



Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de empresas

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA DISTRIBUCIÓN AL POR MAYOR DEL ALMACÉN DE REPUESTOS COREANOS “EURO COREA REPUESTOS” EN LA CIUDAD DE CUENCA

Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
Licenciado en Administración de Empresas

Autores:

**Diego Sebastián Clavijo Flores
Xavier Alejandro Ordoñez Cordero**

Director:

Jaime Marcelo Calle Calle, Ph.D.

**Cuenca – Ecuador
2022**

DEDICATORIA

Dedicamos esta tesis con todo el amor a nuestros padres quienes nos han apoyado y acompañado en el transcurso de nuestra vida, quienes nos han visto crecer y nos han guiado para convertirnos en las personas que somos hoy, dotados de valores y principios.

Xavier y Diego

AGRADECIMIENTOS

Xavier

Agradezco primero a Dios por darme salud, fortaleza y guiar mis pasos en el transcurso de la elaboración de tesis. Agradezco a nuestro tutor, PHD Marcelo Calle por su valioso tiempo y aporte con los mejores conocimientos y herramientas para poder realizar esta investigación. Gracias a mi compañero de tesis y amigo Diego, empezamos y terminamos este ciclo de vida juntos. A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, brindándome todo su esfuerzo y apoyo en todo momento de mi vida para alcanzar mis objetivos y metas.

Diego

Agradezco a Dios ante todo, por siempre iluminar mi camino y ser bondadoso. A mis padres, por todo el apoyo absoluto y esfuerzos brindados para que yo pueda cumplir con mis objetivos y metas. A Mónica, que con todo su cariño me ha apoyado incondicionalmente en la toma de mis decisiones, además de ser inspiración para superarme y ser una mejor persona todos los días. A toda mi familia, que la tengo desde Guayaquil hasta Cuenca, gracias por todo el amor y aliento otorgado. Gracias a mi compañero y amigo Xavi, con él comenzamos y cerramos esta etapa de la vida juntos. Gracias a todos mis amigos, que están incondicionalmente en cualquier circunstancia junto a mi. A nuestro director de tesis Marcelito Calle, en el desarrollo de esta, gracias a todo su conocimiento y dedicación que fueron esenciales para el desarrollo de este trabajo.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS	III
ÍNDICE	IV
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE ANEXOS	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT	IX
CAPÍTULO 1	1
ANÁLISIS DEL MERCADO	1
1.1. Descripción de la empresa	1
1.2. Misión.....	1
1.3. Visión.....	2
1.4. FODA	2
1.5. Breve descripción de la situación financiera de la empresa	3
1.6. Análisis PEST	13
1.6.1. Entorno Político	13
1.6.2. Entorno Económico	14
1.6.3. Entorno Social	14
1.6.4. Entorno Tecnológico	15
1.7. Sector Automotriz.....	16
1.7.1. Sector automotriz en el Ecuador	16
1.7.2. Vehículos livianos en el Ecuador	17
1.8. Breve historia de Hyundai y Kia, líderes coreanas.....	22
1.9. Repuestos automotrices	23
1.9.1. Comercialización de repuestos automotrices en el país	23
1.9.2. Modelo actual de comercialización de repuestos automotrices.....	24
CAPITULO 2	26
ESTUDIO DE MERCADO	26
2.1. Desarrollo de la encuesta	26
2.1.1. Resultados de la encuesta	26
2.2. Análisis de la competencia	35
2.2.1. Identificación de la competencia	35
2.2.2. Análisis de los competidores	36
2.2.3. Características de la competencia.....	37
2.3. Tamaño de mercado.....	38
CAPÍTULO 3	40
ESTUDIO FINANCIERO	40
3.1. Análisis de inversiones	40
3.1.1. Inversiones fijas	40
3.1.2. Inversión de capital de trabajo inicial.....	41
3.1.3. Depreciaciones y amortizaciones	43
3.2. Análisis de ingresos y egresos	45

3.2.1. Ingresos.....	45
3.2.2. Proyección de ingresos	45
3.2.3. Egresos.....	46
3.2.4. Egresos en costos para la comercialización.....	46
3.3. Evaluación financiera	49
3.3.1. Flujo de caja.....	50
3.3.2. Periodo de retorno de la inversión (<i>Pay Back</i>)	52
3.3.3. Coste promedio ponderado del capital (CPPC o WACC).....	52
3.3.4. Valor actual neto (VAN)	53
3.3.5. Tasa de interna de retorno (TIR)	54
3.4. Análisis de financiamiento de costes y capital	54
3.4.1. Financiamiento	55
3.5. Análisis de sensibilidad	55
3.5.1. Escenario Optimista.....	56
3.5.2. Escenario Pesimista	59
CONCLUSIONES	61
RECOMENDACIONES	63
REFERENCIAS.....	64
ANEXOS.....	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	2
Análisis FODA de la Empresa de la Empresa EURO COREA	2
Tabla 2.	4
Análisis de Liquidez	4
Tabla 3.	5
Análisis de endeudamiento	5
Tabla 4.	6
Análisis de Rentabilidad	6
Tabla 5.	7
Análisis de Actividad o Eficiencia	7
Tabla 6.	8
Análisis vertical del Estado de Resultados de la empresa Euro Corea.....	8
Tabla 7.	9
Análisis horizontal del Estado de Resultados de la empresa Euro Corea	9
Tabla 8.	10
Análisis Vertical del Balance General de la empresa Euro Corea	10
Tabla 9.	11
Análisis Horizontal del Balance General de la empresa Euro Corea	11
Tabla 10.	17
Vehículos matriculados por provincia	17
Tabla 11.	17
Vehículos matriculados por marca	17
Tabla 12.	20
Tendencia de crecimiento en ventas Kia y Hyundai en el Azuay	20
Tabla 13.	34
Resultados variables de la encuesta	34
Tabla 14.	37
Análisis Características de la Competencia	37
Tabla 15.	38
Participación de mercado de la competencia	38
Tabla 16.	39
Estimación de mercado	39
Tabla 17.	40
Inversiones fijas	40
Tabla 18.	41
Inversión en capital de trabajo	41
Tabla 19.	41
Resumen de inversiones	41
Tabla 20.	43
Depreciación de equipos, muebles y enseres	43
Tabla 21.	45
Ingresos proyectados	45
Tabla 22.	46
Costos de comercialización	46
Tabla 23.	46
Costo de ventas	46
Tabla 24.	46
Gastos Administrativos	46

Tabla 25.	47
Gastos Financieros.....	47
Tabla 26.	47
Resumen de costos y gastos para el primer año (Operacionales).....	47
Tabla 27.	47
Resumen de costos y gastos para el primer año (No Operacionales).....	47
Tabla 28.	48
Egresos proyectados	48
Tabla 28.	50
Flujo de caja proyectada	50
Tabla 29.	52
Retorno de inversión.....	52
Tabla 30.	53
Cálculo de VAN	53
Tabla 31.	54
Cálculo TIR	54
Tabla 32.	54
Financiamiento de capital	54
Tabla 33.	55
Descripción del financiamiento	55
Tabla 34.	55
Cálculo del dividendo del pago mensual.....	55
Tabla 35.	57
Flujo de caja proyectado.....	57
Tabla 36.	59
Flujo de caja proyectada.....	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.....	18
Gráfico 2.....	19
Gráfico 3.....	19
Gráfico 4.....	21
Gráfico 5.....	22

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.	68
Datos demográficos encuesta	68
Anexo 2.	69
Balance General.....	69
Anexo 3.	72
Vehículos Vendidos periodo 2016 – 2020 según marcas.....	72
Anexo 4.	72
Ventas de la competencia 2016 – 2020	72
Anexo 5.	73
Encuesta aplicada	73
Anexo 6.	75
Anexo 7.	75
Anexo 8.	75

RESUMEN

Este trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la factibilidad económica y financiera para la implementación de la distribución al por mayor de repuestos coreanos del almacén “Euro Corea” en la ciudad de Cuenca, Ecuador. Se inicia con un análisis situacional interno de la empresa y externo del sector automotriz. Esto con el fin de destacar el posicionamiento de las marcas coreanas Hyundai y Kia, y además identificar las fortalezas y debilidades de Euro Corea. A continuación, se procedió a realizar un estudio de mercado, en el que mediante una metodología cuantitativa (encuestas) y un enfoque de investigación descriptiva se conoce la intención de compra del cliente, el mercado objetivo y se identifica la competencia directa. Por último, se hace un estudio financiero con ayuda de herramientas de análisis como VAN y TIR, donde se obtuvieron resultados positivos para la introducción de una nueva distribuidora al por mayor.

Palabras clave: análisis situacional, estudio de mercado, estudio financiero, distribución.

ABSTRACT

This article analyzes the economic and financial feasibility for the implementation of the wholesale distribution of Korean spare parts of the warehouse "Euro Corea" in the city of Cuenca, Ecuador. It begins with an internal situational analysis of the company and an external analysis of the automotive sector. This is to highlight the positioning of the Korean brands Hyundai and Kia and also to identify the strengths and weaknesses of Euro Corea. Next, we proceeded to conduct a market study, in which through a quantitative methodology (surveys) and a descriptive research approach, we know the customer's purchase intention, the target market and identify the direct competition. Finally, a financial study is made with the help of analysis tools such as VAN and TIR, where positive results were obtained for the introduction of a new wholesale distributor.

Keywords: situational analysis, market study, financial study, distribution.



Firma Unidad de Idiomas

CAPÍTULO 1

ANÁLISIS DEL MERCADO

1.1. Descripción de la empresa

Euro Corea es una empresa ubicada en la ciudad de Cuenca que cuenta con más de 20 años en el mercado, dedicada a la comercialización y distribución al por menor de repuestos automotrices en el austro del país, brindando un excelente servicio y repuestos de calidad para satisfacer las necesidades de sus clientes (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021).

Actualmente, está constituida como una persona natural, obligada a llevar contabilidad; su razón social es: “venta al por mayor de todo tipo de partes, componentes, suministros, herramientas y accesorios para vehículos automotrices como: neumáticos (llantas), cámaras de aire para neumáticos (tubos), bujías, baterías, equipo de iluminación, partes y piezas eléctricas” (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021).

Euro Corea cuenta con tres locales comerciales que funcionan como puntos de venta, el almacén matriz está ubicado en la esquina de la Avenida González Suárez y José Joaquín de Olmedo; su primera sucursal se encuentra en la Avenida Hurtado de Mendoza e Ingapirca y su tercera sucursal, está ubicada en la Calle del Batán y Edwin Sacoto (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021).

Euro Corea está constituida por seis personas, en la jerarquía de funciones está en primer lugar el gerente general (administrador), una contadora y cuatro vendedores (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021).

La misión refleja los principios que rigen el funcionamiento de la empresa y la visión indica el camino al que se dirige la misma en el largo plazo, por lo que a continuación se indica la Misión y Visión de la Empresa Euro Corea:

1.2. Misión

Garantizar la calidad del servicio y los productos que ofrecemos mientras mantenemos una excelente relación con nuestros clientes y proveedores, logrando de esta manera, ser la opción número uno al momento de necesitar repuestos de automóviles (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021)

1.3. Visión

Ser la empresa líder en importación y comercialización de repuestos automotrices para las marcas coreanas Hyundai y Kia. Además, de brindar un servicio de calidad a todos nuestros clientes, generando gran satisfacción en sus compras (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021).

1.4. FODA

Tabla 1.

Análisis FODA de la Empresa de la Empresa EURO COREA

	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	1. Redes sociales para establecer estrategias de e-marketing	1. Rivalidad de los competidores
	2. Fidelidad del consumidor	2. Nuevas políticas fiscales y arancelarias
	3. El precio de los repuestos en las concesionarias son elevados en comparación al de los almacenes	3. Alto poder de negociación de los proveedores
	4. Demanda de vehículos coreanos	4. Tiempos de importaciones
	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	1. Relación establecida con proveedores confiables con representación de marcas reconocidas	1. Deficiencia en la fuerza de ventas
	2. Personal capacitado	2. Falta de estrategias de marketing
	3. Ubicación geográfica	3. Sistema logístico deficiente
	4. Oferta de productos originales y alternos	4. Costo elevado en Stock de productos
	5. Precios competitivos	

Basado en: (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021).

En base al análisis FODA realizado para Euro Corea se ha podido identificar como una de las principales amenazas, que hay una alta rivalidad entre la competencia, lo que hace importante para la empresa mantenerse al tanto de las acciones de sus principales competidores para poder implementar estrategias de diferenciación.

Otra amenaza son las políticas fiscales aplicadas en el país, las cuales en distintos años pueden generar medidas que cambien el nivel de consumo de las personas, además de otros factores como la inflación. A su vez, los tiempos de importación no están establecidos debido a que los fabricantes suelen tener lista de espera para la fabricación

y despacho de los productos, adicional, las navieras establecidas en el país cada determinado tiempo embarcan desde los puertos del Asia.

En cuanto al análisis interno, la principal debilidad destacada es que Euro Corea tiene deficiencia en su fuerza de ventas, no posee estrategias definidas para captar a nuevos clientes ni para marketing de sus productos. De igual manera, no cuenta con un sistema logístico para la eficiencia en la adquisición y distribución de los productos pues hasta la actualidad, por el giro del negocio este les ha generado tener un amplio stock en repuestos para que los clientes puedan encontrar los repuestos que necesitan y así generar fidelización.

En base a lo mencionado anteriormente, la empresa deberá aprovechar la relación que posee con los proveedores, para seguir ofreciendo productos de marcas reconocidas en el mercado o de marcas que posean características similares a precios competitivos y a su vez, contar con estrategias para captar nuevos clientes y que puedan diferenciarse de la competencia.

1.5. Breve descripción de la situación financiera de la empresa

Las razones financieras son indicadores que ayudan a conocer la salud financiera actual o pasada de una empresa, son unidades de medida que ofrecen información directa ya sea de liquidez, solvencia, eficiencia, rentabilidad o de mercado (Chávez & Córdova, 2017). Sin embargo, el cálculo de las razones no es lo más importante, sino la interpretación de estas, ya que debe ser realizada por una persona que conozca del tema para que pueda dar una información verídica del área financiera que es la que determinará si una empresa está siendo sostenible (Chávez & Córdova, 2017).

Tabla 2.*Análisis de Liquidez*

Años		2018	2019	2020	
Razones de liquidez	Razon Corriente	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	0,1776	0,2726	0,0523
	Razón Rápida	$\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$	-3,78	-4,0585	-2,54

Basado en: (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021).

Como se puede observar en la Tabla 2 con respecto a las razones de liquidez, la razón corriente de Euro Corea en los últimos tres años no refleja valores aceptables, sin embargo, esta razón bajó en gran medida en el año 2020 debido a la pandemia. El año 2019 representa el valor más alto de este indicador.

A su vez, en la prueba ácida o razón rápida se puede observar que, por la actividad del negocio, este debe contar con una alta cantidad de inventarios. Razón por la cual, los valores son negativos siendo el año 2018 el más bajo y el 2020 el más alto, esto podría perjudicar la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones de corto plazo.

Tabla 3.*Análisis de endeudamiento*

Años		2018	2019	2020	
Razones de endeudamiento	Índice de endeudamiento	<u>Pasivo Total</u>			
		Activo Total	0,4068	0,3762	0,3891
	Estructura de Capital	<u>Pasivo Total</u>	0,6857	0,6031	0,6370
		Patrimonio			

Basado en: (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021)

Con respecto al índice de endeudamiento en la Tabla 3 se observa que la empresa debe menos de \$1 por cada dólar aportado de capital. El valor más alto registrado fue en el 2018 con 0,4068.

Adicional, en la estructura del capital del año 2018, por cada dólar aportado por el dueño, hay 68 centavos aportados por los acreedores. En el 2019 se registró el índice más bajo con 60 centavos aportados por los acreedores.

Tabla 4.*Análisis de Rentabilidad*

Años		2018	2019	2020	
Rentabilidad	Margen de Utilidad de Bruta	<u>Utilidad Bruta</u>			
		Ventas	30%	40%	20%
	Margen de Utilidad Operativa	<u>Utilidad Operativa</u>			
		Ventas	25%	32%	0,37%
	Margen de Utilidad Neta	<u>Utilidad Neta</u>			
		Ventas	15%	20%	0,31%

Basado en: (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021)

La Tabla 4 muestra que la empresa en los años 2018 y 2019 ha llevado con éxito sus operaciones comerciales e indica que, en el año 2018, la empresa ganó 15% por cada dólar de ventas, una vez deducidos todos los costos y gastos en los que incurre la empresa y en el año 2019 se muestra un incremento del 5% favorable para la empresa ya que denota mayores ganancias como producto de las ventas.

Tabla 5.*Análisis de Actividad o Eficiencia*

Años		2018	2019	2020	
Actividad o eficiencia	Rotación de Cuentas por Cobrar	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$	85,31	20,43	58,25
	Rotación de Inventarios	$\frac{\text{Costo de ventas}}{\text{Total de Inventarios}}$	1,32	0,86	0,63
	Rotación de Cuentas por Pagar	$\frac{\text{Compras}}{\text{Cuentas por Pagar}}$	1,93	2,25	1,66
	Rotación de Activos Totales	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Total de Activos}}$	1,59	1,10	0,69

Basado en: (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021)

Como se puede observar en la Tabla 5, en el año 2018 la rotación de cuentas por cobrar fue la más alta, mientras que en el año 2019 tuvo una baja rotación. Adicional, en la rotación de inventarios, se puede observar que el año 2018 fue el año que contó con la mayor rotación de inventarios. Con respecto a este dato, es importante recalcar que la oferta de Euro Corea de repuestos es grande, ya que cuentan con un stock de más de 5.000 items distintos.

En rotación de cuentas por pagar se muestra un valor bajo en el año 2020 debido a la pandemia, lo cual causó atrasos o dificultades para cumplir con sus obligaciones a corto plazo, a diferencia del año 2019 donde se presenta un valor de 2,25, el cual es el más alta de estos 3 años. De igual manera, en la rotación de activos totales se puede destacar que el año 2018 ha sido el mejor año de productividad para la empresa Euro Corea.

Tabla 6.*Análisis vertical del Estado de Resultados de la empresa Euro Corea*

EURO COREA			
ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS			
	2018	2019	2020
VENTAS	100%	100%	100%
COSTO DE VENTAS	70%	60%	80%
UTILIDAD BRUTA	30%	40%	20%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	5%	7%	15,5%
GASTOS GENERALES	2%	2%	3,7%
UTILIDAD OPERATIVA	24%	32%	0,9%
UTILIDAD ANTES DE IMP-TRABAJADORES	23%	30%	0,4%
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	4%	5%	0,1%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	20%	26%	0,3%
(-) IMPUESTO A LA RENTA	5%	6%	0,0%
UTILIDAD NETA	15%	20%	0,3%

Basado en: (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021)

Respecto a la información que se presenta en la Tabla 6, el costo de ventas disminuyó en el año 2019. Sin embargo, en el año 2020 aumenta; lo mismo sucede con los gastos administrativos que se mantienen en un aumento aceptable por el crecimiento de la empresa. Sin embargo, para el año 2020 se muestra un incremento de más de la mitad si se toma como fuente el año 2019; en los gastos generales se mantienen constante este valor. En consecuencia, a pesar de tener un incremento en el año 2019, la caída del margen de utilidad neta podría preocupar para la estabilidad de la empresa debido a que bajan las ventas y los costos y gastos se elevaron.

Tabla 7.*Análisis horizontal del Estado de Resultados de la empresa Euro Corea*

ANÁLISIS HORIZONTAL DEL ESTADO DE RESULTADOS				
	Variación en dólares		Variación porcentual	
	2019-2018	2020-2019	2019-2018	2020-2019
VENTAS	-\$ 262.505,00	-\$ 292.353,77	-30%	-47%
COSTO DE VENTAS	-\$ 243.004,22	-\$ 110.127,13	-40%	-30%
UTILIDAD BRUTA	-\$ 19.500,79	-\$ 182.226,64	-7%	-74%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-\$ 1.268,14	\$ 8.947,10	28%	21%
GASTOS GENERALES	-\$ 6.472,50	\$ 1.878,80	-60%	19%
UTILIDAD OPERATIVA	-\$ 13.331,72	-\$ 193.052,54	-6%	-99%
UTILIDAD ANTES DE IMP- TRABAJADORES	-\$ 17.564,61	-\$ 187.130,44	-9%	-99%
				-99%
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-\$ 2.634,69	-\$ 28.069,57	-9%	-99%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 14.929,92	-\$ 159.060,87	-9%	-100%
(-) IMPUESTO A LA RENTA	-\$ 5.287,47	-\$ 38.240,28	-12%	0%
UTILIDAD NETA	-\$ 14.929,92	-\$ 159.060,87	-9%	0%

Basado en: (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021)

El Análisis Horizontal del Estado de Resultados de la empresa Euro Corea (Tabla 7), muestra que los costos de ventas han ido disminuyendo desde el año 2018 hasta el 2020. Mientras que los gastos administrativos han ido incrementándose desde el año 2019, esto se debe a que existió un incremento en el personal y la apertura de la nueva sucursal que representó nuevos gastos; como el del arriendo del local. A su vez, la utilidad operativa en el año 2019 disminuyó en un 6% y en el año 2020 disminuyó en un 99%, dejando sin utilidad neta a la empresa para el año 2021.

Tabla 8.*Análisis Vertical del Balance General de la empresa Euro Corea*

EURO COREA ANÁLISIS VERTICAL DEL BALANCE GENERAL			
	2018	2019	2020
ACTIVO	100%	100%	100%
ACTIVO CORRIENTE	4%	5%	2%
CAJA	4%	5%	1%
BANCOS	0,1%	0,5%	0,3%
CUENTAS POR COBRAR	2%	5%	1%
INVENTARIOS	84%	79%	88%
OTROS ACTIVOS CORRIENTES	7%	7%	6%
ACTIVOS NO CORRIENTES	4%	3%	3%
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	9%	10%	11%
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	5%	7%	-8%
PASIVO	25%	38%	39%
PASIVO CORRIENTE	5%	18%	34%
PROVEEDORES	5%	5%	22%
SUELDOS POR PAGAR	0,4%	0,4%	1%
OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES	0,1%	13%	11%
PASIVO NO CORRIENTE	20%	19%	5%
PRÉSTAMOS	20%	19%	5%
PATRIMONIO	75%	62%	61%
CAPITAL	44%	41%	38%
RESULTADO DEL EJERCICIO	31%	22%	0,2%
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	100%	100%	100%

Basado en: (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021)

En los activos de Euro Corea (Tabla 8), se destaca que el margen más representativo en activos son los inventarios, puesto que para el giro del negocio es necesario disponer de un alto stock de repuestos para el consumidor final. En el año 2020 se puede observar que se mantuvieron deudas con los proveedores, debido a que la actividad económica del país se vio afectada por la pandemia. Sin embargo, se puede ver que la empresa muestra una etapa de crecimiento hasta el año 2020. Además, las deudas que mantiene la empresa en los años 2018 y 2019 son relativamente bajas, a pesar de la recesión económica que se desarrolló en el año 2020.

Tabla 9.*Análisis Horizontal del Balance General de la empresa Euro Corea*

EURO COREA				
ANÁLISIS HORIZONTAL DEL BALANCE GENERAL				
	Variación en dólares		Variación porcentual	
	2019-2018	2020-2019	2019-2018	2020-2019
ACTIVO	\$ 5.772,64	-\$ 88.884,04	1%	-16%
ACTIVO CORRIENTE	\$ 7.141,62	-\$ 19.633,15	34%	-70%
CAJA	\$ 5.000,51	-\$ 18.279,65	25%	-72%
BANCOS	\$ 2.141,11	-\$ 1.353,50	342%	-49%
CUENTAS POR COBRAR	\$ 20.000,00	-\$ 24.720,63	193%	-81%
INVENTARIOS	-\$ 19.859,79	-\$ 29.239,72	-4%	-7%
OTROS ACTIVOS CORRIENTES	\$ 1.000,00	-\$ 9.536,39	3%	-25%
ACTIVOS NO CORRIENTES	-\$ 2.509,19	-\$ 5.754,15	-12%	-31%
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	\$ 13.348,56	-\$ 2.582,91	32%	-5%
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	-\$ 65.811,14	-\$ 3.171,24	-226%	9%
PASIVO	-\$ 14.802,01	-\$ 27.340,23	-7%	-13%
PASIVO CORRIENTE	-\$ 452.836,43	\$ 57.771,35	-81%	56%
PROVEEDORES	\$ 1.404,70	\$ 73.790,64	5%	262%
SUELDOS POR PAGAR	-\$ 4,09	\$ 113,07	0%	5%
ARRIENDOS POR PAGAR	\$ 0,00	\$ 3.825,71	0%	0%
OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES	-\$ 7.517,97	\$ 47.897,61	-62%	1032%
PASIVO NO CORRIENTE	\$ 0,00	-\$ 85.111,58	0%	-79%

PRÉSTAMOS	\$ 0,00	-\$ 85.111,58	0%	-79%
PATRIMONIO	\$ 20.574,65	-\$ 61.543,81	6%	-18%
CAPITAL	-\$ 81.139,42	-\$ 48.347,90	-26%	-21%
RESULTADO DEL EJERCICIO	-\$ 188.428,87	-\$ 120.448,76	-61%	-99%
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 5.772,64	-\$ 88.884,04	1%	-16%

Basado en: (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021)

En la Tabla 9 el activo corriente se muestra con una disminución considerable del 70% en el año 2020. Adicional, se observa que la cuenta de inventarios ha ido disminuyendo desde el año 2019 con un porcentaje del 4% y en el 2020 con un porcentaje del 7%. El pasivo corriente aumentó en el último periodo, ya que la empresa no pudo cancelar de manera adecuada las deudas con los proveedores y también tuvo atrasos con los pagos de arriendos.

Los préstamos bancarios disminuyeron en el año 2020 y también se vio afectado el capital además de verse extremadamente disminuido el resultado del ejercicio con más del 99%.

1.6. Análisis PEST

El análisis PEST es una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de un mercado y en consecuencia, la posición, potencial y dirección de un negocio. Es una herramienta de medición de negocios. PEST está compuesto por las iniciales de factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos; utilizados para evaluar el mercado en el que se encuentra una industria (Humphrey, 2004).

1.6.1. Entorno Político

El componente político del entorno general designa la actitud básica de la población y el Gobierno hacia la rendición de cuentas; entre estos factores pueden figurar: los grupos de interés, las autoridades reguladoras, la estabilidad política, el desarrollo de normas jurídicas, los partidos políticos, la concentración del poder, etc. (Dillon, 2019).

A pesar de haber hecho un esfuerzo por balancear su economía, Ecuador aún necesita el reequilibrio de sus finanzas públicas para evitar un aumento insostenible de la deuda, a tiempo que consolida la confianza en la estabilidad macroeconómica, la dolarización y continúa protegiendo a la población más vulnerable (Banco Mundial, 2021).

El presidente Guillermo Lasso en su plan de trabajo reducirá los aranceles de repuestos automotrices importados que ingresen al país. La industria automotriz ecuatoriana manejaba en el país un impuesto entre el 10% a 13% lo que no permitía que la industria automotriz se pueda desempeñar de una manera óptima, por lo que con las nuevas medidas habrá un mejor desempeño en el sector automotriz local (Alvarado y Vásquez, 2021).

A pesar del plan de trabajo mencionado, el acuerdo comercial que se mantiene con la Unión Europea hace que el costo de los autos baje cada año, aunque las marcas coreanas como Hyundai y Kia han incrementado sus ventas y dejado de lado algunas marcas en el mercado automotriz y disminuyendo la producción vehicular nacional.

Frente a la situación actual que vive el Planeta sobre la emergencia sanitaria por la pandemia del Covid-19, el presidente Guillermo Lasso a través del Boletín 106 de la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia (2021), enfatizó en que la prioridad de su Gobierno es la de agilizar el proceso de inoculación como paso fundamental para la reactivación social y productiva. Por ello, hizo hincapié en la “diplomacia de vacunas”,

iniciativa que ha concretado importantes lotes de dosis por parte de Estados Unidos (hasta ahora con 2 millones) y la República Popular China (10 millones de vacunas) (Secretaría General de Comunicación de la Presidencia, 2021).

1.6.2. Entorno Económico

El componente económico del entorno general aborda la distribución y utilización de los recursos dentro de la sociedad y comprende, además, factores tales como la balanza comercial, tasa de desempleo, cotización, precios de las materias primas, tasas de interés e inflación, etc. (Dillon, 2019).

En la actualidad, Ecuador tiene en vigencia el Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea (UE), el cual establece las condiciones de acceso de ciertos productos ecuatorianos a la UE que representan condiciones favorables para potenciar las exportaciones locales, además de brindar condiciones favorecedoras para ciertos productos que ingresen desde la UE al Ecuador, lo cual permite que estos productos paguen un arancel diferenciado (Vicepresidencia de la República del Ecuador, 2022).

Este acuerdo puede ser de interés para la empresa Euro Corea si concretara nuevas relaciones con proveedores que son parte de la UE, pero los mayores fabricantes de autopartes provienen de Asia, el cuál hasta la actualidad no cuenta con un tratado de beneficio comercial para la importación de repuestos.

Adicional, con respecto al entorno económico, según indicó la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia (2021), se redujeron los aranceles de más de 600 partidas arancelarias de insumos en el sector productivo, materias primas y bienes de capital de esta industria, lo que refleja la reducción arancelaria que brinda un ahorro de 180 millones de dólares.

1.6.3. Entorno Social

Según datos del INEC, actualmente en el Ecuador se contempla una población existente de 17.64 millones de habitantes, de los cuales, hasta julio de 2021, la pobreza a nivel nacional se ubica en un porcentaje del 32.2% del total de la población ecuatoriana. La ciudad de Guayaquil presenta la mayor tasa de pobreza con un 14,1%, mientras que Cuenca muestra la menor tasa con un 2.9% (INEC, 2021).

En cuanto a pobreza extrema, a nivel nacional existe un 8,4%, siendo la ciudad de Quito la que presenta la mayor tasa de pobreza extrema con un 4,6%, mientras que en

Cuenca existe un 0,2% (INEC, 2021). El ingreso por familia en la línea de pobreza y pobreza extrema es de \$84.1 y \$47.4 por persona respectivamente (Banco Central del Ecuador, 2020).

El Instituto de Seguridad Social del Ecuador (IESS) tiene un total de 8.4 millones de asegurados de los cuales; 2,9 millones están activos, 1,2 millones pertenecen al seguro social campesino y 374 mil son pensionistas (2021). De las 470.820 personas con discapacidad a nivel nacional, 68.901 se encuentran laboralmente activas. En la ciudad de Cuenca existen 20.217 personas con discapacidad, de las cuales más del 50% cuentan con un porcentaje de discapacidad del 30% al 50% (Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades, 2021).

1.6.4. Entorno Tecnológico

El equipamiento tecnológico en los ecuatorianos ha mejorado durante los últimos años. Entre el 2019 y el 2020, se puede observar un aumento significativo de 2% de hogares con computador de escritorio, es decir el 25,3% de hogares a nivel nacional. En el mismo periodo de tiempo, el 2,8% de hogares con computador portátil ha incrementado significativamente, es decir el 31,3% a nivel nacional. De igual manera, hogares con computador de escritorio y portátil tuvo un incremento del 1.5%, abarcando al 12,7% de los hogares. Con estos datos se entiende que el 69,3% de la población cuenta con computador, ya sea de escritorio o portátil (INEC, 2021).

Del 69,3% de la población que utiliza el ordenador, el 53,9% son jóvenes entre las edades de 16 y 24 años quienes son los que más han utilizado computadoras durante el último año (INEC, 2021).

En cuanto a celular los datos obtenidos muestran que, en el 2020 los grupos etarios con mayor tenencia de teléfono celular activado pertenecen a la población de 25 a 34 y de 35 a 44 años de edad, con el 88,1% y 83,6%, respectivamente (INEC, 2021).

La accesibilidad a internet ha logrado un crecimiento tanto en el sector urbano como rural. Hoy en día, más del 70,7% de hogares a nivel nacional cuentan con acceso a este servicio (INEC, 2021).

1.7. Sector Automotriz

Según un análisis realizado por la CEPAL citado en Arias (2015), el sector automotriz a nivel mundial ha experimentado un constante cambio y progreso, logrando impactos importantes en la productividad, el desarrollo económico y el desarrollo tecnológico; lo que ha influenciado en el estilo de vida de la población mundial, razón por la cual, es considerada como una de las industrias más dinámicas en la actualidad.

En el desarrollo de las sociedades a nivel global, los automóviles se han vuelto importantes y han mejorado las condiciones sociales de la gente. Esto permitió que los territorios se comuniquen, mejorando las condiciones técnicas y la movilidad de los habitantes de cada región (Arias, 2015).

El desarrollo de este sector genera ingresos fiscales mediante la recaudación de aranceles e impuestos, además, crea fuentes de empleo durante los procesos de producción y las actividades relacionadas al comercio de este (Arias, 2015).

Ordeñana et al. (2021) mencionan que una de las principales transformaciones que el nuevo modelo productivo ha generado en el ámbito de las relaciones mundiales de producción ha sido el cambio que han experimentado algunos países periféricos, pues la industria automotriz ha pasado de localizarse únicamente en las regiones industrializadas tradicionales a las regiones emergentes, donde han encontrado cada vez mayores ventajas competitivas, operando con características flexibles y un nuevo modelo que está más conectado con el mundo exterior (Carrillo, 2009).

1.7.1. Sector automotriz en el Ecuador

Arias (2015) citando a Proecuador (2013) menciona que:

El sector automotriz ecuatoriano está compuesto más por importadores que por productores nacionales. Con productores nacionales se refiere a las empresas ensambladoras de vehículos. La industria del ensamblaje ha direccionado a ciertas firmas nacionales hacia la producción local de componentes, subsector que es el autopartista dedicado a partes, piezas e insumos en general. Esto genera a su vez un encadenamiento productivo en la fabricación de productos relacionados a los automotores. En fin, este sector integra a varios agentes económicos, tanto para las firmas autopartistas como para las ensambladoras, y éstas últimas son quienes imponen los estándares productivos de la cadena (p. 50).

1.7.2. Vehículos livianos en el Ecuador

Tabla 10.

Vehículos matriculados por provincia

Provincia de matriculación vehicular	Número de vehículos comerciales ligeros	%
PICHINCHA	382.998	24%
GUAYAS	330.132	21%
MANABÍ	124.693	8%
AZUAY	121.704	8%
TUNGURAHUA	88.348	6%
OTRAS (19)	517.347	33%
TOTAL	1.565.222	100%

Basado en: (INEC, 2020)

En la Tabla 10 se puede observar el total de autos livianos matriculados en el Ecuador, que refleja un total de 1.565.222 unidades según el INEC (2021).

La provincia con más participación es Pichincha con un 24% del mercado automotor, le sigue Guayas con el 21%, Manabí y Azuay con el 8% y Tungurahua con el 6%. Las 19 provincias restantes suman en total un 33% del mercado.

Según Euro Corea (comunicación personal, 7 octubre 2021), en el Azuay las concesionarias se concentran exclusivamente en la ciudad de Cuenca, por ende, también el mercado de repuestos automotrices.

Tabla 11.

Vehículos matriculados por marca

Marcas Automotrices	Total	%
CHEVROLET	574.462	37%
HYUNDAI	135.625	9%
TOYOTA	135.333	9%
KIA	129.622	8%
MAZDA	107.232	7%
OTRAS MARCAS (35)	482.948	31%
TOTAL	1.565.222	100%

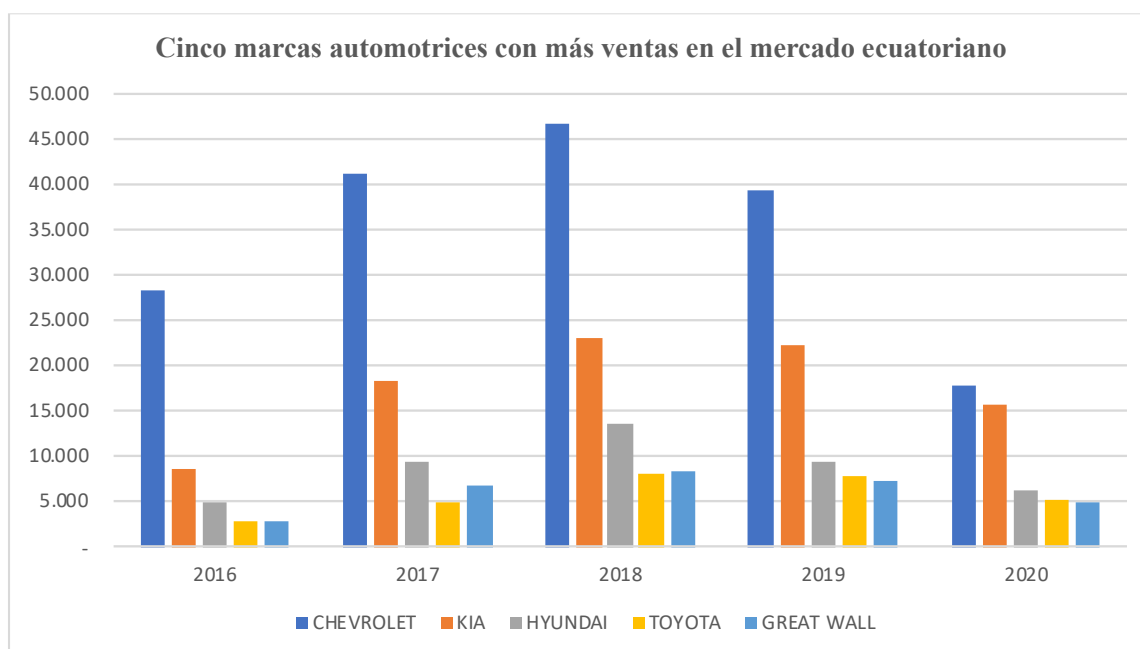
Basado en: INEC (2020)

La marca Chevrolet (Tabla 11) según información obtenida de su página oficial, cuenta con una trayectoria de más de 90 años en el mercado ecuatoriano, ofreciendo vehículos livianos y pesados (Chevrolet, 2016). Así, los datos lo reflejan como la marca con la mayor participación con un 37% de todo el mercado, seguido de las coreanas Hyundai y Kia que ocupan el segundo y cuarto lugar con mayor posicionamiento.

El resto de las marcas automotrices (35) de origen europeo, americanos y asiáticos ocupan en conjunto un 31% de participación. Es decir, el mercado al que está dirigido Euro Corea conforma el 17%, que en cantidad se refiere a 265.247 vehículos a los que esta empresa pudiera dirigir sus ventas.

Gráfico 1.

Marcas con mayores ventas en el Ecuador en el periodo del 2016 - 2020



Fuente: (Asociación de Empresas Automotrices Del Ecuador, 2020).

Como podemos observar en el Gráfico 1, la marca Chevrolet se ha mantenido líder en ventas en los últimos cinco años, dicha empresa como se mencionó anteriormente tiene más de 90 años de trayectoria en el mercado ecuatoriano con el grupo GM OBB (Chevrolet, 2016), lo cual ha conseguido generar confianza en el consumidor y ha consolidado su posicionamiento como líder en ventas en el país.

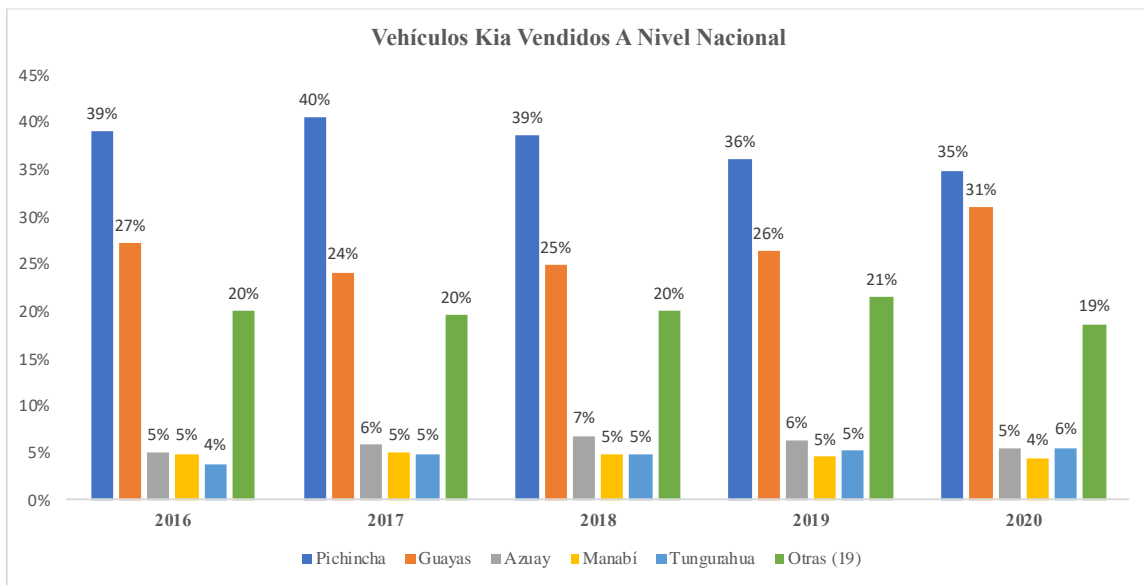
Le siguen las marcas coreanas Hyundai y Kia, las cuales en conjunto se han tomado más del 20% de la participación en ventas de los últimos cinco años. De igual manera, las marcas asiáticas que les siguen en la lista están mostrando un gran crecimiento en ventas.

Este crecimiento y posicionamiento de las marcas coreanas han permitido que Euro Corea tenga una buena aceptación en el mercado.

Cabe destacar que el año 2020 es considerado como atípico debido a la crisis sanitaria del Covid-19, que ocasionó medidas restrictivas a nivel global y desencadenó una crisis económica y social.

Gráfico 2.

Vehículos Kia vendidos según provincia 2016 - 2020

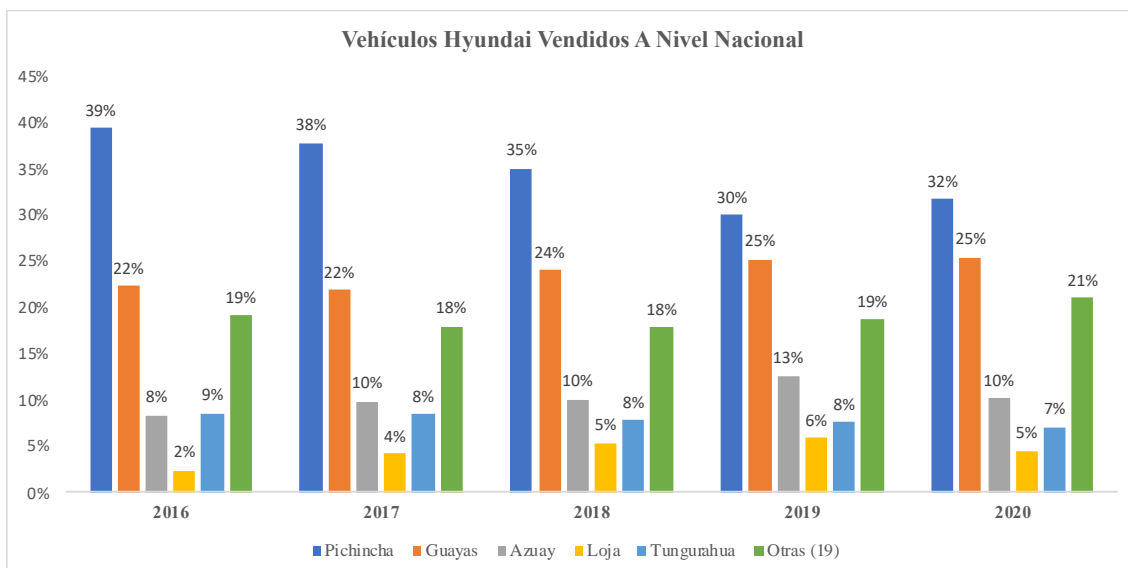


Basado en: (AEADE, 2020).

Al analizar las provincias en el Gráfico 2 con mayor participación en ventas con respecto a la marca de autos Kia en el periodo comprendido entre el año 2016 - 2020 se muestra en primer lugar a la provincia de Pichincha, seguida de Guayas y Azuay.

Gráfico 3.

Vehículos Hyundai vendidos según provincia 2016 - 2020



Basado en: (AEADE, 2020)

En el Gráfico 3 se muestra la participación en ventas con respecto a la marca Hyundai, mostrando datos similares a la tabla de participación de ventas de Kia, analizada anteriormente, donde se posiciona nuevamente la provincia de Pichincha en primer lugar, siendo el mercado con mayor demanda de autos de esta marca, seguida de Guayas y Azuay.

En base a estos dos gráficos se puede decir que el mercado vehicular en el Azuay está en un constante crecimiento para estas dos marcas coreanas, lo cual brindaría oportunidades para el mercado de refacciones y partes de vehículos.

Tabla 12.

Tendencia de crecimiento en ventas Kia y Hyundai en el Azuay

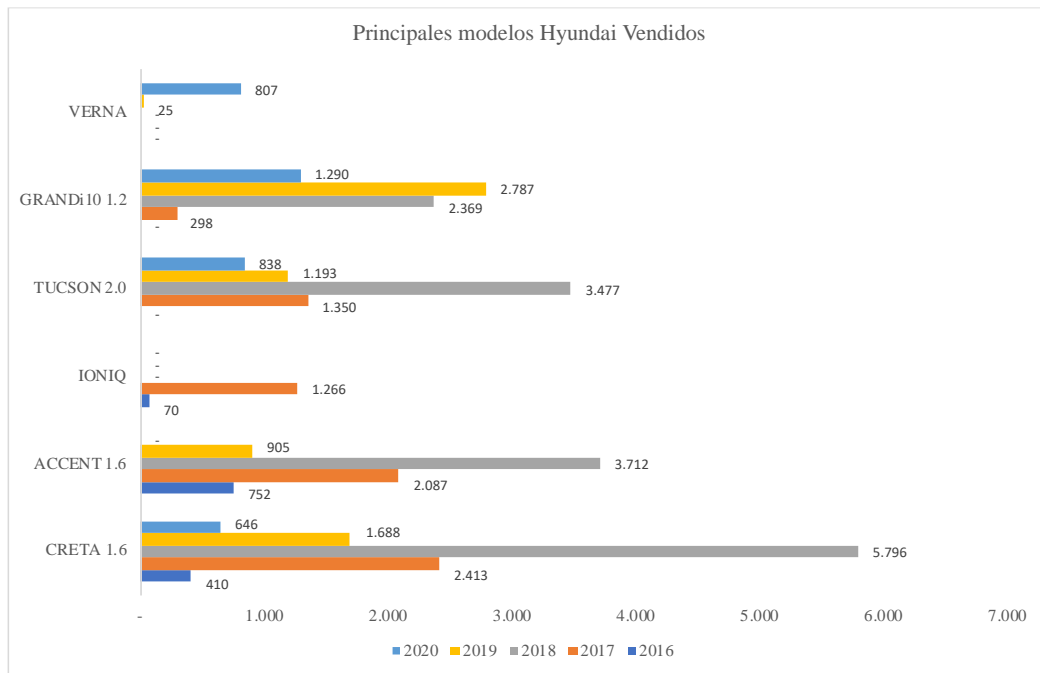
CRECIMIENTO VENTAS HYUNDAI - KIA EN EL AZUAY					
MARCAS	2016 - 2017	2017 - 2018	2018 - 2019	2019 - 2020	PROMEDIO
Kia	152%	49%	-12%	-40%	37%
Hyundai	126%	48%	-14%	-47%	28%
				TOTAL PROMEDIO	66%

Basado en: (AEADE, 2021)

Como se puede observar en la Tabla 12 acerca de la tendencia de crecimiento de ventas, las marcas coreanas Hyundai y Kia registran un promedio de 66% de crecimiento en el Azuay, lo cual para los proveedores actuales de esta provincia representa una tendencia positiva en las ventas.

Gráfico 4.

Modelos vendidos Hyundai 2016 - 2020



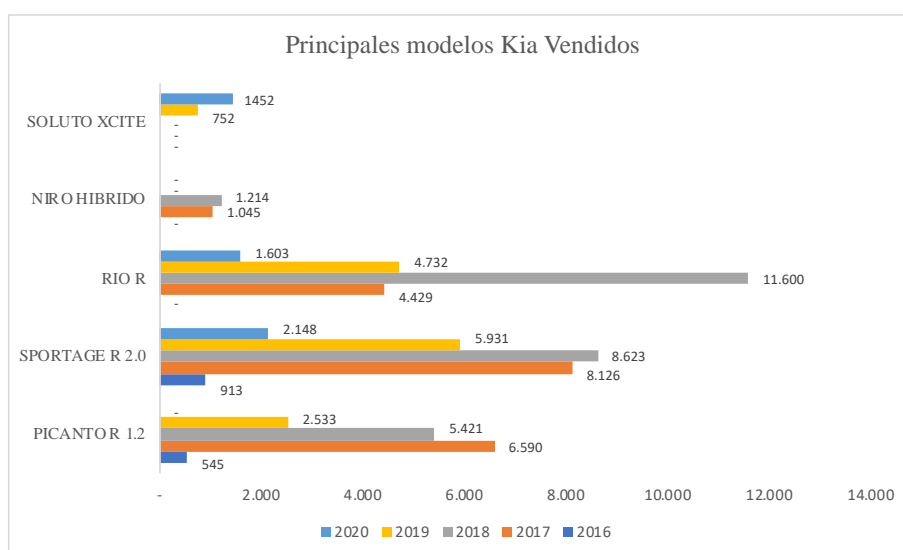
Basado en: (AEADE,2020)

La razón por la que es relevante para este estudio exponer los principales modelos vendidos de la marca Hyundai, es que permite conocer que los modelos que se ofertan año tras año en el Ecuador no son constantemente reemplazados por nuevos modelos que se venden en otros países.

Esto es bueno tanto para el consumidor como para el mercado de refacciones ya que, al no haber una constante variación de modelos de la misma marca, las marcas se mantienen con un buen valor comercial y a su vez, las tiendas pueden brindar un amplio stock de repuestos de la marca, lo cual la convierte en una marca más atractiva.

Se destacan como principales modelos de venta de Hyundai los autos Grandi10, Tucson 2.0 y Creta 1.6.

Gráfico 5.



Basado en: (AEADE,2020)

De igual manera, según lo que indican los gráficos expuestos anteriormente se puede observar que los modelos Kia también perduran en el tiempo en la oferta del concesionario para el mercado ecuatoriano, siendo los modelos más populares el Sportage R, Picanto R 1.2 y Rio R.

Por lo que se puede decir que, las marcas coreanas han tenido una buena aceptación en el mercado a pesar de tener una alta competitividad, reflejando un valor agregado para los consumidores tanto para el servicio post venta y para la reventa del vehículo.

1.8. Breve historia de Hyundai y Kia, líderes coreanas

La compañía Hyundai Motor Company fue fundada en el año de 1967 en Corea del Sur. En su inicio la compañía trabajó bajo la licencia de Ford, lo cual le permitió entrar en funcionamiento con su primera planta de producción en la ciudad de Ulsan, dando paso a la fabricación de su primer modelo Hyundai Cortina (Hyundai Motor Company, 2022).

Con respecto a Kia Motors, sus inicios están marcados por la fabricación de bicicletas en la década de los 50's y en los años posteriores comenzó con su introducción al mercado, desarrollando camionetas de tres ruedas con dos plazas y una paila (Autobild.es, 2022).

El objetivo que estas dos compañías coreanas tenían en común era el de exportar sus productos y dar a conocer su marca. Así lo hizo Hyundai, quién realizó la primera

exportación de su vehículo de pasajeros “Hyundai Poni” al país ecuatoriano en el año de 1976, mientras que un año antes, Kia ya había lanzado su primer automóvil, el modelo Brisa 1.0 (Hyundai Motor Company, 2022).

En la década subsiguiente Hyundai consiguió firmar alianzas con plantas subsidiarias de producción en Estados Unidos y Canadá (HMA y HMC) y en el año de 1998, Hyundai gracias a su constante crecimiento operacional, pudo abrir nuevas plantas en distintos países de Europa y Asia (Hyundai Motor Company, 2022).

Como consecuencia a la buena aceptación en el mercado global de estas dos marcas, se decidió fusionar ambas empresas coreanas formando el grupo Hyundai-Kia Automotive. Ambas marcas continúan operando hasta el día de hoy de manera distinta, pero comparten centros de I+D, canales de distribución y componentes. Actualmente, ambas marcas tienen sus operaciones en más de 170 países (Autobild.es, 2022).

1.9. Repuestos automotrices

Para brindar el correcto ciclo de vida útil de los automóviles se necesita de los servicios de postventa (mantenimientos) indistintamente del uso, marca o modelo; debido a esto, el mercado de las refacciones o repuestos automotrices se han ido desarrollando según ha ido creciendo el sector automotor.

Este mercado es responsable de la fabricación y distribución de las piezas que deben ser reemplazadas debido al desgaste causado por el uso o mantenimiento del vehículo.

1.9.1. Comercialización de repuestos automotrices en el país

En el Ecuador se pueden encontrar tres tipos de repuestos automotrices: genuinos, originales y alternativos. Entre ellos pueden existir variaciones de calidad y precio, siendo probablemente esta última, la principal causa para que los consumidores se inclinen finalmente por uno u otro producto (Cremades & Bianchi, 2016).

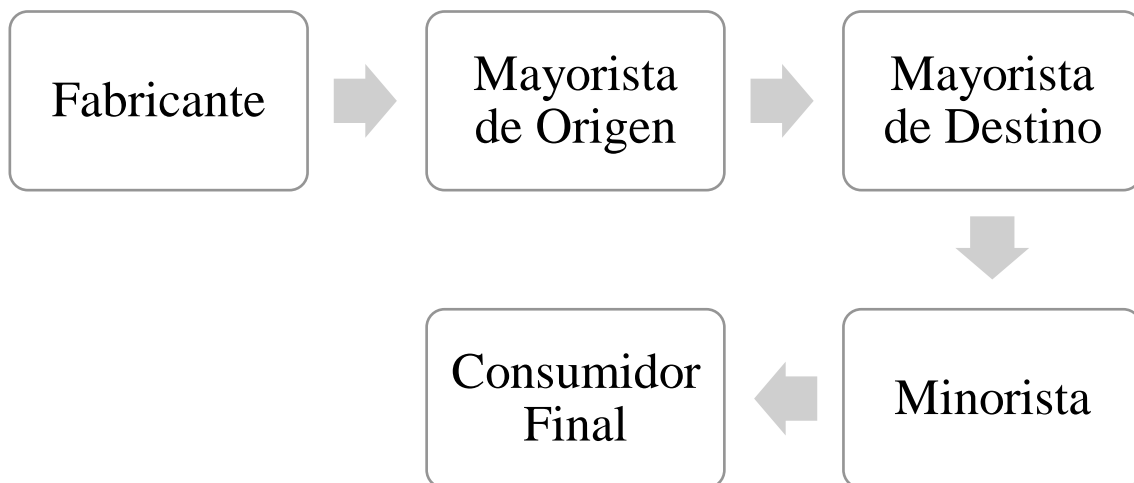
1. Genuino: es aquel repuesto que viene en una caja etiquetada con la marca del vehículo, pero que en realidad está elaborado por otro fabricante. Esta intermediación para su comercialización hace que su costo sea de los más elevados del mercado (Cremades & Bianchi, 2016).

2. Original: este repuesto es el mismo que se encuentra dentro de la caja del genuino, pero en este caso se encuentra envasado bajo la marca del propio fabricante del repuesto. Estos recambios suelen ser más económicos que los

genuinos debido a que requieren menos intermediarios durante su comercialización, sin embargo, cuentan con las mismas características y calidad que ofrecen los repuestos genuinos (Cremades & Bianchi, 2016).

3. Alternativo o genérico: finalmente, existen los repuestos alternativos que son la copia del original y están fabricados por otra empresa. Este tipo de repuesto tiende a ser el más económico de todos los mencionados anteriormente, pero las especificaciones recomendadas por el fabricante del vehículo no son necesariamente las mismas y es por lo que su calidad, durabilidad y fiabilidad no suelen ser comparables con la de un repuesto original o genuino (Cremades & Bianchi, 2016).

1.9.2. Modelo actual de comercialización de repuestos automotrices



Basado en: (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021)

El modelo de comercialización de los repuestos comienza por el fabricante, este es el que desarrolla el producto bajo los estándares establecidos por las compañías automotrices para la fabricación de automóviles. Las plantas de producción suelen establecerse en distintos países estratégicos para su fabricación (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021).

Los mayoristas de origen suelen tener exclusividad en la compra de productos, debido a que las fábricas manejan economías de escala y ellos negocian altos volúmenes de venta. La función de estos mayoristas es recolectar productos de varios fabricantes y

luego se encargan de distribuir a mayoristas de destino en diferentes mercados (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021).

Este distribuidor se encarga de vender los repuestos importados a los almacenes minoristas, manejando ventas con volúmenes representativos (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021).

Los minoristas son los que se encargan de ofertar y vender los productos en sus canales de ventas a los clientes finales, como son: propietarios de vehículos privados, transporte público y mecánicas o talleres de servicio (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021).

CAPITULO 2

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Desarrollo de la encuesta

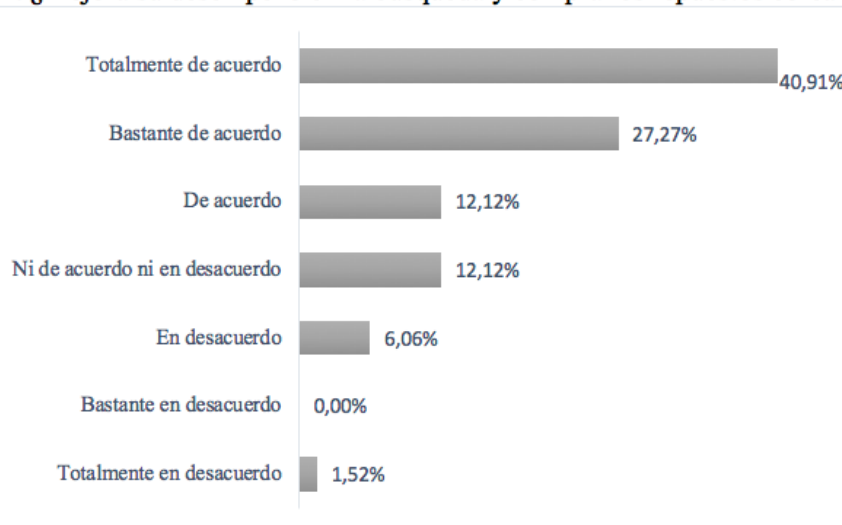
Este trabajo se llevó a cabo por medio de una investigación descriptiva mediante la aplicación de encuestas que permitieron obtener la información necesaria para identificar los factores de necesidad de los clientes. Para el desarrollo de este proyecto se realizó un enfoque de investigación descriptiva mediante la aplicación y análisis de encuestas para la obtención de información que ayude a identificar los factores de necesidad de los clientes.

La encuesta aplicada estuvo dirigida a 65 locales de repuestos automotrices de la ciudad de Cuenca, y se las realizó de manera presencial y digital. Las preguntas fueron analizadas para determinar la intención de compra, calidad y lealtad de los locales.

Lo que se quiere conocer es qué intención de compra tienen los locales automotrices de repuestos coreanos, la percepción de calidad y la lealtad de los dueños de los locales con los repuestos en específico, además de la aplicación de preguntas demográficas para identificar al mercado. Así, en base a los resultados se podrá analizar y crear estrategias beneficiosas para la empresa Euro Corea.

2.1.1. Resultados de la encuesta

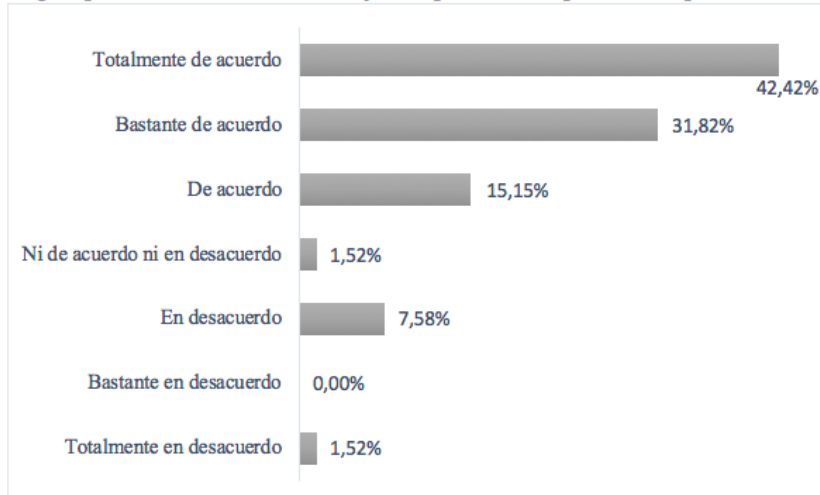
1. ¿Mejora su desempeño en la búsqueda y compra los repuestos coreanos a los distribuidores?



Basado en: Almacenes de repuestos automotrices en Cuenca

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta se puede observar que con respecto al desempeño para búsqueda y compra de los almacenes a los distribuidores, el 40,91% de los encuestados está totalmente de acuerdo con el desempeño en la búsqueda y compra a los distribuidores de repuestos coreanos, el 12,12% está en una posición neutral donde no está de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 7,58% no encuentra al repuesto coreano con un buen desempeño para la búsqueda y compra.

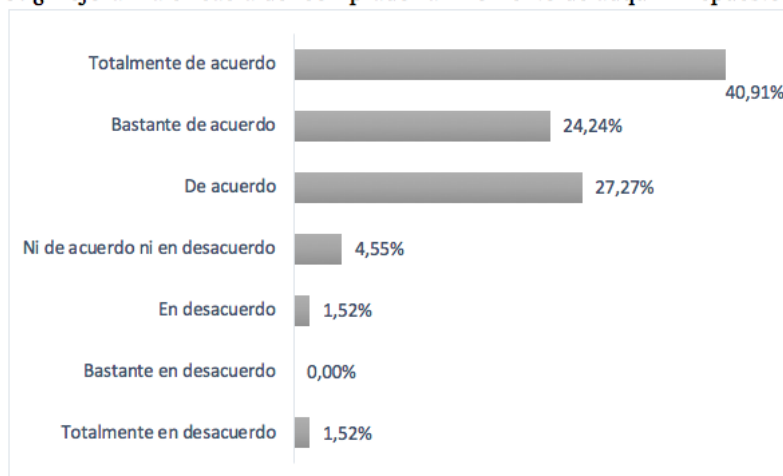
2. ¿Le permiten a usted buscar y comprar más rápido los repuestos coreanos a los distribuidores?



Basado en: Almacenes de repuestos automotrices en Cuenca

Con respecto a la rapidez para búsqueda y compra a los distribuidores, el 42,42% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo en la velocidad para buscar y comprar repuestos coreanos. El 1,52% está en una posición neutral y el 9,1% no encuentra al repuesto coreano con un buen desempeño para la búsqueda y compra.

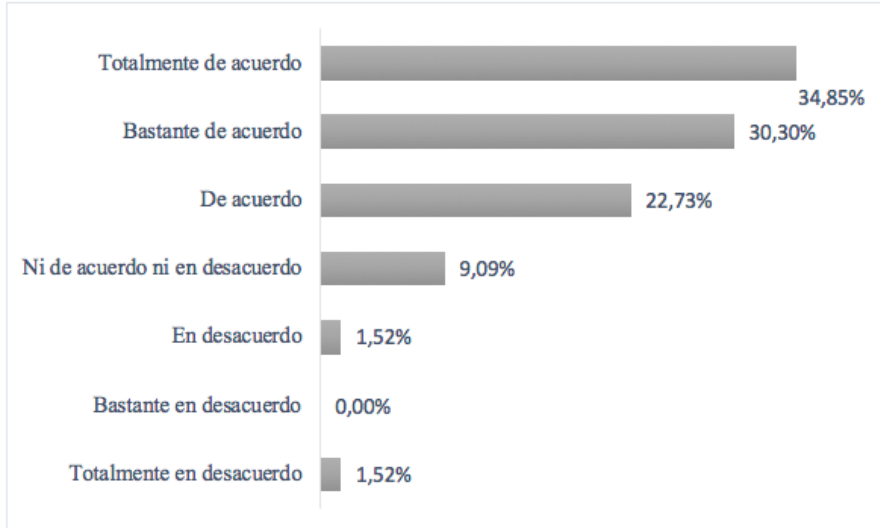
3. ¿Mejoran la eficacia del comprador al momento de adquirir repuestos coreanos a los distribuidores?



Basado en: Almacenes de repuestos automotrices en Cuenca

En la eficacia a la hora de la compra a los distribuidores el 40,91% de los encuestados está totalmente de acuerdo, el 27,27% está de acuerdo en la eficacia, el 4,55% no está de acuerdo ni desacuerdo, y únicamente el 1,52% está totalmente en desacuerdo.

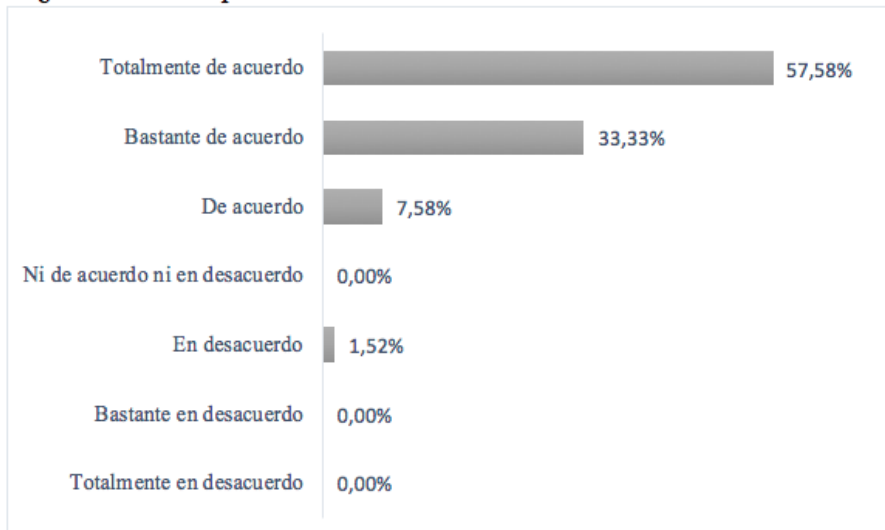
4. ¿Aumenta su productividad en la búsqueda y compra a los distribuidores los repuestos coreanos?



Basado en: Almacenes de repuestos automotrices en Cuenca

Al hablar de la productividad de la búsqueda y compra, los resultados de la encuesta muestran que, el 34,85% de almacenes está totalmente de acuerdo, el 30,30% bastante de acuerdo, y el 22,73% de acuerdo, mientras que el 9,09% de almacenes está en una posición neutral, y el 3,04% no está de acuerdo.

5. ¿Usted busca repuestos coreanos de calidad consistente?



Basado en: Almacenes de repuestos automotrices en Cuenca

Al hablar acerca de la búsqueda de la calidad consistente de los repuestos coreanos, el 57,58% de encuestados está totalmente de acuerdo, el 33,33% está bastante de acuerdo, y el 7,58% solo de acuerdo, mientras que el 1,52% no está de acuerdo en buscar repuestos con calidad consistente.

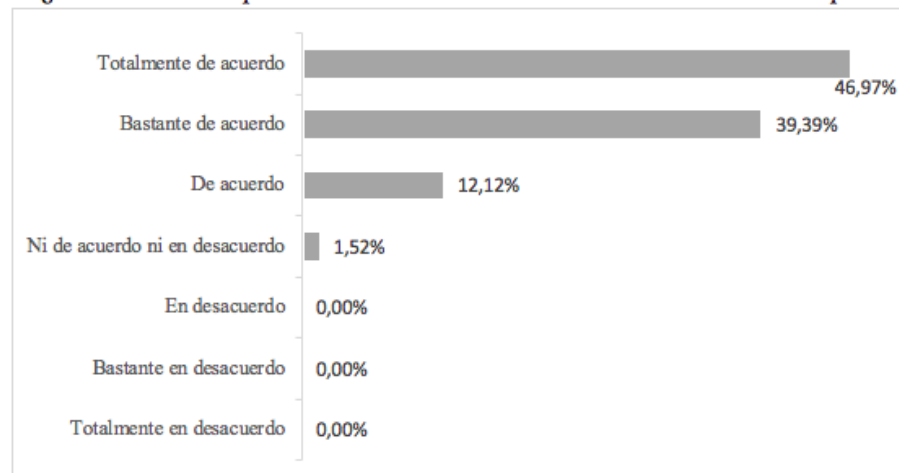
6. ¿Usted compra repuestos coreanos que están bien hechos?



Basado en: Almacenes de repuestos automotrices en Cuenca

A la hora de comprar, el 51,52% de los almacenes encuestados está totalmente de acuerdo en que los repuestos que compran están bien hechos, el 36,36% bastante de acuerdo, y el 12,12% de acuerdo. Estos resultados muestran que en el mercado cuencano los almacenes buscan productos que estén bien hechos, ya que el consumidor final así lo demanda.

7. ¿Para usted los repuestos coreanos tienen un estándar de calidad aceptable?



Basado en: Almacenes de repuestos automotrices en Cuenca

Al analizar el estándar de calidad de los repuestos coreanos, el 46,97% de almacenes encuestados considera que el repuesto coreano tiene un estándar de calidad aceptable, el 39,39% está bastante de acuerdo, y el 12,12% está de acuerdo.

En base a estos resultados se puede observar que no hay un punto de vista neutral ni negativo acerca del estándar de calidad que brindan los repuestos coreanos.

8. ¿Para usted los repuestos coreanos están hechos por una buena mano de obra?



Basado en: Almacenes de repuestos automotrices en Cuenca

En base a los resultados, se puede observar que el 59,09% de almacenes consideran totalmente de acuerdo que la fabricación de los repuestos coreanos están hechos por una buena mano de obra. Adicional, el 31,82% está bastante de acuerdo y el 9,09% está de acuerdo.

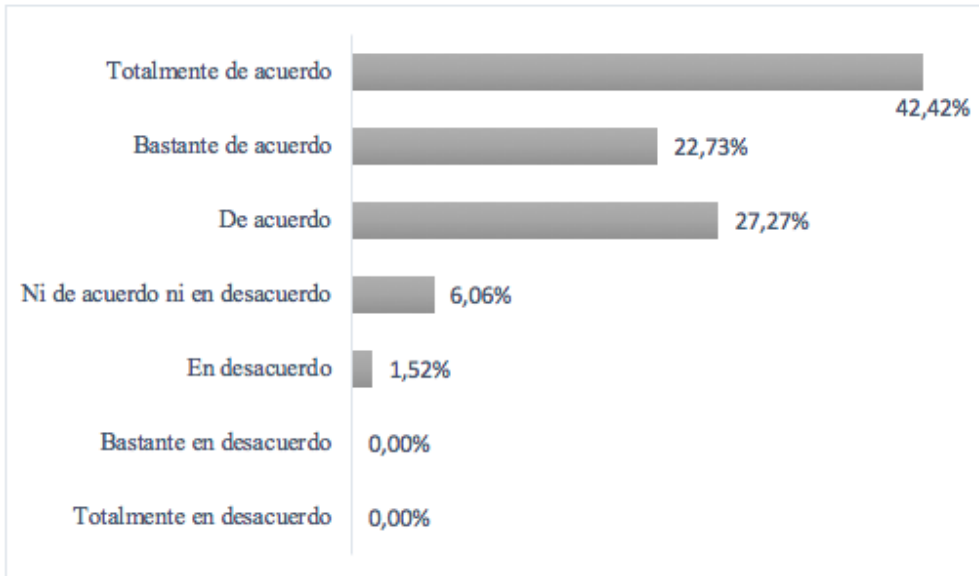
9. ¿Para usted los repuestos coreanos duran mucho tiempo?



Basado en: Almacenes de repuestos automotrices en Cuenca

Al consultar a los almacenes si consideran que los repuestos coreanos tienen una durabilidad de mucho tiempo, el 36,36% de almacenes está totalmente de acuerdo, el 25,76% está bastante de acuerdo y el 27,27% está de acuerdo, mientras que el 9,09% de encuestados no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, y apenas el 1,52% está en desacuerdo en el tiempo de durabilidad.

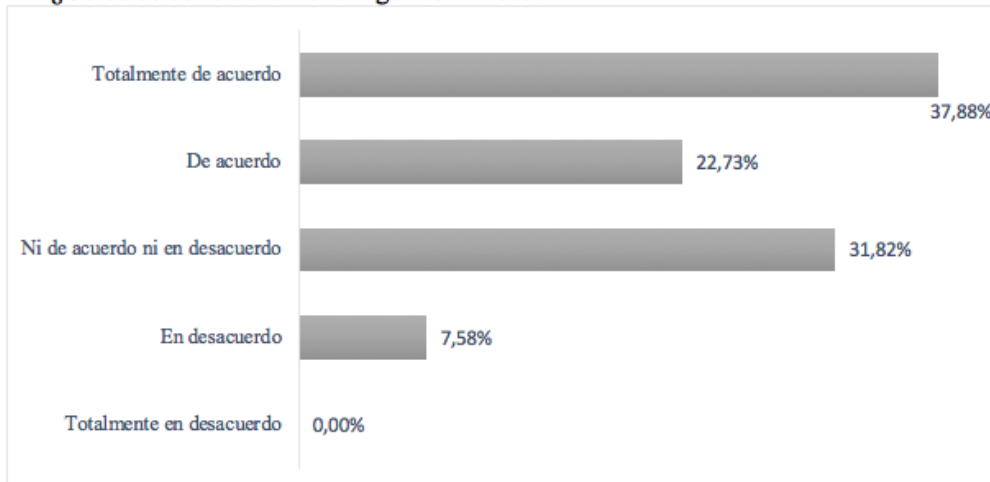
10. ¿Para usted los repuestos coreanos se desempeñan de manera consistente?



Basado en: Almacenes de repuestos automotrices en Cuenca

En el desempeño consistente de los repuestos coreanos, el 42,42% de los almacenes encuestados está totalmente de acuerdo con esta afirmación, el 22,73% está bastante de acuerdo, el 27,27% está de acuerdo, mientras que el 6,06% son neutrales y el 1,52% no está de acuerdo.

11. ¿Usted se considera fiel a algunas marcas?



Basado en: Almacenes de repuestos automotrices en Cuenca

Abarcando el tema de fidelidad de los almacenes, se pudo observar que el 37,88% está totalmente de acuerdo en considerarse fieles, el 22,73% está de acuerdo, mientras que el 31,82% no está de acuerdo ni en desacuerdo y el 7,58% está en desacuerdo sobre considerarse fieles.

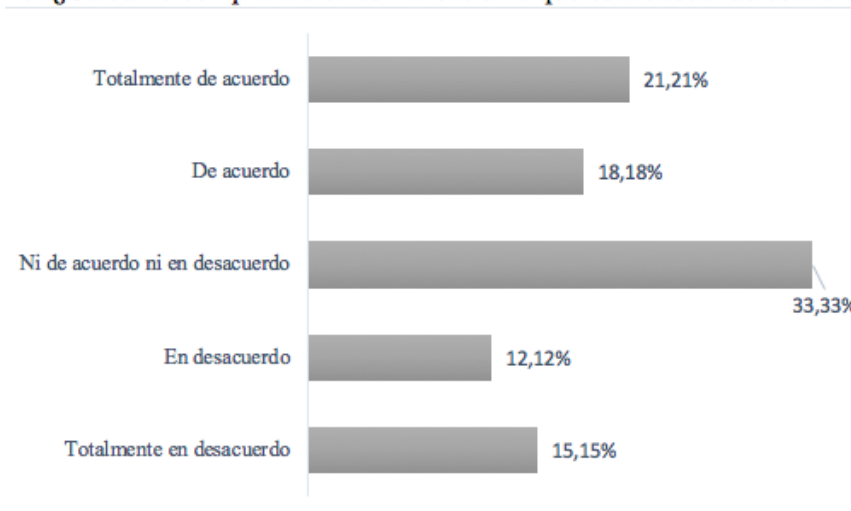
12. ¿Alguna marca será siempre su primera opción?



Basado en: Almacenes de repuestos automotrices en Cuenca

A su vez, al analizar acerca de la fidelidad de los almacenes a marcas en específico, el 37,88% está totalmente de acuerdo, el 22,73% está de acuerdo, mientras que el 31,82% no está de acuerdo ni en desacuerdo y el 7,58% está en desacuerdo sobre considerarse fieles a alguna marca.

13. ¿Usted no comprará a otras marcas si la que está buscando está disponible en la tienda?

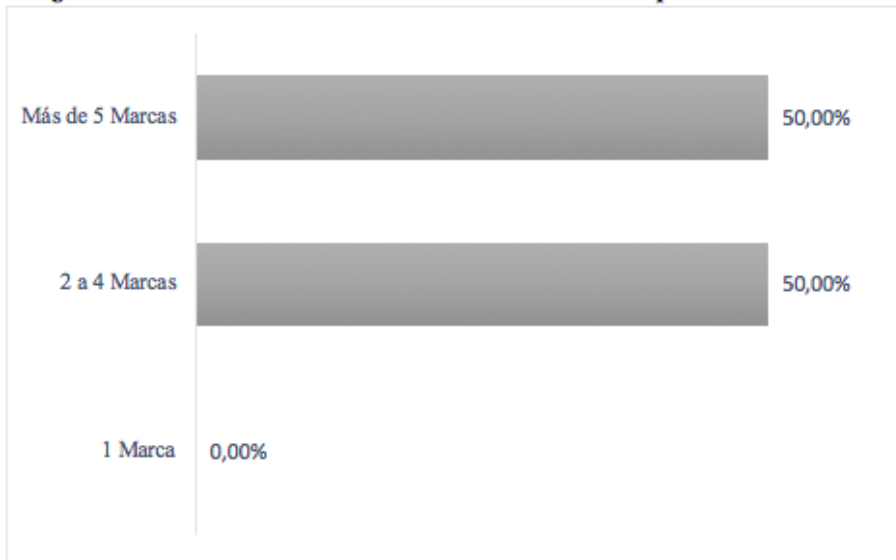


Basado en: Almacenes de repuestos automotrices en Cuenca

En la disponibilidad de marcas, se obtuvo como resultados principales que el 21,21% de almacenes está totalmente de acuerdo en que no comprarán otra marca a la que le son fieles, al igual que el 18,18% que se considera de acuerdo en que no comprarían otra marca de repuestos.

A su vez, el 33,33% se considera neutrales a esta afirmación, el 12,12% está en desacuerdo y el 15,15% está totalmente en desacuerdo.

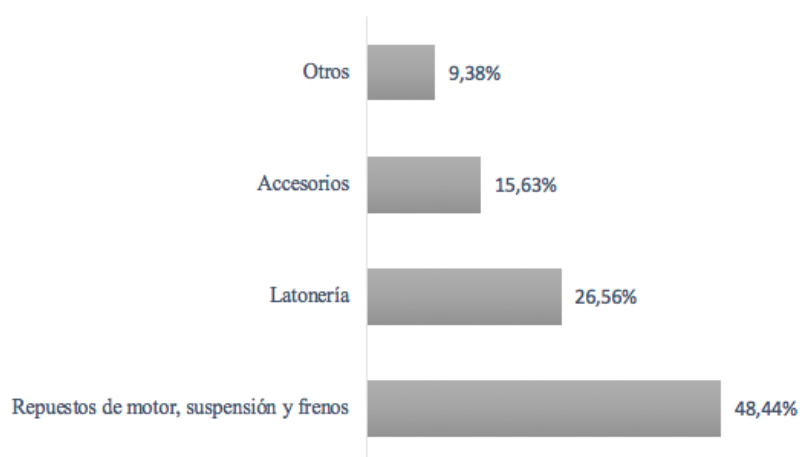
16. ¿Para cuantas marcas automotrices usted ofrece repuestos?



Basado en: Almacenes de repuestos automotrices en Cuenca

En la oferta de repuestos de los almacenes se ha encontrado que el 50% ofrece repuestos para la cantidad de 2 a 4 marcas de automotrices, mientras que el otro 50% de almacenes oferta partes para más de 5 marcas, en este aspecto cabe mencionar que no se encontró ningún establecimiento que ofrezca repuestos para una marca automotriz exclusiva.

17. Usted ofrece en su negocio:



Basado en: Almacenes de repuestos automotrices en Cuenca

En el tipo de repuestos o partes que se comercializan en los distintos almacenes en Cuenca, se pudo observar que el 48,44% de almacenes ofrecen repuestos de motor, suspensión y frenos, mientras que, la latonería es ofertada por el 26,56%. A su vez, el 15,3% de almacenes ofrecen productos de accesorios en su negocio, y apenas el 9,38% ofrecen algún servicio o producto distinto como aceites, grasas, entre otros.

Tabla 13.

Resultados variables de la encuesta

Resultados Variables			
	Intención compra	Calidad	Lealtad
Media	5,87	6,25	3,69
Desviación Estandar	1,11	0,64	0,87

Basado en: Almacenes de repuestos automotrices en Cuenca

La variable de intención de compra se analizó en las 4 primeras preguntas, seguida de la percepción de calidad en los 5 ítems siguientes y las tres últimas preguntas corresponden a la variable de lealtad.

Las dos primeras variables se determinaron con una escala de Likert de siete puntos, mientras que la variable lealtad con una escala de Likert de cinco puntos (Anexo 5).

Basándose en los resultados con respecto a la intención de compra, se demuestra que los almacenes encuestados en promedio están bastante de acuerdo en comprar

repuestos coreanos, con una desviación estándar de 1,11, lo que significa que algunos almacenes están de acuerdo con adquirir repuestos coreanos.

También, se ha podido encontrar que, en el mercado cuencano, los minoristas demandan productos de buena calidad ya que están en promedio bastante de acuerdo con esta afirmación, pocos están de desacuerdo con esta pregunta y consideran a otras variables más importantes como, por ejemplo, el precio.

Además, se puede destacar que los almacenes no demuestran una lealtad concreta, ya que en promedio se encuentran en una posición neutral. Por lo tanto, se estima que pueden estar interesados en adquirir productos a una nueva distribuidora, mostrando así, la importancia de plantear una estrategia para la fidelización de sus clientes.

2.2. Análisis de la competencia

Este análisis está desarrollado en base a información primaria obtenida del almacén Euro Corea e información secundaria que se ha obtenido del registro de los sitios web de las distintas distribuidoras.

2.2.1. Identificación de la competencia

En el país existen tres empresas dedicadas a la distribución exclusivamente de repuestos coreanos, estas son:

Corporación Automotriz Alvarado Cia. Ltda., empresa ubicada en la ciudad de Ambato. Su razón social es la venta al por mayor de todo tipo de partes, componentes, suministros, herramientas y accesorios para vehículos automotrices como: neumáticos (llantas), cámaras de aire para neumáticos (tubos). Incluye bujías, baterías, equipo de iluminación, partes y piezas eléctricas; esta empresa inició sus actividades comerciales a finales del año 2008 (Ecuadornegocios, 2022).

Jaroma S.A. empresa ubicada en la ciudad de Guayaquil. Su razón social es: venta al por mayor de todo tipo de partes, componentes, suministros, herramientas y accesorios para vehículos automotrices como: neumáticos (llantas), cámaras de aire para neumáticos (tubos). Incluye bujías, baterías, equipo de iluminación, partes y piezas eléctricas. Jaroma S.A. inició sus actividades comerciales en el año de 1998 (Ecuadornegocios, 2022).

Servirepuestos S.A. empresa ubicada en la ciudad de Guayaquil. Su razón social es: venta al por mayor de todo tipo de partes, componentes, suministros, herramientas y accesorios para vehículos automotrices como: neumáticos (llantas), cámaras de aire para neumáticos (tubos). Incluye bujías, baterías, equipo de iluminación partes y piezas eléctricas, esta empresa inició sus actividades comerciales en el año 2004 (EKOS,2022).

2.2.2. Análisis de los competidores

Como principal punto, se debe recalcar que estas 3 empresas representan una competencia directa para Euro Corea, ya que están dirigidas al mercado ecuatoriano y por ende al mercado en el que Euro Corea está enfocado ofreciendo la misma gama de productos. Las tres empresas distribuidoras antes mencionadas se abastecen de compañías directas en Corea del Sur, China e India que son tanto empresas fabricantes como distribuidoras. Actualmente, estas empresas extranjeras manejan la toma de pedidos de manera online y a su vez, cuenta con personal en su fuerza de ventas.

Para la distribución de sus productos, la empresa Corporación Automotriz Alvarado Cia. Ltda. los realiza mediante transporte de carga, el cual, una vez realizado el pedido demora de 1 a 2 días hábiles en entregar a sus clientes (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021).

Mientras que Jaroma S.A. y Servirepuestos S.A. realizan el despacho de sus pedidos de 3 a 7 días hábiles (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021). Para sus ventas los distribuidores manejan ventas a crédito, en el caso de Corporación Automotriz Alvarado Cia. Ltda. tiene una política de hasta 60 días, mientras que las otras dos distribuidoras manejan hasta 60 días de crédito (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021).

2.2.3. Características de la competencia

Tabla 14.

Análisis Características de la Competencia

Competencia	Producto o servicio	Tamaño de la empresa	Tiempo en el mercado
Corporación Automotriz Alvarado Cia. Ltda.	Repuestos para vehículos coreanos, partes de motor, suspensión, frenos y latonería	Gran Empresa	13 años
Jaroma S.A.	Repuestos para vehículos coreanos, partes de motor, suspensión y frenos	Gran Empresa	23 años
Servirepuestos S.A.	Repuestos para vehículos coreanos, partes de motor, suspensión, frenos.	Gran Empresa	17 años

Basado en: (Euro Corea, comunicación personal, 7 octubre 2021).

En la Tabla 14 se puede observar a la competencia directa en la distribución netamente de repuestos coreanos. Estas empresas manejan su distribución a nivel nacional y son las únicas en distribuir al por mayor dichos repuestos en el mercado cuencano.

Jaroma S.A. con 23 años, es la empresa con mayor trayectoria en la distribución de auto partes, seguido de Servirepuestos S.A. con 17 años y Corporación Automotriz Alvarado Cia. Ltda. que es la más reciente con 13 años de posicionamiento.

En comparación con la competencia, se debe mencionar que Euro Corea cuenta con 20 años de operación en el mercado cuencano. Esto ha permitido ir fortaleciendo sus relaciones con distribuidores nacionales y extranjeros, además de la experiencia que ha adquirido y desarrollado durante su trayectoria en el mercado de repuestos.

2.3. Tamaño de mercado

Tabla 15.

Participación de mercado de la competencia

Competencia	Promedio Ventas 2016 - 2020	%
Corporación Automotriz Alvarado	11.049.778,55	33%
Jaroma S.A.	16.733.476,44	51%
Servirepuestos S.A.	5.253.603,37	16%
Total	33.036.858,36	100%

Basado en: (Superintendencia de Compañías, Seguros y Valores, 2020)

Con respecto a la participación de mercado de la competencia se muestra en la Tabla 15 el promedio en ventas de cada distribuidora, siendo la empresa más antigua Jaroma S.A. la que mayor demanda cubre con un 51%, seguida por la empresa ambateña Corporación Automotriz Alvarado con el 33% y luego Servirepuestos S.A. con el 16%. Siendo el promedio de la demanda anual de \$33.036.858,36 para las tres distribuidoras.

Tabla 16.*Estimación de mercado*

Datos	
Total Autos en Ecuador	1.565.222
Total Kia y Hyundai circulando en el Ecuador	265.247
% Kia y Hyundai Ecuador	17%
Total Autos circulando en Azuay	121.704
Kia y Hyundai en Azuay	20.629
El % de Kia y Hyundai en Azuay	8%
Participación estimada Competencia en Azuay	\$ 2.569.347,32

Basado en: INEC (2020), (Superintendencia de Compañías, Seguros y Valores,2020).

En la estimación de participación de mercado de las distribuidoras en el Azuay, se investigó la cantidad de vehículos livianos matriculados en el 2020 en el país, dando un resultado de 1.565.222 vehículos. También, se pudo conocer que los automóviles coreanos cuentan actualmente con 265.247 unidades en el mercado (INEC, 2021).

Con respecto a la provincia del Azuay, esta registra 121.704 automóviles livianos, que da un estimado de 17% de autos coreanos que representan la cantidad de 20.629 unidades aproximadamente. Es decir, en esta provincia está concentrado el 8% de autos coreanos del país. Respecto a esta información, se puede estimar que la demanda actual promedio de repuestos coreanos para las marcas Hyundai y Kia para los distribuidores en Azuay es de \$2.569.347,32, es decir, el 8% de la demanda total a nivel de provincia.

CAPÍTULO 3

ESTUDIO FINANCIERO

Para realizar este estudio, primero se debe conceptualizar lo que es un proyecto de inversión que según menciona Meza “Un proyecto de inversión se describe como un plan, al que, si se le asigna un determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio útil a la sociedad” (2021, p.16), que constituye un conjunto de acciones que, una vez implementadas, incrementan la eficiencia y distribución de un bien o servicio.

3.1. Análisis de inversiones

El análisis de inversiones permite tomar en cuenta todas las inversiones que se requieren para instalar el proyecto y la operación de este. Para este análisis se requieren dos tipos de inversiones: las inversiones fijas y la inversión de capital inicial de trabajo.

3.1.1. Inversiones fijas

Las inversiones fijas son aquellas que se efectúan en la empresa y ayudan a su operación tales como: equipos, muebles e instalaciones que son indispensables para que la empresa comience sus actividades.

Tabla 17.

Inversiones fijas

Inversiones fijas				
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Estantes	unidad	15	\$ 110,00	\$ 1.650,00
Teléfono	unidad	1	\$ 56,00	\$ 56,00
Computador	unidad	1	\$ 540,00	\$ 540,00
Impresora	unidad	1	\$ 140,00	\$ 140,00
Escritorio	unidad	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Silla	unidad	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Carro manual con plataforma	unidad	2	\$ 125,00	\$ 250,00
E-commerce	unidad	1	\$ 350,00	\$ 350,00

Escalera	unidad	1	\$ 43,00	\$ 43,00
Total inversión				\$ 3.304,00
Elaborado por: Los autores				

3.1.2. Inversión de capital de trabajo inicial

Este hace referencia a las inversiones que son necesarias que la empresa realice para cubrir los gastos que surgen al momento del funcionamiento de la empresa.

Tabla 18.

Inversión en capital de trabajo

Inversión en capital de trabajo				
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Útiles de oficina	unidades	-	\$ 25,30	\$ 25,30
Adecuaciones eléctricas		\$ 1,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Adecuaciones de bodega		\$ 1,00	-\$ 35,00	-\$ 35,00
Mercadería inicial	global	-	-	\$ 300.000,00
Total inversión				\$ 300.140,30
Elaborado por: Los autores				

Tabla 19.

Resumen de inversiones

Resumen de inversiones	
Inversiones fijas	\$ 3.304,00
Inversiones en capital de trabajo	\$ 300.140,30
Total de capital de trabajo	\$ 303.444,30
Elaborado por: Los autores	

Para este proyecto se determinó una inversión inicial de \$303,444.30, en la cual se encuentran las inversiones fijas e inversiones en capital de trabajo. Cabe recalcar que la empresa se encargará de las inversiones fijas, y la inversión del capital de \$300,000.00 del proyecto será financiado en un 60% por el capital propio por parte de los dueños de la empresa Euro Corea y el 40% mediante financiamiento por parte de la institución financiera del Banco Internacional.

Para la mayoría de las inversiones, la empresa Euro Corea ha tomado la decisión de acudir al Banco Internacional por la apertura que brindan para el financiamiento del proyecto mencionado.

3.1.3. Depreciaciones y amortizaciones

Desde la óptica contable “la depreciación es la distribución como gasto del valor del activo en los periodos en los cuales presta sus servicios. Los activos fijos con excepción de los terrenos son de uso de la empresa por un número limitado de años y su costo se distribuye como gasto entre los años durante los cuales se usa” (Meza, 2021, p. 89).

Para conocer la depreciación de los muebles y enseres de Euro Corea se realizó la siguiente tabla, siguiendo los parámetros que han sido establecidos por la ley de régimen tributaria en parte del tiempo y porcentaje.

Tabla 20.

Depreciación de equipos, muebles y enseres

Depreciación de equipos, muebles y enseres															
Detalle	Cantidad	Depreciación	Costo total	Años										Valor residual	
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Estantes	10	10	\$ 1.375,00	\$ 137,50	\$ 137,50	\$ 137,50	\$ 137,50	\$ 137,50	\$ 137,50	\$ 137,50	\$ 137,50	\$ 137,50	\$ 137,50	\$ 137,50	0.00
Escritorio	1	10	\$ 230,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00	0.00
Silla	1	10	\$ 45,00	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	0.00

Escalera	1	10	\$ 43,00	\$ 4,30	\$ 4,30	\$ 4,30	\$ 4,30	\$ 4,30	\$ 4,30	\$ 4,30	\$ 4,30	\$ 4,30	\$ 4,30	\$ 4,30	0.00
Carro manual con plataforma	2	10	250.00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	0.00
Computador	1	3	\$ 540,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Impresora	1	3	\$ 140,00	\$ 46,66	\$ 46,66	\$ 46,66	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Teléfono	1	3	\$ 56,00	18.66	18.66	18.66	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total			\$ 2.429,00	\$ 420,96	\$ 420,96	\$ 420,96	\$ 194,30	\$ 194,30	\$ 194,30	\$ 194,30	\$ 194,30	\$ 194,30	\$ 194,30	\$ 194,30	0.00

Elaborado por: Los autores

3.2. Análisis de ingresos y egresos

Hay que tener en cuenta que la proyección de ingresos se hace con respecto al porcentaje de demanda insatisfecha, sin embargo, esto no garantiza que todas las compras (100% de la demanda que hay en la provincia) se realicen en Euro Corea.

3.2.1. Ingresos

De acuerdo al estudio de mercado realizado anteriormente, se ha podido establecer que existe una demanda actual en el mercado ecuatoriano por un valor de \$2.569.347,32. No obstante, por la restricción económica que tiene la empresa, se sugirió iniciar la operación con \$300.000,00 que representan un 11,67% del total de la demanda.

Además, se realizó una previsión de los ingresos de la empresa tomando en cuenta un promedio de 16% de las ventas anuales, teniendo presente que en el mercado existe una demanda potencial y cada año esta tendencia está en aumento. También, la infraestructura de la compañía tiene la capacidad de seguir creciendo lo que permitirá a futuro abarcar un mercado más extenso.

3.2.2. Proyección de ingresos

Para la proyección de ingresos se consideró la proyección anual de \$34,500.00 multiplicado por 12, puesto que la empresa pretende inyectar o realizar su importación sumando un total anual de \$414.000,00 obteniendo como resultados para los próximos 5 años los siguientes valores: La proyección de ingresos debería realizarse con respecto al crecimiento en ventas de los años anteriores

Tabla 21.

Ingresos proyectados

Ingresos proyectados					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Monto	461538,46	535384,61	621046,15	720413,54	835679,70

3.2.3. Egresos

3.2.4. Egresos en costos para la comercialización

Los egresos son las reducciones de dinero que la empresa debe efectuar para desempeñar el proceso de comercialización y colocar los productos en el mercado. Para los egresos se debe tener en cuenta los costos que la empresa debe realizar para el sector operativo de la misma.

Tabla 22.

Costos de comercialización

Costos de comercialización					
Descripción	Unidad	Volumen mensual	Volumen anual	Precio	Egreso anual
Cartones		45	540	0,85/100unid.	\$ 459,00
Total en costos de comercialización					\$ 459,00

Elaborado por: Los autores

Tabla 23.

Costo de ventas

Costo de ventas					
Descripción	Volumen trimestral	Volumen mensual	Volumen anual	Precio	Egreso anual
Mercadería global	1	1	12	\$ 25.000,00	\$ 300.000,00

Elaborado por: Los autores

Gastos

Son los valores que tienen que ser realizados por la empresa para su funcionamiento, en este caso se establecen los gastos en el sector comercial de la empresa siendo estos los siguientes:

Tabla 24.

Gastos Administrativos

Gastos administrativos					
Descripción	Unidad	Volumen mensual	Volumen anual	Precio	Egreso anual
Bodeguero	Sueldo	1	12	\$ 500,00	\$ 6.000,00

Administrador	Sueldo	1	12	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Agente de ventas	Sueldo	1	12	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Servicios básicos (agua y luz)	Mes	1	12	\$ 35,00	\$ 204,00
Internet	Mes	1	12	\$ 21,20	\$ 254,40
Teléfono	Mes	1	12	\$ 12,00	\$ 144,00
Arriendo	Mes	1	12	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Total					\$ 24.002,40
Elaborado por: Los autores					

Tabla 25.

Gastos Financieros

Gastos financieros				
Descripción	Unidad	Volumen mensual	Volumen anual	Egreso anual
Intereses préstamo	Global	1	12	\$ 38.093,87
Total				\$ 38.093,87
Elaborado por: Los autores				

Tabla 26.

Resumen de costos y gastos para el primer año (Operacionales)

Resumen de costos y gastos (Operacionales)	
Descripción	Total anual
Costos en comercialización	\$ 459,00
Gastos de administración	\$ 24.002,40
Costos de ventas	\$ 300.000,00
Total	\$ 324.461,40
Elaborado por: Los autores	

Tabla 27.

Resumen de costos y gastos para el primer año (No Operacionales)

Resumen de costos y gastos (No Operacionales)		
Descripción	Mensual	Total Anual
Gastos financieros (No Operacionales) por cada año	1	\$ 12.747,68
	2	\$ 10.474,07
	3	\$ 7.926,51
	4	\$ 5.072,02

	5	\$ 1.873,59
Total		\$ 38.093,87
Elaborado por: Los autores		

Proyecto de egresos

En la proyección de egresos de la empresa se estimó un 16% para tener una relación directa con los ingresos de la misma. En cuanto a los gastos en la parte administrativa se tomará en cuenta un promedio del 2.3%, que es el crecimiento salarial con respecto a los últimos tres años. Los gastos financieros son constantes en el tiempo ya que tiene que cumplirse obligatoriamente de acuerdo al pago.

Tabla 28.

Egresos proyectados

Egresos proyectados					
Descripción	Años				
	1	2	3	4	5
Costo de ventas	300000,00	348000,00	403680,00	468268,80	543191,81
Costos de comercialización	540,00	626,40	726,62	842,88	977,75
Gastos de administración	24002,40	24554,46	25119,21	25696,95	26287,98
Total	324542,40	373180,86	429525,83	494808,63	570457,53
Elaborado por: Los autores					

3.3. Evaluación financiera

La parte vital de la empresa según Gitman (2007) es el flujo de efectivo. Este es el enfoque principal del administrador financiero, tanto para el campo de las finanzas diarias como para el de la planificación y la toma de decisiones estratégicas, las cuales se centran en la creación de valor para los accionistas.

Entonces, para poder medir la evaluación financiera del proyecto hay que realizar un flujo de efectivo para cinco años, tiempo que ya se calculó en todas las proyecciones anteriores.

En esta evaluación financiera han sido utilizados los indicadores financieros: VAN y TIR que son los índices financieros que permiten visualizar y determinar si el proyecto es viable o no, mostrando la rentabilidad del mismo.

3.3.1. Flujo de caja

Tabla 28.

Flujo de caja proyectada

Flujo de caja proyectada							
		Año					
	Ingresos	0	1	2	3	4	5
(+)	Venta de mercadería		\$ 461.538,46	\$ 535.384,61	\$ 621.046,15	\$ 720.413,54	\$ 835.679,70
	Egresos						
(-)	Costo de venta		\$ 300.000,00	\$ 348.000,00	\$ 403.680,00	\$ 468.268,80	\$ 543.191,81
(-)	Costos de comercialización		\$ 540,00	\$ 626,40	\$ 726,62	\$ 842,88	\$ 977,75
(-)	Gastos de administración		\$ 24.002,40	\$ 24.554,46	\$ 25.119,21	\$ 25.696,95	\$ 26.287,98
(-)	Capital pagado		\$ 18.871,09	\$ 21.144,71	\$ 23.692,27	\$ 26.546,77	\$ 29.745,18
(-)	Intereses bancarios		\$ 12.747,68	\$ 10.474,07	\$ 7.926,51	\$ 5.072,02	\$ 1.873,59
(-)	Depreciaciones		\$ 420,96	\$ 420,96	\$ 420,96	\$ 194,30	\$ 194,30
	UTILIDAD DEL PROYECTO		\$ 104.956,33	\$ 130.164,02	\$ 159.480,58	\$ 193.791,81	\$ 233.409,10
(-)	Participación de trabajadores 15%		\$ 15.743,45	\$ 19.524,60	\$ 23.922,09	\$ 29.068,77	\$ 35.011,36
	UTILIDAD DESPUES TRAB.		\$ 89.212,88	\$ 110.639,42	\$ 135.558,49	\$ 164.723,04	\$ 198.397,73
(-)	Impuesto a la renta		\$ 22.303,22	\$ 27.659,85	\$ 33.889,62	\$ 41.180,76	\$ 49.599,43
	UTILIDAD NETA		\$ 66.909,66	\$ 82.979,56	\$ 101.668,87	\$ 123.542,28	\$ 148.798,30

(-)	Inversiones en capital de trabajo	\$ 180.000,00					
(+)	Recuperación del capital de trabajo						\$ 180.000,00
(+)	Depreciaciones		\$ 420,96	\$ 420,96	\$ 420,96	\$ 194,30	\$ 194,30
(-)	Credito recibido (Prestamo)	\$ -120.000,00					
	FLUJO NETO	\$ -300.000,00	\$ 67.330,62	\$ 83.400,52	\$ 102.089,83	\$ 23.736,58	\$ 328.992,60
Elaborado por: Los autores							

3.3.2. Periodo de retorno de la inversión (*Pay Back*)

Nos da a saber el tiempo determinado en que un proyecto se tardará en recuperar la inversión inicial mediante los flujos de caja.

Tabla 29.

Retorno de inversión

Retorno de inversión (Pay Back)		
Año	Flujo	Acumulación
1	\$ 67.330,62	\$ 67.330,62
2	\$ 83.400,52	\$ 150.731,14
3	\$ 102.089,83	\$ 252.820,97
4	\$ 123.736,58	\$ 376.557,55

Elaborado por: Los autores

La inversión inicial de la empresa Euro Corea es de \$300.000,00 y en base a los flujos que se han proyectado se ha podido calcular que el *Pay Back* estaría a mediados del tercer año. Para detallarlo de mejor manera, se realizó el cálculo de *Pay Back* mediante una regla de tres, para determinar el año con el mes exacto, como se indica a continuación:

Si para el año 3 (36 meses) se recupera el monto de \$252.820,97 lo que faltaría por recuperar es \$47.179,03 que se calcula con la siguiente fórmula:

$$X = (47.179,03 * 3) / 252.820,97 = 5 \text{ meses}$$

Se recuperaría la inversión en 3 años 5 meses.

3.3.3. Coste promedio ponderado del capital (CPPC o WACC)

“Es el costo promedio de financiar los activos a través del pasivo, del patrimonio o de ambos. Es decir, encontrar el costo que realmente genera la financiación de los activos de capital y los que generan flujos de efectivo” (Cala, Noriega & Gualdrón, 2017, p.8).

Para poder calcular la tasa de descuento se ha aplicado la fórmula del WACC (Costo medio ponderado de capital) aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{WACC: } \frac{K_e}{*} \frac{E}{(E+D)} + \frac{K_d}{*} \frac{D}{(E+D)} * (1-T)$$

Interés del préstamo (Kd): 11,43%

Porcentaje de ganancia del inversionista (ke): 20%

Préstamo bancario (D): \$120.000

Capital propio (E): \$180.000

Impuesto a la renta (T): 25%

3.3.4. Valor actual neto (VAN)

“El VAN de una inversión se define como la diferencia entre el valor presente de los flujos futuros del proyecto y la inversión inicial necesaria para ejecutar el mismo. Este es un indicador que mide el beneficio económico de un proyecto dado su flujo de fondos y su tasa de descuento” (Virreira, 2020, p.37)

La tasa de descuento podría ser diferente para cada periodo, pero para simplicidad, se asumirá que esta es igual en todos los periodos considerados.

Tabla 30.

Cálculo de VAN

Cálculo de VAN	
Detalle	Valor
Tasa de descuento	15%
VAN	\$123.051,12
Elaborado por: Los autores	

VAN > cero.	El proyecto debe ser aceptado
VAN < cero.	El proyecto debe ser rechazado
VAN = cero.	No es sugerente invertir en el proyecto

Conclusión del VAN: Como se puede observar en la Tabla 29, el valor del VAN es positivo, es decir que, al ser un valor mayor a cero, la empresa obtendrá un mayor rendimiento que el costo del capital, por lo tanto, se acepta el proyecto de distribución al por mayor.

3.3.5. Tasa de interna de retorno (TIR)

La TIR de un proyecto representa la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto valga cero. Por lo tanto, en cierta medida, representa la rentabilidad que el proyecto estaría generando para los inversionistas. Más que ver a la TIR como un criterio independiente se puede pensar a la TIR como un acompañamiento del VAN. El VAN dice cuál es el valor económico agregado por el proyecto, mientras que la TIR indica la rentabilidad aproximada del proyecto (Virreira, 2020, p.72).

Tabla 31.

Cálculo TIR

Cálculo TIR	
Detalle	Valor
TIR	27%
Elaborado por: Los autores	

Conclusión del TIR: En cuanto al indicador de la TIR se ha determinado un 27%, por lo que se demuestra que el proyecto es factible.

3.4. Análisis de financiamiento de costes y capital

Tabla 32.

Financiamiento de capital

Financiamiento de capital		
Fuente de financiamiento	Porcentaje de participación	Inversión total
Capital propio	60%	\$ 180.000,00
Banco Internacional	40%	\$ 120.000,00
Total	100%	
Elaborado por: Los autores		

3.4.1. Financiamiento

Tabla 33.

Descripción del financiamiento

Descripción del financiamiento	
Valores	
Importe del préstamo	\$ 120.000,00
Interés anual	11.43%
Periodo del préstamo	5
Número de pagos anuales	60
Fecha de inicio del préstamo	3/3/22
Elaborado por: Los autores	

Tabla 34.

Cálculo del dividendo del pago mensual

Cálculo de dividendo	
Detalle	Valor
Capital	\$ 120.000,00
Tasa de interés anual	11.43%
Plazo en años	5
Forma de pago	Mensual
Total periodos	60
Valor dividendo	2634,9
Elaborado por: Los autores	

3.5. Análisis de sensibilidad

En el análisis de sensibilidad se deben considerar las variables posibles que puedan modificar la información financiera de la empresa, en las cuales se deberán analizar estos cambios de acuerdo a su experiencia y se modificarán los valores con el propósito de poder crear escenarios distintos (Baca, 2001) (Morales & Morales, 2009).

El análisis de sensibilidad (AS) es un procedimiento medio el cual se puede determinar que tan sensible es la TIR o la VAN ante cambios en determinadas variables de inversión, considerando que las demás variables no cambian (Baca, 2001) (Morales & Morales, 2009).

Para este análisis de sensibilidad se ha tomado en cuenta dos escenarios: el escenario optimista y el escenario pesimista.

3.5.1. Escenario Optimista

Para elaborar el cuadro del escenario optimista se debe tomar en cuenta: un incremento de ventas del 10% para cada año, esto en base a que el mercado automotriz tiene una demanda al alza y un 10% de incremento del costo de venta anual.

Tabla 35.*Flujo de caja proyectado*

Flujo de caja proyectada							
		Año					
	Ingresos	0	1	2	3	4	5
(+)	Venta de mercadería		\$ 512.820,51	\$ 646.153,84	\$ 814.153,84	\$ 1.025.833,84	\$ 1.292.550,64
	Egresos						
(-)	Costo de venta		\$ 300.000,00	\$ 378.000,00	\$ 476.280,00	\$ 600.112,80	\$ 756.142,13
(-)	Costos de comercialización		\$ 540,00	\$ 626,40	\$ 726,62	\$ 842,88	\$ 977,75
(-)	Gastos de administración		\$ 24.002,40	\$ 24.554,46	\$ 25.119,21	\$ 25.696,95	\$ 26.287,98
(-)	Capital pagado		\$ 18.871,09	\$ 21.144,71	\$ 23.692,27	\$ 26.546,77	\$ 29.745,18
(-)	Intereses bancarias		\$ 12.747,68	\$ 10.474,07	\$ 7.926,51	\$ 5.072,02	\$ 1.873,59
(-)	Depreciaciones		\$ 420,96	\$ 420,96	\$ 420,96	\$ 194,30	\$ 194,30
	UTILIDAD DEL PROYECTO		\$ 156.238,38	\$ 210.933,25	\$ 279.988,27	\$ 367.368,12	\$ 477.329,72
(-)	Participación de trabajadores 15%		\$ 23.435,76	\$ 31.639,99	\$ 41.998,24	\$ 55.105,22	\$ 71.599,46
	UTILIDAD DESPUES TRAB.		\$ 132.802,62	\$ 179.293,26	\$ 237.990,03	\$ 312.262,90	\$ 405.730,26
(-)	Impuesto a la renta		\$ 33.200,66	\$ 44.823,32	\$ 59.497,51	\$ 78.065,72	\$ 101.432,56

	UTILIDAD NETA		\$ 99.601,97	\$ 134.469,95	\$ 178.492,52	\$ 234.197,17	\$ 304.297,69
(-)	Inversiones en capital de trabajo	\$-180000					
(+)	Recuperación del capital de trabajo						\$ 180.000,00
(+)	Depreciaciones		\$ 420,96	\$ 420,96	\$ 420,96	\$ 194,30	\$ 194,30
(-)	Credito recibido (Prestamo)	\$-120000					
	FLUJO NETO	\$-300000	\$ 100.022,93	\$ 134.890,91	\$ 178.913,48	\$ 234.391,47	\$ 484.491,99

Valor actual neto VAN

Tasa: 15%

VAN: 402.703,61

Tasa interna de retorno TIR

TIR: 48%

3.5.2. Escenario Pesimista

Para elaborar el cuadro del escenario pesimista se debe tomar en cuenta lo siguiente: los ingresos con una reducción del 10% para el primer año y posteriormente un 10% de aumento para los siguientes años.

Para esta reducción se tomó en cuenta la reducción de demanda que podría existir en el mercado automotriz. Además, más el 2.3% del promedio de incremento salarial por año de acuerdo a la ley.

Tabla 36.

Flujo de caja proyectada

Flujo de caja proyectada							
		Año					
	Ingresos	0	1	2	3	4	5
(+)	Venta de mercadería		\$ 400.000,00	\$ 440.000,00	\$ 484.000,00	\$ 532.400,00	\$ 585.640,00
	Egresos						
(-)	Costo de venta		\$ 300.000,00	\$ 348.000,00	\$ 403.680,00	\$ 468.268,80	\$ 543.191,81
(-)	Costos de comercialización		\$ 540,00	\$ 626,40	\$ 726,62	\$ 842,88	\$ 977,75
(-)	Gastos de administración		\$ 24.002,40	\$ 24.554,46	\$ 25.119,21	\$ 25.696,95	\$ 26.287,98
(-)	Capital pagado		\$ 18.871,09	\$ 21.144,71	\$ 23.692,27	\$ 26.546,77	\$ 29.745,18
(-)	Intereses bancarias		\$ 12.747,68	\$ 10.474,07	\$ 7.926,51	\$ 5.072,02	\$ 1.873,59
(-)	Depreciaciones		\$ 420,96	\$ 420,96	\$ 420,96	\$ 194,30	\$ 194,30
	UTILIDAD DEL PROYECTO		\$ 43.417,87	\$ 34.779,40	\$ 22.434,43	\$ 5.778,28	\$ -16.630,60
(-)	Participación de trabajadores 15%		\$ 6.512,68	\$ 5.216,91	\$ 3.365,16	\$ 866,74	\$ -
	UTILIDAD DESPUES TRAB.		\$ 36.905,19	\$ 29.562,49	\$ 19.069,26	\$ 4.911,54	\$ -16.630,60

(-)	Impuesto a la renta		\$ 9.226,30	\$ 7.390,62	\$ 4.767,32	\$ 1.227,88	\$ -
	UTILIDAD NETA		\$ 27.678,89	\$ 22.171,87	\$ 14.301,95	\$ 3.683,65	\$ -16.630,60
(-)	Inversiones en capital de trabajo	\$-180000					
(+)	Recuperación del capital de trabajo						\$ 180.000,00
(+)	Depreciaciones		\$ 420,96	\$ 420,96	\$ 420,96	\$ 194,30	\$ 194,30
(-)	Credito recibido (Prestamo)	\$-120000					
	FLUJO NETO	\$-300000	\$ 28.099,85	\$ 22.592,83	\$ 14.722,91	\$ 3.877,95	\$ 163.563,70
Elaborado por: Los autores							

Valor actual neto VAN

Tasa: 15%

VAN: -127.738,64

Tasa interna de retorno TIR

TIR: -6

Análisis de los escenarios planteados: Como podemos observar, en el escenario optimista hubo un cambio en los ingresos con una tendencia de mejora considerable y por ende se reflejan valores positivos en el flujo proyectado, lo que va a permitir al inversionista tomar decisiones desde el enfoque en que el negocio puede llegar a tener buena acogida en el mercado. Mientras que en el escenario pesimista también se cambia el ingreso, pero en esta ocasión se refleja una disminución del mismo por lo que el resultado es que la empresa no es viable desde el punto de vista del análisis de los indicadores financieros VAN y TIR lo que da a entender que el proyecto no es aceptado.

CONCLUSIONES

El estudio de factibilidad es una herramienta que ayuda a determinar la viabilidad de un negocio y evaluar las condiciones externas o internas que lo afectan. Éste ayuda a tomar decisiones eficaces tomando en cuenta la aceptación en el mercado y los indicadores financieros que proporcionan información sobre la salud financiera de la empresa y si está en condiciones de cumplir con sus obligaciones respecto a las finanzas. Logrando de esta manera, reducir la incertidumbre al momento de invertir en el proyecto y tomar la mejor decisión como inversor.

El estudio de este proyecto comenzó con un análisis general del sector automotriz que permitió conocer las oportunidades y amenazas del mismo. Adicional, se pudo evidenciar la importancia del sector automotriz para la economía del país. Se analizó las marcas coreanas en el país (Kia y Hyundai), su crecimiento en ventas a nivel de país y a nivel provincial en el Azuay, para así conocer su posicionamiento en el mercado. Después se analizó como caso de estudio a la empresa Euro Corea en los últimos tres años.

Con respecto a la empresa Euro Corea, esta cuenta con una experiencia de 20 años en el mercado automotriz lo que brinda una base fundamental para el arranque del negocio enfocado hacia la venta al por mayor. Es así que el estudio de mercado demostró que existe una gran cantidad de almacenes automotrices con intención de compra de los repuestos coreanos al por mayor. Es decir que, existe una posibilidad de que un nuevo distribuidor ingrese al mercado de Cuenca y sea aceptado para satisfacer la demanda actual y su incremento. Además, hay que destacar que, los almacenes a los que se hizo este estudio de mercado no demuestran una lealtad concreta hacia alguna distribuidora de repuestos, con lo cual se puede estimar que puede entrar una nueva distribuidora con marcas de productos conocidas o nuevas que tengan similares características.

El estudio técnico ayudó a corroborar el tamaño del mercado, los recursos humanos, tecnológicos y financieros que se necesitan para la puesta en marcha del proyecto. Por otra parte, en cuanto a la parte financiera se destacan algunos puntos:

- La inversión total del proyecto para iniciar sus actividades como almacén de distribución es de USD 300 000,00. El cual el 60% es financiado con capital

propio, es decir USD 180 000,00 y el 40% financiado con la institución financiera del Banco Internacional a un plazo mensual de 5 años.

- Índices financieros como el VAN y TIR con resultados positivos, augurando la implementación del almacén distribuidor de repuestos coreanos. Es decir, un proyecto económicamente rentable.

RECOMENDACIONES

Como destaca (David, 2013) que aun cuando las empresas se enfocan en la importancia de establecer objetivos financieros, al presentarse la necesidad de tomar decisiones cruciales muchas veces se imponen los objetivos estratégico y viceversa.

En el estudio de factibilidad se pudo destacar puntos claves para que ayuden a cumplir con el objetivo y la viabilidad de la nueva distribuidora de repuestos. Por eso se puede sugerir lo siguiente:

- Fortalecer las alianzas con los distribuidores de origen, para obtener exclusividad en algunos productos, mejorar precios y créditos.
- Estrategia de ventas y comercialización, para brindar un excelente servicio además de productos para poder fidelizar a clientes.
- Añadir a la oferta repuestos para una nueva marca automotriz en tendencia a posicionarse.
- Planificación para introducción al mercado las provincias aledañas del Azuay para mejorar el crecimiento en ventas de la distribuidora.

REFERENCIAS

- Alvarado, P., & Vásconez, L. (2021). *Arancel baja o se elimina para 10% de bienes de consumo en Ecuador*. Recuperado 15 Diciembre 2021, de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/ecuador-arancel-bienes-consumo-economia.html>.
- Arias, M. (2015). *El sector automotriz: evaluación del componente nacional en el periodo 2002-2013*. (Trabajo de Fin de Grado. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito). Recuperado 7 octubre 2021, de: <https://bit.ly/3IQeg8H>
- Asociación de Empresas Automotrices Del Ecuador (2017). *Anuario 2017*. Recuperado 11 febrero 2022, de: <http://www.aeade.net/wp-content/uploads/2018/04/anuario%202017%20final%20web.pdf>
- AEADE (2018). *Anuario 2018*. Recuperado 15 febrero 2022, de: <http://www.aeade.net/wp-content/uploads/2019/03/Anuario%202018.pdf>
- AEADE (2019). *Anuario 2019*. Recuperado 15 febrero 2022, de: https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2020/07/AEADE-ANUARIO-2019-OK_1.pdf
- AEADE (2020). *Anuario 2020*. Recuperado 15 febrero 2022, de: <https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2021/06/ANUARIO-2020-AEADE-1.pdf>
- Autobild.es (2022). *Historia de Kia: 1944-1950*. Recuperado 8 octubre 2021, de: <https://www.autobild.es/coches/kia/historia>
- Baca, G. (2001). *Evaluación de proyectos* (4ta ed.) México DF: McGraw Hill Interamericana.
- Banco Central del Ecuador. (2020). *Reporte de Pobreza, Ingreso y Desigualdad*. Recuperado 7 octubre 2021, de: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/Empleo/PobrezaDic2020.pdf>
- Banco Mundial. (2021). *Ecuador: panorama general*. Banco mundial. Retrieved 3 January 2022, from <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview#1>.
- Cala, G., Noriega, E. y Gualdrón, A. (2017). *El Impacto del WACC (Weighted Average Cost of Capital) en la valoración de empresas*. 1-14. Recuperado 11 octubre 2021, de: <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/innovando/article/view/3898/3276>
- Carrillo, D. (2009). *Diagnóstico del Sector Automotriz: Noviembre 2019*. Recuperado 9 octubre 2021, de: <https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2021/04/AUTOMOTRIZ-1.pdf>

- Chávez, N. y Córdova, C. (2017). Edición del riesgo de la gestión financiera de las compañías con la utilización del análisis discriminante: el caso de las industrias de la región 7 del Ecuador. *Revista Publicando*, 4(13), 90-107. Recuperado de https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/779/pdf_563
- Chevrolet (2016). *Chevrolet Celebra 90 años en Ecuador*. Recuperado 9 de octubre 2021, de: <https://media.gm.com/media/ec/es/chevrolet/news.detail.html/content/Pages/news/ec/es/2016/sep/0915-90.html>
- Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades (2021). *Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades*. Recuperado 7 octubre 2021, de: [https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/estadisticas-de-discapacidad/Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades \(2021\). Estadísticas de Discapacidad](https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/estadisticas-de-discapacidad/Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades (2021). Estadísticas de Discapacidad). Recuperado 7 octubre 2021, de: <https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/estadisticas-de-discapacidad/>
- Cremades, A. y Bianchi, M. (2016). *El mercado de repuestos para automóviles en Ecuador Abril 2016*. Recuperado 4 octubre 2021, de: <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/884641079radBFA4B.pdf>
- David, F. (2013). *Conceptos de administracion e strategica* (p. 134). Pearson Educación de México S.A. de C.V.
- Dillon, E. (2019). *Manual de procedimientos para la importación de frenos y servofrenos automotrices a Ecuador desde la Unión Europea*. (Trabajo de Fin de Master. Universidad Politécnica de Valencia, Valencia). Recuperado de: <https://bit.ly/3Be5f4Q>
- Ecuadornegocios (2022). *Corporacion automotriz alvarado cia. Ltda*. Recuperado 7 octubre 2021, de: <https://ecuadornegocios.com/info/corpai-cia-ltda-2203649>
- Ecuadornegocios (2022). *Jaroma S.A*. Recuperado 7 octubre 2021, de: <https://ecuadornegocios.com/info/jaroma-sa-3357249>
- Arancel baja o se elimina para 10% de bienes de consumo en Ecuador*. (2021). Retrieved 15 December 2021, from <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/ecuador-arancel-bienes-consumo-economia.html>.
- EKOS (2022). *Guía de negocios: Servirepuestos S.A*. Recuperado 7 octubre 2021, de: <https://www.ekosnegocios.com/empresa/servirepuestos-sa>
- Gitman, L. (2007). *Principios de administración financiera* (11a. ed.)(p. 92). Pearson Educación.
- Humphrey, A. (2004). *Análisis DOFA y análisis PEST*. Recuperado 7 octubre 2021, de: https://degerencia.com/articulo/analisis_dofa_y_analisis_pest/

- Hyundai Motor Company (2022). *History*. Recuperado 7 octubre 2021, de: <https://www.hyundai.com/worldwide/en/footer/corporate/history/2021-2025>
- IESS (2021). *Asegurados del IESS ya superan los 8.4 millones de personas*. Recuperado 11 febrero 2022, de: <https://bit.ly/3pJrL2F>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo (2020). *Tabulados-Anuario de Estadística de transporte (ANET) 2020*. Recuperado 14 febrero 2020, de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/transporte/>
- INEC (2021). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo, y Subempleo (ENEMDU) junio 2021: Pobreza y desigualdad*. Recuperado 4 octubre 2021, de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2021/Junio-2021/202106_Boletin_pobreza.PDF
- INEC (2021). *Encuesta Nacional Multipropósito de Hogares (Seguimiento al Plan Nacional de Desarrollo)*. Recuperado 7 octubre 2021, de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf
- INEC (2021). *Transporte: Información Estadística de Transporte*. Recuperado 7 octubre 2021, de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/transporte/>
- Instituto de Seguridad Social del Ecuador (2021). *Asegurados del IESS ya superan los 8.4 millones de personas*. Recuperado 4 octubre 2021, de: <https://bit.ly/3HLovdk>
- Meza, J. (2021). *Generalidades sobre proyectos de inversión*. Recuperado 4 octubre 2021, de: academia.edu/29862653/Generalidades_sobre_proyectos_de_inversi%C3%B3n?pop_sutd=false
- Morales, A y Morales, J. (2009). *Proyectos de Inversión: Evaluación y Formulación*. (1ra ed.). México DF: McGraw Hill Interamericana.
- Proecuador (2013) *Análisis del Sector Automotriz*. Recuperado de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/PROEC_AS2013_AUTOMOTRIZ1.pdf
- Quinde, V., Vera, N., Ordeñana, A. y Silvera, K. (2022). El Sector Automotriz en Ecuador: antecedentes, situación actual y perspectivas. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 109(25), 18-23. doi: 10.47460/UCT.V25I109.443
- Sandoval, R. (2012). *Importación Productos Equinos: VetFarm Ecuador*. (Trabajo de Fin de Grado. Universidad San Francisco de Quito, Quito). Recuperado de: <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/2185/1/106073.pdf>
- Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. (2021). *Boletín Oficial 206*. Recuperado 7 octubre 2021, de: <https://www.comunicacion.gob.ec/el-ecuador-del-encuentro-estrecha-relacion-con-la-caf-para-impulsar-programas-sociales-y-de-reactivacion/>

Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. (2021). *¡Juntos lo logramos en los primeros 100 días de gestión!*: Boletín Oficial 203. Recuperado 7 octubre 2021, de: <https://www.comunicacion.gob.ec/juntos-lo-logramos-en-los-primeros-100-dias-de-gestion/>

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2020). *Estados Financieros*. Recuperado 11 octubre 2021, de: <https://www.supercias.gob.ec/portalscv/s/>

Vicepresidencia de la República del Ecuador (2022). *Ecuador firmará el acuerdo comercial con la unión europea el 11 de noviembre*. Recuperado 4 de octubre 2021, de: <https://www.vicepresidencia.gob.ec/ecuador-firmara-el-acuerdo-comercial-con-la-union-europea-el-11-de-noviembre-2/>

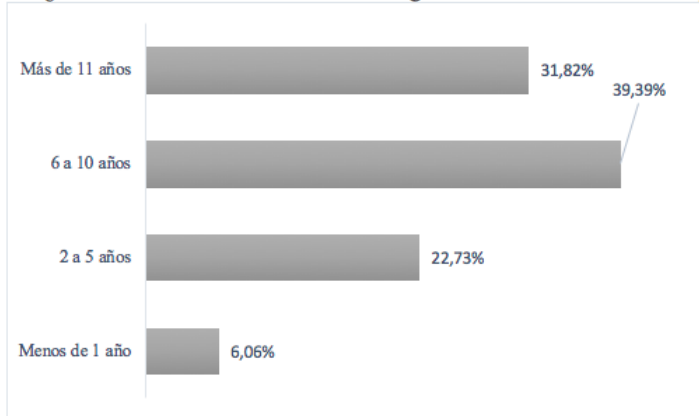
Virreira, M. (2020). *Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión: Métodos y aplicaciones*. (Trabajo de Fin de Máster. Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra, Santa Cruz). Recuperado 8 octubre 2021 de: https://www.upsa.edu.bo/images/libro_evaluacion-financiera-de-proyectos-de-inversion.pdf

ANEXOS

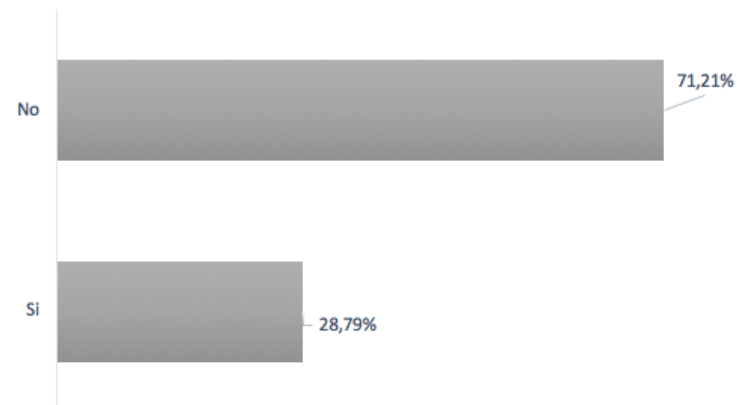
Anexo 1.

Datos demográficos encuesta

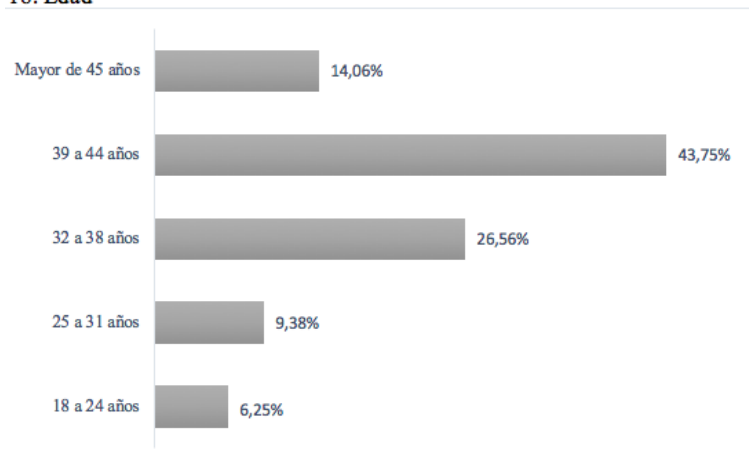
14. ¿Cuántos años está establecido su negocio en el mercado de los repuestos automotrices?



15. Su negocio dispone de sucursales



18. Edad



Anexo 2

Balance General

BALANCE GENERAL			
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018			
ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE			20.893,58
Banco Pichincha		-141,11	
Banco Austro		766,55	
Caja General		20.268,14	
ACTIVO EXIGIBLE			10.341,63
Cuentas por Cobrar		10.341,63	
(-) Provision cuentas incobrables			
OTROS ACTIVOS CORRIENTES			37.812,78
Anticipo Impudic		3.859,48	
Credito tributad ic		1.553,22	
Credito tributad ic		26.346,17	
Credito Tributad ic		6.053,91	
ACTIVO REALIZABLE			465.347,20
Inventario Mercaderias		465.347,20	
ACTIVO FIJO			21.300,87
Edificio			
Terreno			
Vehiculo	revisar	37.365,00	
Muebles y Enseres		9.520,00	
Equipo de Computacion		3.522,00	
Depreciacion acumulada act		29.106,13	
TOTAL ACTIVO			555.696,06
PASIVO			
PASIVO CORRIENTE			117.661,65
Proveedores Nacionales		26808,35	
Proveedores del Extranjero		-	
Salidas de CAPITALES X Paga		11.484,79	
Servicios Basicos por pagar		77,74	
IESS por pagar		596,80	
Sueldos por pagar		2.406,04	
Utilidad trabajadores por pa		30.884,50	
Impuesto a la renta por pag		43.527,76	
Beneficios sociales por paga		1.593,07	
Impuestos por pagar		282,60	
OBLIGACIONES BANCARIAS			108.379,36
Prestamos por pagar		108.379,36	
TOTAL PASIVO			226.041,01
PATRIMONIO			329.655,06
Capital		309.899,00	
Utilidad del Ejercicio		175.012,16	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			555.696,06
Ing. Diego Clavijo R			Ing. Karina Hualpa
GERENTE			CONTADORA

BALANCE GENERAL			
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019			
ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE			28.035,20
Banco Pichincha		-	
Banco Austro		2.766,55	
Caja General		25.268,65	
ACTIVO EXIGIBLE			30.341,63
Cuentas por Cobrar		30.341,63	
(-) Provision cuentas incobrables			
OTROS ACTIVOS CORRIENTES			38.812,78
Anticipo Impuesto a la Renta		3.859,48	
Credito tributario Impuesto a		1.553,22	
Credito tributario por Adqui		26.346,17	
Credito Tributario por retenc		7.053,91	
ACTIVO REALIZABLE			445.487,41
Inventario Mercaderias		445.487,41	
ACTIVO FIJO			18.791,68
Edificio			
Terreno			
Vehiculo		37.454,69	
Muebles y Enseres		13.520,00	
Equipo de Computacion		4.522,00	
Depreciacion acumulada act		(36.705,01)	
TOTAL ACTIVO			561.468,70
PASIVO			
PASIVO CORRIENTE			102.859,63
Proveedores Nacionales		28.213,05	
Proveedores del Extranjero		-	
Salidas de CAPITALES X Paga		3.825,71	
Servicios Basicos por pagar		77,74	
IESS por pagar		596,80	
Sueldos por pagar		2.401,95	
Utilidad trabajadores por pa		28.165,69	
Impuesto a la renta por pag		38.240,28	
Beneficios sociales por paga		914,70	
Impuestos por pagar		282,60	
Sobregiro por pagar		141,11	
OBLIGACIONES BANCARIAS			108.379,36
Prestamos por pagar		108.379,36	
TOTAL PASIVO			211.238,99
PATRIMONIO			350.229,71
Capital		228.759,58	
Utilidad del Ejercicio		121.470,13	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			561.468,70
Ing. Diego Clavijo R			Ing. Karina Hualpa
GERENTE			CONTADORA

BALANCE GENERAL			
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020			
ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE			8.402,05
Banco Pichincha corriente/ahorros		1.410,95	
Banco Austro		2,10	
Caja General		6.989,00	
ACTIVO EXIGIBLE			5.621,00
Cuentas por Cobrar		5.621,00	
(-) Provision cuentas incobrables			
OTROS ACTIVOS CORRIENTES			29.276,39
Anticipo Impuesto a la Renta			
Credito tributario Impuesto a la Renta			
Credito tributario por Adquisiciones		19.503,79	
Credito Tributario por retenciones Iva		9.772,60	
ACTIVO REALIZABLE			416.247,69
Inventario Mercaderias		416.247,69	
ACTIVO FIJO			13.037,53
Edificio			
Terreno			
Vehiculo		39.429,83	
Muebles y Enseres		8.878,09	
Equipo de Computacion		4.605,86	
Depreciacion acumulada activos fijos		(39.876,25)	
TOTAL ACTIVO			472.584,66
PASIVO			
PASIVO CORRIENTE			160.630,98
Proveedores Nacionales		41.287,75	
Proveedores del Extranjero		60.715,94	
Arriendos por pagar		3.825,71	
Cheques x Pagar		43.963,18	
Salidas de CAPITALES X Pagar		3.035,79	
Servicios Basicos por pagar		207,76	
IESS por pagar		733,43	
Sueldos por pagar		2.515,02	
Utilidad trabajadores por pagar		180,24	
Impuesto a la renta por pagar		-	
Beneficios sociales por pagar		773,10	
Impuestos por pagar		3.393,06	
OBLIGACIONES BANCARIAS			23.267,78
Prestamos por pagar		23.267,78	
TOTAL PASIVO			183.898,76
PATRIMONIO			288.685,90
Capital		180.411,68	
Utilidad del Ejercicio		1.021,37	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			472.584,66
Ing. Diego Clavijo R			Ing. Karina Hualpa
GERENTE			CONTADORA

Anexo 3

Vehículos Vendidos periodo 2016 – 2020 según marcas

VEHÍCULOS VENDIDOS PERIODO 2016 - 2020 SEGÚN MARCAS											
MARCA	2016		2017		2018		2019		2020		
		%		%		%		%		%	
CHEVROLET	28.375	44,6%	41.101	39,1%	46.605	33,1%	39.387	29,8%	17.730	20,7%	
KIA	8.486	13,4%	18.223	17,3%	23.141	16,8%	22.171	16,8%	15.651	18,2%	
HYUNDAI	4.930	7,8%	9.443	9,0%	13.568	9,9%	9.382	7,1%	6.128	7,1%	
TOYOTA	2.951	4,6%	4.804	4,6%	7.947	5,8%	7.821	5,9%	5.248	6,1%	
GREAT WALL	2.717	4,3%	6.792	6,5%	8.380	6,1%	7.305	5,5%	4.791	5,6%	
Otras (36)	16.096	25,0%	24.714	23,7%	38.974	28,2%	46.142	34,7%	36.270	42,2%	
TOTAL	63555	100%	105077	100%	138615	100%	132208	100%	85818	100%	

Anexo 4

Ventas de la competencia 2016 – 2020

Competencia	Ventas declaradas a la Super de Compañías 2016	Ventas declaradas a la Super de Compañías 2017	Ventas declaradas a la Super de Compañías 2018	Ventas declaradas a la Super de Compañías 2019	Ventas declaradas a la Super de Compañías 2020
Corporación Automotriz Alvarado Cia. Ltda.	\$ 10.529.787,30	\$ 11.704.231,10	\$ 12.741.623,70	\$ 12.390.982,60	\$ 7.882.268,03
Jaroma S.A.	\$ 13.169.140,52	\$ 17.937.444,82	\$ 19.404.393,36	\$ 16.700.290,71	\$ 16.456.112,78
Servirepuestos S.A.	\$ 4.255.594,90	\$ 5.779.423,31	\$ 5.392.810,89	\$ 5.693.925,32	\$ 5.146.262,42
Total Ventas	\$ 27.954.522,72	\$ 35.421.099,23	\$ 37.538.827,95	\$ 34.785.198,63	\$ 29.484.643,23

Anexo 5

Encuesta aplicada

Variable dependiente: Intención de compra

	Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
1. Los repuestos coreanos mejoran mi desempeño en la búsqueda y compra a los distribuidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Los repuestos coreanos me permiten buscar y comprar el producto más rápido en los distribuidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Los repuestos coreanos mejoran mi eficacia a la hora de comprar a los distribuidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Los repuestos coreanos aumentan mi productividad en la búsqueda y compra a los distribuidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Variable independiente: Calidad

	Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
5. Los repuestos coreanos que usted busca son de calidad consistente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Los repuestos coreanos que usted compra están bien hechos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Los repuestos coreanos tienen un estándar de calidad aceptable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Los repuestos coreanos están hechos por una buena mano de obra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Los repuestos coreanos duran mucho tiempo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Los repuestos coreanos se desempeñan de manera consistente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Variable independiente: Lealtad

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
11. Me considero fiel a algunas marcas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Alguna marca siempre será mi primera opción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. No compraré a otras marcas si la que estoy buscando está disponible en la tienda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

General

	Menos de 1 año	2 a 5 años	6 a 10 años	Más de 11 años
14. ¿Cuántos años está establecido su negocio en el mercado de los repuestos automotrices?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

General

	Si	No
15. Su negocio dispone de sucursales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

General

	1 Marca	2 a 4 Marcas	Más de 5 Marcas
16. ¿Para cuantas marcas automotrices usted ofrece repuestos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

General

	Repuestos de motor, suspensión y frenos	Latonería	Accesorios	Otros
17. Usted ofrece en su negocio:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

General

	18 a 24 años	25 a 31 años	32 a 38 años	39 a 44 años	Mayor de 45 años
18. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

General

	Masculino	Femenino	Otro
19. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Anexo 6

Escala de Likert para variables: Intención de compra; Calidad						
1	2	3	4	5	6	7
Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Anexo 7

Escala de Likert para variable: Lealtad				
1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Anexo 8

Tabla de amortización

Importe del préstamo	\$120.000,00				
Tasa de interés anual	11,43%				
Período del préstamo en años	5				
Pago mensual	\$ 2.634,90				
Número de pagos	60				
Importe total de los intereses	\$ 38.093,87				
Costo total del préstamo	\$158.093,87				
N. °	Inicio Saldo	Pago	Principal	Interés	Fin Saldo
1	\$ 120.000,00	\$ 2.634,90	\$ 1.491,90	\$ 1.143,00	\$ 118.508,10
2	\$ 118.508,10	\$ 2.634,90	\$ 1.506,11	\$ 1.128,79	\$ 117.001,99
3	\$ 117.001,99	\$ 2.634,90	\$ 1.520,45	\$ 1.114,44	\$ 115.481,54

4	\$ 115.481,54	\$ 2.634,90	\$ 1.534,94	\$ 1.099,96	\$ 113.946,60
5	\$ 113.946,60	\$ 2.634,90	\$ 1.549,56	\$ 1.085,34	\$ 112.397,05
6	\$ 112.397,05	\$ 2.634,90	\$ 1.564,32	\$ 1.070,58	\$ 110.832,73
7	\$ 110.832,73	\$ 2.634,90	\$ 1.579,22	\$ 1.055,68	\$ 109.253,52
8	\$ 109.253,52	\$ 2.634,90	\$ 1.594,26	\$ 1.040,64	\$ 107.659,26
9	\$ 107.659,26	\$ 2.634,90	\$ 1.609,44	\$ 1.025,45	\$ 106.049,81
10	\$ 106.049,81	\$ 2.634,90	\$ 1.624,77	\$ 1.010,12	\$ 104.425,04
11	\$ 104.425,04	\$ 2.634,90	\$ 1.640,25	\$ 994,65	\$ 102.784,79
12	\$ 102.784,79	\$ 2.634,90	\$ 1.655,87	\$ 979,03	\$ 101.128,92
13	\$ 101.128,92	\$ 2.634,90	\$ 1.671,64	\$ 963,25	\$ 99.457,27
14	\$ 99.457,27	\$ 2.634,90	\$ 1.687,57	\$ 947,33	\$ 97.769,71
15	\$ 97.769,71	\$ 2.634,90	\$ 1.703,64	\$ 931,26	\$ 96.066,07
16	\$ 96.066,07	\$ 2.634,90	\$ 1.719,87	\$ 915,03	\$ 94.346,20
17	\$ 94.346,20	\$ 2.634,90	\$ 1.736,25	\$ 898,65	\$ 92.609,95
18	\$ 92.609,95	\$ 2.634,90	\$ 1.752,79	\$ 882,11	\$ 90.857,16
19	\$ 90.857,16	\$ 2.634,90	\$ 1.769,48	\$ 865,41	\$ 89.087,68
20	\$ 89.087,68	\$ 2.634,90	\$ 1.786,34	\$ 848,56	\$ 87.301,34
21	\$ 87.301,34	\$ 2.634,90	\$ 1.803,35	\$ 831,55	\$ 85.497,98
22	\$ 85.497,98	\$ 2.634,90	\$ 1.820,53	\$ 814,37	\$ 83.677,46
23	\$ 83.677,46	\$ 2.634,90	\$ 1.837,87	\$ 797,03	\$ 81.839,59
24	\$ 81.839,59	\$ 2.634,90	\$ 1.855,38	\$ 779,52	\$ 79.984,21
25	\$ 79.984,21	\$ 2.634,90	\$ 1.873,05	\$ 761,85	\$ 78.111,16
26	\$ 78.111,16	\$ 2.634,90	\$ 1.890,89	\$ 744,01	\$ 76.220,27
27	\$ 76.220,27	\$ 2.634,90	\$ 1.908,90	\$ 726,00	\$ 74.311,37
28	\$ 74.311,37	\$ 2.634,90	\$ 1.927,08	\$ 707,82	\$ 72.384,29
29	\$ 72.384,29	\$ 2.634,90	\$ 1.945,44	\$ 689,46	\$ 70.438,85
30	\$ 70.438,85	\$ 2.634,90	\$ 1.963,97	\$ 670,93	\$ 68.474,89
31	\$ 68.474,89	\$ 2.634,90	\$ 1.982,67	\$ 652,22	\$ 66.492,21
32	\$ 66.492,21	\$ 2.634,90	\$ 2.001,56	\$ 633,34	\$ 64.490,65
33	\$ 64.490,65	\$ 2.634,90	\$ 2.020,62	\$ 614,27	\$ 62.470,03
34	\$ 62.470,03	\$ 2.634,90	\$ 2.039,87	\$ 595,03	\$ 60.430,16
35	\$ 60.430,16	\$ 2.634,90	\$ 2.059,30	\$ 575,60	\$ 58.370,86
36	\$ 58.370,86	\$ 2.634,90	\$ 2.078,92	\$ 555,98	\$ 56.291,94
37	\$ 56.291,94	\$ 2.634,90	\$ 2.098,72	\$ 536,18	\$ 54.193,22
38	\$ 54.193,22	\$ 2.634,90	\$ 2.118,71	\$ 516,19	\$ 52.074,52
39	\$ 52.074,52	\$ 2.634,90	\$ 2.138,89	\$ 496,01	\$ 49.935,63
40	\$ 49.935,63	\$ 2.634,90	\$ 2.159,26	\$ 475,64	\$ 47.776,37
41	\$ 47.776,37	\$ 2.634,90	\$ 2.179,83	\$ 455,07	\$ 45.596,54
42	\$ 45.596,54	\$ 2.634,90	\$ 2.200,59	\$ 434,31	\$ 43.395,95
43	\$ 43.395,95	\$ 2.634,90	\$ 2.221,55	\$ 413,35	\$ 41.174,40
44	\$ 41.174,40	\$ 2.634,90	\$ 2.242,71	\$ 392,19	\$ 38.931,69
45	\$ 38.931,69	\$ 2.634,90	\$ 2.264,07	\$ 370,82	\$ 36.667,61

46	\$ 36.667,61	\$ 2.634,90	\$ 2.285,64	\$ 349,26	\$ 34.381,97
47	\$ 34.381,97	\$ 2.634,90	\$ 2.307,41	\$ 327,49	\$ 32.074,56
48	\$ 32.074,56	\$ 2.634,90	\$ 2.329,39	\$ 305,51	\$ 29.745,18
49	\$ 29.745,18	\$ 2.634,90	\$ 2.351,58	\$ 283,32	\$ 27.393,60
50	\$ 27.393,60	\$ 2.634,90	\$ 2.373,97	\$ 260,92	\$ 25.019,63
51	\$ 25.019,63	\$ 2.634,90	\$ 2.396,59	\$ 238,31	\$ 22.623,04
52	\$ 22.623,04	\$ 2.634,90	\$ 2.419,41	\$ 215,48	\$ 20.203,63
53	\$ 20.203,63	\$ 2.634,90	\$ 2.442,46	\$ 192,44	\$ 17.761,17
54	\$ 17.761,17	\$ 2.634,90	\$ 2.465,72	\$ 169,18	\$ 15.295,45
55	\$ 15.295,45	\$ 2.634,90	\$ 2.489,21	\$ 145,69	\$ 12.806,24
56	\$ 12.806,24	\$ 2.634,90	\$ 2.512,92	\$ 121,98	\$ 10.293,32
57	\$ 10.293,32	\$ 2.634,90	\$ 2.536,85	\$ 98,04	\$ 7.756,47
58	\$ 7.756,47	\$ 2.634,90	\$ 2.561,02	\$ 73,88	\$ 5.195,45
59	\$ 5.195,45	\$ 2.634,90	\$ 2.585,41	\$ 49,49	\$ 2.610,04
60	\$ 2.610,04	\$ 2.634,90	\$ 2.610,04	\$ 24,86	\$ -