UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

"ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA EMPRESA AUTO STORE CIA. LTDA".

Tesis previa a la obtención
Del Grado de Ingeniera
Comercial.

DIRECTOR: ECO. LENIN ZUÑIGA.

ALUMNOS:

PABLO AREVALO TORRES.
JAIME LOPEZ VILLAVICENCIO.

CUENCA –ECUADOR

2010

Certifica:

Haber dirigido y revisado prolijamente cada uno de los capítulos del informe de monografía así como haber supervisado cada una de las actividades desarrolladas por los alumnos: Pablo Arévalo Torres y Jaime López Villavicencio y por cumplir los requisitos, autorizo su presentación.

Cuenca, Abril del 2010

Eco. Lenin Zúñiga

DIRECTOR

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mi familia, que siempre han sido y serán mi mayor apoyo y motivación, a mis padres, por ser pilares fundamentales en mi vida, a mi hermana por ser mi estímulo de superación continua, a mi abuelita por ser muestra de que se debe luchar en la vida para llegar muy lejos, a la Universidad del Azuay y a los profesores que supieron enseñarme que el aprendizaje es un compromiso que cada uno de nosotros tiene con su propia educación.

Jaime López Villavicencio

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado en primer lugar a Dios, a toda mi familia en especial a mi madre que aunque ahora no me acompaña se que siempre quiso que fuera una gran persona en la vida, a mi padre por nunca dejarme solo y ayudarme en todos los momentos malos de mi vida al igual que a mis hermanos que han sido un ejemplo a seguir y nunca me han dejado solo, a mi esposa e hijo que han sido mi más grande fuente de inspiración y en especial a la universidad del Azuay por haberme abierto sus puertas para alcanzar una meta mas en vida

Pablo Arévalo Torres

AGRADECIMIENTO

Queremos agradecer primeramente a Dios por darnos la suficiente fuerza y sabiduría durante esta etapa que nos permite alcanzar una meta mas en nuestras vidas, así como también a nuestros familiares, compañeros, amigos y a los diferentes señores profesores de la Universidad del Azuay por su colaboración desinteresada fortaleciendo nuestros conocimientos para poner en práctica en la vida profesional, y un agradecimiento muy especial al Eco. Lenin Zúñiga gran profesor y amigo por su apoyo incondicional en la dirección de este trabajo.

RESUMEN

En la actualidad la ciudad de Cuenca ha tenido un incremento continuo de su parque automotor por lo cual se ha visto la necesidad de la creación de la empresa Auto Store Cía. Ltda. Dedicada a comercializar aros y neumáticos para vehículos livianos, para de esta manera llenar las expectativas de los consumidores.

El desarrollo de la presente Monografía se ha realizado con el objetivo de determinar la viabilidad financiera de un proyecto con el fin de obtener una rentabilidad satisfactoria para los accionistas que justifique el costo de oportunidad de emprendimiento.

Los objetivos planteados para el desarrollo de siguiente proyecto irán alineados con el objetivo general, que es planificar, presupuestar, analizar y evaluar la factibilidad del proyecto Auto Store Cía. Ltda. Es así que ha influido de una manera positiva los cambios constantes en gustos y preferencias de los consumidores, por lo cual la empresa se ve en la necesidad de establecer nuevas estrategias para alcanzar la completa satisfacción de los clientes.

Pablo Fernando Arévalo Torres.

Jaime Oswaldo López Villavicencio.

ABSTRACT

The City of Cuenca`s automotive fleet has had a continuous growth lately, this being the reason that the setting up of *Auto Store Cia. Ltda.* is necessary. This company will sell wheels and tires for small vehicles; we hope they will fulfill the consumers` expectations.

This monographic work has been made with the purpose of establishing the financial feasibility of this project, which has to be satisfactory and profitable for shareholders. It also has to justify the costs of entrepreneurial opportunities.

The goals set for the carrying out of the project will agree with the general objective, which is planning, budgeting, analyzing, and evaluating the feasibility of setting up *Auto Store Cia. Ltda.* The constant consumers` changes in tastes and preferences should be influenced by the new products; the company will implement new marketing strategies for satisfying its clients.

Pablo Fernando Arévalo Torres

Jaime Oswaldo López Villavicencio

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
DEPARTAMENTO DE INGLES
COORDINADORA

INDICE GENERAL

Tabla de contenido

Certifica: ii

DEDICATORIA iii

DEDICATORIA iv

AGRADECIMIENTO v

INDICE GENERAL vi

INTRODUCCION 11

CAPITULO I: MARCO TEORICO 12

1 Generalidades. 12

1.1 Descripción de la Empresa. 12

1.1.1 Datos Generales: 13

1.1.2 Empresas Relacionadas 13

1.1.3 Principios 13

1.1.4 Misión 14

1.1.5 Visión 14

1.2 Estructura Organizacional. 15

1.2.1 Estructura Funcional 17

1.3 Objetivos y Políticas Empresariales 19

1.3.1 Objetivo del Estudio 19

1.3.2 Objetivo General del Proyecto 19

1.3.3 Objetivos Específicos 19

1.3.4 Políticas Empresariales 19

1.4 Descripción de Servicios 20

1.4.1 Actividad 20

1.4.2 Descripción de Productos 20

1.5 Análisis Ford 23

1.5.1 Fortalezas: 23

1.5.2 Oportunidades: 23

1.5.3 Riesgos. 24

1.5.4 Debilidades. 24
CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO..... 25
2 Análisis situacional del mercado. 25
2.1 Análisis del producto 25
2.1.1 Los servicios que se ofrecen son los siguientes. 26
2.1.2 Análisis de la Demanda 32
2.2 Segmentación del Mercado 32
2.2.1 Variables Duras: 32
2.2.2 Segmentación por el lugar en donde Circulan: 32
2.2.3 Segmentación por el tipo de vehículos: 35
2.3 Análisis de la ventaja competitiva 37
2.3.1 Análisis de la competencia (Venta De Neumáticos Aros y Accesorios) 37
2.4 Análisis de precios 39
2.4.1 Análisis de precios AUTO STORE CIA Ltda. 39
2.5 Análisis de la comercialización 41
2.5.1 Canales de Distribución 42
2.5.2 La Marca 42
2.5.3 Imagen 42
2.5.4 Logo 43
2.5.5 Slogan 43
2.5.6 Ciclo de Vida del Producto 44
2.5.7 Promoción y Publicidad 44
2.6 Investigación de Mercados 46
2.6.1 Determinación de la Muestra 46
2.6.2 Encuesta 48
2.6.3 Conclusiones de la Tabulación 50
CAPITULO III: ESTUDIO TECNICO 61
3 Estudio Técnico 61
3.1 Análisis de la Infraestructura Física. 61
3.1.1 Análisis del Proceso de Producción 61
3.2 Análisis de la Tecnología a Utilizar. 66
3.2.1 Descripción de los Recursos 66
3.3 Análisis del Entorno 68

3.3.1 Análisis Estructural de los Sectores Industriales 69
3.4 Determinación de la Localización del Proyecto 72
3.4.1 Macro Localización..... 72
3.4.2 Micro Localización: 73
3.4.3 Localización Óptima 75
CAPITULO IV: ESTUDIO FINANCIERO 76
4 Estudio Financiero 76
4.1 Análisis de Inversiones: 76
4.1.1 Inversiones fijas 76
4.1.2 Inversiones diferidas 77
4.1.3 Inversiones en Capital de Trabajo 78
4.1.4 Inversión Total 79
4.2 Análisis Financiamiento 79
4.2.1 Fuentes Propias: 80
4.2.2 Fuentes de Terceros: 80
4.3 Análisis Ingresos: 81
4.3.1 Ingresos de la Actividad Principal 81
4.3.2 Otros ingresos: 81
4.3.3 Proyección de Ingresos 83
4.4 Análisis Egresos: 84
4.4.1 Costos: 84
4.4.2 Gastos 86
4.4.3 Resumen de Costos y Gastos 91
4.5 Análisis de rentabilidad 92
4.5.1 Calculo del VAN Y LA TIR 92
4.5.2 Financiamiento del Proyecto con Deuda 93
4.5.3 Análisis de Escenarios 96
5 CONCLUCIONES 106
6 RECOMENDACIONES 107
7 BIBLIOGRAFIA 108
8 ANEXOS 109

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1 Cuadro de Marcas 20
CUADRO 2 Autos con medidas de Aros y Neumáticos Compatibles 21
CUADRO 3 Análisis % de Ventas de accesorios 31
CUADRO 4 Datos Estadísticos de Matriculación 34
CUADRO 5 Análisis de la Competencia 38
CUADRO 6 Recursos necesarios para el Funcionamiento de la Empresa 68
CUADRO 7 Metodo de Ponderación 74
CUADRO 8 Recursos Necesarios 77
CUADRO 9 Inversiones Diferidas 78
CUADRO 10 Inversiones de capital de Trabajo 79
CUADRO 11 Inversión Total 79
CUADRO 12 Fuentes de Terceros 80
CUADRO 13 Cuadro de ingresos Moderado 82
CUADRO 14 Cuadro de Egresos Moderado 85
CUADRO 15 Cuadros de gastos 87
CUADRO 16 Publicidad 89
CUADRO 17 Tabla de Amortización 91
CUADRO 18 Costos y Gastos 91
CUADRO 19 Flujo de Efectivo Moderado 94
CUADRO 20 Ingresos Escenario Optimista 97
CUADRO 21 Flujo de Efectivo Escenario Optimista 98
CUADRO 22 Ingresos Escenario Pesimista 101
CUADRO 23 Egresos Escenario Pesimista 102
CUADRO 24 Flujo Efectivo Escenario Pesimista 103
CUADRO 25 Análisis de Escenarios 105

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Vehículos que pertenecen a la categoría livianos 12
Gráfico 2 Estructura Organizacional 15
Gráfico 3 Presentación de Neumáticos y Aros 26
Gráfico 4 Parqueadero 27
Gráfico 5 Mostradores de Aros y Neumaticos 27
Gráfico 6 Vitrinas y Mostradores 28
Gráfico 7 Catálogos de Aros 29
Gráfico 8 Análisis grafico de venta de accesorios 31
Gráfico 9 Parque Automotor de la Ciudad de Cuenca 35

Gráfico 10Porcentaje de Vehículos Categoría Livianos 36
Gráfico 11 Especificaciones del Neumático 39
Gráfico 12 Especificaciones del Aro..... 40
Gráfico 13 Modelos de Aros 40
Gráfico 14 Logotipo 43
Gráfico 15 Tarjeta de Presentación 44
Gráfico 16 Flayers Publicitario 45
Gráfico 17 Pregunta 1 50
Gráfico 18 Pregunta 2 51
Gráfico 19 Pregunta 3 51
Gráfico 20 Pregunta 4 52
Gráfico 21 Pregunta 5 53
Gráfico 22 Pregunta 6 54
Gráfico 23 Pregunta 7 54
Gráfico 24 Pregunta 8 55
Gráfico 25 Pregunta 9 56
Gráfico 26 Pregunta 10 57
Gráfico 27 Pregunta 11 58
Gráfico 28 Pregunta 12 59
Gráfico 29 Pregunta 13 60
Gráfico 30 Las Cinco Fuerzas de Porter 70
Gráfico 31 Localización Optima del Proyecto 75

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Cuadro de Precios de Aros 110
ANEXO 2 Cuadro de Precios de Neumáticos 117

INTRODUCCION

El desarrollo de la presente monografía se ha realizado con la finalidad de encontrar la viabilidad financiera de un proyecto, como alternativa de inversión que permita obtener una atractiva rentabilidad que justifique el costo de oportunidad de emprendimiento.

Esta monografía se sustenta en el estudio de verificación de la existencia de un mercado potencial dentro de la Ciudad de Cuenca, para la Comercialización de Neumáticos, Aros y Accesorios para vehículos livianos que están relacionados directamente con el crecimiento constante del parque automotor.

Los objetivos planteados para el desarrollo de la presente monografía están se encuentran interrelacionados con el principal de realizar la investigación de factibilidad para la comercialización con el fin de obtener una rentabilidad satisfactoria para los accionistas, para ello se seguirá una alineación con los objetivos específicos que permitirán poder conocer las expectativas de los clientes y determinar estrategias competitivas en el negocio que ayuden al desarrollo optimo de las actividades de la empresa. De la misma manera encontrar los flujos de efectivo analizándolos en diferentes tipos de escenarios en tiempo actual y determinar las probabilidades de funcionamiento de este proyecto.

CAPITULO I: MARCO TEORICO

1 Generalidades.

1.1 Descripción de la Empresa.

El proyecto consta de un estudio de pre-factibilidad para determinar la viabilidad comercial y financiera de una empresa que comercializa aros y neumáticos para vehículos de la categoría livianos que está conformada por Automóviles, Camionetas, Jeeps, Busetas, Especiales, Ortopédicos (Grafico #1 Pág. 12) , en la Ciudad de Cuenca. Se brindara productos en sus últimos modelos existentes y también por medio de solicitud del cliente mediante revisión de catálogos con los que cuenta la empresa., tanto en aros como en neumáticos, además de su línea de accesorios que van de acuerdo con la aceptación por parte del mercado.

GRAFICO #1

VEHICULOS QUE PERTENECEN A LA CATEGORÍA LIVIANOS

Gráfico 1 Vehículos que pertenecen a la categoría livianos

Fuente: COMISON DE TRANSITO DE LA PROVINCIA DEL AZUAY

Subtnt . Andrés Solano

1.1.1 Datos Generales:

Tipo de empresa: Compañía Limitada.

Nombre del proyecto: Auto Store Cía. Ltda.

Dirección: Av. De las Américas y 1ero de Mayo.

Ciudad: Cuenca

Provincia: Azuay

Accionistas:

Pablo Arévalo Torres.

Oswaldo López Villavicencio.

1.1.2 Empresas Relacionadas

En la investigación de este proyecto se contara con un apoyo de la empresa Importadora y Comercial Lartizco S.A. y Continental General tire Cía. Ltda.

1.1.3 Principios

Los principios de Auto Store Cía. Ltda. Estarán reflejados en la eficacia, eficiencia y rentabilidad que este proyecto generara a sus accionistas, este se basa principalmente en el personal capacitado para poder brindar:

- Responsabilidad.- en el servicio, entregando el producto en los términos acordados con el cliente.
- Calidad.- de los productos vendidos y ofrecidos en la empresa.
- Garantía.- sobre los productos la cual estará directamente relacionada con problemas de fabricación de los mismos.
- Comunicación.- dando a conocer a la empresa en el mercado conjuntamente con los tipos de productos que esta comercializa, de tal manera alcanzar la satisfacción total de los clientes.

Estos principios estarán determinados por los objetivos y metas propuestas para la correcta utilización de los recursos y la excelencia en el servicio.

1.1.4 Misión

Auto Store Cía. Ltda. es una empresa que se dedica a la comercialización de Aros y Neumáticos para vehículos, así como también de accesorios complementarios para los mismos, cuyo fin será brindar economía, rendimiento, seguridad y garantía para los consumidores, a través de ofrecer productos en las mejores marcas.

1.1.5 Visión

Consolidarnos como una empresa comercializadora de alto nivel siendo la de mayor prestigio y concurrencia dentro de la ciudad, en la línea de neumáticos, aros y accesorios, logrando la plena satisfacción del cliente, poniendo a disposición productos de alta calidad. Y para su cumplimiento AUTO STORE CIA. LTDA. Cuenta con un personal comprometido con el trabajo que hace posible que se cumpla con los objetivos y así dentro de de su vida útil será una comercializadora con un posicionamiento en el mercado local y con miras al mercado nacional, como una empresa capaz de satisfacer las necesidades del cliente.

Estará integrado por un equipo humano con altas cualidades profesionales, morales y con responsabilidad social; cuidando e incrementando el capital invertido de los accionistas y fomentando la optimización de los recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos que se encuentran dentro del desarrollo de las actividades de la empresa.

1.2 Estructura Organizacional.

GRAFICO #2

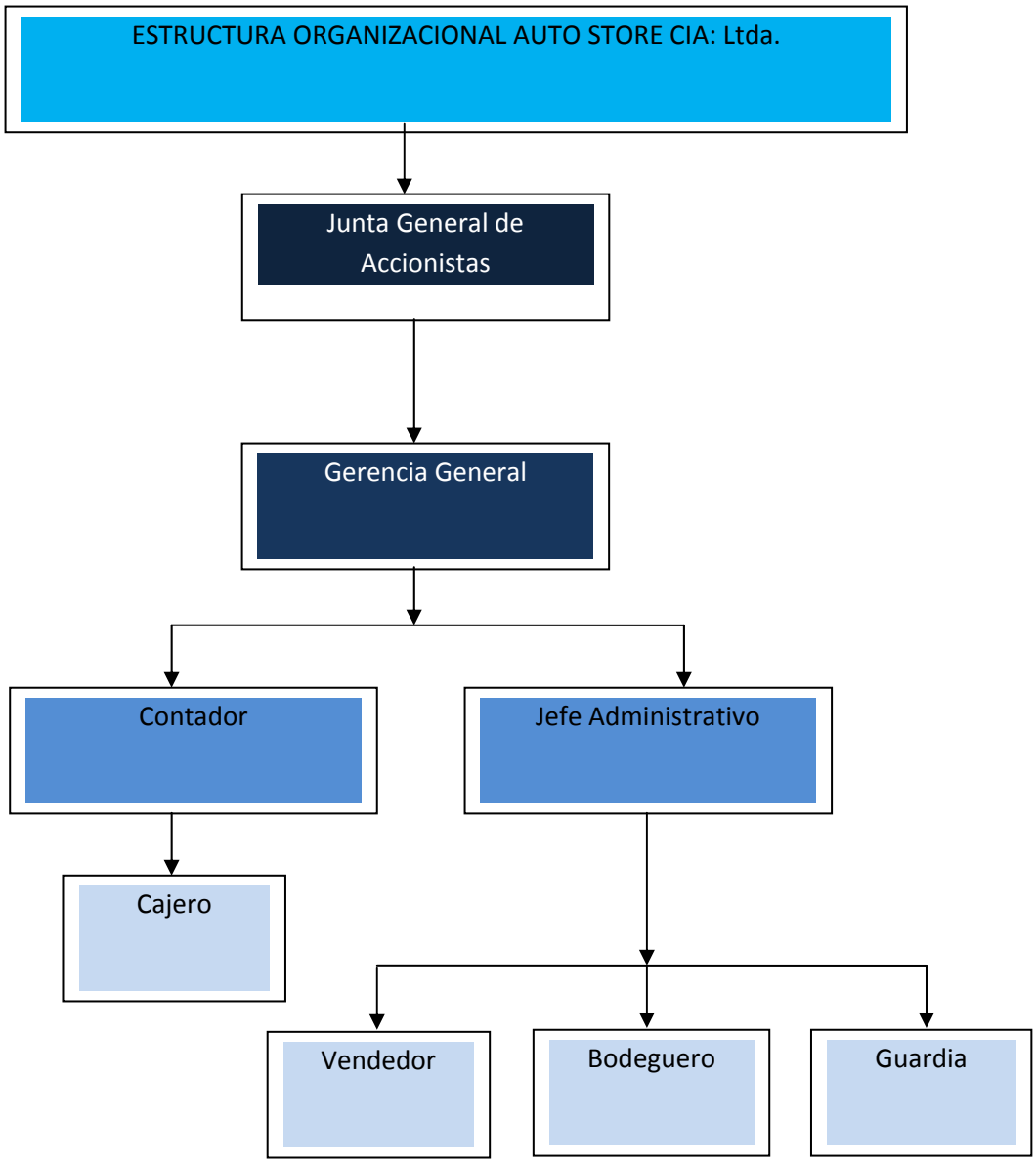


Gráfico 2 Estructura Organizacional

Junta General de Accionistas:

Esta junta estará conformada por los accionistas de la empresa y donde se tomaran decisiones sobre el funcionamiento de la empresa y actividades a realizarse, y principalmente revisar, analizar y cuantificar los objetivos obtenidos.

Gerencia General:

Esta persona será seleccionado por la Junta General de Accionistas mediante evaluación de conocimientos sobre las funciones a cumplir dentro de la empresa, una vez elegida se dedicara a la administración del negocio en lo general además de brindar un soporte en ventas impulsando al personal para un optimo desempeño ya sea individual como grupal en las distintas niveles de la organización.

A partir de este nivel todos los cargos a definirse serán publicados en la prensa escrita y por medio de Internet para que los postulantes accedan con todos sus documentos a la previa selección del cargo mediante la entrevista y análisis correspondiente, posteriormente el gerente general dará el visto bueno y asignará funciones y responsabilidades a cada uno de los aprobados.

Contador:

Como su nombre lo indica será la persona que llevara la contabilidad de la empresa y se responsabilizara de la entrega oportuna de los estados financieros, declaraciones tributarias y cualquier herramienta contable que se requiera para la toma decisiones por parte de la gerencia y junta general de accionistas.

Jefe administrativo

Estará encargado de administrar los recursos que la empresa utiliza en el desarrollo de sus actividades y también los requerimientos para mantener una buena disponibilidad de de productos, de tal manera que se alcancen los objetivos planteados por los accionistas.

Guardia:

Esta persona será previamente seleccionada por la agencia proveedora de los servicios de seguridad (OMNITRON S.A. sucursal cuenca) la misma que brinda los servicios de guardias de seguridad y alarmas para este tipo de establecimientos.

Es el encargado de cuidar y proteger los bienes y a las personas que se encuentren dentro de las instalaciones de AUTO STORE CIA Ltda.

Vendedor:

Es la persona que tiene el primer contacto con el cliente, este será el encargado de indicar el producto, sus especificaciones y brindarle sugerencias al cliente para elegir las mejores opciones, que cumplan satisfactoriamente con sus necesidades.

Cajero:

Es la persona encargada de la facturación, cobro de las ventas y encargado de emitir la orden de despacho de mercadería, que servirá para llevar un control efectivo del funcionamiento de la empresa.

Bodeguero

Será la persona responsable de las entradas y salidas de las mercaderías el mismo que deberá llevar un control por medio de inventarios que tendrá que presentar a la gerencia de la empresa.

1.2.1 Estructura Funcional

La Estructura Funcional se refiere a la existencia de personal como están especificados en la estructura organizacional (Grafico #1 Pág. 12) que estarán especializados en sus diferentes áreas de trabajo, es así que Auto Store Cía. Ltda. En función de su organización se ha dividido por áreas las que se encontraran establecidas de la siguiente manera:

1.2.1.1 Área de Administración

Esta área estará a cargo de la gerencia general que se encargara de:

- Dirigir el correcto funcionamiento de la empresa.
- Gestionar las relaciones con proveedores, distribuidores, bancos en busca del fortalecimiento comercial de la empresa.
- Controlar el funcionamiento de acuerdo a los objetivos y responsabilidades que a cada una de las personas que conforman la organización han sido asignadas.

- Evaluar los resultados conseguidos y el desempeño de la empresa con el fin de presentar sugerencias a la junta de accionistas y se tomen la decisiones pertinentes.

1.2.1.2 Área de Supervisión

Las funciones y responsabilidades de esta área serán designadas al contador y al jefe administrativo que se encargaran de controlar y supervisar los movimientos en cada área y fomentar el desarrollo óptimo para el crecimiento empresarial, como implementar nuevos métodos de funcionamiento y control de las actividades, buscando el beneficio interno y externo de la empresa.

1.2.1.3 Área de Comercialización y Ventas

Esta área será manejada por el vendedor y el encargado de caja ya que deberá existir una coordinación entre ellos el momento de realizar la venta de los productos de la empresa. El encargado de ventas gestionara las estrategias tanto de comercialización y ventas para el crecimiento de la empresa, el encargado de caja tendrá la responsabilidad de cobros a clientes y pagos a proveedores.

1.2.1.4 Área de Atención al Cliente

Dentro de esta área trabajara una persona encargada de dar a conocer los productos existentes en stock, además de brindar sus conocimientos para aconsejar las mejores opciones al cliente, esta persona deberá contar con un perfil que incluye conocimientos de los productos a comercializar y una buena comunicación con los clientes, en donde deberá cerrar la venta.

1.2.1.5 Área de Trabajo

Para esta área se necesitara una persona con conocimientos en el ensamblaje de aros y neumáticos, incluyendo la colocación de accesorios complementarios para los vehículos.

1.3 Objetivos y Políticas Empresariales

1.3.1 Objetivo del Estudio

Determinar la viabilidad comercial y rentabilidad financiera de una empresa que comercializa aros y neumáticos par vehículos en la Ciudad de Cuenca.

1.3.2 Objetivo General del Proyecto

Realizar la investigación de factibilidad para la comercialización de aros y neumáticos con el fin de obtener una rentabilidad satisfactoria para los accionistas.

1.3.3 Objetivos Específicos

- Poder conocer las expectativas de los clientes para de esta manera poder satisfacer sus necesidades
- Consolidar la empresa para así poder incrementar la riqueza de los socios y la productividad de la misma
- Determinar estrategias competitivas en el negocio y que estas ayuden al desarrollo optimo de las actividades cotidianas de la empresa
- Ser reconocidos tanto en el ámbito local como en el nacional
- Especializarse en el servicio de atención al cliente

1.3.4 Políticas Empresariales

- Optimización de los recursos
- Brindar un servicio de calidad
- Capacitación al personal sobre nuevos productos del mercado
- Brindar garantía y seguridad al cliente.

1.4 Descripción de Servicios.

1.4.1 Actividad

La actividad en que se basa la empresa es comercializar Aros y Neumáticos para vehículos livianos (Grafico #1 Pág. 12), además de Accesorios complementarios para los mismos, con un horario de atención que va desde lunes a Viernes de 8am a 18h00pm y los Sábados de 8am a 13h00 p.m.

1.4.2 Descripción de Productos

Aros y Neumáticos para vehículos en diferentes tipos de marcas como:

CUADRO #1

CUADRO DE MARCAS DE NEUMATICOS Y AROS QUE COMERCIALIZA AUTO STORE CIA LTDA

NEUMATICOS:	AROS:
• General tire.	• Alesio.
• Michellin.	• Momo.
• Goodyear.	• Lg.
• Maxxis.	• Kyowua.
• Dunlop.	• Nankang.
• Hankook.	• Alesis.
• Toyo.	• League
• Cooper.	

CUADRO 1 Cuadro de Marcas

Fuente: Comercial Lartizco S.A.

Ing. Fausto Escandón

En el (CUADRO #1 Pág.28) se describe las marcas de neumáticos y de aros que estarán disponibles en AUTO STORE CIA Ltda. , brindando así una mayor variedad de productos al cliente y dando un nuevo estilo de negocio.

1.4.2.1 Medidas y Autos Compatibles:

CUADRO #2

AUTOS CON MEDIDAS DE AROS Y LLANTAS

MEDIDA	AUTOS COMPATIBLES
155R12C	Súper Carry / Datsun 1200
165/70R13	Spark / Suzuki forza / Fiat Uno / Corsa Wind
175/70R13	Esteem / Hyundai Accent / Kia Rio / Nissan Sentra
185/70R13	Honda Civic / Esteem / Toyota Corona
195/60R13	Esteem / Hyundai AFCENT / Skoda Felicia / Kia Rio
205/60R13	Esteem / Hyundai AFCENT / Skoda Felicia / Kia Rio
185/60R14	Corsa Evolution / Aveo / Peugot 206 / For Fiesta / Hyundai Getz
185/65R14	Hyundai AFCENT / Kia Rio Excite / Peugot 206
215/75R14	Chevrolet luv / Dmax / Kia Pregio / Toyota Hilux 1.8
205/50R15	VolksWagen Gol / Optra / Hyundai Matrix
205/75R15	Chevrolet Dmax / Vitara / Kia Carens / Mazda B 2.2 / Lada Niva
235/75R15	Ford Ranger / Rodeo / Mini blazer
235/60R16	Hyundai Tucson / Grand Vitara / Nissan X – Trail / Kia Sportage

Fuente: Comercial Lartizco S.A.

Ing. Fausto Escandón

CUADRO 2 Autos con medidas de Aros y Neumáticos Compatibles

En el (CUADRO #2 Pág. 21) se muestran la compatibilidad de diferentes modelos de vehículos en relación con las medidas de neumáticos y aros, debido a que estos productos pueden ajustarse tanto a un modelo como a otro cabe recalcar que será decisión del cliente el adquirir estos productos según sus gustos y preferencias.

1.4.2.2 Accesorios Complementarios:

- Halógenos.
- Limpia parabrisas.
- Focos.
- Volantes.
- Pedales.
- Moquetas.
- Forros.
- Antenas.
- Pitos
- Tuerca de seguridad
- Simoniz
- Shampoo
- Ambiental
- Aditivos
- Tubos

1.5 Análisis Ford

1.5.1 Fortalezas:

- Contar con parte del capital necesario.
- Publicidad adecuada.
- Tener conocimientos sobres planes estratégicos de mercadeo.
- Personal capacitado para realizar una buena gestión.
- Calidad en servicio y productos.
- Mentalidad de servicio al cliente.

1.5.2 Oportunidades:

- Crecimiento del parque automotor de la ciudad de cuenca.
- Facilidades de pago.
- Precios de la competencia altos para la calidad de servicios brindados.
- Accesibilidad a los medios de comunicación para darnos a conocer en el mercado.
- Instalaciones de tamaño optimo para superar las expectativas de los consumidores.
- Estabilidad económica en la sociedad cuencana.
- Ubicación de alto movimiento por existencia de parqueaderos de vehículos en la zona
- Debilidades de la competencia en cuanto se refiere a estudios de mercado y técnicos.

1.5.3 Riesgos.

- Eventual competencia fuerte.
- Restricciones a importaciones impuestas por el gobierno
- Dificultad a endeudamiento debido a altas tasas de interés
- Aparición de negocios con servicios similares.

1.5.4 Debilidades.

- Capacidad de operación limitada inicialmente.
- Falta de experiencia en el manejo de este tipo de negocio.
- Gastos excesivos por la apertura del negocio.

CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO.

2 Análisis situacional del mercado.

La situación de este mercado es muy favorable para AUTO STORE CIA Ltda., debido a que se tiene un crecimiento del parque automotor que varía de un 20% a un 23% anual, este porcentaje a sido calculado estadísticamente por la Comisión Provincial de Transito de la Provincia del Azuay, basados en los datos de matriculación por año, de esta manera se pronostica el crecimiento para el 2009 y 2010 los que analizaran en la segmentación del mercado (Cuadro #4 Pág. 33); se tomara en cuenta para este proyecto un 22% de crecimiento que sería un promedio entre los datos obtenidos de las fuentes primarias.

Por lo tanto este mercado tiene un aumento constante, de tal forma que será muy importante que este proyecto vaya a la par con este factor de crecimiento y así poder satisfacer las necesidades del mercado. Para el análisis de la situación del mercado se ha tomado como referencia datos primarios, que fueron obtenidos en la Comisión Provincial de Transito de la Provincia del Azuay.

2.1 Análisis del producto

Está enfocado a todas las personas poseedoras de vehículos livianos (Automóviles, Camionetas, Jeeps, Busetas, Especiales, Ortopédicos) (Grafico #1 Pág. 12) a las cuales les brindamos los servicios que consiste de la venta de aros, neumáticos y accesorios.

El objetivo es satisfacer los gustos y preferencias además de asesoría a los consumidores en el momento de elegir los productos que vean convenientes para sus vehículos.

En virtud de ello las instalaciones contaran con un amplio espacio de parqueadero, mostradores de neumáticos, de aros, y accesorios así también como catálogos detallados sobre los productos y últimos modelos para poder brindar un excelente servicio y un completo asesoramiento al cliente.

GRAFICO #3

PRESENTACION DE NEUMATICOS Y AROS

Gráfico 3 Presentación de Neumáticos y Aros

Fuente: E.R.C.O.

Ing. Carlos Vázquez

2.1.1 Los servicios que se ofrecen son los siguientes.

Venta de aros, neumáticos y accesorios para vehículos con un horario de lunes a viernes de 8am a 18h00pm y los sábados de 8am a 13h00 PM.

2.1.1.1 Parqueadero.

Para comodidad de los clientes lo que influye en cada uno de ellos en el momento de realizar su elección y compra de cualquiera de los productos existentes.

GRAFICO #4

PARQUEADERO CLIENTES

Gráfico 4 Parqueadero

2.1.1.2 Mostradores de aros y neumáticos.

En este lugar se exhibirá los diferentes tipos de aros y neumáticos, en lo que son marcas, medidas y modelos para brindar un mejor servicio a los clientes.

GRAFICO #5

MOSTRADORES DE AROS Y NEUMÁTICOS

Gráfico 5 Mostradores de Aros y Neumáticos

Innovación.- Se brindara productos en sus últimos modelos existentes en el mercado nacionales y también por medio de solicitud del cliente mediante revisión de catálogos con los que cuenta la empresa.

2.1.1.3 Mostrador de accesorios.

Serán vitrinas en donde se exhibirán accesorios complementarios para los vehículos tales como: (GRAFICO # 6 Pág. 28)

- Halógenos.
- Limpia parabrisas.
- Focos.
- Volantes.
- Pedales.
- Moquetas.
- Forros.
- Antenas.
- Pitos
- Tuerca de seguridad
- Simoniz
- Shampoo
- Ambiental
- Aditivos
- Tubos

GRAFICO #6

VITRINAS Y MOSTRADORES

Gráfico 6 Vitrinas y Mostradores

2.1.1.4 Catálogos.

Estos servirán para indicar a los clientes la información de cada producto incluyendo sus especificaciones (duración, calidad, uso mantenimiento, etc.) (Grafico #6 Pág. 28)

GRAFICO #7

CATALOGOS DE AROS

Gráfico 7 Catálogos de Aros

Fuente: Comercial Lartizco S.A.

Ing. Fausto Escandón

Se contara con proveedores como son el Comercial Lartizco S.A. y Continental General Tire CIA Ltda. Empresas reconocidas tanto a nivel local como nacional en la importación y producción de estos productos respectivamente.

2.1.1.5 Asesoría.

Brindar a los clientes la mejor atención y disponibilidad para la correcta elección del producto. En AUTO STORE CIA Ltda. El 80% de su actividad comercial será representada por la venta neumáticos y aros, mientras que el 20% representara la venta de accesorios complementarios para los vehículos livianos ya que es el mercado al cual se enfocara datos que se analizan en el (CUADRO #4 pág. 33).

Mediante datos primarios obtenidos en un local reconocido en la localidad como lo es "AERO SPY" (CUADRO # 3 Pág. 30) dedicado únicamente a la venta de accesorios para vehículos en la Ciudad de Cuenca se a podido obtener la siguiente información que está relacionada con las ventas de accesorios correspondientes a un trimestre del año en este caso del 2009 que dan una visión clara para determinar que porcentaje ocupara en las actividades comerciales de AUTO STORE CIA Ltda.

CUADRO #3

ANALISIS EN % DE VENTAS DE ACCSESORIOS

ACCESORIO	VENTAS OCT 2009	VENTAS NOV 2009	VENTAS DIC 2009	TOTAL	TOTAL %
Halógenos x Par	6	5	6	17	2%
Focos x unid.	9	11	10	30	3%
Lim. Parabrisas x Par	8	6	8	22	3%
Forros x juego	3	2	3	8	1%
Pedales x juego	2	2	3	7	1%
Moquetas x juego	3	4	3	10	1.5%

Antenas x unid.	4	3	4	11	1.5%
Aditivos x unid.	5	5	4	14	2%
Ambientales x unid	8	8	6	22	2%
Shampoo x unid.	3	4	6	13	1%
Volantes. unid.	6	5	7	18	2%
				TOTAL	**20%**

CUADRO 3 Análisis % de Ventas de accesorios

Fuente: "AERO SPY"

Propietario: William Alvarado.

GRAFICO #8

ANALISIS GRAFICO DE VENTAS DE ACCESORIOS.

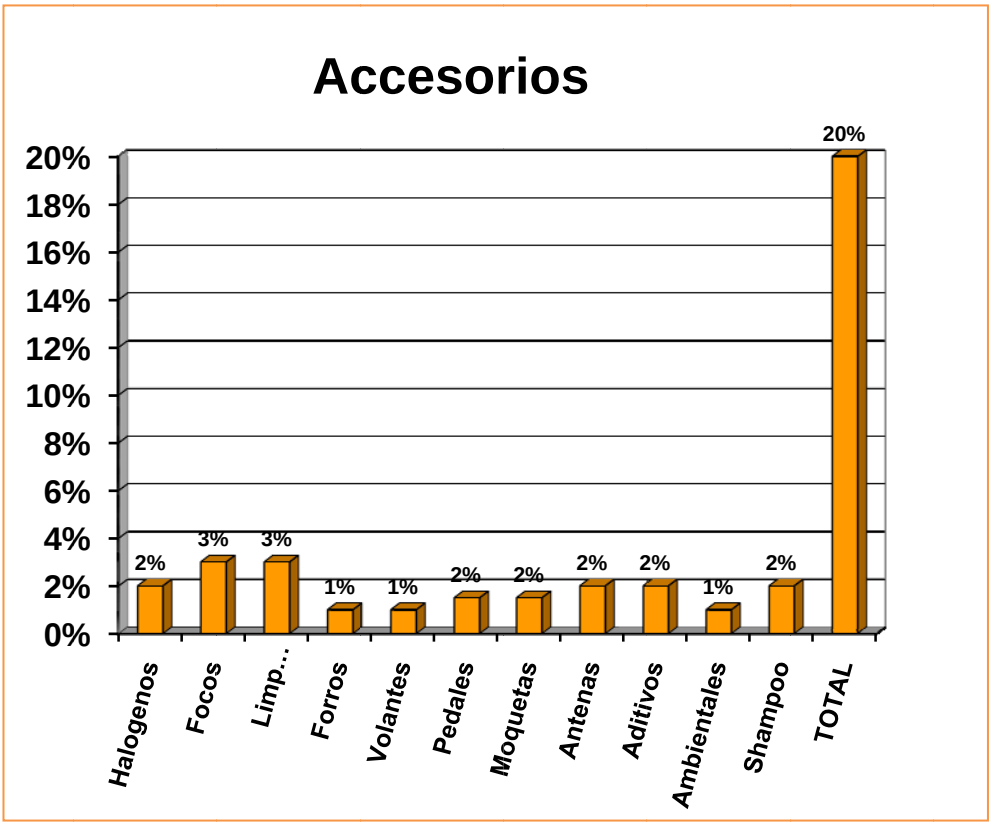


Gráfico 8 Análisis grafico de venta de accesorios

Fuente: "AERO SPY"

Propietario: William Alvarado.

En el (Grafico #8 Pág. 31) se puede apreciar que porcentaje unitario de ventas ocupan cada uno de los diferentes tipos de accesorios que se comercializa en "AERO SPY" lo cual da referencia sobre las ventas de estos productos y sirve para la toma de decisiones de comercialización de estos productos en AUTO STORE CIA Ltda.

2.1.2 Análisis de la Demanda

2.1.2.1 Análisis de la Demanda de Venta de Neumáticos, Aros y Accesorios

En el desarrollo del proyecto "AUTO STORE CIA Ltda." se ve la necesidad de realizar una correcta segmentación del mercado de acuerdo a: Tipos de Vehículos, con el fin de identificar a los posibles clientes.

2.2 Segmentación del Mercado

Este mercado está enfocado, a los vehículos livianos (Automóviles, Camionetas, Jeeps, Busetas, Especiales, Ortopédicos) (Grafico #1 Pág. 12) que forman parte del parque automotor de la Ciudad de Cuenca.

2.2.1 Variables Duras:

2.2.2 Segmentación por el lugar en donde Circulan:

Para la segmentación por el lugar en donde circulan, se a tomado en cuenta datos estadísticos del parque automotor de la ciudad, que en primera instancia no tuvo la colaboración necesaria y por lo tanto no fue facilitada de una manera ágil por la Comisión de Transito del Azuay, por esta razón se recurrió a el Comando de Policía de la Ciudad de Cuenca y se pudo obtener los datos primarios necesarios, los que fueron facilitados por el Subtnt. Andrés Solano que de una manera cordial brindo su colaboración. Directamente este proyecto se enfocara hacia el área de la Ciudad de Cuenca, en donde el parque automotor en su totalidad de vehículos, en todas sus categorías está conformado por **65.266** vehículos registrados en la Comisión de Transito del Azuay. (CUADRO # 4 Pág. 33)

CUADRO #4

DATOS ESTADISTICOS DE MATRICULACION PARA LOS AÑOS 2008 2009 2010

PARQUE AUTOMOTOR DE LA CIUDAD DE CUENCA																
VEHICULOS	**USO**	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**TOTAL 2008**	**TOTAL 2009**	**TOTAL 2010**
Automóvil	**Particular**	-	981	1989	1005	1423	1100	1822	1895	1757	1347	1302	4531	19152	23365	28506
	Publico	-	46	91	72	62	56	134	132	57	59	38	250	997	1216	1484
	Estado	-												0	0	0
	Municipal	-												0	0	0
Camionetas	**Particular**	-	769	1756	710	1179	921	1571	1830	1077	592	984	3942	15331	18704	22819
	Publico	-	27	19	4	52	18	39	72	33	1	6	91	362	442	539
	Estado	-										8	20	28	34	42
	Municipal	-		1							2		25	28	34	42
Jeep	**Particular**	-	749	1372	527	888	851	1420	1250	898	741	885	2720	12301	15007	18309
	Publico	-										1		1	1	1
	Estado	-	2	25		1				10			14	52	63	77
	Municipal	-												0	0	0
Busetas	**Particular**	-					23	27	19	44	4	49	89	255	311	380
	Publico	-	21	29	22	27	14	16	40	1	7	5	125	307	375	457
	Estado	-	5	1						10				16	20	24
	Municipal	-												0	0	0
Buses	**Particular**	-	2	1									27	30	37	45
	Publico	-	26	32	17	30	37	30	36	20	6	26	48	308	376	458
	Estado	-										10		10	12	15
	Municipal	-												0	0	0
Camiones	**Particular**	-	96	259	78	122	112	93	157	107	159	130	187	1500	1830	2233
	Publico	-	8	1	4	9	4	14	25			2	89	156	190	232
	Estado	-												0	0	0
	Municipal	-												0	0	0
Tanqueros	**Particular**	-	15	41		19	20	18	43	11		1	86	254	310	378
	Publico	-	2	12	11		2	9	23				127	186	227	277
	Estado	-			1									1	1	1
	Municipal	-												0	0	0
Tráiler	**Particular**	-	24	24	8	12	13	5	28	7	6	11	67	205	250	305
	Publico	-	2	13			5		7			2	78	107	131	159
	Estado	-												0	0	0
	Municipal	-												0	0	0

Volquetas	**Particular**	-	4	36	13	12	18	37	44	8	6	23	85	286	349	426
	Publico	-	2	5	3	5	5	19	25			1	96	161	196	240
	Estado	-												0	0	0
	Municipal	-												0	0	0
Motocicletas	**Particular**	-	89	89	100	138	72	131	284	94	64	70	325	1456	1776	2167
	Publico	-												0	0	0
	Estado	-												0	0	0
	Municipal	-												0	0	0
Especial	**Particular**	-			2		1							3	4	4
	Publico	-												0	0	0
	Estado	-		2										2	2	3
	Municipal	-												0	0	0
Ortopédicos	**Particular**	-	2											2	2	3
	Municipal	-												0	0	0
TOTALES		**0**	**2872**	**5798**	**2577**	**3979**	**3272**	**5385**	**5910**	**4134**	**2994**	**3554**	**13022**	**53497**	**65266**	**79625**

CUADRO 4 Datos Estadísticos de Matriculación

Fuente: COMISON DE TRANSITO DE LA PROVINCIA DEL AZUAY

Subtnt . Andrés Solano

Como se observa en el (Cuadro #4 Pág. 33) los datos referentes a los años 2009 y 2010 están pronosticados por la Policía Nacional en un aumento porcentual que está entre el 21 y 23 %, pero se ha tomado un promedio de un crecimiento del 22 % que dan los resultados presentados. Hay que recalcar que en los vehículos correspondientes a la categoría del municipio la policía aclara que un 0.17% de las camionetas en la categoría de vehículos livianos mantienen contratos de alquiler con el Municipio de la Ciudad y se los considera por los nombres del propietario del vehículo cuyo mantenimiento correrá por cuenta propia y no por la institución a la que representen. En el (Grafico #9 Pág. 35) representa el total de vehículos registrados en el año 2009 por cada categoría como son los automóviles, camionetas, jeeps, busetas, camiones, tanqueros, tráiler, volquetas, motos, especial, ortopédicos.

GRAFICO #9

PARQUE AUTOMOTOR DE LA CIUDAD DE CUENCA 2009

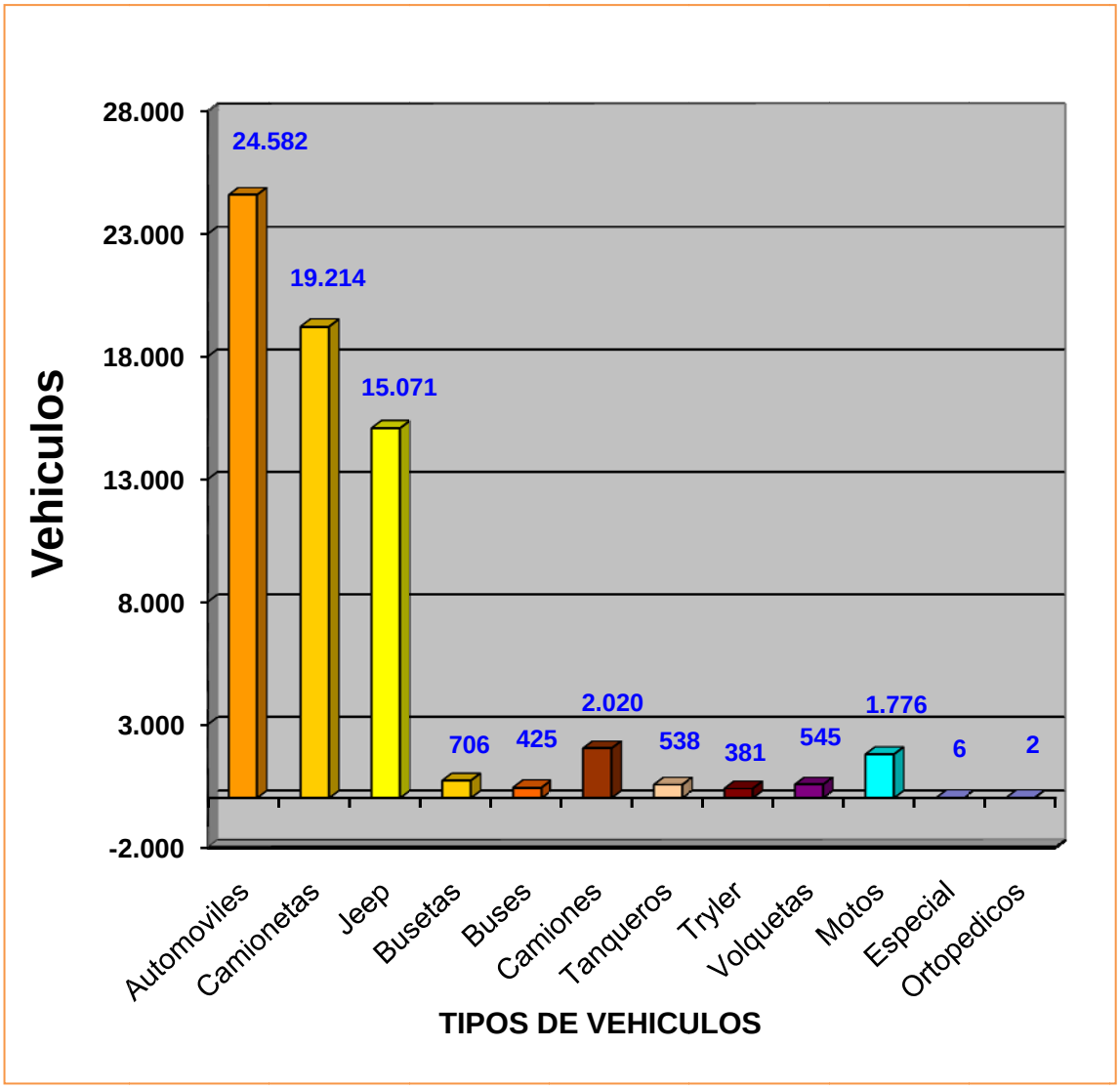


Gráfico 9 Parque Automotor de la Ciudad de Cuenca

Fuente: COMISON DE TRANSITO DE LA PROVINCIA DEL AZUAY

Subtnt. Andrés Solano

2.2.3 Segmentación por el tipo de vehículos:

Esta Ciudad se encuentra conformado con un alto porcentaje de vehículos livianos por lo tanto representa una ventaja para el tipo de negocio que quiere emprender ya que se contaría con un mayor número de posibles clientes como son los propietarios de este tipo de vehículos.

Este grupo de los vehículos livianos está conformado por Automóviles, Camionetas, Jeep, Busetas Especiales y ortopédicos lo que nos indica que la cantidad de vehículos livianos en la ciudad de Cuenca es de = 59.581 vehículos al finalizar el año 2009 y con una proyección de crecimiento del parque automotor de la cuidad de cuenca del 22%. (CUADRO #4 Pág. 33)

Para el desarrollo de este proyecto se tendrá un parque automotor de 59.581 vehículos livianos (Automóviles, Camionetas, Jeeps, Busetas, Especiales, Ortopédicos) (Grafico #10 Pág. 36) que representan un 91% del parque automotor de la ciudad de Cuenca lo cual es muy bueno ya que se puede decir que existe un buen mercado para el desarrollo del proyecto.

GRAFICO #10

PORCENTAJES DE VEHICULOS DE CATEGORIA LIVIANOS

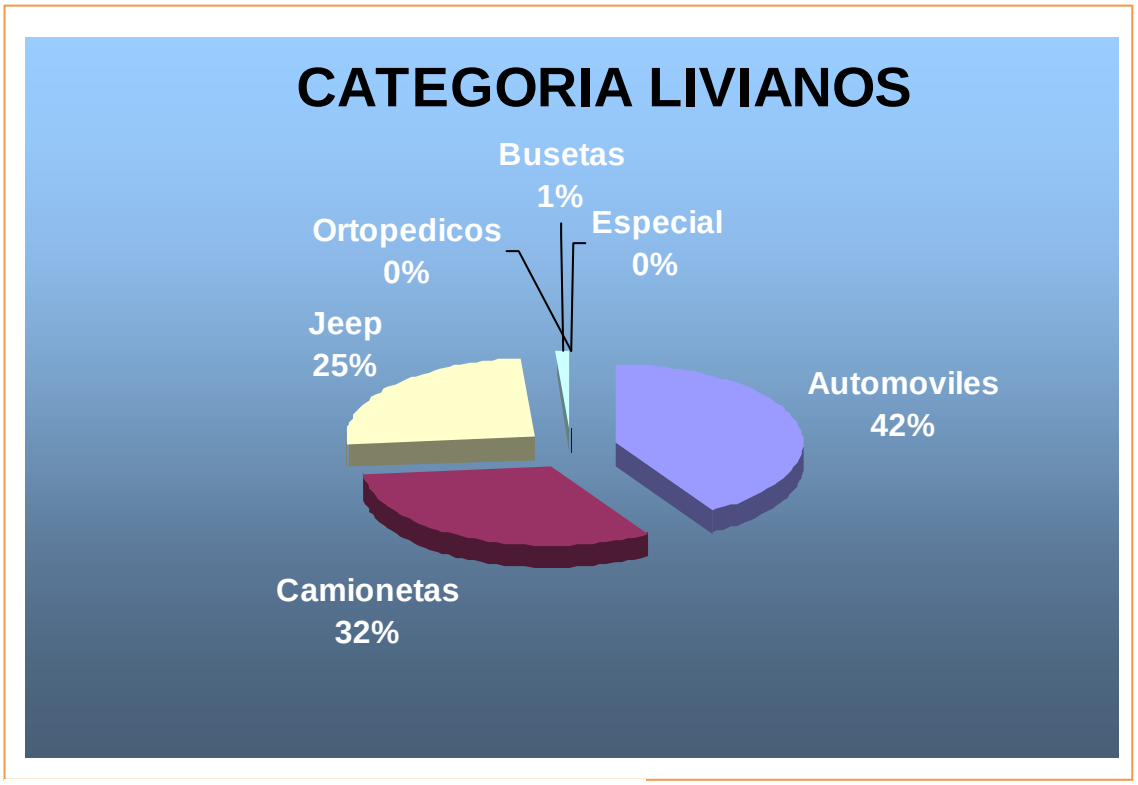


Gráfico 10Porcentaje de Vehículos Categoría Livianos

Fuente: COMISON DE TRANSITO DE LA PROVINCIA DEL AZUAY

Subtnt . Andrés Solano

2.3 Análisis de la ventaja competitiva

2.3.1 Análisis de la competencia (Venta De Neumáticos Aros y Accesorios)

En la actualidad el mercado de la ciudad de Cuenca cuenta con alrededor de 45 locales de venta de neumáticos y accesorios para vehículos, los mismos que no cubren con los requerimientos del cliente tanto en espacio, variedad, servicio al cliente, precios por lo que no cubrirán las expectativas del mercado, lo que se presenta como una oportunidad factible para emprender este proyecto y obtener buenos resultados.

2.3.1.1 Análisis Cualitativo

Servicio al cliente.- para el análisis de esta variable se tomaran en cuenta los siguientes factores amabilidad, cortesía y capacitación (para brindar la ayuda a los clientes) de los empleados y por esta razón se presentan cuatro categorías de calificación Malo – Regular - Bueno – Excelente

Precios.- los precios se tomaran en cuenta debido a que en el mercado existe variabilidad entre locales y sobre los mismos productos, estos se calificaran de la siguiente manera: Bajos – Mediano – Altos.

Espacio.- es muy importante en este tipo de negocios ya que se busca la comodidad del cliente, como puede ser parqueadero, el espacio dentro de las instalaciones y de esta forma brindar un buen servicio, se calificara en grande, mediano, pequeño.

Variedad.- se determina mediante la variedad de productos que ofrecen cada uno de los competidores del mercado tanto en modelos, marcas, tamaños, de neumáticos y aros y se los calificara como Bajo – Medio – Alto.

CUADRO #5

CUADRO DE ANALISIS DE LA COMPETENCIA

	Nombre	**Ubicación**	**Servicio al Cliente**	**Precios**	**Espacio**	**Variedad**
1	Nitrollanta	Sector parque Industrial	Bueno	Altos	Grande	Alto
2	Austro Llanta	Sector Parque del Dragón	Regular	Medios	Pequeño	Bajo
3	Tecnicentro Chicago	Totoracocha	Bueno	Altos	Mediano	Medio
4	Auto Spa	Gran Colombia	Bueno	Altos	Grande	Alto
5	General Tire	Gran Colombia	Bueno	Altos	Grande	Alto
6	ConAuto	Av. España	Regular	Medios	Mediano	Medio
7	Llanta Max	Av. De las Américas	Bueno	Medios	Pequeño	Medio
8	Auto Llanta	Presidente Córdova y Huayna Capac	Bueno	Medios	Mediano	Medio
9	Oscar	Manuel Vega Y Juan Jaramillo.	Bueno	Altos	Pequeño	Alto
10	Tedasa	Milchichig.	Bueno	Altos	Grande	Alto
11	Llantas Extremas	Gran Colombia Manuel Vega	Regular	Altos	Pequeño	Medio
12	Importadora Galarza	Juan Jaramillo	Bueno	Medios	Mediano	Medio
13	Auto Zone	Sector Crea	Regular	Medios	Pequeño	Bajo
14	Llanta Stock	Gil Ramírez Dávalos y Héroes de Verde loma	Regular	Medios	Mediano	Bajo

CUADRO 5 Análisis de la Competencia

Como se puede observar la ciudad de Cuenca tiene varios locales de venta de neumáticos, pero también se toma en cuenta el crecimiento constante del parque automotor al que está dirigido (CUADRO #4 Pág. 33), por esta razón se tiene que aprovechar las ventajas que este proyecto tendrá frente a la competencia. La mayoría de estos locales tienen ciertas debilidades, por lo que crea una oportunidad para ser diferentes en el mercado y mejores que la competencia.

2.4 Análisis de precios

2.4.1 Análisis de precios AUTO STORE CIA Ltda.

En "AUTO STORE CIA Ltda." se ha definido y fijado los precios de acuerdo a la competencia, para poder ser competitivos en el mercado, principalmente los precios de neumáticos y aros tienen variabilidad debido a los diferentes tipos , modelos, medidas y principalmente a los gustos y preferencias del consumidos. (Grafico # 11 pág. 39 y grafico #12 Pág. 40)

GRAFICO #11

ESPECIFICACIONES DEL NEUMATICO

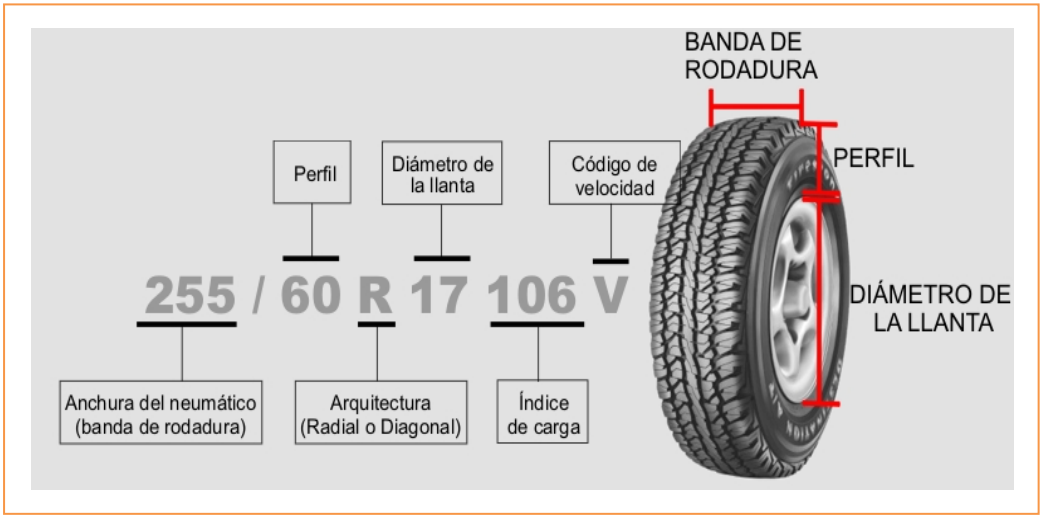


Gráfico 11 Especificaciones del Neumático

Fuente: Comercial Lartizco S.A.

Ing. Fausto Escandón

GRAFICO #12

ESPECIFICACIONES DEL ARO

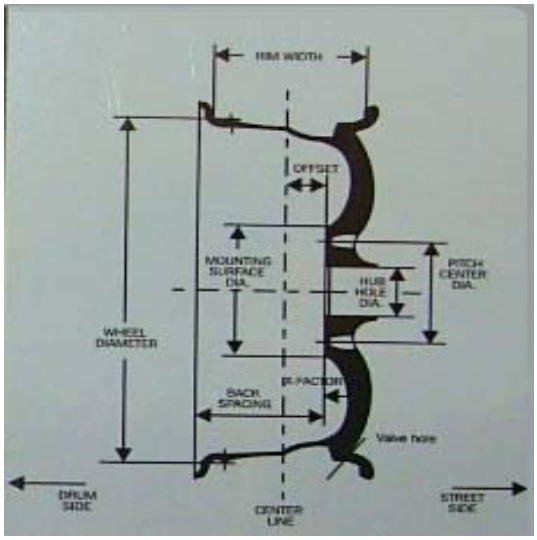


Gráfico 12 Especificaciones del Aro

Fuente: Comercial Lartizco S.A.

Ing. Fausto Escandón

Principalmente en neumáticos el rango de precios van desde $50 hasta un $500 cada neumático; por otra parte los aros están en un rango desde $60 hasta $300 por cada aro.

GRAFICO #13

MODELOS DE AROS

Gráfico 13 Modelos de Aros

Fuente: Comercial Lartizco S.A.

Ing. Fausto Escandón

El precio de los productos se basaran en el porcentaje de ganancia a obtener sobre el valor del distribuidor, por medio de investigación se a determinado que los competidores tienen un rango de ganancia del 19 al 22 % sobre el producto; entonces la empresa ajustara sus porcentajes de tal manera que sea competitiva en el mercado y alcance la rentabilidad planteada y requerida por parte de los accionistas.

A continuación se presenta los datos de las marcas y modelos de vehículos con las especificaciones de fabricación tanto en medida externa de los aros como del centro del aro más conocido como la medida de la manzana, esta parte es el lugar en donde se colocan las tuercas que ajustan el aro al vehículo. Estos datos han sido cordialmente proporcionados por el Comercial Lartizco S.A. por medio del Ing. Fausto Escandón que forma parte de la empresa.

Rin.- es la medida externa del aro que está dada en pulgadas.
PCD.- es la distancia que hay entre cada agujero que sujeta al aro con el vehículo con relación del centro del mismo, y los valores significan: el primer digito **4** x 114,3 significa el número de tuercas que lleva ese tipo de vehículo y el 4 x **114,3** son los milímetros de distancia entre agujero y agujero.

Auto Store CIA Ltda. Tendrá una ventaja competitiva en el mercado, debido a que los precios que la empresa establecerá estarán basados en el mercado y economía del consumidor, para que de tal forma llegar a ser competitivos y tener una mayor acogida por el cliente cumpliendo con los objetivos planteados por la empresa, brindando así un producto de economía, variedad y calidad.

2.5 Análisis de la comercialización

La comercialización es un conjunto de actividades que tiene el negocio para que de esta manera llegar al cambio de propietario desde el vendedor al consumidor. Para que la comercialización sea objetiva se debe entender con claridad hacia donde se deben dirigir los esfuerzos para el desarrollo del producto, esto exige una constante

revisión de las tendencias e innovaciones que se producen en la motivación del consumidor, en su conducta y en sus necesidades referidas al producto.

2.5.1 Canales de Distribución

El producto no tendrá intermediarios simplemente llegara directo al consumidor final, es decir está en contacto directo con el consumidor y además llenara las expectativas del mismo.

2.5.2 La Marca

La idea de este proyecto nació en una reunión de amigos con el fin de personalizar cada uno de los vehículos que se tenía en ese momento, y poco a poco fue creciendo la idea pero lamentablemente no se conseguía lo que cada uno quería debido a los distintos gustos ya sea en lujo , calidad , tamaños, modelos, etc.

Es por esta razón que se decidió realizar un estudio de pre-factibilidad sobre este proyecto con sus necesidades por parte de los consumidores y así crear una empresa que brinde un buen servicio con la más alta variedad de productos en esta línea como neumáticos, aros y accesorios y así generar la satisfacción en los clientes.

En este proyecto la marca será el propio nombre del negocio **"AUTO STORE CIA Ltda.",** este deberá posicionarse en la mente de los consumidores como un centro donde se puede encontrar lo mejor en neumáticos, aros y accesorios para vehículos de tal manera que la gente el momento que necesite comprar neumáticos rápidamente piense en "AUTO STORE CIA Ltda. "y la calidad con la que son atendidos.

2.5.3 Imagen

Los productos que se comercializara serán principalmente de calidad, garantizado y con un buen servicio al cliente donde incluirá la capacitación de los empleados para que de esta manera poder cumplir con las expectativas del cliente y dejar la buena imagen que tiene el negocio.

- Calidad de Empleados
- Variedad de productos
- Marcas de productos
- Infraestructura

- La ubicación del negocio y los accesorios complementarios
- Buena presencia de los empleados

2.5.4 Logo

Este logo AUTO STORE CIA Ltda. se identifica con la empresa debido a que brinda una completa variedad de productos para su vehículo en las mejores marcas y modelos , garantizando todas sus ventas**.**

GRAFICO #14

LOGOTIPO DE AUTO STORE CIA. Ltda.

Gráfico 14 Logotipo

2.5.5 Slogan

Esta idea nace debido a que, con la adquisición de los productos existentes en AUTO STORE CIA Ltda. Estos generan un placer al consumidor y una distinción total del vehículo, debido a que las personas hoy en día buscan solo lo mejor.

2.5.6 Ciclo de Vida del Producto

En la actualidad se encuentra en una etapa de desarrollo, por lo que será de mucha importancia establecer una buena estrategia de publicidad para poder llegar de la mejor manera, indicando así los productos disponibles y la calidad que puede encontrar en nuestro negocio.

2.5.7 Promoción y Publicidad

La publicidad tiene como objetivo básico ayudar a edificar y generar la venta ya que esta brindara la información necesaria con el fin de convencer a los consumidores para que de hecho se conviertan en clientes. Este negocio realizara una inversión en publicidad, que tendrá como objetivo generar expectativa por los nuevos y novedosos estilos de adecuar los vehículos ya sean cualquier motivo sin dejar de lado el motivo principal de estos productos La Seguridad.

AUTO STORE CIA Ltda. Se promocionara por medio de:

- Tarjetas de presentación, que incluirán:
  - ❖ Logotipo de la Empresa
  - ❖ Nombre de los socios
  - ❖ Dirección y teléfono
  - ❖ Slogan

GRAFICO #15

TARJETA DE PRESENTACION

Gráfico 15 Tarjeta de Presentación

- Flayers que incluirán:

  - ❖ Logotipo
  - ❖ Productos
  - ❖ Marcas – Tipos – Modelos
  - ❖ Dirección y teléfono
  - ❖ Slogan
  - ❖ Horarios de atención
  - ❖ Imágenes del local
  - ❖ E- mail

GRAFICO #16

FLAYER PUBLICITARIO DE AUTO STORE CIA Ltda.

Gráfico 16 Flayers Publicitario

2.6 Investigación de Mercados

La Investigación de Mercados se puede definir como la recopilación y análisis de la información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo.

Esta investigación proporciona la información necesaria para la maduración de decisiones básicas y de largo alcance de la empresa que requieren un análisis cuidadoso de los hechos.

Básicamente contribuye al aumento del beneficio empresarial pues:

- Permite adaptar mejor los productos a las condiciones de la demanda.
- Perfecciona los métodos de promoción.
- Hace por una parte más eficaz el sistema de ventas
- Impulsa a los directivos a la reevaluación de los objetivos previstos.
- Estimula al personal, al saber que su empresa tiene un conocimiento completo de su situación en el mercado y que se dirige hacia unos objetivos bien seleccionados.

2.6.1 Determinación de la Muestra

2.6.1.1 Muestra

2.6.1.1.1 Datos para nuestro estudio:

Con los datos obtenidos de la Comisión de transito del Azuay se a podido recoger información necesaria que ayudara a determinar el tamaño de nuestra muestra la que será analizada para por consiguiente tener la definición del mercado y de tal manera verificar la factibilidad o no de este proyecto.

Z = 1.96 **N** = 59.581

P = 50% **Q** = 50%

E = 5%

Totalidad del Parque Automotor de la Ciudad de Cuenca = **65.266 vehículos**

Categoría de Vehículos Livianos a considerarse para el tamaño de muestra = **59.581 vehículos.**

$$\mathbf{n} = \frac{(1.96)^2 \times (59.581) \times (0.50)^2}{(0.05)^2 \times (59.581) + (1.96)^2 \times (0.50)^2}$$

$$\mathbf{n} = \frac{(3{,}8416) \times (59581) \times (0.25)}{(0.0025) \times (59581) + (3{,}8416) \times (0.25)}$$

$$\mathbf{n} = \frac{57221{,}5924}{149{,}9129}$$

$$\boxed{\mathbf{n} = \mathbf{381{,}692}}$$

Para el análisis y estudio del mercado de este proyecto dentro de la Ciudad de Cuenca se deben realizar 382 encuestas.

Una vez realizadas las mismas se procederá a realizar el análisis correspondiente mediante evaluaciones de los datos obtenidos, donde se determinara la factibilidad de dicho negocio.

2.6.2 Encuesta

ENCUESTA

La presente encuesta es elaborada por estudiantes de la Universidad del Azuay para el trabajo de monografía de grado, con el objetivo de determinar la factibilidad de la implementación de la empresa "AUTO STORE CIA Ltda." comercializadora de neumáticos, aros y accesorios para vehículos livianos (automóviles, camionetas, jeeps, especiales, busetas) es por esta razón que solicitamos a UD brindarnos la información necesaria para la presente encuesta.

1. **¿Posee UD un Vehículo liviano (automóviles, camionetas, jeeps, especiales, busetas)?**

   Si ☐ **No** ☐

   En caso de que tu respuesta sea negativa te agradecemos por tu colaboración.

2. **¿Con que frecuencia cambia Neumáticos en su vehículo?**

   Cada 6 meses ☐

   Cada 12 meses ☐

   Cada 18 meses ☐

   Cada 24 meses ☐

3. **¿Qué tan satisfecho esta con los locales de venta de Neumáticos actuales?**

   (Por favor haga su calificación de 0 a 10)

   0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
   Inadecuada Excelente

4. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por adquirir neumáticos en el siguiente rango de precios en este local?**

   Neumáticos

   50 a 150 ☐

   151 a 300 ☐

   301 a 600 ☐

5. **¿En qué otra empresa realizo su última adquisición de Neumáticos?**

   ……

6. **¿Estaría dispuesto a cambiar los aros de su vehículo?**

   SI ☐ **NO** ☐

7. **¿Por qué razón cambiaria UD. los aros de vehículo?**

   Seguridad ☐ **Estética** ☐ **Trabajo** ☐

   Lujo ☐ **Duración** ☐ **Economía** ☐

   Porque……

8. **¿Qué tan satisfecho esta con los locales de venta de Aros actuales?**

(Por favor haga su calificación de 0 a 10)

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Inadecuada Excelente

9. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por adquirir Aros en el siguiente rango de precios en este local?**

Aros	
60 a 120	☐
121 a 230	☐
231 a 400	☐

10. **¿En qué otra empresa realizo su última adquisición de Aros?**

……

11. **¿Por qué medio de comunicación le gustaría tener información sobre los productos que esta empresa comercializa?**

Radio	☐	**Vallas publicitarias**	☐	**Periódicos**	☐
Flayers	☐	**Publicidad móvil**	☐	**TV**	☐

Porque……
……

12. **¿Qué formas de pago le gustaría que un nuevo local le pudiera facilitar?**

Tarjeta de crédito	☐
Cheques	☐
Efectivo	☐
Recepción de aros usados por parte de pago	☐

13. **¿Qué tipo de productos adicionales quisiera que exista en el mismo local?**

Moquetas	☐	**Halógenos**	☐	**Todos**	☐
Volantes	☐	**Pitos**	☐		
Aditivos	☐	**Forros**	☐		
Otros	☐				

Especifique……
……

<u>GRACIAS POR SU COLABORACION</u>

2.6.3 Conclusiones de la Tabulación

2.6.3.1 Tabulación de Resultados de las Encuestas

Las encuestas han sido realizadas en varios sectores de la Ciudad de Cuenca como lo son el sector de la Universidad del Azuay, Centro de la Ciudad, Parqueaderos del sector de localización del negocio y en los exteriores de las instalaciones de CUENCA AIRE además de amigos relacionados con los accionistas de la empresa, a continuación se realizara la tabulación de los datos obtenidos en las encuestas realizadas.

PREGUNTA # 1

¿Posee UD un Vehículo liviano (automóviles, camionetas, jeeps, especiales, busetas)?

GRAFICO #17

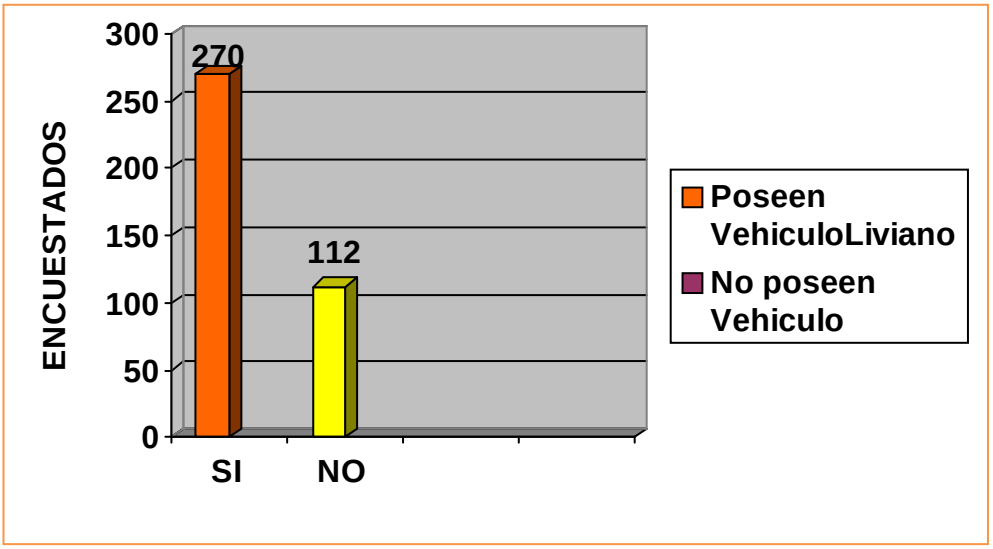


Gráfico 17 Pregunta 1

De las 382 encuestas realizadas según la muestra determinada en los cálculos 270 personas poseen un vehículo liviano que representan el 71% de las encuestas y un 29% no poseen vehículos, es así que se puede determinar que existe un porcentaje alto para las expectativa con las que cuenta AUTO STORE CIA Ltda..

PREGUNTA # 2

¿Con que frecuencia cambia Neumáticos en su vehículo?

GRAFICO #18

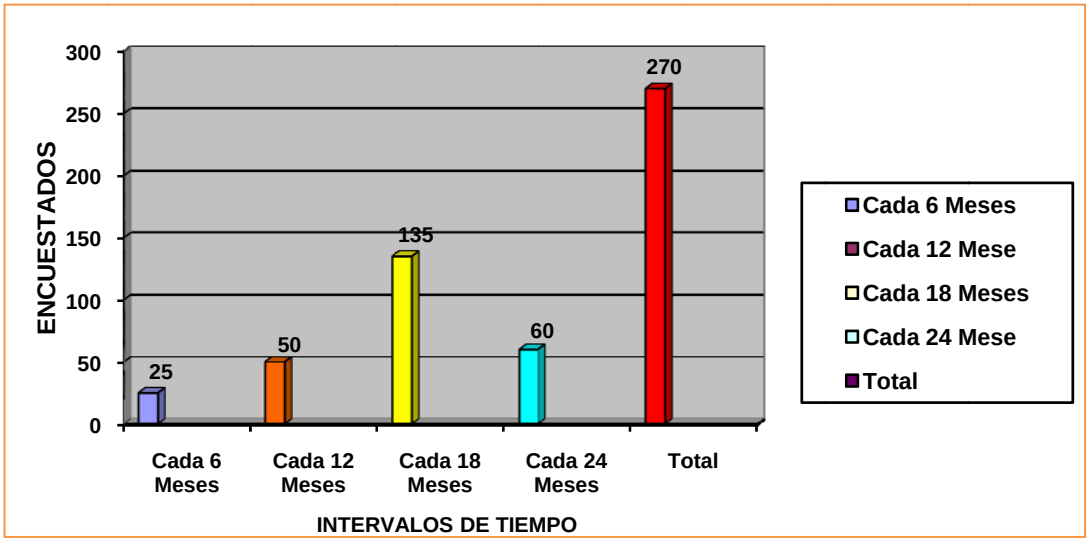


Gráfico 18 Pregunta 2

Como se observa en los resultados la mayor parte de las personas encuestadas cambian sus neumáticos cada 18 meses que representa un 50 %, los otros intervalos de tiempo tienen diferentes porcentajes debido a los usos que les dan a los vehículos cada uno de los consumidores.

PREGUNTA # 3

¿Qué tan satisfecho esta con los locales de venta de Neumáticos actuales?

GRAFICO #19

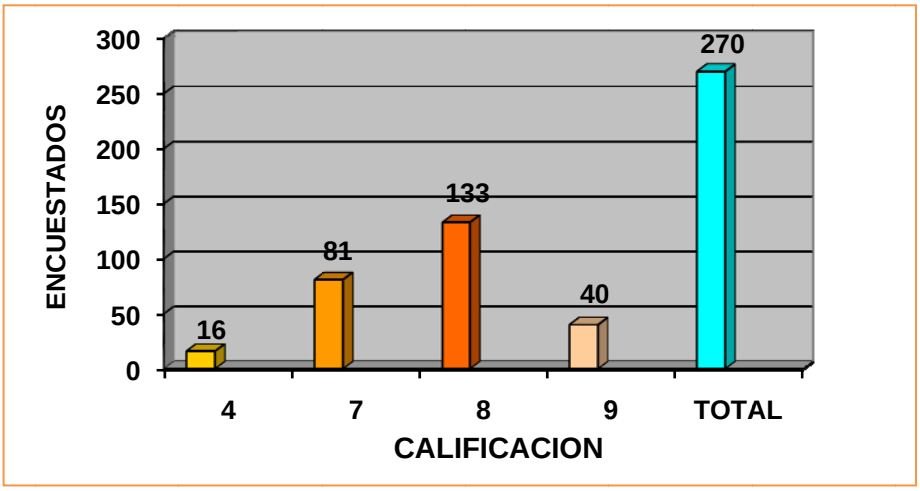


Gráfico 19 Pregunta 3

En la pregunta #3 se propone que la persona califique la satisfacción con los locales existentes de ventas de neumáticos en la actualidad esta calificación será fijada en un rango que va desde 0 – 10 y por lo que se puede ver la calificación que mas a coincidido entre los encuestados es de 8/10 que indica que no existe una conformidad total por parte de los clientes en relación a este tipo de negocios.

PREGUNTA # 4

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por adquirir neumáticos en el siguiente rango de precios en este local?

GRAFICO #20

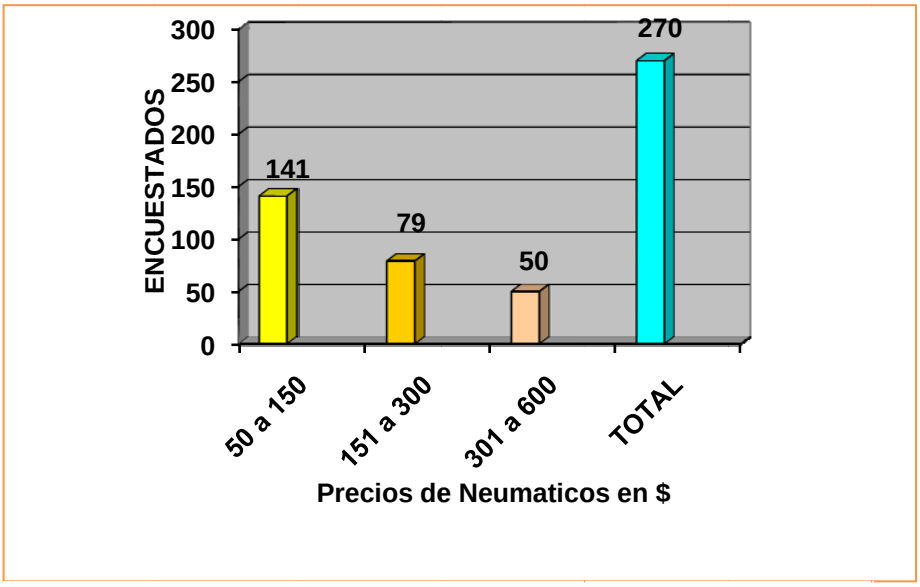


Gráfico 20 Pregunta 4

Al observar el resultado de la pregunta #4 se deduce que existe un alto nivel en el consumo de los neumáticos valorados entre 50 a 150 dólares, los mismos que son neumáticos para automóviles en su mayoría, debido a su tamaño y a su utilización, pero también no se debe pasar por alto los resultados obtenidos en relación a los valores más altos ya que si existe demanda para estos y genera más oportunidades a su comercialización.

PREGUNTA # 5

¿En qué otra empresa realizo su última adquisición de Neumáticos?

GRAFICO #21

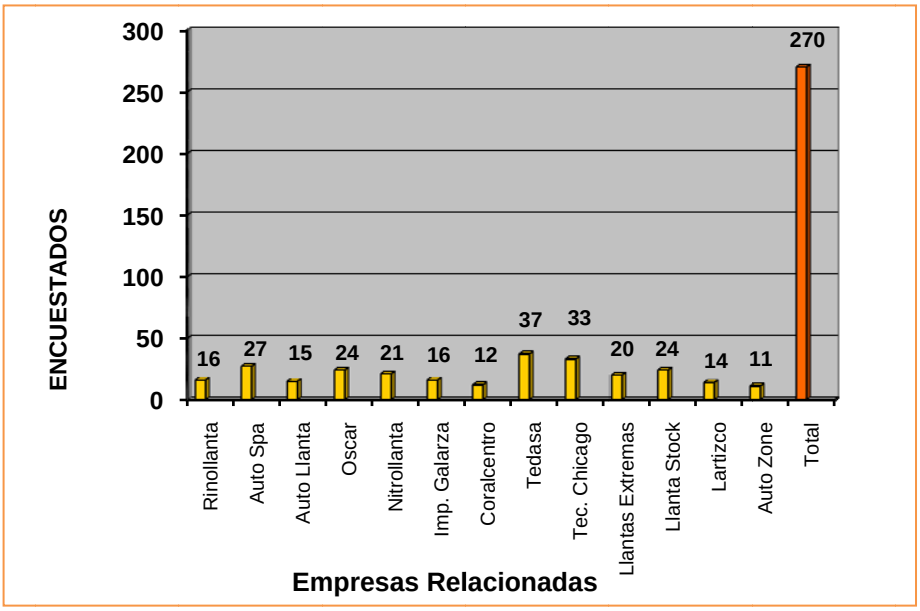


Gráfico 21 Pregunta 5

La pregunta # 5 hace relación con el lugar en donde el encuestado hizo su última adquisición de neumáticos, se han dado varios nombres de empresas dedicadas a la comercialización de estos productos a más de identificarlas como competidores de AUTO STORE CIA Ltda. Se puede determinar el nivel de participación en el mercado hacia el cual se está enfocado de tal manera se observa que Tedasa y Tecnicentro Chicago llevan con 14% y 12% respectivamente los niveles más altos según los encuestados y por eso es tarea para esta empresa mejorar las debilidades de estos negocios.

PREGUNTA # 6

¿Estaría dispuesto a cambiar los aros de su vehículo?

En esta pregunta se consultara que de los poseedores de los vehículos que en su totalidad son de 270 cuántos de ellos estarían dispuestos a cambiar los aros debido a

que no todos lo querrán hacerlo, es por esta razón que se en esta parte se determinara una segmentación mas por tipo de producto.

GRAFICO #22

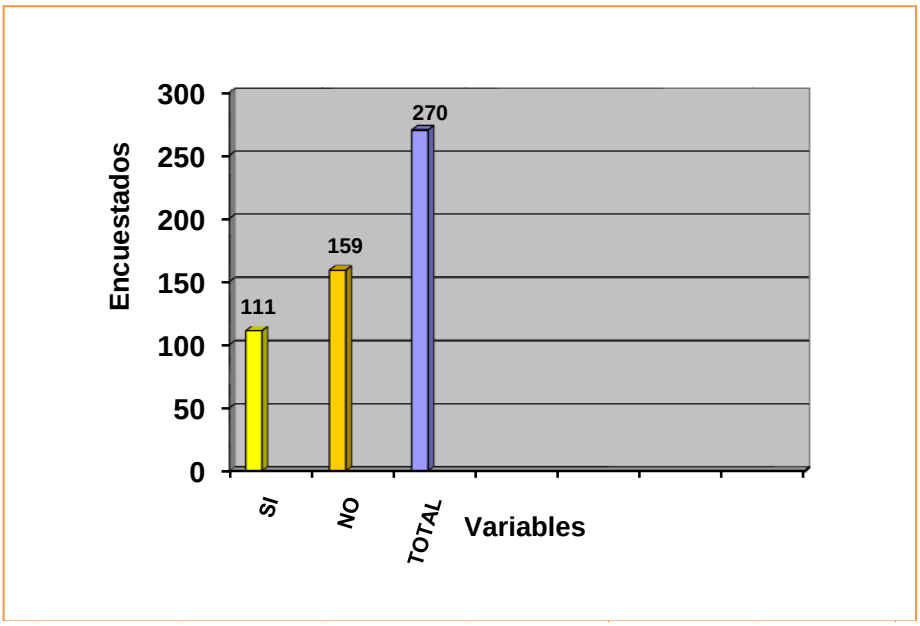


Gráfico 22 Pregunta 6

Luego de haber realizado esta pregunta se a podido determinar que de los 270 poseedores de vehículos livianos solamente 111 personas estarían dispuestos a cambiar los aros de su vehículo.

PREGUNTA # 7

¿Por qué razón cambiaria UD. los aros de vehículo?

GRAFICO #23

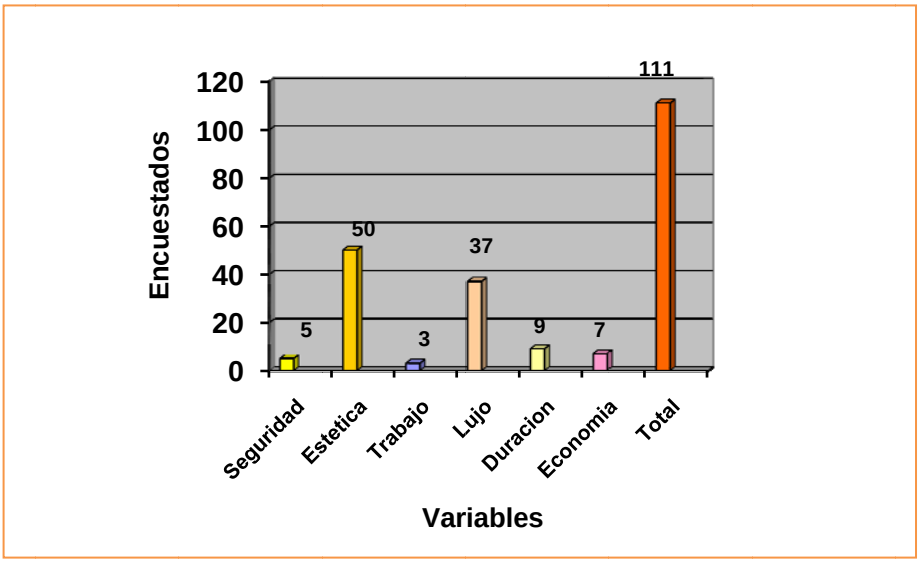


Gráfico 23 Pregunta 7

El resultados que arroja esta pregunta basada en la pregunta 6 debido a que de los 270 solo 111 comprarían aros, da a conocer que las dos principales razones para que la gente opte por cambiar los aros de su vehículo son la estética y el lujo principalmente se deduce que se determina por los gustos y preferencias de los consumidores a mas de que existan otras variables pero de un grado menor los encuestados mas van por las principales antes mencionadas y es así que para AUTO STORE CIA Ltda. Es de mucha importancia saber que los consumidores no juzgaran mucho por el precio si no por lo novedoso y nuevo del producto.

PREGUNTA # 8

¿Qué tan satisfecho esta con los locales de venta de Aros actuales?

GRAFICO #24

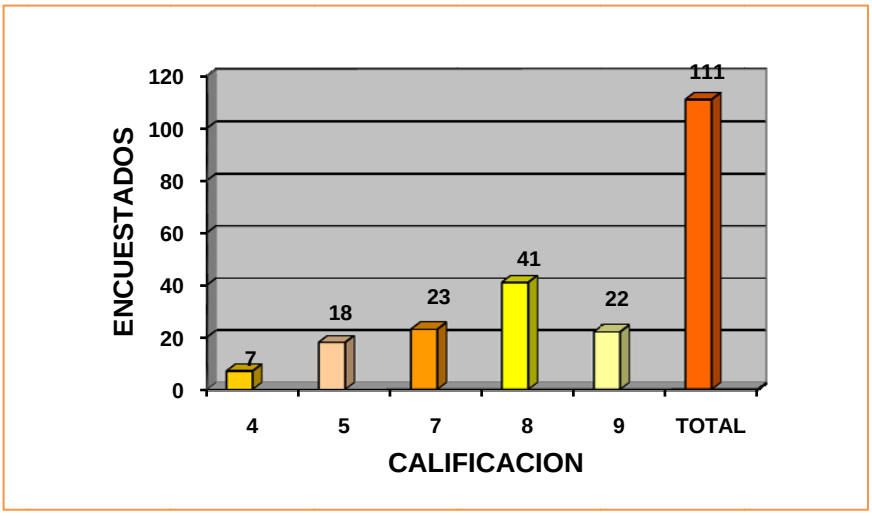


Gráfico 24 Pregunta 8

La satisfacción del cliente es uno de los objetivos que busca toda empresa, es por esta razón que se formula la pregunta #8 donde se analiza este factor de satisfacción en relación con las empresas existentes en el mercado local, es de importancia recalcar que las personas encuestadas no están totalmente satisfechas con los locales existente y nos da una ventana para que las falencias de ciertas empresas sean aprovechadas por AUTO STORE CIA Ltda. Y lograr más captación de clientes.

PREGUNTA # 9

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por adquirir Aros en el siguiente rango de precios en este local?

Al observar el resultado de la pregunta #9 se deduce que existe un alto nivel en el consumo de aros valorados entre 60 a 120 dólares, , pero también no se debe pasar por alto los resultados obtenidos en relación a los valores que van desde 121 a 230 ya que también tienen acogida por parte de los consumidores, como se analizo en preguntas anteriores el consumidor busca la satisfacción basado en sus gustos y preferencias sobre la estética de su vehículo, es por eso que se recalca que si estarían dispuestos a pagar valores que están incluidos en estos rangos de precios.

GRAFICO #25

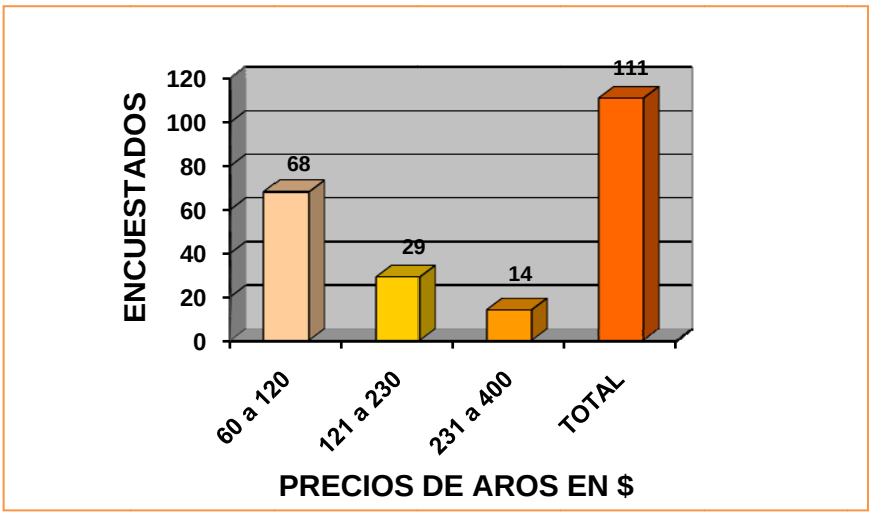


Gráfico 25 Pregunta 9

PREGUNTA # 10

¿En qué otra empresa realizo su última adquisición de Aros?

GRAFICO #26

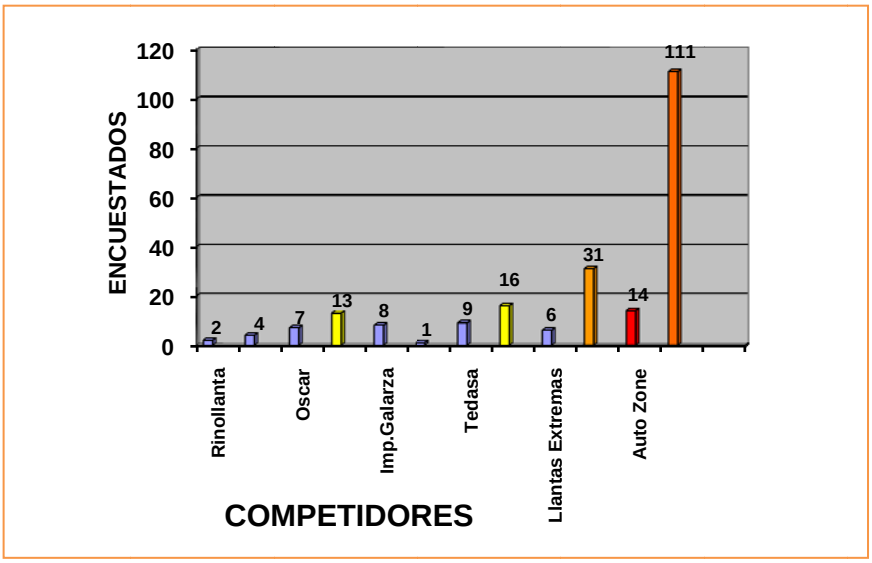


Gráfico 26 Pregunta 10

La pregunta # 10 hace relación con el lugar en donde el encuestado hizo su última adquisición de aros, se han dado varios nombres de empresas dedicadas a la comercialización de estos productos a más de identificarlas como competidores de AUTO STORE CIA Ltda. Se puede determinar el nivel de participación en el mercado hacia el cual se está enfocado de tal manera se observa que Lartizco, Tecnicentro Chicago, Nitrollanta llevan un alto porcentaje en relación a los demás competidores de mercado con 28%, 14% y 12 %respectivamente los niveles mas altos según los encuestados y por eso es tarea para esta empresa mejorar las debilidades de estos negocios.

PREGUNTA # 11

¿Por qué medio de comunicación le gustaría tener información sobre los productos que esta empresa comercializa?

GRAFICO #27

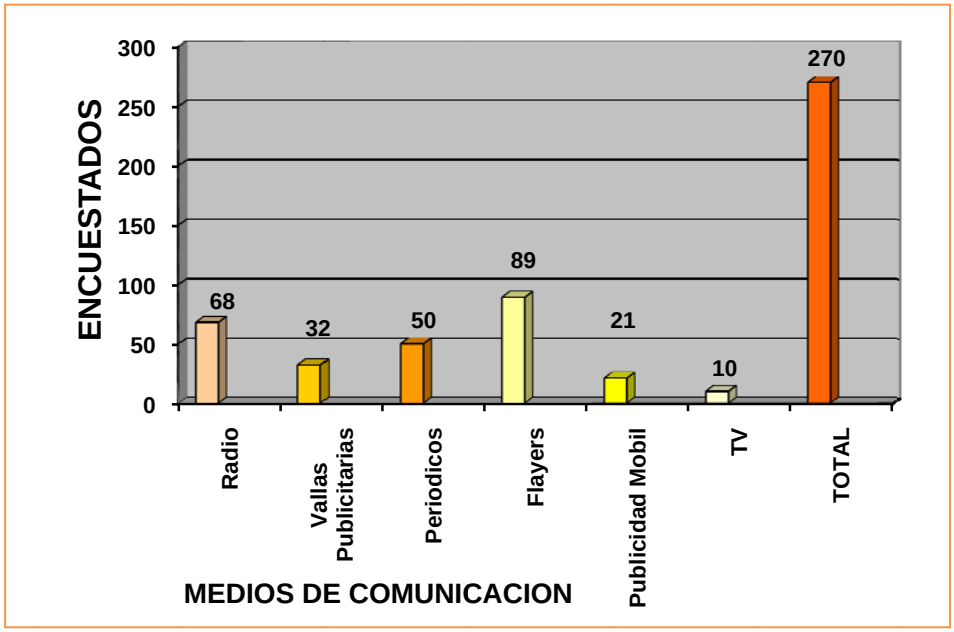


Gráfico 27 Pregunta 11

Las personas se sienten identificadas mas con los Flayers, Publicidad Radial y Periódicos, estos son los principales medios con los que los encuestados se sienten identificados debido a que son medios de mayor información en la localidad y se alcanza un mayor nivel de captación por parte de las personas, así ayudara a AUTO STORE CIA Ltda. En utilizar sus recursos en estrategias optimas para lograr los objetivos planteados por la empresa.

PREGUNTA # 12

¿Qué formas de pago le gustaría que un nuevo local le pudiera facilitar?

GRAFICO #28

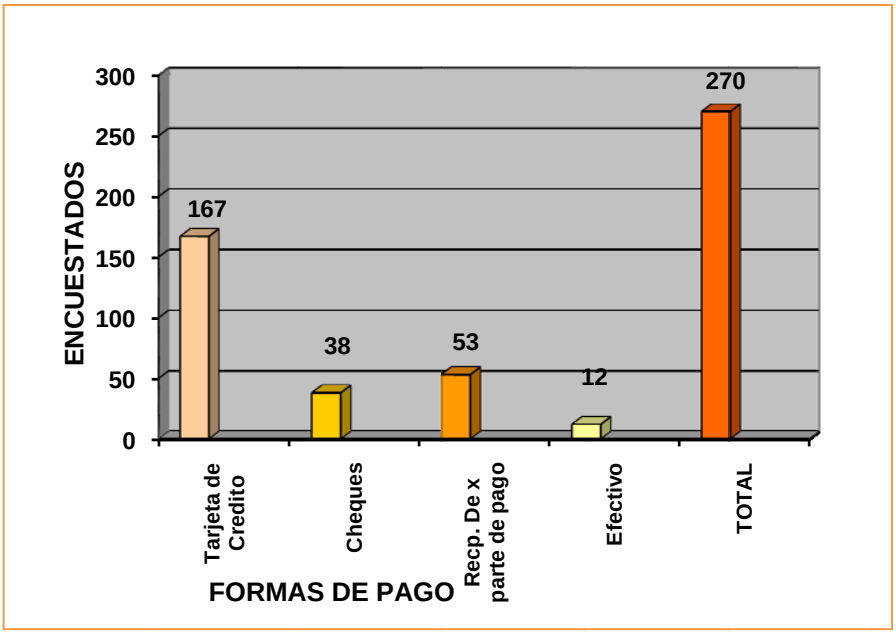


Gráfico 28 Pregunta 12

En la actualidad los clientes buscan las mayores facilidades para el pago de sus compras es así que se a planteado la pregunta #12 para conocer que facilidades principales buscan y se a determinado que las tarjetas de crédito son la opción mas acertada en la mayoría de los caso ya que ofrecen facilidades entregadas por las entidades financieras de diferir sus compras a varios periodos de tiempo y facilita el pago para los cliente y la elección de los mejores productos tanto en costos como en innovaciones.

PREGUNTA # 13

¿Qué tipo de productos adicionales quisiera que exista en el mismo local?

Esta encuesta nos revela que las personas prefieren que en un solo lugar se pueda encontrar diferentes alternativas y productos ya que buscan la facilidad de acorde al tiempo con el que cada uno cuenta en lo personal es por esta razón que los resultados son claros que con un 49% es el deseo que se cuente con variedad de productos en la línea de accesorios para el vehículo además de sugerir que se cuente con la venta de alarmas para vehículos , venta de stikers personalizados al gusto del cliente y así poder satisfacer las exigencias del mercado hacia el cual estamos enfocados.

GRAFICO #29

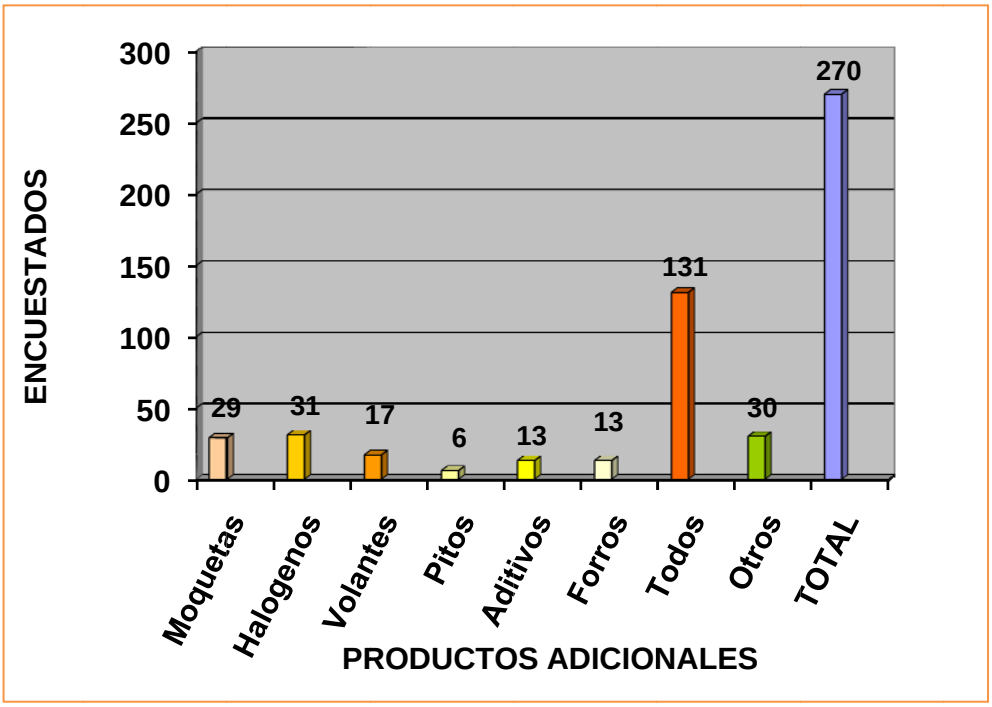


Gráfico 29 Pregunta 13

En conclusión de esta tabulación de datos obtenidos mediante la realización de un cierto número de encuestas previamente calculadas (Pág. 46) ayudara a la toma de decisiones para el emprendimiento de la empresa en busca de lo principal que es la satisfacción del cliente en relación a los gustos y preferencias que se generan en la sociedad de la Ciudad de Cuenca.

CAPITULO III: ESTUDIO TECNICO

3 Estudio Técnico

El estudio Técnico tiene como principal objetivo proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área. El estudio técnico comprende: proceso productivo, planta, equipo, tamaño, localización, recursos humanos y técnicos.

Uno de los resultados de este estudio será definir la función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

3.1 Análisis de la Infraestructura Física.

El desarrollo actual de los mercados y los clientes está generando retos y cambios en varios frentes del negocio de toda empresa, desde Recursos Humanos, Entornos Financieros, los Sistemas de Comunicación; entre otros.

El análisis de infraestructura física consta de todo lo relacionado con respecto a la construcción y mantenimiento de las instalaciones del proyecto, Aquí podemos determinar la capacidad de operación de la empresa, tanto como de las instalaciones y espacio disponible para poder operar de una manera optima y brindar un servicio eficiente al cliente.

3.1.1 Análisis del Proceso de Producción

3.1.1.1 Identificación de las Actividades del Proceso

Para la identificación de las actividades del proceso en “AUTO STORE CIA Ltda.” se determinara las principales actividades que día a día se realizaran en la operación de la empresa, a continuación presentamos las actividades a realizar:

3.1.1.1.1 Descripción de las actividades

a) Apertura de local

La apertura y cierre de las actividades del local será realizada por el Jefe Administrativo, quien será el encargado general del local, en donde coordinada ando con el guardia de seguridad a las ocho de la mañana tendrá la obligación de abrir las puertas, desactivación de la alarma, colocación de letreros móviles en las afueras del local.

Posteriormente procederá a la activación la iluminación del local en sus diferentes áreas tanto en exhibidores de neumáticos, aros, vitrinas de accesorios y oficinas en donde será la única persona autorizada por el gerente general de el encendido de los sistemas operativos que constaran con claves de seguridad para la información que contenga, ya que es de mucha importancia y más que nada de privacidad.

De la misma manera al finalizar la jornada diaria que será a la 18H00pm de lunes a sábado debe realizar el correcto cierre y desactivación tanto como de los sistemas operativos, alarma, y de seguridades exteriores con las que cuenta el local.

b) Ingreso de Vehículos

A partir del la apertura del local comenzara el ingreso de vehículos al parqueadero del local donde se ubicaran en los sitios designados para clientes. Es en esta actividad que se tendrá el primer contacto con el cliente para posteriormente realizar el asesoramiento correcto en base a los gustos y preferencias de los clientes sobre los productos que sean de su necesidad.

c) Atención al Cliente

Estará a cargo de esta actividad el vendedor de la empresa Ing. Pablo Arévalo Torres que será encargado de venta de los productos en donde brindara la atención al cliente en el sector de neumáticos, aros y accesorios y escuchara las expectativas del cliente y lo que está buscando para el mejoramiento

de su vehículo. Esta persona tendrá que brindar un asesoramiento sobre los productos ya sea con muestras físicas o por medio de catálogos de información sobre las características de los mismos tanto como, marcas, tipos, modelos, y así asesorar sobre las mejores opciones que tiene el cliente en vista hacia las actividades a realizar con su vehículo ya sean estas lujo, economía, estética, trabajo, seguridad, duración etc.

d) Ejecución de La Venta

Esta actividad será el momento donde se llega a un acuerdo entre el vendedor y cliente sobre su compra de los productos ofrecidos y de necesidad del cliente posterior a un asesoramiento sobre el producto y estar en pleno conocimiento de el acuerdo al que se está llegando en todos sus términos como son en la entrega del producto como de sus precios y formas de pago.

En esta actividad se procederá por medio de la encargado de caja a la recepción de los datos del cliente como, nombres, numero de cedula, teléfono, dirección para luego proceder a la elaboración de la factura de la venta también estará incluido la forma de pago, características del producto las mismas que servirán como comprobante de la compra que dará respaldo para cualquier reclamo o cualquier acción por parte de la empresa por razón de algún incumplimiento y a su vez para pagos de impuestos obligatorios de ley que debe realizar la empresa.

e) Entrega de productos vendidos

Esta actividad se realiza luego de concluir la venta en donde por parte del cajero se dará la orden de entrega de los productos al cliente con las especificaciones y características del producto adquirido además de revisar junto con el cliente la mercadería a entregar para su completa verificación y que posteriormente no exista inconvenientes de reclamos y devoluciones.

f) Salida del cliente.

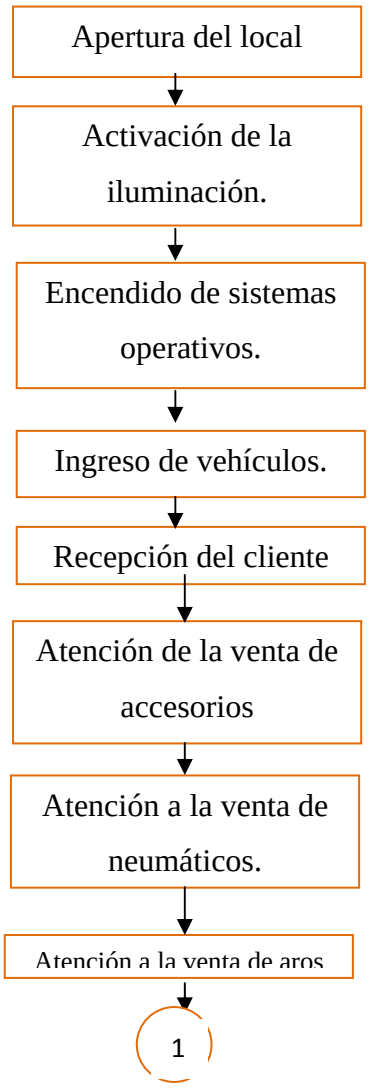
Se retira el cliente conforme con la compra y con la atención prestada por los empleados del la empresa para su satisfacción y pronto regreso, a mas de que

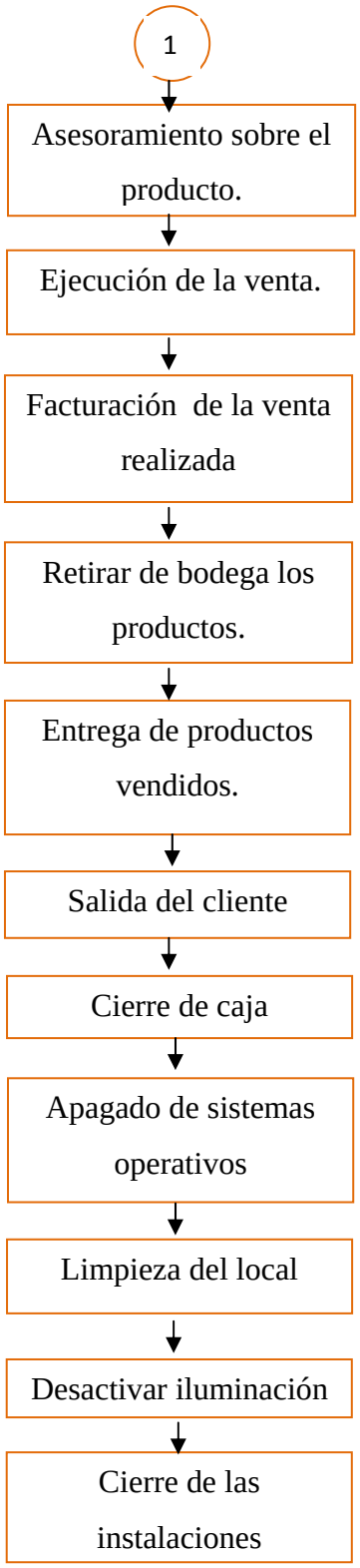
el cliente será nuestra carta de presentación ante la sociedad ya que por la comunicación sobre el buen servicio atraerá a nuevos posibles clientes.

g) Cierre de caja

Esta Actividad se realizara al final de la jornada cuando se cuantifique las ventas realizadas en el día, aquí se dejara un documento con constancia de las actividades de la empresa para que sirva de respaldo y seguridad de la empresa, por otro lado el dinero obtenido se guardara en la caja fuerte con la que consta la empresa para que al final de la semana depositar los valores en un banco con el que la empresa mantiene una cuenta.

FLUJOGRAMA DE ACTIVIDADES AUTO STORE CIA Ltda.




1
Asesoramiento sobre el producto.
Ejecución de la venta.
Facturación de la venta realizada
Retirar de bodega los productos.
Entrega de productos vendidos.
Salida del cliente
Cierre de caja
Apagado de sistemas operativos
Limpieza del local
Desactivar iluminación
Cierre de las instalaciones

Ahora se procede a realizar un análisis para cada una de las actividades y tareas de el flujo grama anteriormente referido; en forma minuciosa se identificarán las maquinas, los equipos, los materiales de cualquier naturaleza que se aplican y las personas que intervienen en la realización. En forma simultánea se debe cuantificar el uso o aplicación de cada recurso en cada actividad.

3.2 Análisis de la Tecnología a Utilizar.

En este punto tenemos que analizar todo lo concerniente a los implementos tecnológicos que se utilizaran en la operación funcional de los sistemas operativos la empresa. De esta forma se puede tener un correcto control de las actividades que se registren dentro del sistema para que de esta manera se facilite el desenvolvimiento del personal de la empresa y así se pueda brindar una atención de calidad a nuestros clientes.

3.2.1 Descripción de los Recursos

CUADRO #6

RECURSOS NECESARIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LAS INSTALACIONES DE LA EMPRESA

Nombre del recurso a utilizar	# Unidades	Descripción del recurso.
Reflectores	2	110 voltios y 250watios de potencia incandescente, marca osram
Focos ahorradores	6	Osram 100 watts 120v
Focos dicroicos	12	De colores
lámparas	6	Incandescente de neón
Luces de emergencia	1	De color blanco
mesa	2	Marca Artecto color negro

escritorio	1	Modular color caoba marca Artecto estructura de madera
Silla de escritorio	2	Silla giratoria tapizada en cuerina marca Artecto
Sillas	4	Marca pyca de plástico.
Supresor de picos	1	Tripp lite
Regletas	2	Tripp lite
Computadora	1	Hp pavilion entertainment notebook pc dv 1000
Impresora	1	Hp
Calculadora	1	Casio 9500fx full color
fax	1	Radio Shack
Internet		Banda ancha
alarma	1	Omnitron
caja	1	ARTECTO
Mostrador	3	Alumina
estantes	3	Alumina
Percheros	4	De metal
Insumos limpieza		Detergente deja, ajax cloro, jabón
Escoba	1	Vaniplas
recogedor	1	Vaniplas
Basureros	2	Tanques
Insumos de oficina	12	Esferos, corrector, hojas, lista de inventarios, Revistas, fotos, lista de precios, Esferos, fólder, engrampadora, perforadora, corrector, hojas, Internet
Extintor	1	Extintor de 20kg marca American
Catálogos de llantas y aros	10	Maxis racing, kummo tires, league, continental

Factureros	2	Imprenta Gavilanes
Letreros móviles	2	Con publicidad del local
Juego para baño	1	Kit completo Edesa 1.6gpt/6lpt

CUADRO 6 Recursos necesarios para el Funcionamiento de la Empresa

3.3 Análisis del Entorno

El objetivo del análisis del entorno es la captación de la información para aportar fuentes de oportunidades y amenazas, en el desarrollo presente y futuro de las estrategias de la empresa. En el año 2009 se genero la crisis mundial más dura de los últimos tiempos en donde cayeron muchas empresas de gran trayectoria, es por esta razón que limito y obligo a todos los países a generar nuevas estrategias económicas con el fin de salvaguardar la economía de cada uno de ellos.

La economía ecuatoriana se ha visto afectada por la reducción de ingresos en dólares por la caída de los precios del petróleo, principal rubro de exportación local, además de registrar una disminución de las remesas de los migrantes y de las exportaciones no petroleras. Una de las estrategias optadas por parte del gobierno del Ecuador fue formular nuevas restricciones sobre productos importados, es así que el gobierno anunció que aplicará una drástica reducción de importaciones para 627 bienes durante máximo un año con la que se espera reducir las importaciones en 1.459 millones de dólares en comparación al año anterior en donde se encuentran artículos como perfumes, confitería, teléfonos celulares, partes de vehículos, y cosméticos, entre otros, considerados como de lujo.

Para la reducción de importaciones se ha optado por el incremento a el arancel de cada uno de los productos, este arancel es un impuesto que se aplica a los productos que se importan desde distintos países. En el Ecuador, ese impuesto va del cero al 60% sobre el valor del bien. Esta banda impositiva se refiere a las tarifas que deben pagar los productos terminados, los bienes intermedios y las materias que entran al país del resto del mundo.

En el caso de la producción de neumáticos, los aranceles aplicados a la materia prima importada para su confección y los existentes sobres llantas importadas se han incrementado en un 20%; es así que por parte de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador, se considera que es un sacrificio, sin duda, que hace el

sector, pero es un aporte al crecimiento a la economía del país y se está claro que se necesita apoyo de todos los sectores para soportar mejor la crisis.

Así el gobierno pretende por una parte mejorar la economía y por otra fomentar la fabricación y el consumo del producto nacional generando más fuentes de trabajo y crecimiento empresarial de los diferentes sectores del país. Estas decisiones también serán contraproducentes debido a que existiendo mayores restricciones y el incremento de los aranceles fomentara el contrabando, desempleo y afectara a los consumidores porque en la práctica compraran más caro y eso provocaría la inflación.

Es necesario contar con herramientas específicas orientadas a facilitar la recopilación y el análisis de la información estas herramientas deben ser precisas y simples, un exceso de información, puede ser inviable de analizar y asimilar además, el análisis del entorno ha de prestar una especial atención a su desarrollo futuro, a largo plazo. Y esto, porque es en este ámbito temporal en el que han de plantearse las decisiones estratégicas.

3.3.1 Análisis Estructural de los Sectores Industriales

La estructura de un sector industrial tiene una fuerte influencia al determinar las reglas de juego competitivas así como las posibilidades estratégicas potencialmente disponibles para la empresa. La clave se encuentra en las distintas habilidades de las empresas.

Las Cinco Fuerzas del modelo de Porter es una herramienta reveladora de la estrategia de una Unidad de Negocio utilizada para hacer un análisis de la atractividad (valor) de una estructura de la industria.

El análisis de las fuerzas competitivas se logra por la identificación de 5 fuerzas competitivas fundamentales:

GRAFICO #30

LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

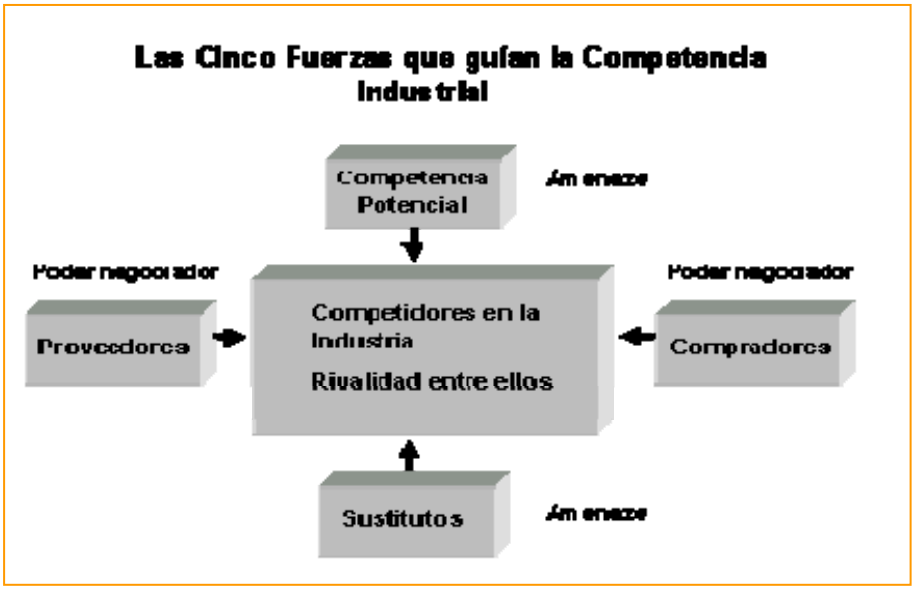


Gráfico 30 Las Cinco Fuerzas de Porter

3.3.1.1 Ingreso de Nuevos Competidores.

En este mercado no existen barreras de ingreso, por lo que genera una facilidad para nuevas empresas integrarse como nuevos competidores, una de los inconvenientes en este tipo de empresas seria las restricciones que genera el gobierno en contra de las importaciones de estos productos tales como los incrementos de los aranceles de importación.

Por otro lado las empresas productoras en el ecuador tienen menos restricciones debido a que el incremento de los aranceles a la materia prima para la confección de estos productos es un 10 % menor a la de los productos terminados, por esta razón los neumáticos nacionales mantienen su precios mientras que los importados subieron hasta en un 20%, ya que deben pagar un arancel de ¢0,80 por cada kilo de caucho que ingresa al país. Estos precios varían de acuerdo con el rin (diámetro) de cada neumático.

3.3.1.2 Amenaza de Sustitutos.

En este tipo de empresas comercializadoras de aros y neumáticos, por lo general no se encuentran un bien sustituto debido a que los vehículos necesariamente deben contar con neumáticos y aros para su correcto funcionamiento.

3.3.1.3 Poder de Negociación de los Compradores.

Esto significa de cuán fuerte es la posición de los compradores, este poder se ve debido a que los neumáticos no solo son productos de lujo sino también de otros propósitos indispensables en la vida del automóvil y de la seguridad del cliente ya que la elección del neumático se da por especificaciones técnicas de calidad y de seguridad.

3.3.1.4 Poder de Negociación de los Proveedores.

En la Ciudad de Cuenca se encuentran varios importadores de aros y neumáticos entre los principales están: Lartizco de Aurelio Ortiz, Importadora Galarza, Importadora de Pablo Vintimilla y la Importadora Torres que abastecen de sus productos a diferentes empresas en la localidad.

Se debe buscar la mejor opción entre los diferentes proveedores para negociar de la mejor manera, manteniendo así una relación sostenible y rentable para las expectativas de AUTO STORE CIA Ltda. Sin embargo es necesario contar con buenas relaciones con otros proveedores tanto locales como nacionales ya que no se puede depender de uno solo debido a posibles cambios en sus políticas de ventas y empresariales que no sean convenientes para las dos partes, aun mas con las restricciones generadas por el gobierno que produce una inestabilidad en las importaciones y por ende en los proveedores que al ver incrementos arancelarios podrían limitar sus importaciones y no cumplir con el abastecimiento adecuado a sus clientes.

3.3.1.5 Rivalidad entre los Jugadores Existentes.

Esta rivalidad será determinada por las estrategias que cada una de las empresa planteen para ser competitivas en el mercado es por esta razón que AUTO STORE Cía. Ltda. Busca brindar el mejor servicio al cliente con los mejores productos y mejor atención.

En el entorno se analiza también las restricciones de a las importaciones o convenios con los que cuenta el país con otro países que forman parte de convenios internacionales para el ingreso y salida de productos de una hacia el otro de esta manera podemos citar que debido las restricciones a las importaciones, la demanda de las llantas importadas ha descendido entre un 10% y un 15%.

Esta producción ha desplazado a los productos extranjeros. Actualmente, supera el 50% de participación en el mercado, mientras que marcas internacionales como Michelin y Pirelli apenas llegan al 3% y al 4%, respectivamente, otro de los efectos que ha tenido las llantas nacionales son las innovaciones tecnológicas para mejorar la calidad del producto.

El nuevo mecanismo que ha sido puesto en vigencia por el Gobierno, es el que se aplicará a los países que no son miembros del Pacto Andino. El caso de las naciones andinas es diferente, puesto que las importaciones que se realizan desde esos países, pagan un 25% menos de lo que fija el arancel.

3.4 Determinación de la Localización del Proyecto

El objetivo general del análisis y determinación de la localización óptima es llegar a establecer el sitio en donde se instalará AUTO STORE CIA Ltda., en donde se tomará en consideración dos aspectos importantes en el proceso de decisión como lo es la macro localización y micro localización

3.4.1 Macro Localización

La Macro localización conlleva el estudio general del lugar, sitio o región en donde se piensa ubicar el proyecto para ello se ha determinado que la ubicación del proyecto será en la ciudad de Cuenca, por las siguientes razones:

- Este proyecto contara con terreno propio.
- Según el análisis y estudio de mercado, por el continuo crecimiento del parque automotor.
- Porque la Instalación en otra ciudad, generaría más costo como: trasporte, estudios, Arrendamiento del local.
- Porque cuenca es un ciudad con alto nivel comercial.

3.4.2 Micro Localización:

En la micro localización, se toma en cuenta la necesidad de tener una ubicación estratégica que permita un fácil acceso hacia nuestras instalaciones, ubicados en una calle principal para la comodidad, distancia y afluencia de los clientes. Para establecer cuál de las dos alternativas es la adecuada, se ha tomado en consideración los siguientes factores:

- Disponer de los servicios básicos de energía eléctrica, teléfono, agua y alcantarillado.
- Transporte, debemos tener una ubicación donde nuestros clientes puedan llegar no solo de manera particular sino que tengan la opción de poder llegar gracias al servicio de transporte local de nuestra ciudad.
- Tiempo, un factor importante a considerar será este pues debemos tomar en cuenta la distancia y calidad de vías de acceso al lugar donde vayamos a instalar nuestra empresa.
- Parqueadero, debe ser amplio para facilitar a los clientes su estadía
- Espacio Físico, debe ser un terreno amplio por el tamaño de la pista y distribución de los espacios sociales.

Para elegir la alternativa adecuada para el proyecto, se consideró el método cualitativo (CUADRO #7 Pág. 73) por análisis de factores que consiste en:

- Desarrollar una lista de factores.
- Establecer un peso a cada factor para indicar su importancia relativa y el peso asignado dependerá exclusivamente del criterio del investigador.
- Asignar una escala común a cada factor y elegir cualquier mínimo.

- Calificar a cada sitio potencial de acuerdo con la escala designada y multiplicar la calificación por el peso.
- Sumar la puntuación de cada alternativa y elegir el de máxima puntuación.

CUADRO #7

METODO DE PONDERACIÓN DE FACTORES POR PUNTOS

		SECTOR AMERICAS Y 1º DE MAYO		MILCHICHIC	
Factores	**Peso**	**Calificación**	**Puntaje**	**Calificación**	**Puntaje**
Distancia	20	20	400	14	280
Costo de la Inversión	20	17	340	13	260
Demanda (Mercado)	15	20	300	15	225
Transporte	10	20	200	18	180
Servicios Básicos	20	20	400	20	400
Permisos de Funcionamiento	15	20	300	20	300
TOTALES	**100**		**1920**		**1645**

CUADRO 7 Método de Ponderación

Después del análisis según el método de ponderación de factores por puntos se ha llegado a determinar que la localización óptima para la ejecución del proyecto es en el sector de la Av. De las Américas y 1ero de Mayo, debido a que presenta un mayor puntaje con respecto a la opción 2 que es el sector de Milchichig, ya que está mejor ubicado, por el continuo incremento de patios de vehículos por todo el sector y es así que podemos brindar la opción de este servicio para los posibles consumidores.

3.4.3 Localización Óptima

Luego de considerar y evaluar cada una de los factores relevantes para el proyecto, se considera como localización óptima, el sector de la AMERICAS Y 1º DE MAYO.

GRAFICO #31

LOCALIZACION ÓPTIMA DEL PROYECTO

Gráfico 31 Localización Optima del Proyecto

CAPITULO IV: ESTUDIO FINANCIERO

4 Estudio Financiero

El objetivo del estudio financiero es identificar desde el punto de vista de un inversionista, o un participante en el proyecto, los ingresos y egresos atribuibles a la realización del proyecto, y en consecuencia, la rentabilidad generada por el mismo en términos privados.

La información obtenida en el estudio financiero es muy valiosa para la entidad que decide participar en el proyecto. Dicha información permite juzgar si se justifica lo que podría ganar si se invierte esos recursos en el mejor uso alternativo. El estudio financiero y su evaluación varían según la entidad interesada. Se puede realizar la evaluación de un mismo proyecto desde varios puntos de vista, por ejemplo: de los beneficiarios directos, de la organización que financia el proyecto, de los ejecutores.

4.1 Análisis de Inversiones:

4.1.1 Inversiones fijas

Consideramos como inversiones fijas aquellas que sean tangibles y que intervengan en el proceso de producción, que no sean disponibles para la venta, y que su vida útil sea superior a un año.

CUADRO #8

RECURSOS NECESARIOS

Nombre del recurso	Unidad de medida	Volumen	Valor Unitario	Valor Total
Casilleros	Unidad	4	$10	$40
Sillas de Escritorio	Unidad	2	$34	$68
Sillas para Clientes	Unidad	4	$5	$20
Percheros	Unidad	4	$130	$520
Calculadora	Máquina	1	$12	$12
Exhibidor	Unidad	3	$60	$180
Mostrador	Unidad	2	$120	$240

Computadora	Máquina	1	$490	$980
Escritorio	Global	2	$113	$226
Mesa	Global	2	$45	$90
Extintor	Unidad	1	$6.61	$6.61
Focos ahorradores	Unidad	6	$0.78	$4.68
Focos dicroicos	Unidad	12	$5	$60
Lámparas	X Par	3	$23	$69
Luces de emergencia	Unidad	1	$31.13	$31.13
Supresor de picos	Unidad	2	$22.64	$45.28
Recogedor	Unidad	1	$1.25	$1.25
Insumos limpieza	Kit Unidad	1	$7	$7
Escoba	Unidad	2	$1.46	$2.92
Insumos de oficina	Kit Unidad	2	$10	$20
Juego para baño	Unidad	1	$158	$158
Regletas	Unidad	3	$3.15	$9.45
Conos American	Unidad	4	$5.98	$23.92
Impresora	Unidad	1	$135	$135
Fax	Unidad	1	$140	$140
Internet	Contrato	1	$25	$25
Alarma	Unidad	1	$350	$350
Construcción del Local	Contrato	1	$16859	$16859
Caja Fuerte	Unidad	1	$68	$68
Basureros	Unidad	3	$12.90	$38.70
Otros materiales			$200	$200
Factureros	Unidad	1	$10	$10
Reflectores	Unidad	2	$34.10	$68.20
Total				**$20709.14**

CUADRO 8 Recursos Necesarios

4.1.2 Inversiones diferidas

Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por Trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha del negocio, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos y permisos, etc., los mismos se consideran como egresos anticipados a la recepción de un servicio o un bien; se caracterizan por: ser intangibles, se consumen poco a poco a través del tiempo, son generalmente servicios o derechos.

Las inversiones diferidas para “AUTO STORE CIA Ltda.”: son las siguientes:

CUADRO #9

INVERSIONES DIFERIDAS

Descripción	Unidad	Volumen	Valor Unitario	Valor total
Permisos de constitución y funcionamiento	Registro	1	$300	$300
Estudio eléctrico	Contrato	1	$230	$230
Estudios del proyecto	contrato	1	$850	$850
Total				**$1.380**

CUADRO 9 Inversiones Diferidas

4.1.3 Inversiones en Capital de Trabajo

El capital de trabajo es todo lo necesario para cubrir los gastos que se presentan desde el momento en que se inicia la operación hasta el momento que el negocio es autofinanciable. El capital de trabajo está constituido por los gastos para producir, por los gastos para administrar y por los gastos necesarios hasta la primera venta. (Tomado del Libro “Formulación de Pequeños Proyectos Rurales”. Paúl Vanegas M. Primera Edición.)

Como capital de trabajo contaremos con los productos que se ofrecerán Aros, Neumáticos y Accesorios complementarios para los vehículos ya que son productos que deberán estar a disposición del cliente desde el momento de la apertura de “AUTO STORE CIA Ltda.”. Para la inversión en el capital de trabajo, se ha manejado la relación de las posibles ventas desde el inicio de las operaciones (primer día) que rodean los $9500 valor que sería el soporte inicial de los inventarios de Neumáticos, aros y accesorios estos datos han sido calculados en base a datos promedios de venta proporcionados por (Importadora Lartizco Ing. Fausto

Escandón), además de un valor adicional por costo de inauguración que será de $250, generándose de esta manera un valor de $9.750 para abastecer la demanda, debido a que los productos ofrecidos deben tener variedad a mas de contar con un buen stock de productos para los siguientes días.

CUADRO #10

INVERSION DE CAPITAL DE TRABAJO

Descripción	Unidad	Volumen	Valor unitario	Valor total
AROS Y NEUMATICOS	Mes	1	$8000	$8000
Productos para la Venta de Accesorios	Mes	1	$1500	$1500
Costo de Inauguración	Mes	1	$250	$250
Total				**$9750**

CUADRO 10 Inversiones de capital de Trabajo

4.1.4 Inversión Total

La determinación de la inversión total va a convertirse en uno de los principales objetivos del estudio financiero y será uno de los aspectos a ser observado por todos los involucrados del proyecto debido a que cuando la empresa este sobre el valor de la inversión se puede decir que se está empezando a ganar.

CUADRO #11

INVERSION TOTAL

Inversiones fijas	$20709.14
Inversiones diferidas	$1.380
Inversiones de capital de trabajo	$9750
Inversión total	**$31839.14**

CUADRO 11 Inversión Total

4.2 Análisis Financiamiento

4.2.1 Fuentes Propias:

Luego de haber realizado la junta correspondiente con los socios en la cual se trataron los temas de financiamiento de la obra, se ha llegado a un acuerdo sobre el mismo, tomando la decisión sobre las aportaciones que realizara cada uno de los socios y el financiamiento requerido mediante terceros información que se indica a continuación.

"AUTO STORE CIA Ltda.".Contará con dos socios, cuyas aportaciones serán de $8000 dólares por cada uno y que el total de las aportaciones llegaran a un monto de $16.000 lo cual representa un 51.3% del financiamiento necesario para el desarrollo del proyecto.

4.2.2 Fuentes de Terceros:

El financiamiento del monto de la inversión que queda por cubrir se lo realizara con la Cooperativa Juventud Ecuatoriana Progresista JEP debido a que los socios forman parte de los clientes de esta entidad y por esta razón se facilita la viabilidad de financiamientos empresariales como el que se pretende solicitar que es $15.350 y estaremos sujetos a las tasas activas para el pago de interés sobre el capital y a un plazo de vencimiento de 5 años.

El préstamo solicitado corresponderá al 48.7% de la inversión total.

CUADRO #12

FUENTES DE TERCEROS

Fuentes de financiamiento	**Valor**	**Porcentaje**
Pablo Arévalo Torres	$8.000	25.65%
Oswaldo López Villavicencio	$8.000	25.65%
Cooperativa JEP	$15.350	48.7%
Total financiamiento	$31.350	100%

CUADRO 12 Fuentes de Terceros

4.3 Análisis Ingresos:

4.3.1 Ingresos de la Actividad Principal

El valor de los ingresos de AUTO STORE CIA Ltda. Por la comercialización de los productos la empresa estima que alcanzara una venta de 4.5 juegos de neumáticos se coloca este valor debido a que varios clientes no compran el juego completo si no 1 o dos neumáticos; y un juego de aros (18 llantas, 4 aros) semanales, se calculan mediante valores promedios establecido mediante datos obtenido del Comercial Lartizco (Anexo 1 Y 2 Pág. 110, 111) es así que valor promedio es de $180x18 = $3240 semanales por los neumáticos y $105x4= $420 por los aros y su total será un valor de $3660 semanales que al final dará un ingreso de $14.640 mensuales estos valores han sido determinados luego de haber realizado un estudio de mercado y haber establecido gustos y preferencias de los posibles consumidores a mas de el análisis de competencia y el respectivo análisis del precio.

4.3.2 Otros ingresos:

Como ingresos adicionales de AUTO STORE CIA Ltda. Esta la comercialización de accesorios complementarios para vehículos (Cuadro #3 Pág. 20) que será de un valor aproximado de $1500 dólares mensuales los mismos que fueron determinados posteriormente al análisis de datos primarios obtenidos en la investigación de mercado cuya fuente es “AERO SPY” de el Sr. William Alvarado Gerente Propietario. Para ello se toma en cuenta solamente el 75% del total de ventas debido a que como es una empresa nueva que está en proceso de introducción no tendrá al principio las mismas ventas que este local que ya tiene varios años de funcionamiento en la ciudad.

CUADRO #13

CUADRO DE INGRESOS MODERADO

				AÑOS										
	CANTIDAD	PVP	Valor Mensual	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
NEUMATICOS	72	180	12.960	155.520	183.514	216.546	255.524	301.519	355.792	419.835	495.405	584.578	689.802	3.658.034
AROS	16	105	1.680	20.160	22.982	26.200	29.868	34.049	38.816	44.251	50.446	57.508	65.559	389.840
ACCESORIOS	GENERAL		1.500	18.000	20.160	22.579	25.289	28.323	31.722	35.529	39.792	44.567	49.915	315.877
				193.680	226.656	265.325	310.681	363.892	426.331	499.614	585.643	686.653	805.276	4.363.751
INCREMENTO PORCENTUAL														
TASA CREC VTA NEUMATICOS			18%											
TASA CREC VTA AROS			14%											
TASA CREC VTA ACCESORIOS			12%											

CUADRO 13 Cuadro de ingresos Moderado

Fuente: Comercial Lartizco S.A.

Ing. Fausto Escandón

Fuente: "AERO SPY"

Propietario: William Alvarado.

Fuente: "RIINOLLANTA"

Propietario: Oswaldo Barros.

El CUADRO # 13 pág. 79 está basado en las ventas anuales con distintos porcentajes de crecimiento tales como:

- Venta de neumáticos crecerá anualmente un 18%
- Venta de Aros crecerá anualmente 14%
- Venta de Accesorios crecerá anualmente 12%

El mercado de Cuenca permite un crecimiento constante a lo largo de su vida útil (CUADRO #4 Pág. 33) de tal manera que generara mayores demandantes que buscan una mejor atención y una variabilidad de estos productos, además que vayan de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores.

AUTO STORE CIA Ltda. a proyectado un crecimiento anual del 18% en Neumáticos, 14% en Aros y un 12 % en accesorios ,ya que las ventas deben estar relacionadas directamente con el crecimiento del mercado (Cuadro #4 pág. 33) además de tomar en cuenta como se presenta la situación política, económica y social del país a lo largo de los años de funciones del proyecto, así estas sean de formas tanto favorables como no favorables para la empresa de tal manera que se cumplan las expectativas tanto de los clientes como de los objetivos empresariales planteados.

4.3.3 Proyección de Ingresos

Durante los 10 años de vida del proyecto se tendrá como objetivo final posicionarse en el mercado de manera eficaz y eficiente lo cual se verá reflejado tanto en el nivel de ingresos como en la cantidad de clientes de la empresa. Al comienzo del primer año la proyección de ingresos está basada en la venta de neumáticos, aros y accesorios en un nivel de 72 neumáticos mensuales, 16 aros mensuales y en accesorios un valor aproximado de $1500 dólares mensuales, esta información ha sido recopilada mediante una entrevista personal realizada al Sr. Oswaldo Barros propietario del local de venta de aros y neumáticos “RINOLLANTA” ubicado en la avenida Gil Ramírez Dávalos el mismo que comedidamente proporciono dicha

información detallada la cual se a tomado en cuenta en un valor promedio de sus ventas ya que su establecimiento lleva más de 8 años de funcionamiento en el mercado local y por otra parte con respecto a los accesorios se ha tomado en cuenta los datos obtenidos mediante el Sr. William Alvarado que cuenta con más de 3 años en su propio local pero con un antecedente laboral de 10 años en la venta de accesorios para vehículos cabe recalcar que de la misma manera que en los otros productos se ha tomado un promedio de ventas sobre los datos proporcionados por las diferentes fuentes de la investigación.

En tanto este crecimiento estará reflejado en el incremento de los ingresos por venta de neumáticos y aros a más de los accesorios complementarios que AUTO STORE CIA Ltda. Ofrece.

4.4 Análisis Egresos:

Para la fase de operación del proyecto, los egresos están definidos como aquellos desembolsos de dinero que deben realizarse para que pueda cumplirse de forma normal el proceso de producción de los bienes o servicios del proyecto.

4.4.1 Costos:

Están determinados como gastos económicos que representan la fabricación de un producto o prestación de un servicio, son valores, reales o contables, que deben incurrir en el proyecto para ejecutar un ciclo productivo. (Tomado del Libro "Formulación de Pequeños Proyectos Rurales". Paúl Vanegas M. Primera Edición.)

- Costos para la venta neumáticos, aros y accesorios los mismos que se encuentran determinados en base a la proyección de ingresos y egresos con los que cumplirá cada ciclo productivo de la empresa.

CUADRO #14

CUADRO DE EGRESOS MODERADO

				AÑOS										
	CANTIDAD	PV	Mensual	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Totales
NEUMÁTICOS	72	150	10.800	129.600	136.080	142.884	150.028	157.530	165.406	173.676	182.360	191.478	201.052	1.630.095
AROS	16	70	1.120	13.440	13.843	14.258	14.686	15.127	15.581	16.048	16.530	17.025	17.536	154.075
ACCESORIOS		700	1.100	13.200	13.464	13.733	14.008	14.288	14.574	14.865	15.163	15.466	15.775	144.536
				156.240	163.387	170.876	178.722	186.945	195.561	204.590	214.052	223.970	234.364	1.928.706
INCREMENTO PORCENTUAL														
TASA CREC COSTO NEUMATICOS			5%											
TASA CREC COSTO AROS			3%											
TASA CREC COSTO ACCS			2%											

CUADRO 14 Cuadro de Egresos Moderado

Fuente: Comercial Lartizco S.A.

Ing. Fausto Escandón

Fuente: "AERO SPY"

Propietario: William Alvarado.

Fuente: "RIINOLLANTA"

Propietario: Oswaldo Barros.

4.4.1.1 Proyección de Costos:

El crecimiento de AUTO STORE CIA Ltda. A lo largo de su vida útil estimada, es decir 10 años, se determino en un 10%, Para tener un soporte sobre el crecimiento de el parque automotor al cual estamos dirigidos y satisfacer las exigencias de los nuevos demandantes se deberá incurrir en nuevos egresos ya sea para la compra de los productos principales (Neumáticos y Aros) y los productos complementarios, el crecimiento anual será levemente menor pues mantendremos un costo fijo en los sueldos del personal.

4.4.2 Gastos

Los gastos implicaran un desembolso de una suma de dinero que puede ser en efectivo o bien, en los que debe incurrir el proyecto para apoyar el proceso de producción, sin que forme parte integrante del mismo. Tanto los costos como los gastos son considerados fungibles (que se consume con el uso), ya que han formado parte del proceso de producción, o han apoyado al mismo, y se encuentra reflejados en el flujo efectivo.

4.4.2.1 Gastos Operacionales:

Los gastos operacionales hacen referencia a los gastos administrativos y de ventas.

4.4.2.1.1 Gastos administrativos:

Comprende los gastos realizados por el ente en razón de sus actividades, pero que no son atribuibles a las funciones de compra, producción, comercialización y financiación de bienes o servicios que se encuentran detallados brevemente a continuación:

CUADRO #15

CUADRO DE GASTOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Descripción	**Unidad**	**Volumen mensual**	**Volumen Anual**	**Precio**	**Egreso Mensual**	**Egreso Anual**
Administradores	Mes	2	24	$1000	$2.000	$24.000
Encargado general	Mes	1	12	$480	$480	$5.760
Contador	Mes	1	12	$200	$200	$2.400
Jefe Administrativo	Mes	1	12	$380	$380	$4.560
Cajero	Mes	1	12	$240	$240	$2.880
Vendedor	Mes	1	12	$240	$240	$2.880
Guardia	Mes	1	12	$260	$260	$3.120
Bodeguero	Mes	1	12	$250	$250	$3.000
Materiales de of.	Mes	1	12	$50	$50	$600
					TOTAL	**$49.200**
SERVICIOS BASICOS						
Descripción	**Unidad**	**Volumen mensual**	**Volumen Anual**	**Precio**	**Egreso Mensual**	**Egreso Anual**
Internet	Mes	1	2	$25	$25	$300
Teléfono	Mes	1	12	$20	$20	$240
Energía eléctrica	Mes	1	12	$80	$80	$960
Agua potable	Mes	1	12	$20	$20	$240
					TOTAL	**$1.740**
GASTOS DE ALQUILER						
Descripción	**Unidad**	**Volumen mensual**	**Volumen Anual**	**Precio**	**Egreso Mensual**	**Egreso Anual**
Alquiler de Terreno	Mes	1	12	$800	$800	$9600
					TOTAL	**$9.600**
GASTOS DE MANTENIMIENTO						
Descripción	**Unidad**	**Volumen mensual**	**Volumen Anual**	**Precio**	**Egreso Mensual**	**Egreso Anual**
Terreno (GRAVA)	Trimestral		4	$65	$65	$260
					TOTAL	**$260**
GASTOS VARIOS						
Descripción	**Unidad**	**Volumen mensual**	**Volumen Anual**	**Precio**	**Egreso Mensual**	**Egreso Anual**
Imprevistos	Mes	1	1	$50	$50	$600
					TOTAL	**$600**
TOTAL DE GASTOS						**$61.400**

CUADRO 15 Cuadros de gastos

- **Pago del personal**

Los socios estarán encargados de la gestión y planificación de AUTO STORE CIA Ltda. Así como también en la toma de decisiones transcendentales para cumplir con los objetivos, por lo cual contaran con un sueldo fijo de $1,000 cada uno mensualmente. El encargado general de la empresa recibirá una mensualidad de $480, además de los beneficios sociales. El Contador de la empresa, por las horas de su actividad recibirá un sueldo fijo de $200, el Jefe administrativo tendrá un sueldo de $380 además de cubrir los sueldos de vendedor, cajero, guardia y bodeguero los que están especificados en el (Cuadro # 15 Pág. 87)

- **Gastos de mantenimiento**

Debido al uso continuo del parqueadero se efectuara cada trimestre un mantenimiento que consiste en colocar material de relleno (grava) sobre la superficie asignada para dicho fin con un monto de $65 cada vez ya que es el costo de una volqueada de este material.

- **Servicios Básicos**

Para el pago de teléfono se designaran $20 promedio mensuales, pago de energía eléctrica se estima un gasto promedio de $80 mensuales puesto que las luminarias del establecimiento pasaran prendidas todo el día de labores para proporcionar una adecuada iluminación y por el pago de Agua potable $20 dólares mensuales.

- **Por concepto de materiales de oficina se presupuesto $50 mensuales**
- **Alquiler de terreno**

Se cuenta con terreno propio, esto no quiere decir que el terreno como tal no tenga ningún valor, por lo tanto se asumirá un gasto mensual por concepto de pago de alquiler el cual será de $800.

- **Imprevistos**

Como imprevistos se hace referencia a todo aquello no programado que pueda afectar de una u otra manera provocando un gasto adicional, como por ejemplo,

daños en luminarias, candados, entre otros, estimando un gasto mensual no superior a $50.

4.4.2.1.2 Gastos de Ventas

Se refiere a todos los gastos que AUTO STORE CIA Ltda. Debe asumir, para de esta manera generar un valor agregado a la empresa, mediante la imagen, publicidad, un mejoramiento continuo y lograr de esta manera un posicionamiento en el mercado.

- **Publicidad**

La publicidad durante el primer año será agresiva, debido a que AUTO STORE CIA Ltda. Es nuevo en el mercado, y se necesitará de mucha propaganda para dar a conocer a la empresa y sus productos haciendo que el mercado tenga el convencimiento de la calidad de la misma., por lo cual se ha destinado para el primer año un desembolso $800.

CUADRO #16

PUBLICIDAD

GASTO DE VENTAS						
Descripción	**Unidad**	**Volumen mensual**	**Volumen Anual**	**Precio**	**Egreso Mensual**	**Egreso Anual**
Publicidad	1		1	$800	66.66	$800
					TOTAL	**$800**

CUADRO 16 Publicidad

4.4.2.2 Gastos no Operacionales (financieros)

- Pago de interés

De acuerdo con el monto de $15350, la tasa activa del 15% y el plazo a cinco años, resulta un pago de interés y capital.

CUADRO #17

TABLA DE AMORTIZACION

TABLA DE AMORTIZACION DEL FINANCIAMIENTO

Capital	**15350**	
Interés	**15%**	
Periodo	**5**	

N pago	Cantidad	Capital	Interés	Acumulado	Pendiente
1	365,2	173,3	191,9	173,3	15176,7
2	365,2	175,5	189,7	348,8	15001,2
3	365,2	177,7	187,5	526,4	14823,6
4	365,2	179,9	185,3	706,3	14643,7
5	365,2	182,1	183,0	888,4	14461,6
6	365,2	184,4	180,8	1072,8	14277,2
7	365,2	186,7	178,5	1259,6	14090,4
8	365,2	189,0	176,1	1448,6	13901,4
9	365,2	191,4	173,8	1640,0	13710,0
10	365,2	193,8	171,4	1833,8	13516,2
11	365,2	196,2	169,0	2030,0	13320,0
12	365,2	198,7	166,5	2228,7	13121,3
13	365,2	201,2	164,0	2429,9	12920,1
14	365,2	203,7	161,5	2633,5	12716,5
15	365,2	206,2	159,0	2839,8	12510,2
16	365,2	208,8	156,4	3048,6	12301,4
17	365,2	211,4	153,8	3260,0	12090,0
18	365,2	214,0	151,1	3474,0	11876,0
19	365,2	216,7	148,4	3690,7	11659,3
20	365,2	219,4	145,7	3910,2	11439,8
21	365,2	222,2	143,0	4132,4	11217,6
22	365,2	225,0	140,2	4357,3	10992,7
23	365,2	227,8	137,4	4585,1	10764,9
24	365,2	230,6	134,6	4815,7	10534,3
25	365,2	233,5	131,7	5049,2	10300,8
26	365,2	236,4	128,8	5285,6	10064,4
27	365,2	239,4	125,8	5525,0	9825,0
28	365,2	242,4	122,8	5767,3	9582,7
29	365,2	245,4	119,8	6012,7	9337,3
30	365,2	248,5	116,7	6261,2	9088,8
31	365,2	251,6	113,6	6512,7	8837,3

32	365,2	254,7	110,5	6767,5	8582,5
33	365,2	257,9	107,3	7025,4	8324,6
34	365,2	261,1	104,1	7286,5	8063,5
35	365,2	264,4	100,8	7550,9	7799,1
36	365,2	267,7	97,5	7818,5	7531,5
37	365,2	271,0	94,1	8089,6	7260,4
38	365,2	274,4	90,8	8364,0	6986,0
39	365,2	277,9	87,3	8641,8	6708,2
40	365,2	281,3	83,9	8923,2	6426,8
41	365,2	284,8	80,3	9208,0	6142,0
42	365,2	288,4	76,8	9496,4	5853,6
43	365,2	292,0	73,2	9788,4	5561,6
44	365,2	295,7	69,5	10084,1	5265,9
45	365,2	299,4	65,8	10383,4	4966,6
46	365,2	303,1	62,1	10686,5	4663,5
47	365,2	306,9	58,3	10993,4	4356,6
48	365,2	310,7	54,5	11304,1	4045,9
49	365,2	314,6	50,6	11618,7	3731,3
50	365,2	318,5	46,6	11937,2	3412,8
51	365,2	322,5	42,7	12259,8	3090,2
52	365,2	326,5	38,6	12586,3	2763,7
53	365,2	330,6	34,5	12916,9	2433,1
54	365,2	334,8	30,4	13251,7	2098,3
55	365,2	338,9	26,2	13590,6	1759,4
56	365,2	343,2	22,0	13933,8	1416,2
57	365,2	347,5	17,7	14281,3	1068,7
58	365,2	351,8	13,4	14633,1	716,9
59	365,2	356,2	9,0	14989,3	360,7
60	365,2	360,7	4,5	15350,0	0,0

CUADRO 17 Tabla de Amortización

4.4.3 Resumen de Costos y Gastos

CUADRO #18

COSTOS Y GASTOS

Costos	$ 156.240
Gastos administrativos	$ 61.400
Gastos de ventas	$800
Total egresos anuales	**$218.440**

CUADRO 18 Costos y Gastos

4.5 Análisis de rentabilidad

El análisis de la rentabilidad se la realizara mediante la realización de los flujos de efectivo los mismos que se los analizaran para determinar el VAN y el TIR.

Flujos de efectivo:

El flujo de efectivo es el estado de cuenta que refleja cuanto efectivo queda después de los gastos, los intereses y el pago al capital. El estado de flujo de efectivo por lo tanto, es un estado contable que presenta información sobre los movimientos de efectivo y sus equivalentes.

El flujo de efectivo permitirá realizar previsiones y ayuda a evitar soluciones de urgencia (como acudir a financistas para solicitar préstamos de corto plazo y elevado costo) .En el análisis de las inversiones, se tomara en cuenta el valor del dinero en el tiempo, valor actual neto (VAN), siendo la tasa de descuento el 25%, este porcentaje es el costo de oportunidad, que se hubiera generado en otro proyecto, como por ejemplo parqueadero de compra y venta de vehículos, arrendamiento del terreno, etc.

A continuación, en el flujo de efectivo base se detalla los ingresos, egresos y gastos en los cuales AUTO STORE CIA Ltda. incurrirá a lo largo de la vida útil del mismo.

Se observa claramente que en el primer año de funcionamiento la empresa todavía no cubre sus inversiones debido a que el monto es alto y que la empresa es nueva en el mercado y debe paulatinamente posicionarse en el mismo, para que de esta manera se pueda incrementar sus ingresos de la forma fijada en los objetivos de este proyecto.

4.5.1 Calculo del VAN Y LA TIR

Se a calculado el VAN y la TIR correspondiente para verificar si este proyecto resulta viable para su puesta en marcha basados en los valores obtenidos en el flujo de efectivo desarrollado, es por esta razón que se puede decir que es factible el proyecto ya que se cuenta con un VAN de 277.765.35 y una TIR de 64.53%.

4.5.2 Financiamiento del Proyecto con Deuda

Al recurrir a un préstamo bancario para financiar el proyecto, la empresa debe asumir el costo financiero que está asociado a todo proceso de otorgamiento de créditos, el cual, tiene un efecto negativo sobre las utilidades y, por lo tanto, positivo sobre el impuesto. Es decir, genera un ahorro tributario al reducir las utilidades contables sobre las cuales se calcula el impuesto. Por otra parte, incorporar el préstamo como un ingreso en el flujo de caja del inversionista en el momento cero, hace que la inversión se reduzca de manera tal, que el valor resultante corresponde al monto de la inversión que debe ser financiada con recursos propios.

La rentabilidad del inversionista se calculará comparando la inversión que deberá él financiar con el remanente del flujo de caja que queda después de servir el crédito, es decir, después de pagar los intereses y de amortizar. Posteriormente se realiza el cálculo del financiamiento que la empresa tendrá para su funcionamiento, se necesitara $15.350 de inversión a realizarse por medio de una entidad financiera este valor representa el 48.7% de la inversión total. Es así que también se a calculado el costo promedio ponderado de capital que está en relación con los recursos propios con los que cuenta la empresa y los préstamos a realizar.

CUADRO #19

FLUJO DE EFECTIVO MODERADO

AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos (Cuadro # 10)		193.680	226.656	265.325	310.681	363.892	426.331	499.614	585.643	686.653	805.276
Costos (Cuadro #11)		156.240	163.387	170.876	178.722	186.945	195.561	204.590	214.052	223.970	234.364
Gastos administración (Cuadro #12)		61.400	61.400	61.400	61.400	61.400	61.400	61.400	61.400	61.400	61.400
Gastos ventas (Cuadro #12)		800	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Gastos financieros		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Depreciación		292	292	292	39	39	39	39	39	39	39
UAI		-25.052	1.277	32.457	70.220	115.208	169.031	233.286	309.852	400.945	509.174
Impuestos 36.25%		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Neta		-25.052	1.277	32.457	70.220	115.208	169.031	233.286	309.852	400.945	509.174
V. Salvamento											587
Inv. F, D y otras	-31.839										
C.T	-9.750										
Recuperación C.T											9.750
Depreciaciones		292	292	292	39	39	39	39	39	39	39
Flujo Neto	**-41.589**	**-24.760**	**1.569**	**32.749**	**70.259**	**115.247**	**169.070**	**233.324**	**309.891**	**400.984**	**519.550**

Tasa de Descuento	**25%**	
VAN=	**277.765,35**	
TIR	**64,53%**	

CUADRO 19 Flujo de Efectivo Moderado

CALCULO DEL FINANCIAMIENTO											
Flujo Neto del Proyecto											
FINANCIAMIENTO:											
Años	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Préstamo	15.350,00										
Pago Principal		(2.228,71)	(2.586,98)	(3.002,85)	(3.485,57)	(4.045,89)					
Pago del Interés		(2.153,40)	(1.795,12)	(1.379,26)	(896,53)	(336,21)					
Escudo Fiscal		780,61	650,73	499,98	324,99	121,88					
FLUJO DEL INVERSIONISTA	(26.239,14)	(28.361,50)	(2.162,57)	28.867,28	66.201,46	110.986,72	169.069,99	233.324,32	309.890,53	400.983,74	519.549,97

CALCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL											
FINANCIAMIENTO	RECURSOS	PONDERAC	COSTOS	ESC FISCAL	COSTO REAL	CPPK					
RECURSOS PROPIOS	26.239,14	63,09%	25%		25%	15,77%					
PRÉSTAMOS	15.350,00	36,91%	15%	5%	10%	3,53%					
TOTAL:	41.589,14	100,00%				**19,30%**					

Tasa de Descuento	**19%**
VAN=	**413.243,65**
TIR	**70,14%**

4.5.3 Análisis de Escenarios

El análisis de escenarios es una forma de plantear el proyecto desde dos perspectivas diferentes como son Escenario Optimista y Escenario Pesimista, en donde cambian las variables con respecto a factores que influyen directamente en los resultados de la empresa (Política Económica, Proveedores, Gustos y Preferencias) que están basados en supuestos probables.

4.5.3.1 Escenario Optimista

Para este escenario se ha tomado como supuesto que los ingresos incrementaran en un 5% en su totalidad de sus precios divididos para este proyecto en 3% en los Neumáticos, 1% en Aros y otro 1% en accesorios, manteniendo los costos iniciales.

Luego del cálculo del flujo de efectivo para este escenario se observa que en el segundo año nos arroga un valor más alto que en el flujo base esto se debe al incremento de los ingresos manteniendo sus costos, por otro lado el cálculo del VAN y la TIR varían para bien de la empresa como se puede ver en $308.986,14 y 70,04% respectivamente que ayudar a verificar la factibilidad del proyecto en este escenario.

CUADRO #20

INGRESOS ESCENARIO OPTIMISTA

				AÑOS										
	CANTIDAD	**PVP**	**Valor Mensual**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**TOTAL**
NEUMATICOS	**72**	185,4	13.349	160.186	189.019	223.042	263.190	310.564	366.466	432.430	510.267	602.115	710.496	3.767.775
AROS	**16**	106,05	1.697	20.362	23.212	26.462	30.167	34.390	39.205	44.693	50.950	58.083	66.215	393.738
ACCESORIOS	**GENERAL**		1.515	18.180	20.362	22.805	25.542	28.607	32.039	35.884	40.190	45.013	50.415	319.036
				198.727	232.593	272.309	318.898	373.561	437.710	513.007	601.407	705.211	827.125	4.480.549
INCREMENTO PORCENTUAL														
TASA CREC VTA NEUMATICOS			18%											
TASA CREC VTA AROS			14%											
TASA CREC VTA ACCS			12%											

CUADRO 20 Ingresos Escenario Optimista

CUADRO #21

FLUJO DE EFECTIVO
ESCENARIO OPTIMISTA

AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos		198.727	232.593	272.309	318.898	373.561	437.710	513.007	601.407	705.211	827.125
Costos		156.240	163.387	170.876	178.722	186.945	195.561	204.590	214.052	223.970	234.364
Gastos administración		61.400	61.400	61.400	61.400	61.400	61.400	61.400	61.400	61.400	61.400
Gastos ventas		800	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Gastos financieros		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Depreciación		292	292	292	39	39	39	39	39	39	39
UAI		-20.005	7.214	39.442	78.437	124.878	180.410	246.678	325.616	419.503	531.023
Impuestos 36.25%		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Neta		-20.005	7.214	39.442	78.437	124.878	180.410	246.678	325.616	419.503	531.023
V. Salvamento											587
Inv. F, D y otras	-31.839										
C.T	-9.750										
Recuperación C.T											9.750
Depreciaciones		292	292	292	39	39	39	39	39	39	39
Flujo Neto	**-41.589**	**-19.713**	**7.506**	**39.734**	**78.476**	**124.916**	**180.449**	**246.717**	**325.655**	**419.542**	**541.399**

Tasa de Descuento	25%										
VAN=	**308.986,14**										
TIR	**70,04%**										

CUADRO 21 Flujo de Efectivo Escenario Optimista

CALCULO DEL FINANCIAMIENTO											
Flujo Neto del Proyecto											
FINANCIAMIENTO:											
Años	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Préstamo	15.350,00										
Pago Principal		(2.228,71)	(2.586,98)	(3.002,85)	(3.485,57)	(4.045,89)					
Pago del Interés		(2.153,40)	(1.795,12)	(1.379,26)	(896,53)	(336,21)					
Escudo Fiscal		780,61	650,73	499,98	324,99	121,88					
FLUJO DEL INVERSIONISTA	(26.239,14)	(23.314,30)	3.774,26	35.851,46	74.418,76	120.656,01	180.449,14	246.717,15	325.655,06	419.541,83	541.398,77
CALCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL											
FINANCIAMIENTO	**RECURSOS**	**PONDERAC**	**COSTOS**	**ESC FISCAL**	**COSTO REAL**	**CPPK**					
RECURSOS PROPIOS	26.239,14	63,09%	25%		25%	15,77%					
PRÉSTAMOS	15.350,00	36,91%	15%	5%	10%	3,53%					
TOTAL:	41.589,14	100,00%				**19,30%**					

Tasa de Descuento	19%
VAN=	**453.028,23**
TIR	77,71%

4.5.3.2 Escenario Pesimista

Para este escenario se ha tomado como supuesto que la economía entra en recesión , los ingresos caen en un 4% y los costos se incrementan en un 5% debido al alto poder de negociación de los importadores – proveedores ya que estos al ver las falencias de la economía que les genera una situación favorable para ellos optarían por el incremento de sus presión sin importar las consecuencias que estos cambios tendrán en las pequeñas empresas.

El cálculo del VAN y la TIR a pesar de que los valores disminuyen se encuentra la viabilidad del proyecto ya que se obtienen datos positivos para el bien de la empresa como se observa en $239.214,66 y 57,59% respectivamente.

CUADRO #22

INGRESOS ESCENARIO PESIMISTA

				AÑOS										
	CANTIDAD	**PVP**	**Valor Mensual**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**TOTAL**
NEUMATICOS	72	176,4	12.701	152.410	179.843	212.215	250.414	295.488	348.676	411.438	485.497	572.886	676.006	3.584.873
AROS	16	104	1.663	19.958	22.753	25.938	29.569	33.709	38.428	43.808	49.941	56.933	64.904	385.941
ACCESORIOS	**GENERAL**		1.485	17.820	19.958	22.353	25.036	28.040	31.405	35.174	39.394	44.122	49.416	312.718
				190.188	222.554	260.506	305.019	357.237	418.509	490.420	574.832	673.941	790.326	4.283.533
INCREMENTO PORCENTUAL														
TASA CREC VTA NEUMATICOS			18%											
TASA CREC VTA AROS			14%											
TASA CREC VTA ACCS			12%											

CUADRO 22 Ingresos Escenario Pesimista

CUADRO #23

EGRESOS ESCENARIO PESIMISTA

				AÑOS										
	CANTIDAD	**Costo**	**Mensual**	**Año 1**	**Año2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	**Año 6**	**Año 7**	**Año 8**	**Año 9**	**Año 10**	**Totales**
Neumáticos	72	154,5	11.124	133.488	140.162	147.171	154.529	162.255	170.368	178.887	187.831	197.223	207.084	1.678.998
Aros	16	70,7	1.131	13.574	13.982	14.401	14.833	15.278	15.736	16.209	16.695	17.196	17.712	155.615
Accesorios		1111	1.111	13.332	13.599	13.871	14.148	14.431	14.720	15.014	15.314	15.621	15.933	145.982
				160.394	167.743	175.442	183.510	191.965	200.824	210.109	219.840	230.039	240.728	1.980.595
														1.980.595
INCREMENTO PORCENTUAL														
TASA CREC COSTO NEUMATICOS			5%											
TASA CREC COSTO AROS			3%											
TASA CREC COSTO ACCS			2%											

CUADRO 23 Egresos Escenario Pesimista

CUADRO #24

FLUJO DE EFECTIVO ESCENARIO PESIMISTA

AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos		190.188	222.554	260.506	305.019	357.237	418.509	490.420	574.832	673.941	790.326
Costos		160.394	167.743	175.442	183.510	191.965	200.824	210.109	219.840	230.039	240.728
Gastos administración		61.400	61.400	61.400	61.400	61.400	61.400	61.400	61.400	61.400	61.400
Gastos ventas		800	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Gastos financieros		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Depreciación		292	292	292	39	39	39	39	39	39	39
UAI		-32.698	-7.180	23.072	59.770	103.534	155.946	218.572	293.254	382.163	487.859
Impuestos 36.25%		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Neta		-32.698	-7.180	23.072	59.770	103.534	155.946	218.572	293.254	382.163	487.859
V. Salvamento											587
Inv. F, D y otras	-31.839										
C.T	-9.750										
Recuperación C.T											9.750
Depreciaciones		292	292	292	39	39	39	39	39	39	39
Flujo Neto	**-41.589**	**-32.406**	**-6.888**	**23.364**	**59.809**	**103.573**	**155.985**	**218.610**	**293.292**	**382.202**	**498.235**

Tasa de Descuento	**25%**
VAN=	**239.214,66**
TIR	**57,59%**

CUADRO 24 Flujo Efectivo Escenario Pesimista

CALCULO DEL FINANCIAMIENTO											
Flujo Neto del Proyecto											
FINANCIAMIENTO:											
Años	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Préstamo	15.350,00										
Pago Principal		(2.228,71)	(2.586,98)	(3.002,85)	(3.485,57)	(4.045,89)					
Pago del Interés		(2.153,40)	(1.795,12)	(1.379,26)	(896,53)	(336,21)					
Escudo Fiscal		780,61	650,73	499,98	324,99	121,88					
FLUJO DEL INVERSIONISTA	(26.239,14)	(36.007,90)	(10.619,74)	19.482,13	55.751,62	99.312,58	155.985,04	218.610,40	293.292,33	382.202,17	498.234,51

CALCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL											
FINANCIAMIENTO	**RECURSOS**	**PONDERAC**	**COSTOS**	**ESC FISCAL**	**COSTO REAL**	**CPPK**					
RECURSOS PROPIOS	26.239,14	63,09%	25%		25%	15,77%					
PRÉSTAMOS	15.350,00	36,91%	15%	5%	10%	3,53%					
TOTAL:	41.589,14	100,00%				**19,30%**					
Tasa de Descuento	19%										
VAN=	**365.030,89**										
TIR	**62,17%**										

CUADRO #25

ANALISIS DE ESCENARIOS

RESULTADOS DEL ANALISIS DE ESCENARIOS			
	ESCENARIO MODERADO	ESCENARIO OPTIMISTA	ESCENARIO PESIMISTA
PROYECTO			
VAN	277.765,35	308.986,14	239.214,66
TIR	64,53%	70,04%	57,59%
INVERSIONISTA			
VAN	413.243,65	453.028,23	365.030,89
TIR	70,74%	77,71%	62,17%

CUADRO 25 Análisis de Escenarios

Se puede observar en el (Cuadro #25 pag.105) los resultados del análisis de escenarios y se notamos que en los tres escenarios el van y la TIR nos dan valores favorables para el emprendimiento de la empresa, tanto así que en el escenario pesimista por más que bajen los ingresos debido al precio y aumenten sus costos el negocio va a ser viable de una manera generosa para los accionistas brindándoles una buena rentabilidad.

5 CONCLUCIONES

Se ha determinado como conclusión principal que este proyecto es viable para su emprendimiento en base a los datos obtenidos y los estudios realizados de una manera minuciosa con fuentes de información confiables que aportaron en su desarrollo; como se observa en el estudio financiero, el escenario moderado el VAN del Proyecto es $ **277.765,35** con una TIR de 64,53%; y los resultados en el caso del análisis de inversionista son $413.243,65 y 70,74% respectivamente.

De acuerdo al análisis de escenarios este proyecto es viable hasta en el escenario pesimista en donde se plantearon condiciones del negocio adversas; y, a pesar de ellas se tiene un VAN del Proyecto de **239.214,66** y una TIR de **57,59%** y los resultados del inversionista son de $365030,89 y 62,17% respectivamente indicando la viabilidad del mismo.

Se concluye que para generar una mayor volumen de ventas AUTO STORE CIA Ltda.se concentrara en los clientes potenciales que buscan un servicio capacitado, como se ha demostrado en la encuesta realizada y determinada por la pregunta #8 pag.55 en donde el 70% de los encuestados no están satisfechos con los servicios prestados por empresas similares y es por esta razón que se brindara un servicio de calidad para cumplir con las expectativas de los clientes.

El negocio de venta de Neumáticos, Aros y Accesorios es viable debido principalmente a que su mercado crece constantemente a razón del 23% anual generando mayores oportunidades de ventas.

Existe un problema a nivel de proveedores por el alto poder de negociación que tienen los importadores grandes debido a que ellos son los que fijan las reglas de esta industria, a mas de contar con un alto poder de negociación con los proveedores e importadores de estos productos.

6 RECOMENDACIONES

En base a los resultados obtenidos se recomienda la ejecución de este proyecto con una alta probabilidad de que se logre con el cumplimiento de sus objetivos.

Se recomienda consideran un mayor financiamiento para que los ingreso obtenidos generen un mayor beneficio para los accionistas de esta empresa.

Es recomendar la constante capacitación del personal de ventas en todas las áreas y principalmente en la atención al cliente para brindar un servicio satisfactorio debido a que este personal es la imagen de la empresa y de su labor depende el éxito y consecución de los objetivos.

También se recomienda a futuro trabajar en la compra directa de los productos para la comercialización, de tal manera que se llegue a eliminar los intermediarios y generar mayores beneficios en la empresa eliminando costos adicionales que se generan al comprar a los intermediarios.

7 BIBLIOGRAFIA

LIBROS

NASSIR SAPAG, Chain. Preparación y Evaluación de Proyectos, 3 Edición [s.a]

MIRANDA, Juan José, Gestión de Proyectos, Bogotá 2002, Editora Guadalupe.

KOTLER, Philip y GAR Armstrong, Fundamentos de Mercado, Teoría 6ta Edición. [s.a.]

VANEGAS, Paul, Formulación de Pequeños Proyectos Rurales, Primera Edición.

KETELHOHN, Werner, Inversiones Estratégicas, Marín Nicolás;4° edición, editorial Alajuela, Costa Rica 1999.

INTERNET

http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercado-23.htm (10 de febrero 2010)

http://www.zonaeconomica.com/inversion/metodos (25 de Febrero 2010)

http://www.definicionabc.com (3 de Marzo 2010)

OTROS

Información proporcionada por la Comisión de Transito del Azuay.
Información proporcionada por la Importadora Comercial Lartizco.
E.R.C.O Compañía Ecuatoriana del Caucho
Rinollanta S.A.
Aero Spy

8 ANEXOS

ANEXO 1

CUADRO DE PRECIOS DE AROS

CUADRO DE PRECIOS DE AROS						
TIPO				TIPO		
VEHICULOS CERRADOS				CAMIONETA		
RIN	AROS	PRECIO		RIN	AROS	PRECIO
13"	Silver	$ 64,56		13"	Silver	-
13"	Negro	$ 76,57		13"	Negro	-
14"	Silver	$ 65,77		14"	Silver	$ 64,11
14"	Negro	$ 67,95		14"	Negro	$ 66,88
15"	Silver	$ 77,80		15"	Silver	$ 79,73
15"	Negro	$ 78,81		15"	Negro	$ 82,56
16"	Silver	$ 82,75		16"	Silver	$ 89,11
16"	Negro	$ 89,11		16"	Negro	$ 97,60
17"	Silver	$ 84,55		17"	Silver	$ 108,92
17"	Negro	$ 111,75		17"	Negro	$111.75
20"	Silver	$ 200		20"	Silver	$ 225,75
20"	Negro	$ 279		20"	Negro	$ 300

ANEXO 1 Cuadro de Precios de Aros

ANEXO 2

CUADRO DE PRECIOS DE NEUMATICOS

DETALLE	LABRADO	PCR		USO	ORIGEN	PRECIO DIST.	PVP
145/80R10	758	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	50	59
155R12	857	8L	SOLA	MIXTA	KOREA	78	92
500X12	306A	8L	CON TUBO	MIXTA	KOREA	76	89
500R12	874	8L	SOLA	DELANTERA	KOREA	80	94
500R12	884	8L	SOLA	POSTERIOR	KOREA	80	94
175/65R12	727	4L	S.L.B.	MIXTA	KOREA	69	81
155/70R12	758	4L	S.L.N.	MIXTA	CHINA	52	61
155/70R12	777A	4L	SLB	MIXTA	KOREA	61	72
155/70R12	790	4L	SBB	MIXTA	CHINA	59	70
165/70R12	777A	4L	SLB	MIXTA	KOREA	62	73
165/70R12	758	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	55	65
500X13	301	8L	SOLA	DELANTERA	KOREA	82	96
550X13	326	8L	CON TUBO	POSTERIOR	KOREA	97	114
550R13	874	8L	SOLA	MIXTA	KOREA	100	117
215/50R13	712	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	104	122
175/60R13	V70A	4L	SOLA	PISTA	KOREA	177	208
175/60R13	769	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	59	70
185/60R13	KH15	4L	SOLA	MIXTA	COREA	76	89
205/60R13	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	76	89
155/65R13	KH15	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	54	64
155/65R13	756	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	62	73
165/65R13	727-KH15	4L	S.L.B.	MIXTA	KOREA	72	85
175/65R13	727	4L	S.L.B.	MIXTA	KOREA	71	84
175/65R13	758	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	74	87
175/65R13	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	77	91
185/65R13	769	4L	S.L.B.	MIXTA	KOREA	76	89
185/65R13	727	4L	S.L.B.	MIXTA	KOREA	76	89
185/65R13	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	69	81
155/70R13	758-KH17	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	54	64
165/70R13	777A	4L	SLB	MIXTA	KOREA	70	82
165/70R13	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	56	66
165/70R13	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	70	82
175/70R13	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	78	92
175/70R13	KH17	4L	SOLA	MIXTA	VIETNAN	59	70
175/70R13	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	59	70
175/70R13	771	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	59	70
175/70R13	777A	4L	S.L.B.	MIXTA	KOREA	78	92
185/70R13	795	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	74	87
185/70R13	777A	4L	S.L.B.	MIXTA	KOREA	76	89
185/70R13	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	66	78

155/80R13	722	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	72	85
155/80R13	758	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	72	85
185/80R13	795	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	72	85
650X14	301	8L	CON TUBO	DELANTERA	KOREA	108	127
650X14	326	8L	CON TUBO	POSTERIOR	KOREA	128	150
650X14	326	10L	CON TUBO	POSTERIOR	KOREA	132	155
650X14	703	8L	CON TUBO	POSTERIOR	KOREA	138	162
670R14	857	10L	SOLA	MIXTA	KOREA	143	168
185R14	857	8L	SOLA	MIXTA	VIETNAN	122	143
195R14	852	8L	SOLA	MIXTA	CHINA	123	144
195R14	857	8L	SOLA	MIXTA	KOREA	123	144
185/55R14	KU31	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	96	113
185/55R14	KU37	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	80	94
165/60R14	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	76	89
165/60R14	KH17	4L	SOLA	MIXTA	VIETNAN	64	75
185/60R14	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	89	105
185/60R14	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	67	79
195/60R14	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	104	122
195/60R14	KH17	4L	SOLA	MIXTA	VIETNAN	75	88
195/60R14	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	75	88
205/60R14	KU33	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	99	116
215/60R14	KR21-769	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	94	110
235/60R14	KL11	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	126	148
245/60R14	KL11	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	132	155
175/65R14	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	86	101
175/65R14	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	67	79
185/65R14	716P	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	90	106
185/65R14	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	97	114
185/65R14	KH17	4L	SOLA	MIXTA	VIETNAN	79	93
185/65R14	KH18	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	76	89
105/70D14	121	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	62	73
175/70R14	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	81	95
175/70R14	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	68	80
185/70R14	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	89	105
185/70R14	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	72	85
195/70R14	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	100	117
195/70R14	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	80	94
205/70R14	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	84	99
215/70R14	7900	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	102	120
195/75R14E	795	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	88	103
195/75R14	857	8L	SOLA	MIXTA	KOREA	146	171
215/75R14	852	8L	SOLA	MIXTA	CHINA	143	168
215/75R14	KL78	6L	S.L.B.	MIXTA	KOREA	138	162
27X850R14	KL71	6L	S.L.N.	PANTANERA	KOREA	157	184
27X850R14	834	6L	S.L.B.	PANTANERA	KOREA	157	184
650X15	301	6L	COMPL	DELANTERA	KOREA	153	180
700X15	301	10L	COMPL	DELANTERA	KOREA	180	211

750X15	301	12L	COMPL	DELANTERA	KOREA	229	268
750X15	302C	12L	COMPL	DELANTERA	KOREA	229	268
750R15	853	16L	COMPLETA	MIXTA	KOREA	303	355
195R15	857	8L	SOLA	MIXTA	KOREA	131	154
195/50R15	KH11	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	100	117
195/50R15	KU31	82V	SOLA	MIXTA	KOREA	96	113
195/50ZR15	712-KU25	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	81	95
205/50R15	KU25	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	93	109
205/50ZR15	KU31	36V	SOLA	MIXTA	KOREA	107	126
295/50R15	KL11	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	176	206
295/50R15	KL12	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	198	232
195/55ZR15	KU31	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	102	120
195/55R15	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	114	134
195/55R15	716P	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	90	106
195/55R15	KH18	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	87	102
205/55R15	KU31	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	119	140
195/60R15	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	112	132
195/60R15	KH18	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	88	103
195/60R15	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	88	103
205/60R15	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	131	154
205/60R15	KH18	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	97	114
205/60R15	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	90	106
225/60R15	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	152	178
235/60R15	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	107	126
245/60R15	KL11	4L	S.L.B.	MIXTA	KOREA	149	175
255/60R15	KL11	4L	S.L.B.	MIXTA	KOREA	152	178
255/60R15	KL11	4L	S.L.B.	MIXTA	KOREA	156	183
275/60R15	KL12	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	187	219
275/60R15	KL11	4L	S.L.B.	MIXTA	KOREA	177	208
185/65R15	KL12	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	204	239
185/65R15	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	110	129
195/65R15	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	81	95
195/65R15	R700	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	299	350
195/65R15	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	117	137
195/65R15	KH18	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	92	108
195/65R15	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	88	103
215/65R15	716	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	123	144
215/65R15	769	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	146	171
215/65R15	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	142	167
195/70R15	857	8L	SOLA	MIXTA	KOREA	133	156
205/70R15	857	8L	SOLA	MIXTA	KOREA	138	162
215/70R15	798	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	130	153
225/70R15	852	8L	SOLA	MIXTA	CHINA	149	175
225/70R15	857	8L	SOLA	MIXTA	KOREA	184	192
255/70R15	KL51	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	182	213
265/70R15	KL51	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	193	226
265/70R15	7900	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	193	226

205/75R15	798	6L	SOLA	MIXTA	KOREA	120	141
205/75R15	KL78	6L	SOLA	MIXTA	KOREA	139	163
215/75R15	KL71	6L	SOLA	PANTANERA	KOREA	186	218
215/75R15	KL78	6L	SOLA	MIXTA	CHINA	155	182
235/75R15	KL78	6L	S.L.B.	MIXTA	KOREA	171	201
235/75R15	834	6L	S.L.B.	PANTANERA	KOREA	174	204
235/75R15	KL71	6L	SOLA	PANTANERA	KOREA	218	256
165/80R15	758	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	78	92
30X9.5R15	KL78	6L	S.L.B.	MIXTA	KOREA	186	218
30X9.5R15	834	6L	S.L.B.	PANTANERA	KOREA	182	213
30X9.5R15	KL71	6L	SOLA	PANTANERA	KOREA	199	233
31X10.5R15	KL71	6L	SLN	PANTANERA	KOREA	235	275
31X10.5R15	KL78	6L	S.L.B.	MIXTA	CHINA	212	249
31X10.5R15	834	6L	S.L.B.	PANTANERA	KOREA	212	249
31X11.5R15	825	6L	S.L.B.	MIXTA	KOREA	236	277
31X11.5R15	834	6L	S.L.B.	PANTANERA	KOREA	219	257
32X11.50R15	825	6L	SLB	MIXTA	KOREA	234	274
33X12.50R15	825	6L	S.L.B.	MIXTA	KOREA	272	319
33X12.50R15	834	6L	S.L.B.	PANTANERA	KOREA	275	322
33X12.50R15	KL71	6L	SOLA	PANTANERA	KOREA	298	349
35X12.50R15	834	6L	S.L.B.	POSTERIOR	KOREA	295	346
650R16	975	10L	COMPLETA	MIXTA	KOREA	154	181
650R16	RS02	10L	COMPLETA	DELANTERA	KOREA	209	245
700X16	301	12L	COMPL	DELANTERA	KOREA	197	231
700X16	302C	12L	COMPL	POSTERIOR	KOREA	172	202
700R16	RS02	12L	COMPLETA	DELANTERA	KOREA	244	286
750X16	301	12L	COMPL	DELANTERA	KOREA	243	285
750X16	301	16L	COMPL	DELANTERA	KOREA	259	304
750X16	302C	12L	COMPL	POSTERIOR	KOREA	220	258
750X16	302C	16L	COMPLETA	POSTERIOR	KOREA	229	268
750R16	RS02	12L	COMPLETA	DELANTERA	KOREA	262	307
750R16	954	14L	COMPLETA	DELANTERA	KOREA	307	359
750R16	972	16L	COMPLETA	MIXTA	KOREA	342	400
825X16	313	18L	COMPLETA	DELANTERA	KOREA	329	385
825X16	389	18L	COMPLETA	POSTERIOR	KOREA	308	360
825R16	RA01	16L	COMPLETA	MIXTA	KOREA	426	498
825R16	RA01	18L	COMPLETA	MIXTA	KOREA	433	507
825R16	937	18L	COMPLETA	POSTERIOR	KOREA	441	516
205/40R16	KU25	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	106	124
205/40R16	KU31	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	132	154
215/40ZR16	712	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	128	150
215/40R16	KU31	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	138	161
205/45R16	KU25	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	115	135
205/45R16	KU37	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	98	115
205/40ZR16	KU31	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	133	156
205/40ZR16	712	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	115	135
195/50R16	712-KU25	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	113	132

2O5/50R16	KU25	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	117	137
205/50ZR16	KU31	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	137	160
205/50ZR16	712	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	117	137
205/50R16	KU37	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	103	121
225/50ZR16	712	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	133	156
255/50ZR16	712	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	267	312
205/55ZR16	712	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	131	153
205/55R16	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	134	157
205/55R16	KU25	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	131	153
215/55R16	KU31	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	147	172
215/55ZR16	712	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	146	171
215/55ZR16	KU31	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	170	199
215/55R16	KU37	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	125	146
255/55R16	KU31	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	182	213
255/55R16	KL12	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	201	235
205/60R16	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	131	153
215/60R16	KH14	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	123	144
215/60R16	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	141	165
215/60R16	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	110	129
225/60R16	KH11	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	179	209
225/60R16	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	152	178
225/60R16	KH22	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	156	183
225/60R16	716P	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	154	180
225/60R16	792	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	154	180
235/60R16	KH11	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	194	227
235/60R16	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	156	183
235/60R16	716	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	156	183
235/60R16	KH18	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	123	144
235/60R16	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	128	150
215/65R16	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	148	173
215/65R16	KH18	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	117	137
215/65R16	KR21	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	117	137
225/65R16	857	8L	SOLA	MIXTA	KOREA	157	184
225/65R16	KH14	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	126	147
255/65R16	KL11	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	177	207
255/65R16	KL12	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	213	249
215/70R16	825	4L	SLB	MIXTA	KOREA	149	174
225/70R16	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	158	185
225/70R16	798	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	141	165
235/70R16	KL12	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	194	227
235/70R16	825	4L	SLB	MIXTA	KOREA	163	191
235/70R16	KL78	4L	SOLA	MIXTA	VIETNAM	151	177
245/70R16	798	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	164	192
245/70R16	KL78	6L	SLB	MIXTA	VIETNAM	159	186
245/70R16	825	4L	SLB	MIXTA	KOREA	180	211
255/70R16	KL16	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	173	202
255/70R16	KL78	6L	SLB	MIXTA	CHINA	168	197

255/70R16	825	4L	SLB	MIXTA	KOREA	190	222
265/70R16	825	4L	SLB	MIXTA	KOREA	198	232
265/70R16	KL78	6L	SLB	MIXTA	VIETNAM	183	214
275/70R16	KL12	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	254	297
185/75R16	856	8L	SOLA	MIXTA	KOREA	142	166
225/75R16	834	8L	SLB	PANTANERA	KOREA	185	216
225/75R16	KL71	8L	SOLA	PANTANERA	KOREA	236	276
225/75R16	KL78	8L	SLB	MIXTA	CHINA	185	216
225/75R16	KL78	10L	SLB	MIXTA	CHINA	189	221
225/75R16	821	8L	SOLA	MIXTA	CHINA	164	192
225/75R16	KL16	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	152	178
235/75R16	KL16	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	162	190
245/75R17	KL71	10L	SOLA	PANTANERA	KOREA	266	311
245/75R17	KL78	8L	SLB	MIXTA	CHINA	201	235
245/75R17	KL78	10L	SLB	MIXTA	CHINA	214	250
245/75R17	834	10L	SLB	PANTANERA	KOREA	219	256
265/75R16	KL78	10L	SLB	MIXTA	CHINA	240	281
125/80D16	121	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	58	68
205/80R16	834	6L	SLB	PANTANERA	KOREA	154	180
215/85R16	KL78	8L	SOLA	MIXTA	KOREA	185	216
235/85R16	KL78	10L	SOLA	MIXTA	KOREA	213	249
235/85R16	834	10L	SLB	PANTANERA	KOREA	225	263
155/90R16	121	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	88	103
205/40ZR17	712	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	121	142
205/40R17	KU25	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	121	142
205/40R17	KU31	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	144	168
215/40ZR17	712KU25	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	128	150
215/40ZR17	KU31	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	143	167
235/40ZR17	712	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	184	215
255/40ZR17	712	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	210	246
275/40R17	KU21	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	225	263
285/40R17	KU21	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	236	276
205/40ZR17	712	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	131	153
205/45R17	KU25	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	131	153
205/45R17	KU31	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	157	184
215/45R17	KU25	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	138	161
215/45R17	KU31	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	162	190
215/45ZR17	712	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	138	161
225/45ZR17	712	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	149	174
225/45R17	KU15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	202	236
235/45R17	KU37	4L	SOLA	MIXTA	CHINA	164	192
235/45ZR17	712	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	138	161
235/45R17	KU25	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	138	161
245/45ZR17	712	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	155	181
245/45R17	KU15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	229	268
245/45R17	KU25	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	155	181
205/50R17	KU21	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	173	202

255/50R17	KU21	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	229	268
235/55R17	KH15	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	155	181
235/60R17	798	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	175	205
255/60R17	KL12	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	228	267
235/65R17	798	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	166	194
235/65R17	KL78	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	186	218
245/65R17	KL78	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	202	236
165/90R17	121	4L	SOLA	MIXTA	KOREA	107	125
8.5R17.5	RD02	12L	SOLA	POSTERIOR	KOREA	325	380
8.5R17.5	RS03	12L	SOLA	DELANTERA	KOREA	311	364
9.5R17.5	RD02	16L	SOLA	POSTERIOR	KOREA	435	509

ANEXO 2 Cuadro de Precios de Neumáticos