de la venta.
- c) Garantizar que la unidad se adquiera con todos los aspectos legales en regla.
- d) Reparar y arreglar cualquier desperfecto detectado al momento de comprar la unidad.
- e) Valorizar la inversión de reparo de la unidad y establecer el tiempo para que esté disponible en el inventario para la venta.
- f) Mostrar a consumidor las ventajas y características del automotor para la venta.
- g) Poner en regla aspectos legales que deriven para que el nuevo dueño de la unidad circule libremente por todo el territorio nacional.
- h) Procesar la venta de acuerdo a los estatus que determina el Servicios de Rentas Internas y emitir los respaldos correspondientes.

3.2.1. Perfil

La especialidad requerida para atender de manera oportuna al cliente conlleva a fijar características que debe poseer el equipo de trabajo de la división, a continuación se determina las tareas a realizar y el talento que requiere cada plaza de trabajo:

Gerente de vehículos usados

Perfil

Nivel Académico: Título de tercer nivel en Administración de Empresas

Sexo: Indistinto.

Edad: 38 años en adelante

Idioma: Español e inglés avanzado.

Experiencia: Más de 4 años manejando personal, incursión en estrategia de ventas.

Objetivo: Garantizar que los recursos otorgados para el funcionamiento de la división de vehículos usados se utilicen con eficiencia y eficacia reportando las ventas generadas de manera mensual.

Funciones:

- Reportar a la Gerencia General las ventas y costos generados en el mes así como el rendimiento en base a tareas de cada uno de los integrantes de la organización.
- Resolver problemas puntuales generados ya sea en la venta o compra de una unidad usada.
- Establecer la meta mensual de venta de unidades usadas y la correcta exhibición de los mismos.
- Realizar evaluaciones mensuales sobre cumplimiento a los jefes del departamento comercial y reparaciones.
- Controlar el tiempo de permanencia en el inventario de las unidades de vehículo usado.

Departamento 1

Jefe comercial de vehículos usados

- **Perfil**
 - **Nivel Académico:** Superior en Administración de Empresas o Ingeniería Comercial
 - **Sexo:** Indistinto
 - **Edad:** 28 años en adelante
 - **Idioma:** Español e Inglés intermedio.
 - **Experiencia:** Más de 5 años en instituciones similares o con relaciones afines
- **Objetivo:**

Desarrollar, dirigir y administrar la unidad de vehículos usados, analizando una óptima rotación de inventario, aprovechando

oportunidades de compra logrando márgenes de acuerdo a los objetivos comerciales.

- **Funciones**

- Analizar las formas de mejora continua de la División de Vehículos Usados.
- Asegurar que la venta y compra de las unidades se hagan conforme a los procedimientos establecidos.
- Desarrollar servicios que mejoren el trato con el cliente centrándose en la satisfacción completa al momento de negociar la compra o venta de la unidad usada.
- Elaborar el presupuesto anual y el plan general de actividades de la División.
- Evaluar la eficiencia y eficacia de su personal determinando fuertes y falencias al poner en práctica los procesos.

Asistente de vehículos usados

- **Perfil**

- **Nivel Académico:** Cursando estudios superiores en Administración de Empresas
- **Sexo:** Indistinto
- **Edad:** 20 años en adelante.
- **Idioma:** Español
- **Experiencia:** Más de 1 año en cargos similares o trabajos afines

- **Propósito principal del puesto**

Apoyar la gestión y administración del Jefe de comercial de Usados así como la logística del ingreso, reparación y venta de la unidad.

Funciones

- Ingresar al inventario el vehículo usado en el sistema en base al precio de toma indicado por el Jefe de Usados

- Supervisar la labor del tramitador de vehículos Usados.
- Mantener un informe de las tomas y negociaciones efectuada por el Avaluador express.
- Verificar la documentación estipulada cuando se realiza la toma de la unidad comprada.
- Soportar la gestión del jefe inmediato.

Coordinador de vehículos usados

- **Perfil**

- **Nivel Académico:** carreras afines a mecánica automotriz y comercial
- **Sexo:** Indistinto
- **Edad:** 23 a 35 años
- **Experiencia:** 2 años (ventas, asesores de servicios, peritos en siniestro)

- **Propósito principal del puesto**

Revisar los reportes novedades vehículos usados, autorizar ingresar el vehículo a talleres, revisar el diagnóstico del taller, mantener informado a la administración del estado actual de los vehículos que se encuentren en los talleres.

- **Funciones**

- Realizar campañas de mercadeo
- Dirigir procesos comerciales, negociaciones, avalúos,
- Excelente actitud de servicio al cliente,
- Seguimiento a trámite de pagos de los clientes que aceptaron la negociación.
- Traslado de vehículos para exhibición y eventos

Tramitador

- **Perfil**

- **Nivel Académico:** técnico en carreras administrativas.
- **Sexo:** Indistinto
- **Edad:** 23a 35 años
- **Experiencia:** 2 años en trámites de vehículos

- **Propósito principal del puesto**

Realizar todo tipo de Trámites de Vehículos y Notariales.

- **Funciones**

- Realizar los trámites de matrícula con la CTE a fin de garantizar la propiedad de la parte adquiriente del automotor.
- Gestionar pagos a las instituciones pertinentes para ejecutar el trámite de cambio de propietario.

Departamento 2

Jefe de arreglos y reparaciones

- **Perfil**

- **Nivel Académico:** Titulado de las carreras de Ingeniería Industrial, Administración o Ingeniería de transportes.
- **Sexo:** Indistinto
- **Edad:** 28 años en adelante
- **Idioma:** Español e Inglés intermedio
- **Experiencia:** mínima de 4 años en cargos operaciones.

- **Propósito principal del puesto**

Planificar las actividades de la división bajo su responsabilidad, controlando, coordinando y supervisando el mantenimiento y reparación de los vehículos, a fin de garantizar un buen funcionamiento.

- **Funciones**

- Supervisar el estado de los vehículos y la vestimenta del personal, tomando acciones correctivas.
- Controla el mantenimiento y las reparaciones realizadas a los vehículos.
- Garantizar el checklist de todos los despachos, de acuerdo al procedimiento.
- Garantizar que los procesos de distribución cumplan con el marco legal.
- Supervisar el plan de mantenimiento.
- Presentar propuestas de mejora.
- Funciones Designadas por el Gerente General Adjunto
- Distribuye el trabajo del personal a su cargo.

Avaluador express

- **Perfil**

- **Nivel Académico:** profesional en Ingeniería mecánica o áreas afines, Tecnólogo en mecánica automotriz o afines.
- **Sexo:** Indistinto
- **Edad:** 23 a 35 años
- **Experiencia:** de 4 años mínimo en avalúo de vehículos usados multimarcas.

- **Propósito principal del puesto**

Garantizar que las condiciones técnicas, exteriores y generales del automotor que se va a retomar cumplen con los parámetros de funcionamiento y calidad de la empresa, informando sobre los daños a concretarse para que esté disponible a la venta.

- **Funciones**

- Realizar avalúos técnicos que sean solicitados, desarrollando un informe del estado mecánico vehículo.(superficial)

- Toma de vehículos usados.
- Garantizar la disponibilidad de la unidad para la venta.
- Informar sobre los daños existentes en la unidad a comprar.
- Inspeccionar las exhibiciones de autos usados para evitar desperfectos al mostrar la unidad a los clientes.

Mecánico

- **Perfil**

- **Nivel Académico:** profesional en Ingeniería mecánica o áreas afines, Tecnólogo en mecánica automotriz o afines.
- **Sexo:** Indistinto
- **Edad:** 23 a 35 años
- **Experiencia:** de 4 años mínimo en avalúo de vehículos usados multimarcas.

- **Propósito principal del puesto**

Perito especialista en Identificación y Avalúo de Automotores, verificación de reparación, inspección general de vehículos, confirmando el estado de la seguridad activa y pasiva de los mismos.

- **Funciones**

- Realizar avalúos técnicos que sean solicitados, desarrollando un informe del estado mecánico y eléctrico del vehículo.
- Realizar mantenimientos básicos y reparaciones menores de los vehículos.
- Realizar una entrega efectiva acorde a los lineamientos de los concesionarios.
- Coordinar y hacer control de calidad de las reparaciones e instalación de accesorios con los talleres y proveedores externos.

Mecánico pintura

- **Perfil**

- **Educación:** Técnico Mecánico Automotriz
- **Sexo:** Masculino
- **Edad** entre 25 y 35 años
- **Experiencia:** 1 año mínima comprobada

- **Propósito principal del puesto**

Realizar arreglos de estética exterior de las unidades empleado materiales que mejoren el aspecto y acabado de las mismas.

- **Funciones**

- Pintura y enderezada
- Alineación y Balanceo de llantas
- Mecánica Automotriz en general

3.2.2. Número de empleados

Después de determinar las necesidades y el perfil que demanda el funcionamiento de la división de vehículos usados se establece la siguiente nómina:

Tabla 27. Personal del área de vehículos usados

Nómina	Cantidad
Gerente de División de Vehículos Usados	1
Jefe Comercial de Vehículos Usados	1
Jefe de arreglos y reparaciones	1
Asistente de Vehículos Usados	1
Mecánico Taller	1
Coordinador de vehículos usados	1
Avaluador Express	1
Tramitador	1
Mecánico Pintura	1

Fuente: Presente estudio organizacional

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 1 de junio del 2013

En total esta división requiere para su funcionamiento 9 personas, las mismas que se incluirán en el plan de gastos administrativos.

3.3. Toma de decisiones

Como requerimiento a las necesidades tanto en la opción de compra como de venta se prevé que las decisiones sean tomadas basadas en adquirir una unidad a bajo costo y venderla a un precio aceptable al consumidor y así tener una rentabilidad aceptable; por ello existen Jefes departamentales en los tramos que conforman la División de vehículos usados, según la filosofía de Robbins (2004), existe un forma de administrar este tipo de escenarios denominado “administración centralizada”, la define como:

“Grado en que la toma de decisiones está concentrada en un solo punto de la organización”

Razón por la cual se aplica este conocimiento que estará sujetas tanto para toma como precio de venta al jefe correspondiente de cada departamento, de manera que se garantice lo que la concesionaria quiere conseguir con la

implementación de la División de vehículos usados “obtener un rendimiento y dar un servicio de garantía”

3.4. Plan de remuneración

En base al organigrama propuesto en la división de vehículos usados, se fijan las siguientes políticas de pago para el personal que integrará la misma:

- **Gerente de la División Usados.-** Se determina un sueldo mensual de \$2000,00 en su base al grado de responsabilidad y recibirá una bonificación mensual de 1000,00 por evaluaciones mensuales en base al rendimiento de la división
- **Jefe de Comercial Usados y Jefe de Arreglos y Reparación.-** Serán evaluados con una base determinada por un salario básico unificado más el \$100 por unidad vendida en caso del jefe comercial y \$100 por unidad reparada y sin problemas para el jefe de arreglos y reparación.
- **Asistente de vehículos usados.-** Recibirá un sueldo fijo de \$500,00
- **Tramitador.-** recibirá un sueldo fijo de \$400,00
- **Avaluador Express.-** Por el peritaje técnico su sueldo se estima en \$900,00 fijo mensual.
- **Mecánico Taller.-** Recibirá un salario básico más un \$50 por unidad reparada.
- **Coordinador de vehículos usados.-** Sueldo comprendido de \$600,00 más \$70 por unidad vendida
- **Mecánico Pintura.-** Salario de \$500

4. Marco legal

En el presente capítulo se establecen los lineamientos legales que actualmente están vigentes para la compra y venta de vehículos usados, con lo cual se busca lo siguiente:

- Determinar que rubros se deben pagar por concepto de cambio de propietario.
- Conocer las obligaciones legales con los trabajadores.
- Plazos estipulados por la CTE para matricular un vehículo usado.

4.1. Estructura legal

La división de vehículos usados delimita a ofrecer los siguientes servicios:

- Compra-venta de vehículos usados
- Prestación de servicios de diagnóstico de los vehículos para la compra-venta.
- Servicios de mecánica

Actividades que se efectuarán de acuerdo a las normas legales vigentes aplicables a este negocio y que son manejadas por la empresa con la venta de vehículos nuevos.

4.2. Ámbito laboral

Las personas que constituirán la división de vehículos usados percibirán un sueldo mensual que se fijará cumpliendo las disposiciones establecidas en el Código de Trabajo (2005), Art. 2, #2: El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

En relación al tipo de contrato a celebrar, se estipula un contrato fijo con tiempo de duración de un año previo a una evaluación anual, del cual se definirá su

vencimiento indefinido; en su contratación estarán contemplados todos los beneficios de ley de acuerdo al Código de Trabajo (2005), según los siguientes artículos:

Art. 69.- Vacaciones anuales.- Todo trabajador tendrá derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de descanso, incluidos los días no laborables.

Los trabajadores que hubieren prestado servicios por más de cinco años en la misma empresa o al mismo empleador, tendrán derecho a gozar adicionalmente de un día de vacaciones por cada uno de los años excedentes o recibirán en dinero la remuneración correspondiente a los días excedentes.

El trabajador recibirá por adelantado la remuneración correspondiente al período de vacaciones.

Art. 97.- Participación de trabajadores en utilidades de la empresa.- El empleador o empresa reconocerá en beneficio de sus trabajadores el quince por ciento (15%) de las utilidades líquidas. Este porcentaje se distribuirá así:

El diez por ciento (10%) se dividirá para los trabajadores de la empresa, sin consideración a las remuneraciones recibidas por cada uno de ellos durante el año correspondiente al reparto y será entregado directamente al trabajador.

El cinco por ciento (5%) restante será entregado directamente a los trabajadores de la empresa, en proporción a sus cargas familiares, entendiéndose por éstas al cónyuge o conviviente en unión de hecho, los hijos menores de dieciocho años y los hijos minusválidos de cualquier edad.

Art. 111.- Derecho a la décima tercera remuneración o bono navideño.- Los trabajadores tienen derecho a que sus empleadores les paguen, hasta el veinticuatro de diciembre de cada año, una remuneración equivalente a la doceava parte de las remuneraciones que hubieren percibido durante el año calendario.

Art. 113.- Derecho a la décima cuarta remuneración.- Los trabajadores percibirán, además, sin perjuicio de todas las remuneraciones a las que actualmente tienen derecho, una bonificación adicional anual equivalente a una remuneración básica mínima unificada para los trabajadores en general y una remuneración básica mínima unificada de los trabajadores del servicio doméstico, respectivamente, vigentes a la fecha de pago, que será pagada hasta el 15 de abril en las regiones de la Costa e Insular; y, hasta el 15 de septiembre en las regiones de la Sierra y Oriente. Para el pago de esta bonificación se observará el régimen escolar adoptado en cada una de las circunscripciones territoriales.

Además estarán afiliados al Instituto de Seguridad Social según la Ley de Seguridad Social (2001), en su artículo 73 dice: El empleador está obligado, bajo su responsabilidad y sin necesidad de reconvención, a inscribir al trabajador o servidor como afiliado del Seguro General Obligatorio desde el primer día de labor, y a remitir al IESS el aviso de entrada dentro de los primeros quince días. El empleador dará aviso al IESS de la modificación del sueldo o salario, la enfermedad, la separación del trabajador, u otra novedad relevante para la historia laboral del asegurado, dentro del término de tres días posteriores a la ocurrencia del hecho.

4.3. Permisos de operación

Se procederá a tramitar los permisos correspondientes:

- Tasa de Habilitación Municipio, según las Ordenanzas Municipales que regula la emisión de la Tasa de Habilitación y Control de actividades económicas en establecimientos (2012), en su art. 1 dice, toda persona natural, jurídica o sociedad de hecho que ejercen habitualmente actividades económicas, en establecimientos de cualquier índole, dentro del cantón Guayaquil, están obligadas a pagar la Tasa de Habilitación y Control.

- Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos, según el Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección contra Incendios (2008), en su art. 335 dice, para proyectos de ampliación, modificación o cambio de uso, el visto bueno se tramitara previa la inspección por parte del área técnica del Departamento de Prevención del Cuerpo de Bomberos, quien verificara la actualización de los planos de estudios especiales para extender informe visto bueno de planos para edificación o resello de ser el caso.
- Patente Municipal, según la Ley Orgánica de Régimen Municipal (2005), en su art. 364 dice, están obligados a obtener la patente y, por ende, el pago del impuesto de que trata el artículo anterior, todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico. Y en su art. 365 dice, para ejercer una actividad económica de carácter comercial o industrial se deberá obtener una patente, anual, previa inscripción en el registro que mantendrá, para estos efectos, cada municipalidad. Dicha patente se deberá obtener dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en el que se inician esas actividades, o de los treinta días siguientes al día final del mes en que termina el año.

4.4. Requisitos para vender un vehículo usado

Cuando se haya adquirido un vehículo usado mediante contrato de compra venta, deberá registrar el contrato de compra venta en el SRI y pagar el impuesto del 1% a la compra venta de vehículos usados en cualquier Institución Financiera autorizada, según el Reglamento del Impuesto Anual a los Vehículos Motorizados (2001) en su artículo 5.

4.4.1. Proceso para el registro y pago del impuesto del 1%

- Cuando se realice una compra de un vehículo usado deberá verificar que se encuentre matriculado y cancelado el valor del impuesto fiscal a la propiedad de los vehículos.
- Una vez pactada la compra venta del vehículo usado, se deberá firmar el contrato respectivo que deberá ser legalizado ante notario o juez.
- El contrato legalizado deberá ser registrado en cualquier agencia del SRI a nivel nacional presentando todos los requisitos.
- El valor a pagar será el 1% del valor registrado en el contrato de compra venta, el mismo que no podrá ser inferior al 1% del avalúo del vehículo registrado en el SRI.
- Luego de registrado el contrato en el SRI, deberá cancelar el 1% en cualquier Institución Financiera autorizada. Para el pago de este impuesto tiene un plazo de 30 días contados desde la fecha de legalización del contrato, si lo realiza posterior a los 30 días, deberá cancelar, conjuntamente con el impuesto, intereses por cada mes o fracción de mes de retraso.

4.4.2. Requisitos

- Presentación del original y entrega de una copia simple del contrato de compra venta debidamente legalizado con reconocimiento de firmas del vendedor y del comprador. En el contrato deberá encontrarse especificado el valor de la compra venta, fecha, características del vehículo como placa, chasis, marca, modelo, año del vehículo, país de procedencia (si el vehículo es nuevo, registrar solo el número de chasis), de igual manera deberá identificar a las partes: vendedor/es y comprador/es.
- Presentación de la cédula original y entregar una copia a color de la cédula del comprador/es. En caso de varios contratos se presentarán las copias de las cédulas de todos los compradores.

- Original y Copia de:
 - Si el vehículo es usado: Matrícula del periodo inmediato anterior
 - Si el vehículo es nuevo:
 - Factura, si es comprado en el mercado nacional, o
 - CAMV (Certificado de Aduana para Matriculación Vehicular) si el vehículo es importado por el propietario antes de septiembre del 2006, o
 - Declaración Aduanera Única (DAU), si es importado por el propietario posterior a septiembre de 2006.
 - Presentación del certificado de votación del comprador o compradores.
 - En caso de que el contrato sea presentado por un tercero, deberá presentar la carta de autorización, original y copia de cédula y original del certificado de votación del tercero.
 - En caso de que el comprador desee pedir una exoneración y el vehículo es nuevo, verificar en la factura si fue adquirido con contrato con reserva de dominio o fideicomiso de garantía, de ser así: copia de la cancelación del crédito o escritura de terminación del fideicomiso, respectivamente.

4.4.3. Plazos para el pago del impuesto

Según el Reglamento del Impuesto Anual a los Vehículos Motorizados (2001) en su artículo 10, el período ordinario para el pago del Impuesto a la Propiedad de los Vehículos y del Impuesto Ambiental a la Contaminación Vehicular comprende del 10 de enero hasta el último día hábil de cada mes, de acuerdo a los siguientes calendarios:

Tabla 28. Plazos para el pago del impuesto

Mes	Último dígito de placa
Febrero	1
Marzo	2
Abril	3
Mayo	4
Junio	5
Julio	6
Agosto	7
Septiembre	8
Octubre	9
Noviembre	0

Fuente: Comisión de Tránsito del Ecuador

Elaborado por: Servicio de Rentas Internas

Fecha: 5 de junio del 2009

4.4.4. Pago de matrícula y proceso de matriculación

El valor de la matrícula incluye varios rubros que se pagan como requisito para la matriculación de un vehículo. Estos rubros recaudados son transferidos a los distintos partícipes, los mismos que se detallan a continuación:

Tabla 29. Rubros

Rubro	Correspondiente a:
Impuesto a la propiedad de Vehículos Motorizados de Transporte Terrestre	Administrado por el SRI
Impuesto Ambiental a la Contaminación Vehicular	Administrado por el SRI
Tasa por matriculación	Agencia Nacional de Tránsito A.N.T., o Comisión de Tránsito del Ecuador C.T.E.
Impuesto al Rodaje	Municipio del cantón de matriculación correspondiente. En caso de no existir convenio de recaudación con el SRI, se pagará directamente en el Municipio
Tasa	Junta de Beneficencia de Guayaquil solo a vehículos de la provincia del Guayas

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Servicio de Rentas Internas

Fecha: 14 de enero del 2009

Según el Código Orgánico de Ordenamiento Organización Territorial, Autonomías y Descentralización (2010), en su art. 539 dice, para el cálculo del Impuesto al Rodaje se utiliza la siguiente tabla de cálculo en la que se establecerá la tarifa respectiva según el avalúo vehicular:

Tabla 30. Tarifa según el avalúo vehicular

BASE IMPONIBLE		TARIFA USD
(avalúo vehicular)		
Desde USD	Hasta USD	
0	1000	0
1001	4000	5
4001	8000	10
8001	12000	15
12001	16000	20
16001	20000	25
20001	30000	30
30001	40000	50
40001	En adelante	70

Fuente: www.sri.gob.ec

Elaborado por: Código Orgánico de Ordenamiento Organización Territorial, Autonomías y Descentralización.

Fecha: 19 de octubre de 2010.

4.4.5. Pasos Para Obtener La Matrícula Vehículo Usado

Los vehículos ya matriculados deberán realizar el pago del impuesto cada año, en cualquier Institución Financiera que mantenga convenio con el SRI, para lo cual se deberá presentar la matrícula del vehículo.

En caso de que el propietario del vehículo tenga derecho a una exoneración, reducción o rebaja, deberá realizar el trámite correspondiente previo al pago de la matrícula. De igual forma, si existe una transferencia de dominio, deberá registrarse en el Servicio de Rentas de Internas previo al proceso de matriculación.

Una vez cancelados los valores, el propietario del vehículo procederá con la matriculación del mismo en la respectiva Institución de Tránsito presentando

la matrícula, el comprobante de pago y demás requisitos establecidos por la Institución de Tránsito.

4.4.6. Periodos De Matriculación O Revisión Vehicular

Los propietarios de vehículos particulares deberán realizar el proceso de matriculación o revisión vehicular respectiva, hasta el mes que le corresponda de acuerdo al último dígito de la placa, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 31. Periodo de matriculación

Mes	Último dígito de placa
Enero	Todas
Febrero	Vehículos de placas terminadas en 1
Marzo	Vehículos de placas terminadas en 2
Abril	Vehículos de placas terminadas en 3
Mayo	Vehículos de placas terminadas en 4
Junio	Vehículos de placas terminadas en 5
Julio	Vehículos de placas terminadas en 6
Agosto	Vehículos de placas terminadas en 7
Septiembre	Vehículos de placas terminadas en 8
Octubre	Vehículos de placas terminadas en 9
Noviembre	Vehículos de placas terminadas en 0

Fuente: Comisión de Tránsito del Ecuador

Elaborado por: Servicio de Rentas Internas

Fecha: 5 de junio del 2009

4.5. Comercializadores

Los comercializadores deberán ingresar la información de los vehículos vendidos a través del Internet en el Sistema de Matriculación Vehicular, para lo cual deberán solicitar la clave de acceso para uso de los medios electrónicos.

4.6. Impuesto ambiental a la contaminación vehicular

Conforme la Ley de Fomento Ambiental y Optimización de los Ingresos del Estado (2011), este impuesto grava a la contaminación del ambiente producida por el uso de vehículos motorizados de transporte terrestre.

4.6.1. Sujeto activo:

Quien cobra el impuesto. El Estado Ecuatoriano administrado por el SRI.

4.6.2. Sujeto pasivo

Quien paga el impuesto. Todo propietario de vehículos motorizados de transporte terrestre.

4.6.3. Cálculo de impuesto ambiental

La fórmula para calcular el IACV es la siguiente: $IACV = [(b - 1500) t] (1+FA)$

Donde:

Tabla 32. Cilindraje

No.	Tramo cilindraje - Automóviles y motocicletas (b)*	\$ / cc. (t)*
1	Menor a 1.500 cc	0.00
2	1.501 - 2.000 cc	0.08
3	2.001 - 2500 cc	0.09
4	2.501 - 3.000 cc	0.11
5	3.001 - 3.500 cc	0.12
6	3.501 - 4.000 cc	0.24
7	Más de 4.000 cc	0.35

Fuente: Ley De Fomento Ambiental y Optimización De Los Ingresos Del Estado

Elaborado por: Ley De Fomento Ambiental y Optimización De Los Ingresos Del Estado

Fecha: diciembre 2011.

*b= base imponible (cilindraje en centímetros cúbicos)

*t= valor de imposición específica

Tabla 33. Factor de ajuste

No.	Tramo de Antigüedad (años) - Automóviles	Factor (FA)
1	Menor a 5 años	0%
2	De 5 a 10 años	5%
3	De 11 a 15 años	10%
4	De 16 a 20 años	15%
5	Mayor a 20 años	20%
6	Híbridos	-20%

Fuente: Ley De Fomento Ambiental y Optimización De Los Ingresos Del Estado

Elaborado por: Ley De Fomento Ambiental y Optimización De Los Ingresos Del Estado

Fecha: diciembre 2011.

*FA= Factor de ajuste

5. Capítulo estudio técnico y localización

El estudio técnico nos servirá para determinar la manera óptima de acoplar para el manejo eficiente de los recursos disponibles de la empresa, en donde se busca:

- Determinar la localización del proyecto.
- Establecer el tamaño de la división que se acople al plan de ventas.
- Formular el diagrama de flujo de compra y venta de vehículos usados.
- Indicar los activos fijos a implementarse para la ejecución de la división de vehículos usados

5.1. Localización del proyecto

Según Sapag (2008), en su libro Preparación y Evaluación de Proyectos, manifiesta que *“una buena localización del proyecto puede establecer el éxito o fracaso de un negocio.”* Por ello, la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto debe abarcar aspectos económicos, estratégicos, institucionales e incluso preferencias emocionales, con el fin de determinar la localización que maximice la rentabilidad del proyecto.

5.1.1. Macro localización

La división de Vehículos usados estará ubicada en la ciudad de Guayaquil, debido a que este sector cuenta con los recursos físicos, financieros y humanos necesarios para poder operar.

La división de vehículos usados se localizará en las agencias de la propia concesionaria considerada para la captación de la afluencia de clientes, se destinará un espacio con cartel haciendo referencia a los vehículos en exhibición.

Figura 6. Macro localización



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Google Maps
Fecha: 10 de junio del 2013

5.1.2. Micro localización

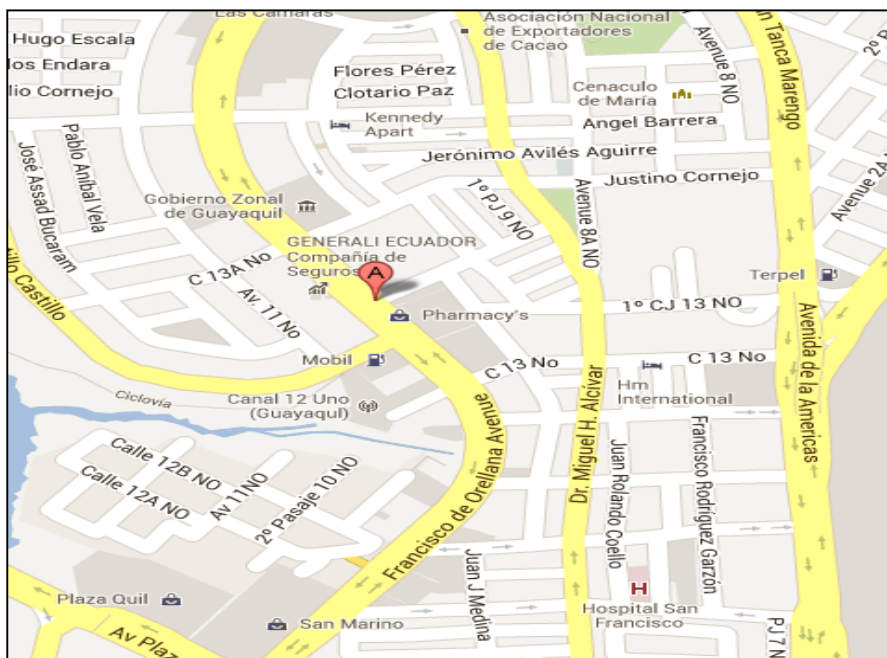
La División de Vehículos Usados se ubicará en la avenida Francisco de Orellana diagonal al ministerio del litoral de la ciudad de Guayaquil.

A continuación se analizarán factores que permitieron la selección de la Micro localización como una alternativa óptima:

- **Transporte:** La principal vía de acceso al concesionario es la Av. Francisco de Orellana, la cual se encuentra en buenas condiciones y es una de las principales arterias viales del norte de la ciudad de Guayaquil, facilitando el acceso a los clientes para la adquisición de vehículos usados.

- **Cercanía al mercado:** En la avenida donde se encuentra situado la concesionara se puede encontrar de eje comercial, siendo una zona con gran afluencia de personas, por tanto se cree que es oportuno ubicar en este lugar la división de vehículos usados.
- **Factores Ambientales:** Con relación a los materiales que se utiliza en los talleres tales como combustibles, aceites, lubricantes, pinturas, removedores, anticorrosivos ya que estos son tóxicos, deben de ser tratados con especial cuidado para aminorar el impacto ambiental. Los empleados deberán usar equipos de protección tales como orejeras, mascarillas contra polvos, y luz de la soldadura, etc.
- **Disponibilidad de agua, energía y otros suministros:** El sector donde se ubicará la división de vehículos usados dispone de todos los servicios básicos requeridos tales como luz eléctrica, agua potable, alcantarillado, alumbrado público y teléfono.

Figura 7. Micro localización



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Google Maps
Fecha: 10 de junio del 2013

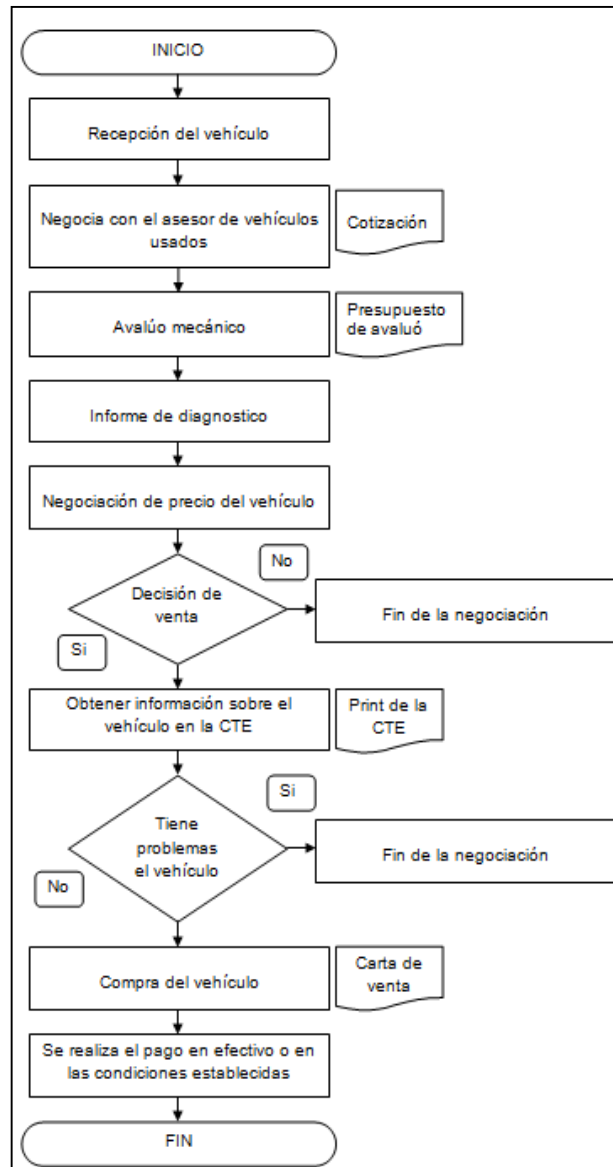
5.2. Ingeniería del proyecto

En esta sección se definen los pasos de las principales actividades de la división de vehículos usados, de manera que se garantice cerrar la negociación, cumpliendo las condiciones legales y los servicios ofrecidos por la concesionaria:

5.2.1. Diagrama de Flujo de la Compra de un Vehículo Usado

Determinado los actores necesarios para el funcionamiento de la división de vehículos usados, se fijan los siguientes procedimientos de a llevarse a cabo por los mismos para la correcta compra y venta de automotores sin que genere problemas internos y externos en la compañía:

Figura 8. Diagrama de Flujo de la Compra de un Vehículo Usado



Fuente: Estudio técnico del proyecto

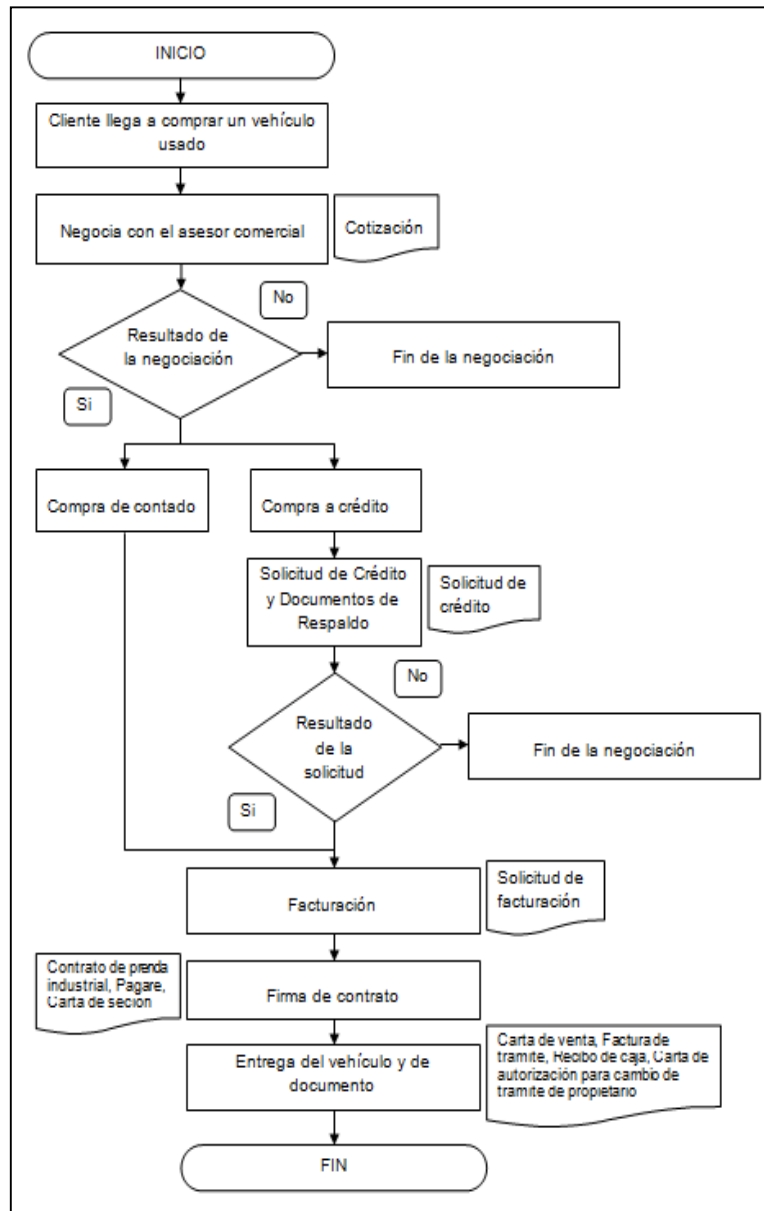
Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 15 de junio del 2013

5.2.1.2. Diagrama de Flujo de la venta de un Vehículo Usado

De la misma manera como se determinó los lineamientos del proceso de compra, se fija los procesos a cumplir para la venta del automotor, dependiendo de la forma de pago del cliente, y que se cumplan las disposiciones legales ya descritas en el capítulo anterior.

Figura 9. Diagrama de Flujo de la venta de un Vehículo Usado



Fuente: Estudio técnico del proyecto

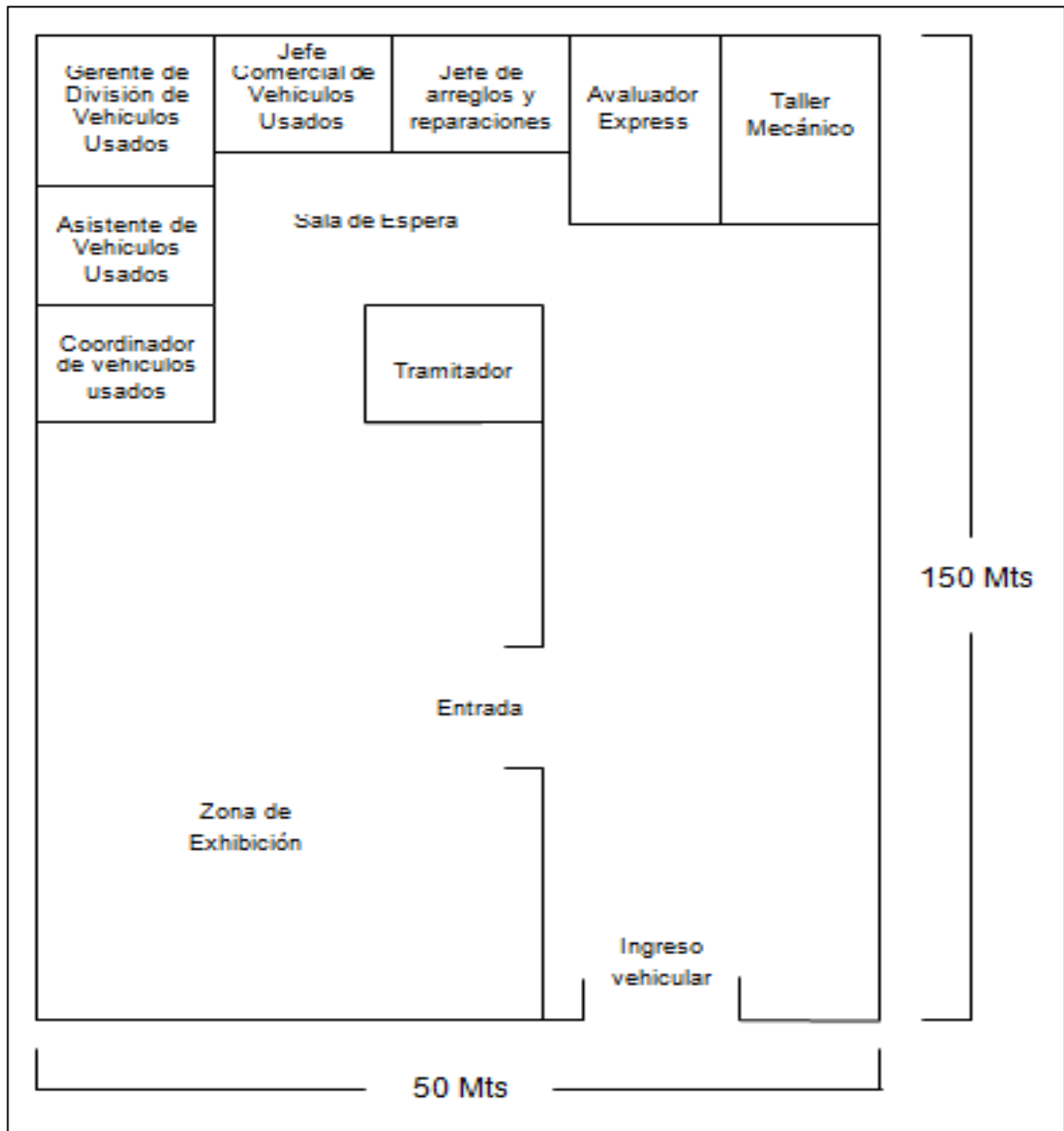
Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 15 de junio del 2013

5.3. Distribución de la planta

A continuación se detalla el plano donde se fijaran los lugares de operatividad de la división de vehículos usados en la concesionaria:

Figura 10. Distribución de la Planta



Fuente: Estudio técnico del proyecto
Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán
Fecha: 15 de junio del 2013

5.4. Capacidad instalada de la planta

En base a la observación directa en la concesionaria se fija un total de 12 unidades, distribuidas en la zona de exhibición y entrada de la casa comercial; en la parte de avalúo express y taller contempla la ocupación de una sola unidad.

Con apoyo de un panel de turno se definirá cuando el cliente será atendido para iniciar el peritaje de la unidad interesada en vender previo al consenso de la negociación con el coordinador de vehículos usados.

5.5. Maquinarias, equipos y muebles

Para un correcto y adecuado funcionamiento de la división de vehículos usados es necesario contar con el siguiente equipamiento:

Departamentos administrativos y ventas:

Tabla 34. Equipos, muebles y enseres

Equipos, Muebles Y Enseres	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadoras	8	\$500,00	\$4.000,00
Impresoras	3	\$120,00	\$360,00
Teléfonos fijos	8	\$40,00	\$320,00
Escritorios	8	\$95,00	\$760,00
Sillas para escritorios	8	\$50,00	\$400,00
Archivadores	8	\$100,00	\$800,00
Extintores	5	\$60,00	\$300,00
Sillas para público	5	\$50,00	\$250,00
Total			\$7.190,00

Fuente: Estudio técnico del proyecto

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 15 de junio del 2013

Departamento técnico y talleres:

Tabla 35. Maquinaria básica

Maquinaria Básica	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Elevador de dos postes	1	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00
Bomba de aceite/alta presión	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Pistola neumática de aceite	1	\$ 240,00	\$ 240,00
Engrasadora manual/Manguera 1/4" válvula de control	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Recolector de aceite quemado	1	\$ 720,00	\$ 720,00
Compresor 5HP monofásico	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Equipo y herramientas para pintura y mecánica automotriz	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Balanceadora	1	\$ 5.900,00	\$ 5.900,00
Desenllantadora	1	\$ 4.100,00	\$ 4.100,00
Total			\$23.490,00

Fuente: Estudio técnico del proyecto

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 15 de junio del 2013

5.6. Depreciación

Para recuperar el gasto ocasionado por la adquisición de maquinarias y activos fijos para el funcionamiento de la división de vehículos usados, se toma como medida aplicar el método de depreciación de línea recta de acuerdo al siguiente plan de recuperación:

ACTIVO FIJO	DURACIÓN
Equipos de oficina	10 años
Equipos de computación	3 años
Maquinarias	10 años.
Edificio e instalaciones	20 años

6. Capítulo estudio financiero y económico

En el presente capítulo trataremos sobre la comprobación si es oportuno o no invertir en la aplicación de la división de vehículos usados, para lo cual se definirán los siguientes objetivos:

- Realizar el plan de depreciación de inversiones.
- Calcular el costo generado por el recurso humano de acuerdo a las obligaciones patronales investigadas en el capítulo 4
- Determinar la estructura de financiamiento para la preparación y operación de la división de vehículos usados.
- Definir la tabla de amortización generada por préstamos realizados al sector financiero.
- Establecer la política de crédito.
- Elaboración del Estado de Resultado, Balance General y Flujo de Efectivo para los próximos 5 años.
- Establecer la evaluación económica del proyecto.

6.1. Plan de inversiones y depreciación

De acuerdo a lo previsto en el capítulo del estudio técnico sobre el requerimiento de activo fijo que demanda el funcionamiento de la división de vehículos usados, se detalla a continuación cada rubro, y con ello un plan de depreciaciones, que utiliza el método de depreciación lineal con la finalidad de ingresarlo al gasto del estado de resultados de forma uniforme:

Tabla 36. Inversiones

INVERSIONES						
Cuenta	Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total	Años de depreciación	Valor a depreciar anual
Equipos de oficina	Teléfonos fijos	8	\$ 40.00	\$ 320.00	10	\$ 32.00
Muebles y enseres	Escritorios	8	\$ 95.00	\$ 760.00	10	\$ 76.00
	Sillas para escritorios	8	\$ 50.00	\$ 400.00	10	\$ 40.00
	Archivadores	8	\$ 100.00	\$ 800.00	10	\$ 80.00
	Extintores	5	\$ 60.00	\$ 300.00	10	\$ 30.00
	Sillas para público	5	\$ 50.00	\$ 250.00	10	\$ 25.00
Equipos de computación	Computadoras	8	\$ 500.00	\$ 4,000.00	3	\$ 1,333.33
	Impresoras	3	\$ 120.00	\$ 360.00	3	\$ 120.00
Maquinarias	Elevador de dos postes	1	\$ 3,950.00	\$ 3,950.00	10	\$ 395.00
	Bomba de aceite/alta presión	1	\$ 350.00	\$ 350.00	10	\$ 35.00
	Pistola neumática de aceite	1	\$ 240.00	\$ 240.00	5	\$ 48.00
	Engrasadora manual/Manguera 1/4" válvula de control	1	\$ 230.00	\$ 230.00	5	\$ 46.00
	Recolector de aceite quemado	1	\$ 720.00	\$ 720.00	5	\$ 144.00
	Compresor 5HP monofásico	1	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	5	\$ 600.00
	Equipo y herramientas para pintura y mecánica automotriz	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	10	\$ 500.00
	Balanceadora	1	\$ 5,900.00	\$ 5,900.00	10	\$ 590.00
Desenllantadora	1	\$ 4,100.00	\$ 4,100.00	10	\$ 410.00	
Edificio	Adecuaciones y remodelaciones			\$ 100,000.00	20	\$ 5,000.00
Totales				\$ 130,680.00		\$ 9,504.33

COMPRAS
PERIODO 3

Equipos de computación	Computadoras	8	\$ 515.00	\$ 4,120.00	3	\$ 1,373.33
	Impresoras	3	\$ 123.60	\$ 370.80	3	\$ 123.60

CUADRO DE DEPRECIACIÓN POR AÑO

Cuenta	Detalle	AÑOS				
		1	2	3	4	5
Equipos de oficina	Teléfonos fijos	\$ 32.00	\$ 32.00	\$ 32.00	\$ 32.00	\$ 32.00
	Escritorios	\$ 76.00	\$ 76.00	\$ 76.00	\$ 76.00	\$ 76.00
Muebles y enseres	Sillas para escritorios	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00
	Archivadores	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00
	Extintores	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
	Sillas para público	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00
	Computadoras	\$ 1,333.33	\$ 1,333.33	\$ 1,333.33	\$ 1,373.33	\$ 1,373.33
Equipos de computación	Impresoras	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 123.60	\$ 123.60
	Elevador de dos postes	\$ 395.00	\$ 395.00	\$ 395.00	\$ 395.00	\$ 395.00
Maquinarias	Bomba de aceite/alta presión	\$ 35.00	\$ 35.00	\$ 35.00	\$ 35.00	\$ 35.00
	Pistola neumática de aceite	\$ 48.00	\$ 48.00	\$ 48.00	\$ 48.00	\$ 48.00
	Engrasadora manual/Manguera 1/4" válvula de control	\$ 46.00	\$ 46.00	\$ 46.00	\$ 46.00	\$ 46.00
	Recolector de aceite quemado	\$ 144.00	\$ 144.00	\$ 144.00	\$ 144.00	\$ 144.00
	Compresor 5HP monofásico	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
	Equipo y herramientas para pintura y mecánica automotriz	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
	Balanceadora	\$ 590.00	\$ 590.00	\$ 590.00	\$ 590.00	\$ 590.00
	Desenllantadora	\$ 410.00	\$ 410.00	\$ 410.00	\$ 410.00	\$ 410.00
	Adecuaciones y remodelaciones	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
	TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL	\$ 9,504.33	\$ 9,504.33	\$ 9,504.33	\$ 9,547.93	\$ 9,547.93
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ 9,504.33	\$ 19,008.67	\$ 28,513.00	\$ 38,060.93	\$ 43,248.87	
BAJA DE DEPRECIACIÓN				\$ 4,360.00		
TOTAL DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ 9,504.33	\$ 19,008.67	\$ 28,513.00	\$ 33,700.93	\$ 43,248.87	

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 15 de julio del 2013

Se aclara que en el periodo 4 se realiza la compra de equipos de computación, dada su obsolescencia por el uso previsto a 3 años.

6.2. Costo del recurso humano

En base al plan de pagos para los trabajadores determinados en el capítulo 3 del presente proyecto, a continuación se define el siguiente rol mensual que se pronostica para el presupuesto de la división de vehículos usados:

Tabla 37. Rol mensual

ROL MENSUAL DE LA DIVISIÓN DE VEHÍCULOS USADOS						
NÓMINA	SUELDO	COMISIÓN	BONIFICACIÓN	TOTAL INGRESO	APORTE PERSONAL ¹	TOTAL A RECIBIR
Gerente de División de Vehículos Usados	\$ 2,000.00		\$ 1,000.00	\$ 3,000.00	\$ 280.50	\$ 2,719.50
Jefe Comercial de Vehículos Usados	\$ 400.00	\$ 3,300.00		\$ 3,700.00	\$ 345.95	\$ 3,354.05
Jefe de arreglos y reparaciones	\$ 400.00	\$ 3,300.00		\$ 3,700.00	\$ 345.95	\$ 3,354.05
Asistente de Vehículos Usados	\$ 500.00			\$ 500.00	\$ 46.75	\$ 453.25
Mecánico Taller	\$ 400.00	\$ 1,650.00		\$ 2,050.00	\$ 191.68	\$ 1,858.33
Coordinador de vehículos usados	\$ 600.00	\$ 2,310.00		\$ 2,910.00	\$ 272.09	\$ 2,637.92
Avaluador Express	\$ 1,200.00			\$ 1,200.00	\$ 112.20	\$ 1,087.80
Tramitador	\$ 600.00			\$ 600.00	\$ 56.10	\$ 543.90
Mecánico Pintura	\$ 800.00			\$ 800.00	\$ 74.80	\$ 725.20
TOTALES				\$ 18,460.00		\$ 16,733.99

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 15 de julio del 2013

Sin embargo como lo observado en el capítulo del marco legal, el código de trabajo del Ecuador determina beneficios adicionales los cuales tiene que percibir todo trabajador bajo relación de dependencia, se detalla el monto mensual a presupuestar:

Tabla 38. Beneficios Sociales

BENEFICIOS SOCIALES	
TOTAL DE NÓMINA	\$ 16,733.99
APORTE PATRONAL ²	\$ 2,058.29
DÉCIMO TERCER SUELDO ³	\$ 1,538.33
DÉCIMO CUARTO SUELDO ⁴	\$ 238.50
VACACIONES ⁵	\$ 769.17
TOTAL A PROVISIONAR BENEFICIOS SOCIALES	\$ 2,058.29
TOTAL A CARGAR DE NÓMINA MENSUAL	\$ 18,792.28
TOTAL A CARGAR DE NÓMINA ANUAL	\$ 225,507.36

¹ Se toma el total del ingreso multiplicado por el 9,35% correspondiente al aporte que el trabajador hace al Instituto de Seguridad Social

² Se toma el total del ingreso multiplicado por el 11,15% correspondiente al aporte que el empleador hace a sus trabajadores al Instituto de Seguridad Social

³ Base considerada como la doceava parte del ingreso de la nómina y se paga al trabajador hasta el 24 de diciembre del año en curso

⁴ Base considerada un sueldo básico adicional a cada trabajador cuya fecha límite de pago es hasta el 15 de marzo del año próximo.

⁵ Base considerada como la veinticuatroava parte del ingreso y que se cancela antes que el trabajador goce de sus vacaciones.

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 15 de julio del 2013

6.3. Estructura de financiamiento

Para el presente proyecto se estima el siguiente esquema de financiamiento, el cual se determinó en base a las necesidades estipuladas por el mercado en el capítulo 2, de manera que se pueda alcanzar la ventaja competitiva de este modelo de negocios:

Inversiones	\$ 130,680.00
Gastos previstos por devoluciones y garantías	\$ 82,200.00
Sueldos y Salarios	\$ 56,376.84
Gastos de Publicidad	\$ 750.00
Servicios Básicos	\$ 1,500.00
Inventario	\$ 1,644,000.00
	<hr/>
Capital de trabajo por los primeros 3 meses	\$ 1,784,826.84
Capital necesario para inicio del proyecto	\$ 1,915,506.84
Capital propio (70%)	\$ 1,340,854.79
Capital por sector financiero (30%)	\$ 574,652.05
	<hr/>
Total capital	\$ 1,915,506.84

Los gastos previstos por devoluciones y garantías se debe a la previsión estimada por el número de unidades que se invertirá para la reparación una vez efectuada la compra del vehículo usado; se aclara que este rubro se utilizará previa autorización del gerente de la división de usados, cuando a criterio de este considere oportuno cerrar un negocio que beneficie a futuro a la empresa, ya sea para próximas negociaciones como para obtener un beneficio adicional por la compra de la unidad usada.

En cuanto al manejo de inventario, se detalla el manejo tanto en unidades como valores en el anexo 5 del presente proyecto.

Se calcula un capital de trabajo de tres meses, asegurando un tiempo prudencial hasta que la división de vehículos usados se instale, y los clientes comiencen a familiarizarse con el nuevo producto que se ofrece.

Tabla 39. Financiamiento

Valor del préstamo	\$ 574,652.05
Plazo	1 años
Tasa de interés	9.15% capitalizable mensualmente
Dividendo a cancelar	\$ 50,294.15

Mees	Capital	Dividendo	Amortización	Interés	Saldo
0					\$ 574,652.05
1	\$ 574,652.05	\$ 50,294.15	\$ 45,912.43	\$ 4,381.72	\$ 528,739.62
2	\$ 528,739.62	\$ 50,294.15	\$ 46,262.51	\$ 4,031.64	\$ 482,477.11
3	\$ 482,477.11	\$ 50,294.15	\$ 46,615.26	\$ 3,678.89	\$ 435,861.85
4	\$ 435,861.85	\$ 50,294.15	\$ 46,970.71	\$ 3,323.45	\$ 388,891.14
5	\$ 388,891.14	\$ 50,294.15	\$ 47,328.86	\$ 2,965.29	\$ 341,562.28
6	\$ 341,562.28	\$ 50,294.15	\$ 47,689.74	\$ 2,604.41	\$ 293,872.54
7	\$ 293,872.54	\$ 50,294.15	\$ 48,053.37	\$ 2,240.78	\$ 245,819.17
8	\$ 245,819.17	\$ 50,294.15	\$ 48,419.78	\$ 1,874.37	\$ 197,399.39
9	\$ 197,399.39	\$ 50,294.15	\$ 48,788.98	\$ 1,505.17	\$ 148,610.41
10	\$ 148,610.41	\$ 50,294.15	\$ 49,161.00	\$ 1,133.15	\$ 99,449.41
11	\$ 99,449.41	\$ 50,294.15	\$ 49,535.85	\$ 758.30	\$ 49,913.56
12	\$ 49,913.56	\$ 50,294.15	\$ 49,913.56	\$ 380.59	\$ -
Total		\$ 603,529.82	\$ 574,652.05	\$ 28,877.77	

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 15 de julio del 2013

Con la necesidad de disponer efectivo para el capital de trabajo, se opta por solicitar un préstamo al Banco del Pichincha, el mismo que ofrece una tasa preferencial para este tipo de necesidades.

6.4. Proyección de balances.

En esta sección se reúnen todas las condiciones investigadas en cada sección del proyecto, con ello se trata de crear una figura financiera que sirva como guía para mantener un mayor control de los resultados que arroje la división de vehículos usados.

A continuación se presenta una proyección de 5 años, en el que se espera recuperar la inversión:

Tabla 40. Estado de Resultado

ESTADO DE RESULTADOS DIVISIÓN USADOS						
Cuentas	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$ 8,640,000.00	\$ 9,077,184.00	\$ 9,536,489.51	\$ 10,019,035.88	\$ 10,525,999.10
Costos		\$ 6,576,000.00	\$ 6,902,610.60	\$ 7,252,009.08	\$ 7,619,090.91	\$ 8,004,750.99
Utilidad bruta en ventas		\$ 2,064,000.00	\$ 2,174,573.40	\$ 2,284,480.43	\$ 2,399,944.97	\$ 2,521,248.11
Gastos Operativos						
Gastos previstos por devoluciones y garantías		\$ 328,800.00	\$ 345,130.53	\$ 362,600.45	\$ 380,954.55	\$ 400,237.55
Sueldos y Salarios		\$ 225,507.36	\$ 232,272.58	\$ 239,240.76	\$ 246,417.98	\$ 253,810.52
Gastos de Publicidad		\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Depreciación		\$ 9,504.33	\$ 9,504.33	\$ 9,504.33	\$ 9,547.93	\$ 9,547.93
Servicios Básicos		\$ 6,000.00	\$ 6,180.00	\$ 6,365.40	\$ 6,556.36	\$ 6,753.05
Total gastos operativos		\$ 572,811.69	\$ 596,087.44	\$ 620,710.95	\$ 646,476.82	\$ 673,349.06
Gastos Financieros						
Interés por préstamos		\$ 28,877.77				
Total de gastos		\$ 601,689.46	\$ 596,087.44	\$ 620,710.95	\$ 646,476.82	\$ 673,349.06
Otros ingresos		\$ 30,906.19	\$ 48,262.39	\$ 50,704.46	\$ 53,270.11	\$ 55,965.58
Utilidad de la división		\$ 1,493,216.73	\$ 1,626,748.34	\$ 1,714,473.95	\$ 1,806,738.26	\$ 1,903,864.63
15% participación de trabajadores		\$ 223,982.51	\$ 244,012.25	\$ 257,171.09	\$ 271,010.74	\$ 285,579.69
Utilidad antes de impuestos		\$ 1,269,234.22	\$ 1,382,736.09	\$ 1,457,302.86	\$ 1,535,727.52	\$ 1,618,284.93
Impuesto a la renta		\$ 279,231.53	\$ 304,201.94	\$ 320,606.63	\$ 337,860.05	\$ 356,022.69
Utilidad Neta de la división		\$ 990,002.69	\$ 1,078,534.15	\$ 1,136,696.23	\$ 1,197,867.46	\$ 1,262,262.25

Tasa de crecimiento en Ventas (anual)		5.1%	5.1%	5.1%	5.1%	5.1%
Costos variables (% de las ventas)	76.1%	76.0%	76.0%	76.0%	76.0%	76.0%
Margen Bruto	23.9%	24.0%	24.0%	24.0%	24.0%	24.0%
Margen operativo	6.6%	6.6%	6.5%	6.5%	6.4%	6.4%
Margen neto	11.5%	11.9%	11.9%	12.0%	12.0%	12.0%
Tasa de impuesto	22.0%	22.0%	22.0%	22.0%	22.0%	22.0%

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto
Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán
Fecha: 15 de julio del 2013

La proyección de ventas está determinada bajo el plan descrito en el capítulo 2 del presente proyecto, para observar de manera detalla la obtención de ventas de los siguientes años por favor dirigirse al manejo de inventario en el anexo 5.

El incremento en volumen de ventas redondea entre el 5%, tasa afectada por la inflación prevista del 3% según índices del Banco Central del Ecuador y un 2% de incremento detallado en el capítulo 1.

La participación de trabajadores e impuesto a la renta son rubros exigibles por el Estado Ecuatoriano, sin embargo se aclara que dichos valores están en función a lo generado por la División de Vehículos Usados.

El rubro Otros Ingresos contiene los intereses ganados por financiamiento de vehículos con crédito directo, el mismo que se detalla en el capítulo 2 del

proyecto, para visualizar el detalle del manejo de crédito y plan de cobros por favor dirigirse al anexo 6

Tabla 41. Balance General

BALANCE GENERAL DIVISIÓN USADOS						
AÑOS	-	1	2	3	4	5
Activos						
Efectivo	\$ 1,784,826.84	\$ 2,303,633.15	\$ 3,416,044.11	\$ 4,574,394.83	\$ 5,790,248.18	\$ 7,075,840.60
Cuentas por cobrar		\$ 335,156.93	\$ 352,115.87	\$ 369,932.93	\$ 388,651.54	\$ 408,317.31
Inventario		\$ 204,500.00	\$ 210,635.00	\$ 216,954.05	\$ 223,462.67	\$ 230,166.55
Total de activos corrientes	\$ 1,784,826.84	\$ 2,843,290.08	\$ 3,978,794.98	\$ 5,161,281.81	\$ 6,402,362.39	\$ 7,714,324.46
Equipos de oficina	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ 320.00
Muebles y enseres	\$ 2,510.00	\$ 2,510.00	\$ 2,510.00	\$ 2,510.00	\$ 2,510.00	\$ 2,510.00
Equipos de computación	\$ 4,360.00	\$ 4,360.00	\$ 4,360.00	\$ 4,360.00	\$ 4,490.80	\$ 4,490.80
Maquinarias	\$ 23,490.00	\$ 23,490.00	\$ 23,490.00	\$ 23,490.00	\$ 23,490.00	\$ 23,490.00
Edificio	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00
Depreciación de activos fijos		\$ (9,504.33)	\$ (19,008.67)	\$ (28,513.00)	\$ (33,700.93)	\$ (43,248.87)
Total de activos fijos	\$ 130,680.00	\$ 121,175.67	\$ 111,671.33	\$ 102,167.00	\$ 97,109.87	\$ 87,561.93
Total de activos	\$ 1,915,506.84	\$ 2,964,465.75	\$ 4,090,466.31	\$ 5,263,448.81	\$ 6,499,472.26	\$ 7,801,886.39
Pasivos						
Cuentas por Pagar		\$ 130,394.23	\$ 132,860.49	\$ 139,583.23	\$ 146,646.14	\$ 154,066.44
Cuentas por Pagar Participación de trabajadores		\$ 223,982.51	\$ 244,012.25	\$ 257,171.09	\$ 271,010.74	\$ 285,579.69
Impuesto a la renta		\$ 279,231.53	\$ 304,201.94	\$ 320,606.63	\$ 337,860.05	\$ 356,022.69
Total pasivos corrientes	\$ -	\$ 633,608.27	\$ 681,074.68	\$ 717,360.95	\$ 755,516.94	\$ 795,668.82
Préstamos bancarios	\$ 574,652.05	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total pasivos a largo plazo	\$ 574,652.05	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total de Pasivos	\$ 574,652.05	\$ 633,608.27	\$ 681,074.68	\$ 717,360.95	\$ 755,516.94	\$ 795,668.82
Patrimonio						
Capital Propio	\$ 1,340,854.79	\$ 1,340,854.79	\$ 1,340,854.79	\$ 1,340,854.79	\$ 1,340,854.79	\$ 1,340,854.79
Utilidad en el Periodo		\$ 990,002.69	\$ 1,078,534.15	\$ 1,136,696.23	\$ 1,197,867.46	\$ 1,262,262.25
Utilidad retenida		\$ 990,002.69	\$ 2,068,536.84	\$ 3,205,233.07	\$ 4,403,100.54	\$ 5,706,217.57
Total Patrimonio	\$ 1,340,854.79	\$ 2,330,857.48	\$ 3,409,391.63	\$ 4,546,087.86	\$ 5,743,955.32	\$ 7,006,217.57
Total Pasivo y Patrimonio	\$ 1,915,506.84	\$ 2,964,465.75	\$ 4,090,466.31	\$ 5,263,448.81	\$ 6,499,472.26	\$ 7,801,886.39

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 15 de julio del 2013

La cuenta Inventario refleja los saldos finales quedados en la concesionaria de los vehículos en exhibición del patio y cuyo comportamiento esta detallado en el anexo 5.

Se maneja un valor mínimo para Cuentas por Pagar, descrito por aquellas unidades no pagadas en la última semana del mes, son calculadas con el costo de unidades en stock para las 4 semanas que contiene un mes, dado a la variación de productos que se comprar en este tipo de negocios.

Tabla 42. Flujo de Efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
AÑOS	1	2	3	4	5	
FLUJO DE EFECTIVO PROCEDENTE DE OPERACIONES	\$ 1,122,336.14	\$ 1,112,410.96	\$ 1,158,350.72	\$ 1,220,344.15	\$ 1,285,592.42	
INGRESOS OPERATIVOS	\$ 8,335,749.27	\$ 9,108,487.44	\$ 9,569,376.91	\$ 10,053,587.38	\$ 10,562,298.90	
Ingresos por cobros	\$ 8,304,843.07	\$ 9,060,225.06	\$ 9,518,672.45	\$ 10,000,317.27	\$ 10,506,333.33	
Intereses ganados	\$ 30,906.19	\$ 48,262.39	\$ 50,704.46	\$ 53,270.11	\$ 55,965.58	
EGRESOS OPERATIVOS	\$ 7,213,413.13	\$ 7,996,076.49	\$ 8,411,026.19	\$ 8,833,243.23	\$ 9,276,706.49	
Pagos	\$ 6,650,105.77	\$ 6,906,279.34	\$ 7,251,605.39	\$ 7,618,536.62	\$ 8,004,034.57	
Gastos previstos por devoluciones y garantías	\$ 328,800.00	\$ 345,130.53	\$ 362,600.45	\$ 380,954.55	\$ 400,237.55	
Gastos de Publicidad	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	
Sueldos y Salarios	\$ 225,507.36	\$ 232,272.58	\$ 239,240.76	\$ 246,417.98	\$ 253,810.52	
Cuentas por pagar Participación Trabajadores		\$ 223,982.51	\$ 244,012.25	\$ 257,171.09	\$ 271,010.74	
Impuesto a la renta		\$ 279,231.53	\$ 304,201.94	\$ 320,606.63	\$ 337,860.05	
Servicios Básicos	\$ 6,000.00	\$ 6,180.00	\$ 6,365.40	\$ 6,556.36	\$ 6,753.05	
FLUJO DE EFECTIVO PROCEDENTE DE INVERSIONES	\$ (130,680.00)	\$ -	\$ -	\$ (4,490.80)	\$ -	
Activos fijos e instalaciones	\$ (130,680.00)	\$ -	\$ -	\$ (4,490.80)	\$ -	
FLUJO DE EFECTIVO PROCEDENTE DE ACTIVIDADES FINANCIERAS	\$ 1,915,506.84	\$ (603,529.82)	\$ -	\$ -	\$ -	
CAPITAL PROPIO	\$ 1,340,854.79	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
PAGO DE DEUDA	\$ -	\$ (574,652.05)	\$ -	\$ -	\$ -	
PRÉSTAMOS BANCARIOS	\$ 574,652.05	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
INTERESES EN PRÉSTAMOS	\$ -	\$ (28,877.77)	\$ -	\$ -	\$ -	
FLUJO DE CAJA	\$ 1,784,826.84	\$ 518,806.31	\$ 1,112,410.96	\$ 1,158,350.72	\$ 1,215,853.35	\$ 1,285,592.42
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	\$ 1,784,826.84	\$ 2,303,633.15	\$ 3,416,044.11	\$ 4,574,394.83	\$ 5,790,248.18	\$ 7,075,840.60

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 15 de julio del 2013

El estado de flujo de efectivo detalla cada una de las operaciones con la que funciona la división de vehículos usados, y en ellos muestra la salida de dinero y la proyección a futuro de la misma.

Los valores de cobros se indican de forma detallada en el anexo 6, mientras que la destinación de flujo para compra de inventario producto de la previsión de inflación se muestra en la sección Aumento de Inventario a partir del 2 año.

Se toma en cuenta que no hay variación o aumento de stock por la capacidad instalada que se toma del proyecto, la distribución se la realiza de manera óptima de acuerdo a las necesidades del mercado, en el anexo 5 observamos la constante que toma en el tiempo el inventario final y cuyo incremento dependerá de acuerdo a la intuición de cada inversor conforme observe los resultados de su inversión en la división de vehículos usados.

Como se observa que el flujo de caja comienza a tener un crecimiento exponencial luego de sufrir una fuerte caída, esto se debe a los siguientes factores:

- Una política de crédito del 10% de las ventas.
- El pago de contado de las unidades usadas adquiridas.
- El soporte oportuno del plan de financiamiento ejecutado.

Por lo que será imprescindible prever un capital de trabajo de 3 meses para tratar de anticipar la fuerte caída de la división, hasta que el modelo se adapte a la tendencia del mercado como se observa a partir del tercer año, para luego disfrutar de un crecimiento exponencial y pronta recuperación de la inversión.

6.5. Evaluación económica del proyecto

En el presente proyecto se utilizarán tres tipos de indicadores financieros que en base a resultados mostrados en balances, permita tomar una adecuada decisión de invertir en este negocio.

Tiempo de recuperación de la inversión: Indica el tiempo necesario que requiere el proyecto para que los flujos de efectivo superen el valor invertido al inicio y en adelante se obtengan ingresos adicionales para la empresa.

Valor Actual Neto: Con este indicador es posible tener una pista lo más acertado de invertir o no en el proyecto, ya que en ella permite obtener los flujos al valor presente menos el valor invertido, cabe indicar que si el resultado de esta operación es menor a cero, estaremos frente a un proyecto no recomendable para emprender. Tasa Interna de Retorno: Muestra el rendimiento de un proyecto basado en los flujos obtenidos con la proyección de balances realizada. A continuación se muestra el TIR Y VAN tanto del proyecto como del inversionista, para tener una idea más acertada de los beneficios de cada interventor:

Tabla 43. Evaluación Económica del Proyecto

EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO						
	INICIO	AÑOS				
		1	2	3	4	5
FLUJO OPERACIONAL	\$ (1,915,506.84)	\$ 1,122,336.14	\$ 1,112,410.96	\$ 1,158,350.72	\$ 1,220,344.15	\$ 1,285,592.42
VALOR DE RECUPERACIÓN						
INVERSIÓN FUA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 87,561.93
CAPITAL DE TRABAJO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,784,826.84
FLUJO NETO	\$ (1,915,506.84)	\$ 1,122,336.14	\$ 1,112,410.96	\$ 1,158,350.72	\$ 1,220,344.15	\$ 3,157,981.19
FLUJO DE CAJA ACUMULADO		\$ 1,122,336.14	\$ 2,234,747.09	\$ 3,393,097.81	\$ 4,613,441.97	\$ 7,771,423.16
TASA DE LIBRE DE RIESGO EEUU	1.39% RESERVA FEDERAL DE ESTADOS UNIDOS					
BETA DEL SECTOR AUTOMOTRIZ	1.73					
TASA DEL MERCADO	21% RENDIMIENTO DE MERCADO DE VEHÍCULOS EN ECUADOR					
TASA RIESGO PAÍS	6.37%					
<i>TASA DE DESCUENTO = TASA LIBRE DE RIESGO + BETA(TASA DE MERCADO - TASA LIBRE DE RIESGO) + TASA RIESGO PAÍS</i>						
TASA DE DESCUENTO	41.69%					
VAN DEL PROYECTO	\$ 365,988.51					
IVAN DEL PROYECTO	0.19					
TIR DEL PROYECTO	53%					
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	1.71 AÑOS	es decir 1 año 8 meses y 16 días				

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 15 de julio del 2013

Tabla 44. Evaluación Económica para el Inversionista

EVALUACIÓN ECONÓMICA PARA EL INVERSIONISTA						
	INICIO	AÑOS				
		1	2	3	4	5
APORTE DE LOS ACCIONISTAS	\$ (1,340,854.79)					
FLUJO DE CAJA	\$ (1,340,854.79)	\$ 518,806.31	\$ 1,112,410.96	\$ 1,158,350.72	\$ 1,215,853.35	\$ 1,285,592.42
VALOR DE RECUPERACIÓN						
INVERSIÓN FUA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 356,022.69
CAPITAL DE TRABAJO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 673,348.99
FLUJO DE CAJA NETO	\$ (1,340,854.79)	\$ 518,806.31	\$ 1,112,410.96	\$ 1,158,350.72	\$ 1,215,853.35	\$ 2,314,964.09
FLUJO DE CAJA ACUMULADO		\$ 518,806.31	\$ 1,631,217.27	\$ 2,789,567.99	\$ 4,005,421.34	\$ 6,320,385.44
TASA DE INTERÉS LIBRE DE RIESGO EEUU	1.39% RESERVA FEDERAL DE ESTADOS UNIDOS					
BETA DEL SECTOR AUTOMOTRIZ	1.73					
TASA DEL MERCADO	21% RENDIMIENTO DE VENTAS DE VEHÍCULOS EN ECUADOR					
TASA RIESGO PAÍS	6.37%					
<i>TASA DE DESCUENTO = TASA LIBRE DE RIESGO + BETA(TASA DE MERCADO - TASA LIBRE DE RIESGO) + TASA RIESGO PAÍS</i>						
TASA DE DESCUENTO	41.69%					
VAN DEL INVERSIONISTA	\$ 513,561.18					
IVAN DEL INVERSIONISTA	0.4					
TIR DEL INVERSIONISTA	60%					
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	1.74 años	es decir 1 año, 8 meses y 26 días				

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 15 de julio del 2013

Los datos tomando en cuenta para la determinación de la tasa de descuento son obtenidos de la siguiente manera:

Tasa libre de riesgo: Reserva Federal Monetaria de Estados Unidos anexo 9

Beta del sector Automotriz: Publicación Escuela de Negocios de Nueva York anexo 10

Tasa Riesgo País: Publicación Banco Central del Ecuador anexo 11

En cuanto a la tasa de mercado, se tomó en consideración la observación directa realizada en la compañía Toyocosta, que al ser el único concesionario en vehículos Toyota y su participación de mercado como segunda marca en el Ecuador, se dedujo posible utilizar su rendimiento como referencia global en este tipo de negocios.

Por ello se concluye como rentable el proyecto por el resultado del VAN positivo en los dos aspectos, y que a su vez apertura como una opción económicamente rentable (TIR), para aquellas concesionarias que actualmente sufren el receso de sus utilidades por la política arancelaria y cupos limitados de importar al comercializar vehículos nuevos.

Cabe indicar que la utilización del indicador IVAN nos permite conocer los ingresos adicionales que se pueden generar en la división de vehículos usados, tal como se muestra en la tabla 25 nos da como resultado \$0.19 por cada dólar invertido, mientras tanto por el efecto del apalancamiento con el sector financiero, este rendimiento sube para los accionistas, terminando con un \$0,44 (\$0,25 adicionales que el proyecto).

7. Conclusiones y recomendaciones

Al culminar el presente estudio, se definieron las siguientes conclusiones y las recomendaciones que el lector debe tomar en cuenta al momento de poner en marcha la división de vehículos usados:

7.1. Conclusiones

Acorde a lo tratado a lo largo del estudio y desarrollo de los diferentes capítulos, se muestran las siguientes conclusiones:

De acuerdo al estudio de mercado, el parque automotor de la ciudad de Guayaquil en el 2010, está conformado en un 59.93% por automóviles y camionetas con modalidad de particular, teniendo un crecimiento del 22% (INEC), con marcas que dominan el mercado como son Chevrolet, Toyota, Hyundai.

Al determinar la brecha de mercado, se evidenció la existencia de demandantes para camionetas por un total de 41785 unidades, mientras que en autos el mercado presenta un exceso de unidades en 4825 unidades, obligando a emplear una estrategia mixta que permita aprovechar la demanda insatisfecha por un lado y ganar terreno por el otro, con relación a los autos.

Los precios son accesibles al cliente, con planes otorgados por el sector financiero, que facilita su capacidad de pago, con una cuota mínima y tiempo considerable; razón por la cual se evidencia en el crecimiento de demandantes en este tipo de mercado.

Se puede diferenciar cuatro tipos de competidores entre ellos están: los patios usados, personas particulares, concesionarios y ferias de autos, todos ellos manejan precios similares, debido a la no existencia de un ente que domine el mercado por la variedad de marcas que se comercializan.

Muchos de los ofertantes tienen limitantes en los servicios ofrecidos, uno de los más destacados es el servicio de post-venta; ya que no garantiza un compromiso luego de la compra, ni una guía técnica sobre el cuidado del automotor.

De acuerdo al recuento del análisis FODA del mercado de vehículos usados, encontramos la debilidad de la concesionaria por su falta de experiencia en manejar distintas marcas. Se ofrece un sistema de crédito, para facilitar la venta de aquellos clientes que no poseen los recursos de comprar un vehículo de contado, y dar la oportunidad de que la empresa compre su unidad en caso que el motivo sea por cambio.

En base al estudio organizacional de los empleados que formaran parte de la división de vehículos usados, se evidenció las tareas específicas que se demandan y la oportuna agrupación de la misma en base a la especialización y naturaleza técnica; Para el control de cada actividad se definen los entes de autoridad necesarios, entre ellos un gerente y dos jefes departamentales, además de ratificar un sistema de autoridad que servirá como guía para tratar problemas puntuales a lo largo del día y dar una oportuna respuesta.

En cuanto a la ubicación de la división, se la establece en la Avenida Francisco de Orellana por su gran afluencia en el público, sin embargo el espacio disponible para la exhibición es de menor proporción; por lo cual se definió la infraestructura en la que se distribuirá los vehículos y personal de la división de vehículos usados, satisfaciendo la necesidad demandada determinada en el plan de ventas.

En cuanto al diagrama a seguir en la compra venta de vehículos usados, se precauteló cumplir las disposiciones legales y el buen trato al cliente, teniendo en cuenta que esto puede variar de acuerdo a los requerimientos de cliente en cada negociación.

Se evidenció la viabilidad del proyecto con un VAN Positivo del proyecto de \$ 365,988.51, y un rendimiento esperado del 53%, pese a la falta de información disponible en el Banco Central del Ecuador, se tomó índices de Estados Unidos (en cuanto a la Tasa Libre de Riesgo y Beta) por el manejo de la misma moneda; con ello se demuestra que el presente proyecto sirve como alternativa para aquellas concesionarias que ven limitado su stock por los cupos en importaciones, se toma en cuenta el corto periodo de recuperación de inversión de 1 año y 8 meses, relativamente corto pero que demanda un gran capital.

7.2. Recomendaciones

En el presente estudio, se plantearon puntos como el servicio post-venta y garantía de la unidad usada, que por el uso previo del producto se define como un riesgo de nombre y prestigio de la concesionaria, por lo cual se debe tomar en cuenta:

No tomar una unidad con mayor tiempo a 5 años, ya que es muy poco probable recuperar el valor comercial del automotor, por su depreciación en el tiempo, cuando se tratase de una unidad con crédito directo.

Mantener fuertes relaciones con el sector financiero, ya que ellos permitirán cerrar negocios de aquellos clientes que no posean el dinero de contado para adquirir la unidad.

Invertir en espacio físico para la exhibición de vehículos usados, así el cliente tiene más opciones de compra y creará un referente para futuras adquisiciones, teniendo en mente un lugar que tiene lo que demanda y que maneja un compromiso de pos-venta y control de su inversión.

El personal encargado de la negociación por compra de unidad a clientes que pretenden cambiar su viejo automotor, deben estar en constante capacitación, ya que de este factor depende ganar un porcentaje mayor para la empresa en utilidad al vender el automotor.

En cuanto al rendimiento, mantener las ventas proyectadas en el capítulo del estudio financiero y anexo 3, ya que existe demanda suficiente para aprovechar; por otro lado tratar en cada venta ofrecer un servicio personalizado, guiando al cliente en su necesidad, de manera que éste se fidelice con la concesionaria.

Realizar los trámites legales lo más rápido posible, ya que el periodo de matriculación se realiza año a año, y en caso de no hacerlo, ello llevaría a generar gastos adicionales a la empresa.

8. Referencias

- Aeade. (2012). *Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador*. Obtenido de http://www.aeade.net/web/index.php?option=com_content&view=article&id=145&Itemid=80
- Brigham E., W. (1984). *Administración Financiera de empresas*. México: Interamerican.
- Comex. (2012). *Resolución No.66 Cupos de importaciones*. Quito.
- Ecuador, A. (2013). *Autos Ecuador*. Obtenido de www.autosecuador.com
- Ecuador, B. C. (2013). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais
- Gary Dessier, R. V. (2004). *Administración de Recursos Humanos*. México: Pearson.
- Hill, M. G. (2009). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa: Conceptos e Instrumentos*.
- Hora, D. L. (30 de noviembre de 2010). Sector Automotriz se disparó en el 2010. *Informativo*, pág. 1.
- INEC. (2010). *Estadística de Transporte 2010*. QUITO. Obtenido de <http://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/135>
- INEC. (2013). *Encuesta Nacional de ingresos y gastos de hogares urbanos y rurales*. Quito: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/Enighur_/Analisis_ENIGHUR%202011-2012_rev.pdf?TB_iframe=true&height=600&width=1000
- Internas, S. d. (2013). *Contratos de compra venta*. Obtenido de www.sri.gob.ec/web/guest/registro-de-contratos-de-compra-venta
- Internas, S. d. (2013). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de Impuesto ambiental: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-ambiental-a-la-contaminacion-vehicular>
- Mercurio, D. E. (26 de Diciembre de 2012). Comercio Automotriz con baja al fin de 2012. *Informativo*.
- Miranda, J. J. (2005). *Gestión de proyectos: Identificación, formulación, evaluación financiera económica social ambiental* (QUINTA ed.). Bogotá: Guadalupe LTDA.

- Moguel, E. R. (2005). *Metodología de Investigación*. México DF: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Mora, M. E. (2006). *Metodología de la investigación desarrollo de la inteligencia*. México DF: Thomson.
- Nicholson, W. (2007). *Teoría Microeconómica*. México DF: GENGAGE Learning.
- Padilla, M. C. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos*. Ecoe Ediciones.
- Porter, M. (2003). *Ser competitivo*. Bilbao, ESPAÑA: T.G. Soler.
- Robbins, S. P. (2004). *Comportamiento Organizacional* (Vol. 10ma edición). México, México: Pearson.
- Sampieri, R. H. (2006). *Metodología de la Investigación*. México DF: Mcgraw-Hill Interamericana.
- Toyocosta. (2012). *Política de vehículos usados*. Guayaquil: Depart. Organización y Métodos.
- Unidos, R. F. (2013). *Reserva Federal de Estados Unidos*. Obtenido de http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html; <http://www.bloomberg.com/markets/rates-bonds/government-bonds/us/>
- Universo, D. E. (16 de julio de 2011). En 10 años el parque automotor creció un 113% y coatizó la ciudad. pág. 1.

9. Glosario

Autoconsumo: Valores asumidos por el concesionario como gastos producido por temas de garantía o gratuidades otorgadas al el cliente definidas en un tiempo definido y bajo ciertos temas que hayan puesto en riesgo la calidad de la unidad.

Avalúo: Valor que se le asigna a un bien para fines específicos. El avalúo puede ser de tipo comercial, el que está dado por el precio de mercado y se realiza con el fin de transarlo; y de tipo fiscal, que corresponde a la valuación realizada con fines tributarios.

Avalúo express: Dar el precio referencial del vehículo usado de acuerdo al mercado, previo al avalúo mecánico.

Avalúo mecánico: Peritaje técnico mecánico el cual determinará los mantenimientos o reparaciones a las que debe someterse el vehículo para que se encuentre en óptimas condiciones de funcionamiento.

Bloqueo de la unidad: Documento emitido por el ente regulador de tránsito, el cual asegura al cliente que deja la unidad lo siguiente:

- No permite la revisión vehicular si no se hace el cambio de propietario.
- No se permita la matriculación si no tiene el cambio de propietario
- No sea prendado.
- No se le impute multas

Cambio de propietario: Proceso que se realiza después de la adquisición del vehículo usado donde por la vía legal a través de la Comisión de Tránsito del Ecuador se registra el nombre del nuevo propietario del vehículo completando la transacción

Certificado soat: Seguro obligatorio de accidentes de tránsito. Documento extendido por las entidades aseguradoras que acredita que el vehículo especificado cuenta con el soat.

Concesionario.- Dicho de una persona o de entidad: A la que se hace o transfiere una concesión.

Contrato de prenda industrial: Garantiza los bienes gravados con prenda industrial, garantizando al acreedor, con privilegio especial, el importe del préstamo, intereses, comisiones y gastos en el término del contrato y conformidad con las disposiciones de esta ley.

Financieras: Entidades del sector bancario que otorgan préstamos a los clientes de manera que puedan adquirir la unidad previo a un análisis crediticio.

Mantenimiento: Controles en el taller que lleva el concesionario como historial para conocer el estado de la unidad vendido de manera que pueda aplicar la garantía en caso de algún desperfecto


Patios de vehículos usados: Lugares legalmente constituidos cuya actividad se dedica a la compra y venta de vehículos usados.

Vehículo.- Medio de transporte a motor, destinado a transportar personas o cosas.


10. Anexos

Anexo 1 Resultados del censo de población y vivienda


Resultados del Censo 2010
de población y vivienda en el Ecuador



FASCÍCULO PROVINCIAL GUAYAS



01 Estructura de la población ¿Cuántos somos y cuánto hemos crecido? ¿Qué edad tenemos los guayasenses?	02 Características generales de la población ¿Qué cantidad de guayasenses están asegurados? ¿Qué estado conyugal tenemos los guayasenses? ¿Cómo nos autoidentificamos?	03 Actividades económicas de la población ¿En qué trabajan los guayasenses? ¿Cuál es la estructura de la población económicamente activa?
04 Características de la educación ¿Cuál es el nivel de instrucción? ¿Cuál es el analfabetismo en Guayas? ¿Qué niveles de escolaridad predominan?	05 Características del hogar ¿Cuál es la tendencia de la vivienda en Guayas? ¿Qué utilizan en los hogares para cocinar? ¿Cómo están las tecnologías de la comunicación?	06 Características de la vivienda ¿Cómo toman el agua en los hogares? ¿Qué tipo de vivienda tenemos? ¿Cómo están los servicios básicos en Guayas?
07 Datos adicionales ¿Cuál es la situación a nivel de los cantones?		



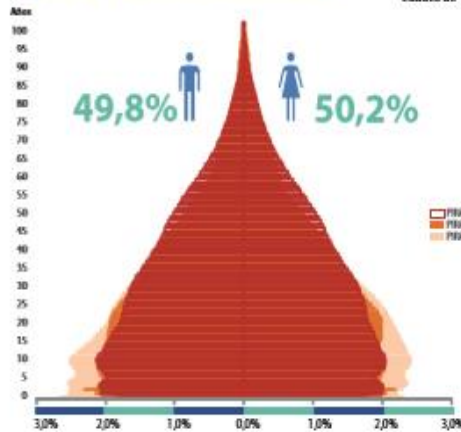
INEC
instituto nacional de estadística y censos

01

Estructura de la población

¿QUÉ EDAD TENEMOS LOS GUAYASENSES?

La población de la provincia de Guayas, según el Censo del 2010, se concentra entre las edades de 10 a 14 años.

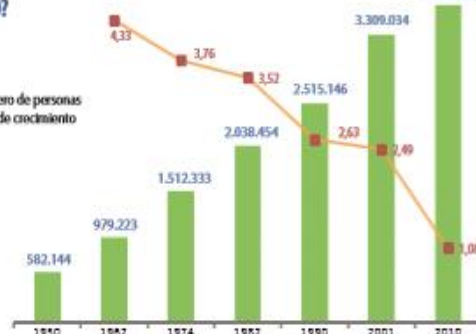


Rango de edad	2011	%	2010	%
De 0 y más años	6.743	0,7%	2.201	0,1%
De 0 a 04 años	11.995	0,4%	5.717	0,2%
De 05 a 09 años	17.350	0,5%	11.055	0,4%
De 10 a 14 años	25.477	0,8%	25.074	0,7%
De 15 a 19 años	37.180	1,3%	37.719	1,0%
De 20 a 24 años	51.412	1,8%	51.901	1,4%
De 25 a 29 años	45.701	1,4%	56.757	1,6%
De 30 a 34 años	94.701	2,8%	116.640	3,2%
De 35 a 39 años	91.994	2,8%	138.010	3,8%
De 40 a 44 años	170.270	5,9%	166.691	4,6%
De 45 a 49 años	158.124	4,8%	209.375	5,8%
De 50 a 54 años	200.728	6,7%	230.375	6,4%
De 55 a 59 años	228.555	6,9%	249.779	6,9%
De 60 a 64 años	253.593	7,7%	280.596	7,8%
De 65 a 69 años	276.626	8,4%	301.831	8,4%
De 70 a 74 años	336.609	10,2%	371.398	10,3%
De 75 a 79 años	321.456	9,7%	338.370	9,7%
De 80 a 84 años	332.561	10,1%	372.511	10,2%
De 85 a 89 años	341.626	10,3%	362.886	10,0%
De 90 a 94 años	240.267	7,1%	236.678	6,6%
Total	1.389.031	100,0%	1.445.403	100,0%

¿CUÁNTOS SOMOS Y CUÁNTO HEMOS CRECIDO?



*Mujeres de 15 a 49 años de edad.



*Población total según la División Política Administrativa vigente en cada año

Sabías que en Guayas...

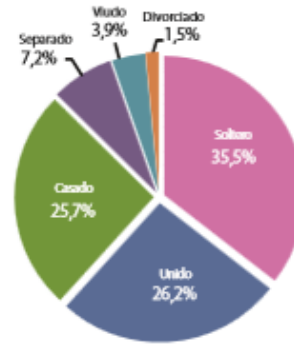
- La mayoría de la población se considera mestiza
- La forma de eliminación de la basura más utilizada es por camión recolector
- La mayoría de la población bebe el agua tal como llega al hogar
- La tecnología de la información y la comunicación más utilizada por la población es el teléfono celular
- La tasa de analfabetismo a disminuido en relación a los anteriores periodos censales
- La población en su mayor parte no aporta, o, está afiliada al seguro social
- El sistema de educación tiene una cobertura alta en lo referente a educación básica
- Por cada 100 mujeres existe 99 hombres.
- La mayor parte de la población es soltera

02

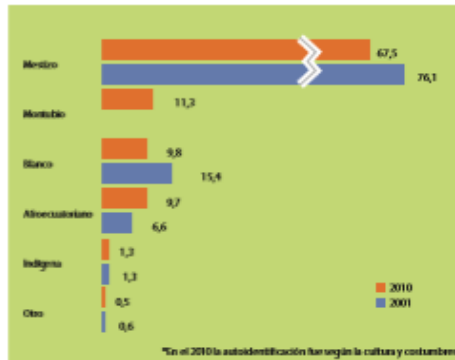
Características generales de la población

¿QUÉ ESTADO CONYUGAL TENEMOS LOS GUAYASENSES?

Estado Conyugal	Total	Hombre	Mujer
Soltero	980.189	39,1%	32,0%
Unido	723.448	26,4%	26,0%
Casado	708.666	25,8%	25,6%
Separado	199.097	5,6%	8,8%
Viudo	106.769	1,9%	5,8%
Divorciado	41.867	1,2%	1,8%



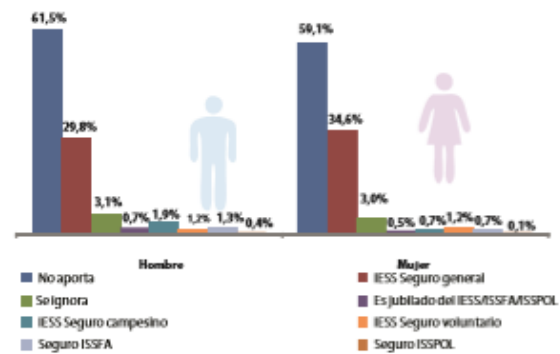
¿CÓMO NOS AUTOIDENTIFICAMOS?



¿QUÉ CANTIDAD DE GUAYASENSES ESTÁN ASEGURADOS?

Aporte o afiliación*	Personas
No aporta	825.424
IESS Seguro general	427.959
IESS Seguro campesino	19.757
Se ignora	41.656
IESS Seguro voluntario	16.648
Seguro ISSFA	15.388
Seguro ISSPOL	4.223
Es jubilado del IESS/ISSFA/ISSPOL	8.888

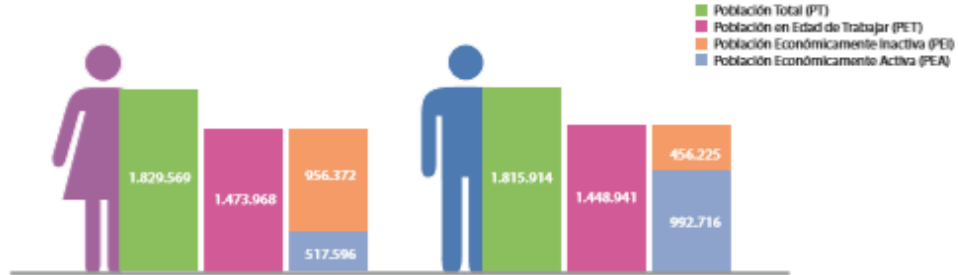
*Personas ocupadas de 18 años y más.



03

Actividades económicas de la población

¿CUÁL ES LA ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA?



* La Población en edad de trabajar y la PEA se calculan para las personas de 10 años de edad y más.

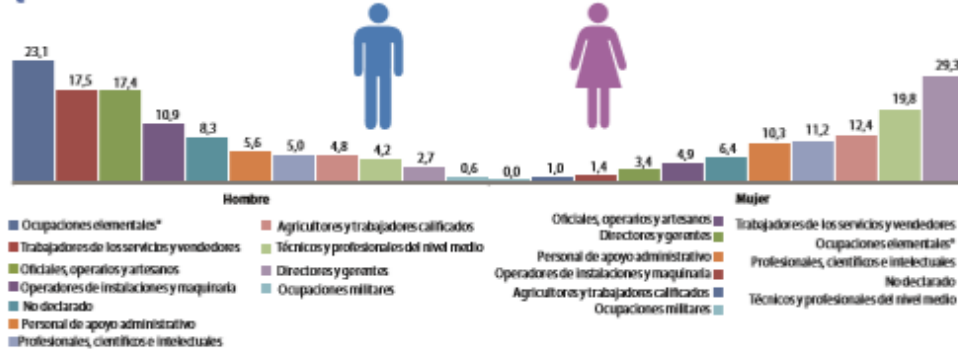
¿EN QUÉ TRABAJAN LOS GUAYASENSES?



Ocupación*	Hombres	Mujer
Empleado privado	375.600	178.368
Cuenta propia	237.998	115.351
Jornalero o peón	146.754	9.190
Empleado u obrero del Estado, Municipio o Consejo Provincial	73.065	51.115
No declarado	49.856	36.095
Empleada doméstica	5.141	58.200
Patrono	20.587	11.900
Trabajador no remunerado	10.196	5.184
Socio	7.295	4.090
Total	926.442	469.493

*Personas ocupadas de 10 años y más.

¿DE QUÉ TRABAJAN LOS GUAYASENSES?



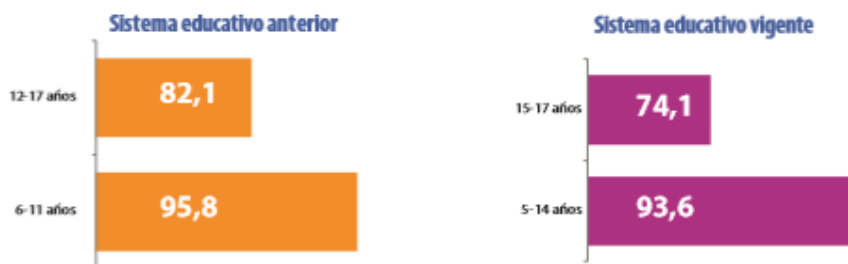
*Se refiere a limpiadores, asistentes domésticos, vendedores ambulantes, peones agropecuarios, pesqueros o de minería, etc.

04

Características de la educación

¿CUÁL ES EL NIVEL DE INSTRUCCIÓN?

Tasa de asistencia neta



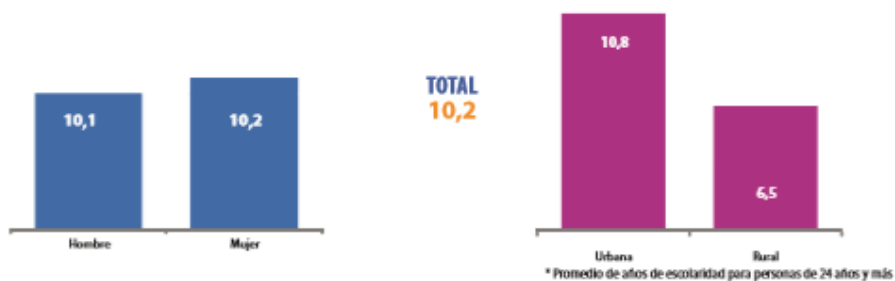
¿CUÁL ES EL ANALFABETISMO EN GUAYAS?



**Personas de 15 años y más que no saben leer ni escribir

¿QUÉ NIVELES DE ESCOLARIDAD PREDOMINAN?

Promedio de años de escolaridad*

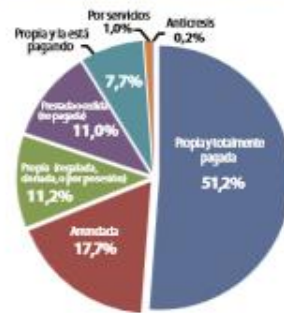


* Promedio de años de escolaridad para personas de 24 años y más

05

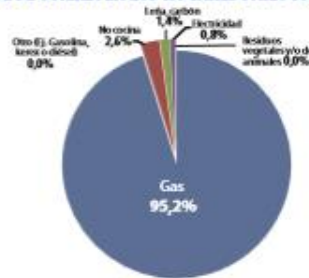
Características del hogar

¿CUÁL ES LA TENENCIA DE LA VIVIENDA EN GUAYAS?



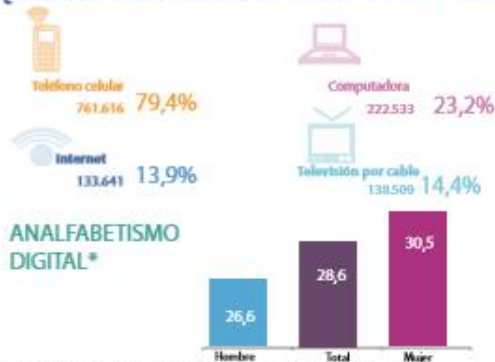
Tenencia de vivienda 2018	Hogares	%
Propia y totalmente pagada	490.958	51,2%
Arrendada	170.020	17,7%
Propia (prestada, cedida, tenida o por posesión)	107.478	11,2%
Prestada o cedida (no pagada)	105.933	11,0%
Propia y la está pagando	73.532	7,7%
Por servicios	9.533	1,0%
Anticrisis	1.511	0,2%
Total	958.965	100%

¿QUÉ SE UTILIZA EN LOS HOGARES PARA COCINAR?



Combustible	Cuentas	%
Gas	913.021	95,2%
No cocina	25.201	2,6%
Leña, carbón	13.171	1,4%
Electricidad	7.415	0,8%
Otro (Ej. Gasolina, kerosén o diesel)	134	0,0%
Residuos vegetales y/o animales	23	0,0%
Total	958.965	100%

¿CÓMO ESTÁN LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN?



* Personas de 15 años y más que en los últimos 6 meses no utilizaron teléfono celular, internet ni computadora

PERSONAS QUE UTILIZARON EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES**



** En los últimos 6 meses, previo al censo

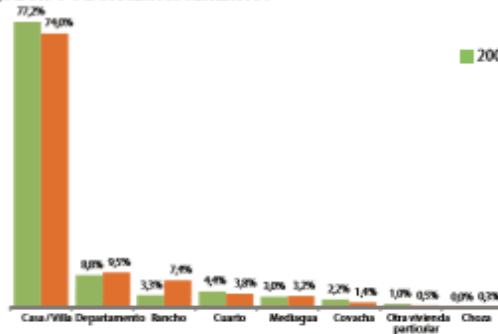
06

Características de la vivienda

¿CÓMO TOMAN EL AGUA EN LOS HOGARES?



¿QUÉ TIPO DE VIVIENDA TENEMOS?



Total de Viviendas*

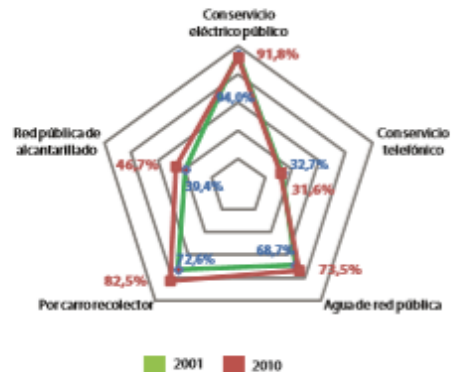
1.077.883

*Particulares y colectivas

¿CÓMO ESTÁN LOS SERVICIOS BÁSICOS EN GUAYAS?

SERVICIO	2001	2010
SERVICIO ELÉCTRICO		
Con servicio eléctrico público	720.744	884.024
Sin servicio eléctrico y otros	45.901	76.858
SERVICIO TELEFÓNICO		
Con servicio telefónico	250.515	297.700
Sin servicio telefónico	515.890	643.012
ABASTECIMIENTO DE AGUA		
De red pública	528.591	691.071
Otra fuente	240.114	249.841
ELIMINACIÓN DE BASURA		
Por carro recolector	558.517	775.791
Otra forma	210.588	184.921
CONEXIÓN SERVICIO HIGIÉNICO		
Red pública de alcantarillado	301.281	459.452
Otra forma	484.425	501.280

El servicio de eliminación de basura por carro recolector se ha incrementado considerablemente a diferencia de los otros servicios básicos de la vivienda.



07

Datos adicionales

¿CUÁL ES LA SITUACIÓN A NIVEL DE LOS CANTONES?

Cantón	Hombres	%	Mujeres	%	Total	Votantes*	Votantes**	Votantes***	Razón n.º de mujeres por 1000	Acabados	Edad promedio
Alfredo Baquerizo Moreno	13.013	0,7%	12.166	0,7%	25.179	7.585	7.584	6.755	431,7	10,0%	28
Baños	10.998	0,6%	9.525	0,5%	20.523	6.452	6.434	5.238	495,9	8,6%	26
Baños	28.001	1,5%	25.936	1,4%	53.937	16.172	16.166	13.331	498,9	15,6%	27
Colimes	12.423	0,7%	11.000	0,6%	23.423	7.491	7.489	6.352	533,3	16,6%	28
Coronel Marcelino Maridueña	6.265	0,3%	5.768	0,3%	12.033	3.931	3.925	3.173	381,0	5,6%	30
Dauis	60.195	3,3%	60.131	3,3%	120.326	39.177	39.162	31.473	391,0	9,8%	29
El Empalme	38.024	2,1%	36.427	2,0%	74.451	21.934	21.919	18.349	469,3	12,1%	27
El Tirolito	22.824	1,3%	21.954	1,2%	44.778	13.807	13.797	11.254	463,4	8,8%	26
Elvira Altamirano (Durán)	116.401	6,4%	119.368	6,5%	235.769	72.571	72.547	62.720	354,5	3,3%	28
General Antonio Elizalde	5.369	0,3%	5.273	0,3%	10.642	3.814	3.812	2.863	463,7	7,3%	28
Guayaquil	1.158.221	63,8%	1.192.694	65,2%	2.350.915	671.408	670.990	600.815	344,0	3,1%	29
Isidro Ayora	5.585	0,3%	5.285	0,3%	10.870	3.624	3.623	2.959	506,0	16,2%	26
Lomas de Saraguro	9.466	0,5%	8.947	0,5%	18.413	5.466	5.461	4.813	455,0	14,9%	28
Milagro	83.241	4,6%	83.393	4,6%	166.634	52.729	52.702	44.752	383,5	4,8%	29
Naranjal	36.625	2,0%	32.387	1,8%	69.012	21.789	21.718	17.579	479,4	8,8%	26
Naranjalito	19.063	1,0%	18.123	1,0%	37.186	12.268	12.265	9.980	375,2	8,1%	28
Niños	9.856	0,5%	9.744	0,5%	19.600	5.908	5.907	5.048	452,6	10,7%	27
Palovina	8.354	0,5%	7.711	0,4%	16.065	5.059	5.059	4.379	435,8	14,7%	28
Pedro Carbo	22.608	1,2%	20.828	1,1%	43.436	14.130	14.123	12.156	514,9	16,5%	28
Playas	21.242	1,2%	20.693	1,1%	41.935	15.718	15.695	10.508	489,6	5,9%	27
Samborombón	33.502	1,8%	34.088	1,9%	67.590	20.940	20.929	17.509	345,4	5,8%	30
Santa Lucía	20.276	1,1%	18.647	1,0%	38.923	12.233	12.231	10.643	434,0	15,5%	29
Simón Bolívar	13.270	0,7%	12.213	0,7%	25.483	8.236	8.231	7.046	458,0	9,3%	28
Salitre	29.828	1,6%	27.574	1,5%	57.402	17.162	17.156	15.175	489,9	13,4%	29
Yaguachi	31.264	1,7%	29.694	1,6%	60.958	18.279	18.268	15.842	467,4	9,2%	27
Total	1.815.914	100%	1.829.569	100%	3.645.483	1.077.883	1.077.193	940.712			

*Partidarios y colectivos **Partidarios ***Partidarios ocupados con personas presentes ****Número menor de cinco años por 1000 mujeres en edad reproductiva (15 a 49 años)



Créditos:
Análisis e Información Censal: Equipo Técnico de Análisis del Censo de Población y Vivienda
Diseño y Diagramación: Equipo de Comunicación y Análisis del Censo de Población y Vivienda

www.ecuadorencifras.com

www.inec.gob.ec

David Vera
DIRECTOR EJECUTIVO

Dirección Regional del Litoral (Guayaquil)
Hurtado 1001 y Tangurahua,
Teléfonos: (04) 2362 697- 2874 916- 2374 915

Administración Central (Quito)
Juan Llama N15-36 y José Ribotta,
Teléfonos: (02) 2544 326- 2544 561 Fax: (02) 2509 836

Dirección Regional del Norte (Quito)
Av. 10 de Agosto N11-487 y Pasaje Carlos Ibarra,
Teléfonos: (02) 2583 390- 2583 385- 2589 059 Fax: (02) 2583 411

Dirección Regional del Centro (Ambato)
Bocallarte y Lajama sector Medalla Milagrosa Edificio del Salto J.
Teléfonos: (03) 2421 867- 2421871 - 2421 928 Fax: (03) 2421 991

Dirección Regional del Sur (Cuenca)
Antonio Borrero 564 Ofic. 301,
Teléfono: (07) 2837 749 - 2842 104 - 2838 144
Fax: (07) 2834 854

Anexo 2 Formato de la encuesta

Objetivo: Determinar la factibilidad de instalar una división de vehículos usados en una concesionaria situada en la ciudad de Guayaquil

Género: M__ F__

Edad: años

Marque con "X" la alternativa de su preferencia agradecemos su valiosa colaboración.

1.- ¿Está dispuesto a adquirir un vehículo usado?

- | | |
|--------------------------|----|
| <input type="checkbox"/> | Si |
| <input type="checkbox"/> | No |

2.- ¿Qué tipo de vehículo desea adquirir?

- | | |
|--------------------------|--------------|
| <input type="checkbox"/> | Sedan |
| <input type="checkbox"/> | Camioneta |
| <input type="checkbox"/> | Todo terreno |

3.- ¿Qué monto tiene presupuestado para adquirir un vehículo?

- | | |
|--------------------------|--------------------|
| <input type="checkbox"/> | 0,00 a 10,000.00 |
| <input type="checkbox"/> | 11,000 a 20,000.00 |
| <input type="checkbox"/> | 21,000 a 30,000.00 |
| <input type="checkbox"/> | más de \$30,000.00 |

4.- ¿Qué uso le va a dar al vehículo?

- | | |
|--------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Uso personal |
| <input type="checkbox"/> | Como herramienta de trabajo |
| <input type="checkbox"/> | Para viajes de oficina. |

5.- ¿Cómo desea adquirir su vehículo?

- Contado
- Crédito directo con la concesionaria
- Financieras o crédito bancario

6.- ¿Cuál es motivo que no hace atractivo comprar un vehículo usado?

- Posibles problemas legales con el vehículo usado.
- Falta de garantía al momento de comprarlo
- No contar con un servicio de postventa que cuide su inversión.
- Dificultad en los trámites de cambio de propietario al adquirir el vehículo

7.- ¿Por qué usted tomaría la opción de comprar un vehículo usado?

- Bajo costo
- Entrega más rápida y sin demoras

8.- Al adquirir un vehículo usado ¿cuál de los siguientes lugares es de su preferencia?

- Concesionario
- Patios Usados
- Feria de vehículos usados
- Negociar con el dueño del automotor

9.- ¿Qué marca prefiere al adquirir un vehículo usado?

- Chevrolet
- Hyundai
- Toyota
- Nissan

Otros

10- ¿Qué motivos influyeron en la elección de la marca en la pregunta anterior?

- Repuestos disponibles y bajo costo.
- Calidad en rendimiento.
- Depreciación en avalúo comercial.
- Facilidad en venderlo.

11.- ¿Hasta qué año de producción usted está dispuesto a adquirir un vehículo usado?

- 0 a 2 años
- 3 a 4 años
- 5 años en adelante

Anexo 3 Estado de costo de inventario

ESTADO DE COSTOS DE INVENTARIO Y VENTA													
AÑOS	CONCEPTO	UNIDADES				COSTO UNITARIO	MARGEN DE DESCUENTO	PRECIO UNITARIO	VALORES				
		VENTAS	INVENTARIO FINAL	INVENTARIO INICIAL	COMPRAS				VENTAS	INVENTARIO FINAL	INVENTARIO INICIAL	COMPRAS	COSTO DE VENTAS
1		396	12	0	408				\$ 8,640,000.00	\$ 204,500.00	\$ -	\$ 6,780,500.00	\$ 6,576,000.00
	VEHÍCULO TIPO A	84	2	0	86	\$ 8,000.00	20%	\$ 10,000.00	\$ 840,000.00	\$ 16,000.00	0	\$ 688,000.00	\$ 672,000.00
	VEHÍCULO TIPO B	84	2	0	86	\$ 15,600.00	22%	\$ 20,000.00	\$ 1,680,000.00	\$ 31,200.00	0	\$ 1,341,600.00	\$ 1,310,400.00
	VEHÍCULO TIPO C	0	0	0	0	\$ 22,500.00	25%	\$ 30,000.00	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
	VEHÍCULO TIPO D	0	0	0	0	\$ 35,000.00	30%	\$ 50,000.00	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
	VEHÍCULO TIPO A	12	1	0	13	\$ 8,000.00	20%	\$ 10,000.00	\$ 120,000.00	\$ 8,000.00	0	\$ 104,000.00	\$ 96,000.00
	VEHÍCULO TIPO B	96	3	0	99	\$ 15,600.00	22%	\$ 20,000.00	\$ 1,920,000.00	\$ 46,800.00	0	\$ 1,544,400.00	\$ 1,497,600.00
	VEHÍCULO TIPO C	96	3	0	99	\$ 22,500.00	25%	\$ 30,000.00	\$ 2,880,000.00	\$ 67,500.00	0	\$ 2,227,500.00	\$ 2,160,000.00
VEHÍCULO TIPO D	24	1	0	25	\$ 35,000.00	30%	\$ 50,000.00	\$ 1,200,000.00	\$ 35,000.00	0	\$ 875,000.00	\$ 840,000.00	
		404	12	12	404				\$ 9,077,184.00	\$ 210,635.00	\$ 204,500.00	\$ 6,908,745.60	\$ 6,902,610.60
2	VEHÍCULO TIPO A	86	2	2	86	\$ 8,240.00	20%	\$ 10,300.00	\$ 882,504.00	\$ 16,480.00	\$ 16,000.00	\$ 706,003.20	\$ 705,523.20
	VEHÍCULO TIPO B	86	2	2	86	\$ 16,068.00	22%	\$ 20,600.00	\$ 1,765,008.00	\$ 32,136.00	\$ 31,200.00	\$ 1,376,706.24	\$ 1,375,770.24
	VEHÍCULO TIPO C	0	0	0	0	\$ 23,175.00	25%	\$ 30,900.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	VEHÍCULO TIPO D	0	0	0	0	\$ 36,050.00	30%	\$ 51,500.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	VEHÍCULO TIPO A	12	1	1	12	\$ 8,240.00	20%	\$ 10,300.00	\$ 126,072.00	\$ 8,240.00	\$ 8,000.00	\$ 100,857.60	\$ 100,617.60
	VEHÍCULO TIPO B	98	3	3	98	\$ 16,068.00	22%	\$ 20,600.00	\$ 2,017,152.00	\$ 48,204.00	\$ 46,800.00	\$ 1,573,378.56	\$ 1,571,974.56
	VEHÍCULO TIPO C	98	3	3	98	\$ 23,175.00	25%	\$ 30,900.00	\$ 3,025,728.00	\$ 69,525.00	\$ 67,500.00	\$ 2,269,296.00	\$ 2,267,271.00
	VEHÍCULO TIPO D	24	1	1	24	\$ 36,050.00	30%	\$ 51,500.00	\$ 1,260,720.00	\$ 36,050.00	\$ 35,000.00	\$ 882,504.00	\$ 881,454.00
		412	12	12	412				\$ 9,536,489.51	\$ 216,954.05	\$ 210,635.00	\$ 7,258,328.13	\$ 7,252,009.08
3	VEHÍCULO TIPO A	87	2	2	87	\$ 8,487.20	20%	\$ 10,609.00	\$ 927,158.70	\$ 16,974.40	\$ 16,480.00	\$ 741,726.96	\$ 741,232.56
	VEHÍCULO TIPO B	87	2	2	87	\$ 16,550.04	22%	\$ 21,218.00	\$ 1,854,317.40	\$ 33,100.08	\$ 32,136.00	\$ 1,446,367.58	\$ 1,445,403.50
	VEHÍCULO TIPO C	0	0	0	0	\$ 23,870.25	25%	\$ 31,827.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	VEHÍCULO TIPO D	0	0	0	0	\$ 37,131.50	30%	\$ 53,045.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	VEHÍCULO TIPO A	12	1	1	12	\$ 8,487.20	20%	\$ 10,609.00	\$ 132,451.24	\$ 8,487.20	\$ 8,240.00	\$ 105,960.99	\$ 105,713.79
	VEHÍCULO TIPO B	100	3	3	100	\$ 16,550.04	22%	\$ 21,218.00	\$ 2,119,219.89	\$ 49,650.12	\$ 48,204.00	\$ 1,652,991.52	\$ 1,651,545.40
	VEHÍCULO TIPO C	100	3	3	100	\$ 23,870.25	25%	\$ 31,827.00	\$ 3,178,829.84	\$ 71,610.75	\$ 69,525.00	\$ 2,384,122.38	\$ 2,382,036.63
	VEHÍCULO TIPO D	25	1	1	25	\$ 37,131.50	30%	\$ 53,045.00	\$ 1,324,512.43	\$ 37,131.50	\$ 36,050.00	\$ 927,158.70	\$ 926,077.20
		420	12	12	420				\$ 10,019,035.88	\$ 223,462.67	\$ 216,954.05	\$ 7,625,599.53	\$ 7,619,090.91
4	VEHÍCULO TIPO A	89	2	2	89	\$ 8,741.82	20%	\$ 10,927.27	\$ 974,072.93	\$ 17,483.63	\$ 16,974.40	\$ 779,258.35	\$ 778,749.11
	VEHÍCULO TIPO B	89	2	2	89	\$ 17,046.54	22%	\$ 21,854.54	\$ 1,948,145.87	\$ 34,093.08	\$ 33,100.08	\$ 1,519,553.78	\$ 1,518,560.77
	VEHÍCULO TIPO C	0	0	0	0	\$ 24,586.36	25%	\$ 32,781.81	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	VEHÍCULO TIPO D	0	0	0	0	\$ 38,245.45	30%	\$ 54,636.35	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	VEHÍCULO TIPO A	13	1	1	13	\$ 8,741.82	20%	\$ 10,927.27	\$ 139,153.28	\$ 8,741.82	\$ 8,487.20	\$ 111,322.62	\$ 111,068.00
	VEHÍCULO TIPO B	102	3	3	102	\$ 17,046.54	22%	\$ 21,854.54	\$ 2,226,452.42	\$ 51,139.62	\$ 49,650.12	\$ 1,736,632.89	\$ 1,735,143.38
	VEHÍCULO TIPO C	102	3	3	102	\$ 24,586.36	25%	\$ 32,781.81	\$ 3,339,678.63	\$ 73,759.07	\$ 71,610.75	\$ 2,504,758.97	\$ 2,502,610.65
	VEHÍCULO TIPO D	25	1	1	25	\$ 38,245.45	30%	\$ 54,636.35	\$ 1,391,532.76	\$ 38,245.45	\$ 37,131.50	\$ 974,072.93	\$ 972,968.99
		429	12	12	429				\$ 10,525,999.10	\$ 230,166.55	\$ 223,462.67	\$ 8,011,454.87	\$ 8,004,750.99
5	VEHÍCULO TIPO A	91	2	2	91	\$ 9,004.07	20%	\$ 11,255.09	\$ 1,023,361.02	\$ 18,008.14	\$ 17,483.63	\$ 818,688.82	\$ 818,164.31
	VEHÍCULO TIPO B	91	2	2	91	\$ 17,557.94	22%	\$ 22,510.18	\$ 2,046,722.05	\$ 35,115.87	\$ 34,093.08	\$ 1,596,443.20	\$ 1,595,420.40
	VEHÍCULO TIPO C	0	0	0	0	\$ 25,323.95	25%	\$ 33,765.26	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	VEHÍCULO TIPO D	0	0	0	0	\$ 39,392.81	30%	\$ 56,275.44	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	VEHÍCULO TIPO A	13	1	1	13	\$ 9,004.07	20%	\$ 11,255.09	\$ 146,194.43	\$ 9,004.07	\$ 8,741.82	\$ 116,955.55	\$ 116,693.29
	VEHÍCULO TIPO B	104	3	3	104	\$ 17,557.94	22%	\$ 22,510.18	\$ 2,339,110.91	\$ 52,673.81	\$ 51,139.62	\$ 1,824,506.51	\$ 1,822,972.32
	VEHÍCULO TIPO C	104	3	3	104	\$ 25,323.95	25%	\$ 33,765.26	\$ 3,508,666.37	\$ 75,971.84	\$ 73,759.07	\$ 2,631,499.77	\$ 2,629,287.00
	VEHÍCULO TIPO D	26	1	1	26	\$ 39,392.81	30%	\$ 56,275.44	\$ 1,461,944.32	\$ 39,392.81	\$ 38,245.45	\$ 1,023,361.02	\$ 1,022,213.66

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 15 de julio del 2013

Anexo 4 Proyecciones de cobros

POLÍTICA DE CRÉDITO

LA CARTERA NO SUPERA EL 10% DEL TOTAL DE VENTAS MENSUAL

SE CONSIDERA UNA ENTRADA MÍNIMA DEL 30%

PLAZO DE FINANCIAMIENTO 12 MESES

TASA DE INTERES: 15,20%

FLUIJO DE COBRO															
AÑOS	ENTRADA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL COBRO ANUAL	INTERESES GANADOS
1	\$ 259,200.00	\$ -	\$ 3,915.38	\$ 7,880.35	\$ 11,895.54	\$ 15,961.60	\$ 20,079.15	\$ 24,248.87	\$ 28,471.40	\$ 32,747.41	\$ 37,077.59	\$ 41,462.61	\$ 45,903.18	\$ 528,843.07	\$ 30,906.19
2	\$ 272,315.52	\$ 50,400.00	\$ 50,598.12	\$ 50,798.75	\$ 51,001.91	\$ 51,207.66	\$ 51,416.01	\$ 51,626.99	\$ 51,840.65	\$ 52,057.02	\$ 52,276.13	\$ 52,498.01	\$ 52,722.70	\$ 890,759.46	\$ 48,262.39
3	\$ 286,094.69	\$ 52,950.24	\$ 53,158.38	\$ 53,369.16	\$ 53,582.61	\$ 53,798.76	\$ 54,017.66	\$ 54,239.32	\$ 54,463.79	\$ 54,691.10	\$ 54,921.30	\$ 55,154.41	\$ 55,390.47	\$ 935,831.89	\$ 50,704.46
4	\$ 300,571.08	\$ 55,629.52	\$ 55,848.20	\$ 56,069.64	\$ 56,293.89	\$ 56,520.98	\$ 56,750.95	\$ 56,983.83	\$ 57,219.66	\$ 57,458.47	\$ 57,700.32	\$ 57,945.22	\$ 58,193.23	\$ 983,184.98	\$ 53,270.11
5	\$ 315,779.97	\$ 58,444.38	\$ 58,674.12	\$ 58,906.77	\$ 59,142.36	\$ 59,380.94	\$ 59,622.55	\$ 59,867.21	\$ 60,114.97	\$ 60,365.87	\$ 60,619.95	\$ 60,877.25	\$ 61,137.80	\$ 1,032,934.14	\$ 55,965.58

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto

Elaborado por: Carla Bravo; Diego Jordán

Fecha: 15 de julio del 2013

Anexo 5 Resolución No. 66 Comité De Comercio Exterior

CONSIDERANDO:

Que la Constitución de la República del Ecuador en sus artículos 395, numeral 1, 396 y 397, numeral 3, señalan respectivamente lo siguiente: “El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo ambiental equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras”; “*El Estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño.*” Adicionalmente, manifiesta: “*en caso de duda sobre el impacto ambiental de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científica de daño, el Estado adoptará medidas protectoras eficaces y oportunas*”; y que el Estado se compromete a: “*Regular la producción, importación, distribución, uso y disposición final de materiales tóxicos y peligrosos para las personas o el ambiente*”;

Que el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de la OMC, en su artículo XX “Excepciones Generales” establece que: “A reserva de que no se apliquen las medidas enumeradas a continuación en forma que constituya un medio de discriminación arbitrario e injustificable entre los países en que prevalezcan las mismas condiciones, o una restricción encubierta al comercio internacional, ninguna disposición del presente Acuerdo será interpretada en el sentido de impedir que toda parte contratante adopte o aplique las medidas: (...) **b) necesarias para proteger la salud y la vida de las personas y de los animales o para preservar los vegetales**”;

Que la Decisión 563 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, publicada en la Gaceta Oficial No. 940 de 25 de junio del 2003, que contiene la Codificación del Acuerdo de Cartagena, en el Capítulo VI “Programa de Liberación”, en el artículo 73, segundo inciso, estipula que: “Se entenderá por “restricciones de todo orden” cualquier medida de carácter administrativo, financiero o cambiario mediante la cual un País miembro impida o dificulte las importaciones, por decisión unilateral. **No quedarán comprendidos en este concepto la adopción y el cumplimiento de medidas destinadas a la protección de la vida y salud de las personas, los animales y los vegetales**”;

Que el Tratado de Montevideo de 1980, en su Artículo 50, establece que: “ninguna disposición del presente Tratado será interpretada como impedimento para la adopción y el incumplimiento de medidas destinadas a la: (...) **d) protección de la vida y salud de las personas, los animales y los vegetales**”;

Que el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 351 de 29 de diciembre de 2010, creó el Comité de Comercio Exterior (COMEX) como el órgano encargado de aprobar las políticas públicas nacionales en materia de política comercial;

Que de acuerdo al artículo 72, literales e, l y p del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, es facultad del Comité de Comercio Exterior (COMEX): "Regular, facilitar o restringir la exportación, importación, circulación y tránsito de mercancías no nacionales ni nacionalizadas, en los casos previstos en este Código y en los acuerdos internacionales debidamente ratificados por el Estado ecuatoriano"; "Aprobar contingentes de importación o medidas restrictivas a las operaciones de comercio exterior (...)" y, "Aprobar la normativa que, en materia de política comercial, se requiera para fomentar el comercio de productos con estándares de responsabilidad ambiental";

Que de la información proporcionada por el Ministerio del Ambiente, se determina que en el Inventario Nacional de Gases de Efecto Invernadero del Ecuador, en el sector energía, se incrementaron las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en un 110% en los últimos años. Las emisiones en este sector se deben fundamentalmente a actividades relacionadas con el sector vehicular. Con este antecedente, se emitió el Decreto Ejecutivo N° 1815, que declaró Política de Estado a la mitigación y adaptación al cambio climático;

Que de la misma información se concluye que los estándares de eficiencia de combustible mínimos, permiten la toma de decisiones para el mejoramiento progresivo del parque automotor, con la consecuente reducción de emisiones de GEI, el mejoramiento de la calidad del aire y la vida de los ecuatorianos. Como conclusión de este análisis, el Ministerio del Ambiente recomienda la adopción de una restricción que limite el acelerado crecimiento del parque automotor en Ecuador, lo que permitirá una reducción de emisiones de GEI, con un impacto positivo al ambiente y a la salud de los ecuatorianos;

Que de acuerdo a datos proporcionados por la Agencia Nacional de Tránsito, según la matriculación de vehículos de los últimos 3 años, la concentración de automotores en las provincias más pobladas en el país, como Pichincha y Guayas, alcanzan al 42% y 21% respectivamente, pese a que en el distrito metropolitano de Quito, durante el mismo periodo de análisis, se han venido aplicando medidas restrictivas a la circulación de vehículos bajo el sistema denominado pico y placa. Es decir, que pese a que existen medidas de control interno a la circulación vehicular, ni la matriculación de vehículos, ni la importación de los mismos han reportado reducciones sustanciales en los últimos años. Por el contrario, se ha detectado un crecimiento sostenido y acelerado, que se verifica también con la información proporcionada por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, que demuestra que solo en el transcurso de los meses de enero a junio de 2012 se han importado cerca de 535 millones de dólares en las subpartidas de vehículos sujetos a restricción, lo

que equivale aproximadamente al 80% de todo lo que se importó en estas subpartidas en el año anterior;

Que mediante Resolución No. 17 del Comité de Comercio Exterior, publicada en el Registro Oficial No. 521 de 26 de agosto de 2011, se reformó la Resolución No. 450 del COMEXI, incorporando 53 subpartidas dentro de la “Nómina de productos sujetos a controles previos a la importación” y se implementó un sistema de licencias de importación para 51 subpartidas detalladas en el Anexo I de dicha resolución, el cual está a cargo del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO. Adicionalmente se reformó la Resolución 17, mediante Resolución 24 del COMEX, publicada en el Registro Oficial N° 536 de 16 de septiembre de 2011;

Que el Comité de Comercio Exterior, COMEX, en sesión llevada a cabo el 11 de junio de 2012, conoció y aprobó el Informe Técnico de la Secretaría Técnica del Comité de Comercio Exterior, COMEX, basado en información del Ministerio del Ambiente del Ecuador y en la Agencia Nacional de Tránsito, que sugiere se adopten una serie de medidas restrictivas a la importación de vehículos automotores;

En ejercicio de las facultades que le confiere la ley,

RESUELVE:

Artículo 1.- Se establece una restricción cuantitativa anual de importación para vehículos clasificados en las subpartidas: 8703900091, 8704311090, 8704211090, 8703210090, 8703329090, 8703221090, 8703321090, 8703331090, 8703231090, 8703339090, 8703319090, 8703900099, 8703229090, 8703249090, 8703241090 y 8703239090, en los términos establecidos en el Anexo I de la presente Resolución. La restricción cuantitativa está fijada por unidades de vehículos y por valor. De esta manera, los importadores deberán respetar los dos parámetros en forma conjunta para poder nacionalizar sus mercancías.

Por tratarse de una restricción amparada en las normas excepcionales del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de la OMC, (GATT), de la Comunidad Andina y del Tratado de Montevideo de 1980, invocadas en los considerandos de esta resolución, todas las importaciones de celulares provenientes de cualquier país deberán cumplir con la restricción cuantitativa impuesta, incluidas las provenientes de aquellos países con los que Ecuador mantiene acuerdos comerciales.

La medida impuesta tendrá vigencia hasta el 31 de diciembre de 2014. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador deberá renovar automáticamente las cuotas establecidas en el anexo de la presente resolución el 1 de enero de cada año, durante su período de vigencia.

Artículo 2.- Disponer al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador incorporar la restricción cuantitativa a su sistema informático y verificar su cumplimiento inmediato. Las importaciones de mercancías que rebasen las cuotas asignadas, deberán ser reembarcadas en la parte que excedan la cuota.

Artículo 3.- El Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, a través de un proceso simplificado, podrá autorizar el traspaso de cuotas asignadas a un mismo importador, dentro de las subpartidas con cupo disponible.

Artículo 4.- Las cuotas establecidas en la presente Resolución no son transferibles a favor de terceros.

Artículo 5.- Se establece un grupo interinstitucional conformado por el INEN, MIPRO, MAE y la Secretaría Técnica del COMEX, para el desarrollo de nueva normativa técnica y/o procesos de certificación de calidad técnica y ambiental, para la importación de vehículos, en un plazo de 120 días, contados a partir de la vigencia de esta Resolución.

Artículo 6.- Se exceptúa de esta medida a las importaciones de vehículos para personas discapacitadas, diplomáticos y funcionarios sujetos a la Ley de Inmунidades, Privilegios y Franquicias Diplomáticas, las que realice el Estado y sus instituciones, así como los vehículos que forman parte del PLAN RENOVA.

Los vehículos que se importen a un régimen de perfeccionamiento con fines de exportación, no serán descontados de los cupos asignados, a no ser que luego sean nacionalizados.

Artículo 7.- Las empresas que requieran desarrollar en el país la distribución de nuevas marcas comerciales de vehículos, podrán presentar sus planes de inversión al Comité Ejecutivo del COMEX para su análisis y resolución. Dentro de este análisis se considerará la capacidad económica del peticionario, el

cumplimiento de sus obligaciones tributarias y su no vinculación con empresas que actualmente se dedican a la comercialización de vehículos.

Artículo 8.- Se reforma las Resoluciones Nros. 17 y 24 del COMEX, eliminando de sus anexos las siguientes subpartidas: 8703900091, 8704311090, 8704211090, 8703210090, 8703329090, 8703221090, 8703321090, 8703331090, 8703231090, 8703339090, 8703319090, 8703900099, 8703229090, 8703249090, 8703241090, 8703239090.

Artículo 9.- Las medidas adoptadas por la presente Resolución se aplicarán a todas las mercancías que se embarquen con destino al Ecuador a partir del día siguiente de la publicación de esta Resolución en el Registro Oficial. No obstante, por tratarse de una cuota de importación anual, el SENA E deberá descontar inmediatamente de la cuota asignada, las cantidades y montos importados desde el 1 de enero de 2012, hasta la fecha de publicación de esta resolución.

Para el descuento señalado, el SENA E podrá tomar la totalidad de los cupos asignados a las distintas subpartidas de cada importador.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- Las mercancías que se hayan embarcado con destino a Ecuador antes de la vigencia de esta Resolución, al amparo de licencias de importación otorgadas por el MIPRO, podrán ser nacionalizadas siempre que se encuentren dentro del límite de las licencias otorgadas.

Sin perjuicio de lo señalado en el párrafo anterior, los saldos no utilizados de las licencias otorgadas o las licencias que no se hubieren utilizado con embarques previos a esta medida, quedaran sin efecto a partir de la vigencia de la presente resolución y los importadores deberán respetar estrictamente las cuotas otorgadas.

SEGUNDA.- Lo establecido en la presente Resolución se aplicará sin perjuicio de la vigencia de la Resolución N° 59 del COMEX.

Esta Resolución fue adoptada en sesión llevada a cabo el 11 de junio de 2012.

Econ. Santiago León Abad
PRESIDENTE

Dr. Rubén Morán Castro
SECRETARIO

CUADRO DE CUPOS DE IMPORTACIÓN DE CONCESIONARIAS (2010)

RUC	Consignatario	Partida Arancelaria	Cuota Anual en dólares (FOB)	Cuota Anual en Unidades
1791739205001	AEKIA S.A.	8703229090	13,725,741.40	2,412
		8703239090	16,213,516.90	1,674
		8703241090	192,577.70	9
		8703249090	883,137.50	55
		8703319090	8,302.00	1
		8703329090	2,130,240.00	210

		8703331090	86,800.00	4
		8703339090	41,048.00	2
		8704211090	69,048.00	7
0190007510001	ALMACENES JUAN ELJURI CIA. LTDA.	8703210090	266,433.30	71
		8703241090	31,780.00	1
1790360741001	ALVAREZ BARBA S.A.	8703231090	68,625.12	2
		8703239090	640,899.67	24
		8703241090	82,971.00	2
		8703249090	61,935.30	1
		8703900091	9,857,208.36	134
1890010705001	AMBACAR CIA. LTDA.	8703210090	506,834.02	107
		8703221090	524,835.85	85
		8703229090	294,249.76	50
		8703231090	241,011.69	28
		8703239090	1,060,627.34	106
		8703329090	59,009.72	5
		8703339090	84,240.80	7
		8703900091	1,305,594.33	27
		8704211090	1,620,369.73	171
		8704311090	1,137,223.36	167
1790294757001	AUTOMOTORES DE FRANCIA COMPAÑIA ANONIMA AUTOFRANCIA C.A.	8703229090	342,612.90	35
		8703239090	701,512.70	51
		8703329090	104,647.90	7
1790014797001	AUTOMOTORES Y ANEXOS S.A. AYASA	8703229090	7,684,759.60	979
		8703231090	7,855,094.73	600

		8703239090	57,993,155.76	6,909
		8703241090	257,479.78	9
		8703331090	125,978.00	5
		8704211090	10,650,515.55	766
		8704311090	7,506,691.86	839
1792231116001	AUTOSHARECORP S.A	8703231090	273,388.50	19
		8703241090	381,299.10	14
		8703249090	1,183,700.00	67
		8703900091	4,474,337.00	151
		8704211090	142,075.50	7
		8704311090	8,314,425.70	509
0190354407001	CAMC TRUCK CIA. LTDA.	8703239090	15,750.00	2
		8704211090	150,780.00	17
1790009459001	CASABACA S.A.	8703900091	9,826,507.39	283
0990332169001	CETIVEHICULOS S.A.	8703229090	468,179.60	46
		8703239090	607,581.80	42
		8703329090	56,590.10	5
		8704211090	55,118.00	7
0990919550001	CHRYSLER - JEEP AUTOMOTRIZ DEL ECUADOR S.A.	8703231090	162,838.90	10
		8703239090	68,094.60	4
		8703241090	140,694.40	7
		8704311090	124,278.00	8
1792028795001	CINASCAR DE ECUADOR S.A.	8703210090	984,754.72	259
		8703221090	260,512.00	45
		8703229090	337,820.00	95

		8703239090	485,128.00	98
		8704311090	807,258.49	186
1791895584001	CORPORACION CARRERA S.A	8703239090	29,540.00	1
		8703241090	95,337.20	4
		8703249090	19,250.00	1
		8703329090	49,700.00	1
		8703900091	5,808,048.40	109
1791938046001	DAIHAUTO S.A.	8703900091	205,365.50	4
0992240776001	DISTRIBUIDORA DE VEHICULOS S.A. DIVESA	8703229090	133,896.00	25
		8704311090	104,195.00	24
0991331433001	EUROVEHICULOS S.A.	8703221090	101,225.60	22
		8703229090	227,546.90	48
		8703231090	1,031,663.50	187
		8703239090	740,626.60	127
		8703319090	14,795.20	3
		8703329090	388,392.20	48
0190347370001	FISUM S.A.	8703239090	7,639,237.20	896
		8704211090	8,387,380.40	536
		8704311090	679,240.80	80
1790598012001	GENERAL MOTORS DEL ECUADOR S.A.	8703210090	13,299,466.43	2,781
		8703229090	5,400,432.40	853
		8703231090	210,901.14	13
		8703239090	17,115,714.07	1,572
		8703241090	3,864,713.68	230
		8703249090	546,182.25	27

		8703900091	11,889,789.68	362
		8704211090	11,169,524.10	674
1792121795001	GERMANMOTORS S.A.	8703229090	32,810.40	2
		8703231090	641,273.50	23
		8703239090	670,900.44	34
		8703241090	86,449.44	2
		8703331090	28,450.80	1
0992284668001	GOTELLI S.A.	8703900091	794,054.80	17
0190003701001	IMPORTADORA TOMBAMBA S.A.	8703241090	17,500.00	1
		8703900091	11,215,442.52	321
1791276647001	INTRANS ECUADOR S.A.	8703231090	739,786.60	38
		8703239090	730,158.80	56
		8703321090	271,625.90	12
		8703331090	23,100.70	1
1790279901001	MANUFACTURAS ARMADURIAS Y REPUESTOS ECUATORIANOS S.A. MARESA	8703229090	5,523,210.63	456
		8703239090	9,021,020.48	596
		8703249090	639,904.93	23
		8704211090	2,320,462.87	165
0990022011001	MAQUINARIAS Y VEHICULOS S.A. MAVESA	8703229090	156,625.00	14
		8703239090	485,811.90	32
		8703329090	11,060.70	1
		8703900091	418,964.00	7
		8704211090	191,911.30	20
1791827430001	MECANOSOLVERS S.A.	8703229090	505,575.00	123
		8703239090	1,925.00	1

		8704311090	373,450.00	116
1791998472001	MOSUMI S.A.	8703231090	312,843.25	15
		8703239090	2,786,858.98	172
		8703241090	173,493.66	7
		8703321090	280,921.44	12
		8703329090	258,017.06	11
		8703331090	557,300.56	21
		8704211090	3,721,480.39	208
		8704311090	232,298.00	12
		0190310647001	NEGOCIOS AUTOMOTRICES NEOHYUNDAI S.A.	8703229090
8703231090	2,814,577.50			202
8703239090	46,901,817.20			5,053
8703241090	1,010,185.40			58
8703249090	956,883.20			50
8703319090	192,080.00			28
8703321090	18,590.60			1
8703329090	377,048.00			36
8703331090	30,958.20			1
8703339090	191,165.80			9
8704211090	256,137.00			31
1790233979001	OMNIBUS BB TRANSPORTES S.A.	8704211090	13,444.20	1
0992578963001	PIEDRAMUNDO S.A.	8703900091	406,247.92	6
1790015424001	QUITO MOTORS S.A. COMERCIAL E INDUSTRIAL	8703231090	658,157.50	46
		8703241090	749,883.40	29
		8703249090	1,407,980.00	79

		8703900091	24,033,723.00	809
		8704211090	1,841,310.80	89
		8704311090	30,917,187.00	1,944
1790517454001	RECORDMOTOR S.A.	8703231090	275,703.65	13
		8703239090	1,468,495.40	85
		8703241090	433,439.30	15
		8703249090	273,053.20	11
1716118052001	SANCHEZ ROSAS EYMI JE ZAEL	8703900091	483,388.50	8
1792008077001	STARMOTORS S.A.	8703231090	74,519.20	2
		8703239090	334,093.20	13
		8703241090	123,749.35	3
		8703249090	146,588.40	4
		8703900091	4,627,871.50	54
1790010309001	TEOJAMA COMERCIAL SA	8703229090	267,340.48	20
		8703900091	196,989.70	4
0400951778001	TERAN CAICEDO LUIS RAMIRO	8703241090	76,650.00	2
		8703249090	73,850.00	3
		8703900091	176,379.00	4
0992141913001	TOYOCOSTA S.A.	8703900091	9,723,901.81	301
1792073634001	TOYOTA DEL ECUADOR S.A.	8703229090	1,637,243.86	191
		8703231090	10,133,283.46	691
		8703239090	2,528,371.31	239
		8703241090	3,819,650.43	174
		8703900091	168,903.06	6
		8704211090	14,162,675.10	1,152

		8704311090	28,273,986.20	2,802
0401328034001	VIZCAINO TERAN PAUL ANDRES	8703231090	14,805.00	1
		8703900091	973,243.60	21

Fuente: Comité de Comercio Exterior

Autor: Comité de Comercio Exterior

Fecha: 29 de diciembre de 2010,

Anexo 6 Avaluador de vehículos usados autos ecuador

AutosEcuador.com | TuCasaEcuador.com

autosecuador.com

MOTOLINK
EXPERTOS EN RECUPERACIÓN VEHICULAR

HAZ CLICK AQUÍ

Home | **Avaluador** | Contáctenos | Incribir Vehículos | Financiamiento | Búsqueda Avanzada

Prueba nuestro NUEVO Avaluador de Vehiculos!

Autos

2007

MAZDA

Allegro 323 1.6L 4ptas

Valor promedio: \$ 10,400 [Danos tu opinión!](#)

Estos valores aplican a vehículos de la costa, con un recorrido promedio de 20 a 25 mil km por año, y en condiciones aceptables para el año solicitado.

El cálculo se hace en base a:

1. Vehículos publicados en AutosEcuador.com durante los últimos 6 meses.
2. Encuestas Directas entre los patios de vehículos.
3. Tablas de Depreciación vehicular por marca.

Recomendar: [f](#) [t](#) [p](#) Imprimir

Fuente: Autos Ecuador

Autor: Autos Ecuador

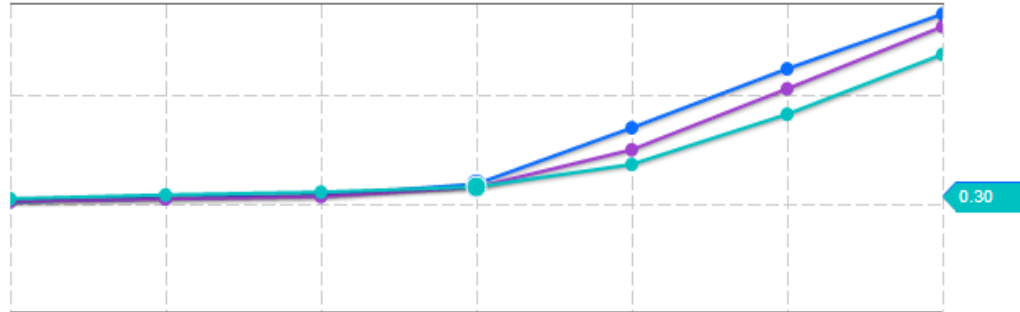
Fecha: 30 de junio del 2013

Anexo 7 Tasa libre de riesgo

United States Government Bonds

Los Rendimientos Del Tesoro De EE.UU.

2Y: ● Actual 0,36 ● Hace 1M 0,30 ● Atrás 1y 0,30



Tenor	Cupón	Precio	Último	1 mes	1 Año	Tiempo
3 Mes	0.0000	0.0300	0,03%	-1	-5	28/06/2013
6 meses	0.0000	0.0900	0,09%	2	-6	28/06/2013
12 meses	0.0000	0.1400	0,14%	2	-6	28/06/2013
2 Año	0.3750	100-01 ¼	0,36%	6	5	28/06/2013
5 años	1.3750	99-29	1,39%	41	68	28/06/2013
10 años	1.7500	93-19	2,49%	37	84	28/06/2013
30 años	2.8750	88-15 ½	3,50%	23	75	28/06/2013

Cambie muestra en puntos básicos

Fuente: Reserva Federal de Estados Unidos

Autor: Reserva Federal de Estados Unidos

Fecha: 5 de julio del 2013

Anexo 8 Beta sector de automóviles

Date of Analysis: Data used is as of January 2013

Industry	Number of Firms	Average Beta	Market D/E Ratio	Tax Rate	Unlevered Beta	Cash/Firm Value	Unlevered Beta corrected for cash
Advertising	32	1.68	40.84%	16.02%	1.25	13.12%	1.44
Aerospace/Defense	66	0.98	26.64%	20.08%	0.81	11.74%	0.92
Air Transport	36	1.03	59.08%	21.35%	0.7	14.13%	0.82
Apparel	54	1.36	13.77%	18.57%	1.23	5.13%	1.29
Auto Parts	54	1.76	24.37%	18.77%	1.47	11.65%	1.66
Automotive	12	1.73	103.42%	16.24%	0.93	16.84%	1.11
Bank	416	0.77	128.23%	16.39%	0.37	16.43%	0.45
Bank (Midwest)	68	0.89	49.85%	20.99%	0.64	15.03%	0.76
Beverage	35	0.95	22.29%	18.82%	0.8	4.33%	0.84
Biotechnology	214	1.23	15.92%	2.98%	1.07	18.10%	1.3
Building Materials	43	1.57	65.24%	9.48%	0.99	6.18%	1.05
Cable TV	20	1.4	66.11%	21.23%	0.92	3.61%	0.96
Restaurant	65	1.16	13.15%	19.23%	1.05	3.42%	1.08
Retail (Hardlines)	79	1.79	26.01%	22.55%	1.49	9.96%	1.65
Retail Store	38	1.29	25.58%	24.83%	1.08	4.67%	1.14
Retail/Wholesale Food	30	0.68	34.84%	31.18%	0.55	5.46%	0.58
Securities Brokerage	27	1.07	264.59%	30.41%	0.38	43.53%	0.66
Semiconductor	142	1.49	10.06%	11.71%	1.37	14.48%	1.6
Semiconductor Equip	10	1.79	16.98%	15.21%	1.57	21.91%	2.01
Shoe	17	1.26	1.94%	19.89%	1.24	8.93%	1.37
Steel	33	1.65	56.21%	24.24%	1.16	8.82%	1.27
Telecom. Equipment	105	1.07	13.31%	14.01%	0.96	30.13%	1.37
Telecom. Services	76	1.15	31.82%	16.22%	0.91	8.92%	1
Telecom. Utility	23	0.92	108.25%	26.94%	0.51	3.31%	0.53
Thrift	170	0.68	19.50%	15.84%	0.58	25.18%	0.78
Tobacco	11	0.86	18.87%	32.82%	0.76	3.21%	0.79
Toiletries/Cosmetics	14	1.17	20.63%	27.33%	1.01	6.80%	1.09
Trucking	34	1.09	42.33%	25.94%	0.83	5.15%	0.87
Water Utility	11	0.49	73.18%	31.45%	0.33	0.54%	0.33
Wireless Networking	58	1.35	25.67%	10.06%	1.1	6.00%	1.17
Total Market	6177	1.17	42.92%	14.93%	0.86	10.66%	0.96

Fuente: Reserva Federal de Estados Unidos

Autor: Reserva Federal de Estados Unidos

Fecha: 5 de julio del 2013

Anexo 9 Riesgo país

FECHA	VALOR
Junio-17-2013	636.00
Junio-16-2013	636.00
Junio-15-2013	636.00
Junio-14-2013	636.00
Junio-13-2013	631.00
Junio-12-2013	651.00
Junio-11-2013	654.00
Junio-10-2013	623.00
Junio-09-2013	625.00
Junio-06-2013	628.00
Junio-05-2013	628.00
Junio-04-2013	628.00
Junio-03-2013	628.00
Junio-02-2013	626.00
Junio-01-2013	626.00
Mayo-31-2013	626.00
Mayo-30-2013	628.00
Mayo-29-2013	627.00
Mayo-28-2013	629.00
Mayo-27-2013	634.00
Mayo-26-2013	634.00
Mayo-25-2013	634.00
Mayo-24-2013	634.00
Mayo-23-2013	635.00
Mayo-22-2013	635.00
Mayo-21-2013	637.00
Mayo-20-2013	637.00
Mayo-19-2013	637.00
Mayo-18-2013	637.00
Mayo-17-2013	637.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Banco Central del Ecuador

Fecha: 15 de julio del 2013