



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE

UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMPRA Y VENTA DE

VEHICULOS USADOS EN LA PARROQUIA TARQUI DE LA

CIUDAD DE GUAYAQUIL

TUTOR:

Lsi. Yandres Janneth García Charcopa, Mgs

AUTORES:

Clotilde Lorena Rojas López

Luis Fernando Torres Cedeño

GUAYAQUIL - GUAYAS – ECUADOR

2019

Certificado Del Tutor De Titulación

Lsi. **Yandres Janeth García Charcopa** Mgs., en calidad de Tutora del Trabajo de Titulación, certifico que los egresados **Clotilde Lorena Rojas López** y **Luis Fernando Torres Cedeño**, son autores de la Tesis de Grado titulada: “Proyecto de Prefactibilidad para la creación de una Empresa dedicada a la Compra y Venta de vehículos usados en la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Guayaquil”, misma que ha sido elaborada siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Lsi. Yandres Janeth García Charcopa, Mgs

Tutor Del Trabajo De Titulación

Certificado Del Tribunal

El trabajo de investigación “**Proyecto de Prefactibilidad para la creación de una Empresa dedicada a la Compra y Venta de vehículos usados en la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Guayaquil**”, presentado por los egresados **Clotilde Lorena Rojas López y Luis Fernando Torres Cedeño**, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

**Ing. Andrea Ruiz Vélez, Mgs
Coordinadora de la carrera**

**Lcda. Yandres Janneth García Charcopa, Mgs.
Tutora trabajo de investigación**

**Miembro del tribunal
Msc. Adriana Parraga**

**Miembro del tribunal
Msc. Romel Sacoto**

Declaración De Autoría

Clotilde Lorena Rojas López y Luis Fernando Torres Cedeño, autores de este trabajo de titulación denominado **“Proyecto de Prefactibilidad para la creación de una Empresa dedicada a la Compra y Venta de vehículos usados en la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Guayaquil”**, declaramos que el mismo es de nuestra completa autoría y ha sido elaborado de acuerdo a las directrices y el Reglamento de Titulación de la Carrera de Gestión Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, siendo de mi entera responsabilidad el contenido íntegro del mismo, así como las ideas, los resultados y las conclusiones de su contenido.

Clotilde Lorena Rojas López

Luis Fernando Torres Cedeño

Egresados de la Carrera de Gestión Empresarial

AGRADECIMIENTO

Me van a faltar páginas para agradecer a las personas que se han involucrado en la realización de este trabajo, sin embargo, merecen reconocimiento en especial a mi Familia que con su esfuerzo y dedicación me dieron el apoyo para seguir adelante en mi meta trazada.

Asimismo, agradezco infinitamente a mis Compañeros (as) que con sus palabras me hacían sentir orgullosa de lo que soy y de lo que podría lograr.

De igual forma, agradezco a mi Tutor de Tesis, Lsi. Yandres Janneth García Charcopa, Mgs., que gracias a sus consejos y correcciones hoy puedo culminar este trabajo.

Lorena Rojas López

Mi profundo agradecimiento a Dios por ser la luz incondicional que ha guiado mi camino. A la Universidad San Gregorio de Portoviejo. A mis docentes, en especial a mi Tutor de tesis, Lsi. Yandres Janneth García Charcopa, Mgs., quien estuvo guiándome académicamente con su experiencia y profesionalismo.

Luis Fernando Torres

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. Al Dr. Roberto Tolozano Benites por tener una parte muy significativa en el logro de esta meta, agradecida por sus distintas formas de apoyo e incentivo. A mi mami Clotilde, que, aunque ya no está conmigo sé que desde el cielo me animó y me dio fuerzas para salir adelante, por ser el pilar más importante y porque siempre me hace sentir su cariño. A mi padre, a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí. A mi Narcisa, a quien quiero como a una madre, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuesta a escucharme y ayudarme en cualquier momento. A mi Esposo e Hijo porque me dieron el apoyo suficiente para no decaer cuando todo parecía complicado e imposible.

Lorena Rojas López

El presente trabajo está dedicado a Dios, quien como guía está presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas para continuar con mis metas trazadas sin desfallecer. A mi padre Astolfo Torres por ser mi mejor amigo, consejero y ejemplo a seguir, por estar siempre presente en cada paso de mi vida. A mi hermano Dr. Roberto Tolozano Benites quien me incentivó y colaboró para que pueda alcanzar esta meta. A mi familia por haber sido mi apoyo en el logro de esta meta. A todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación tanto profesional y como ser humano.

Luis Fernando Torres

RESUMEN

En esta presente tesis, se plantea el tema sobre un Proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la compra y venta de vehículos usados en la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil.

Subdividida en cinco capítulos incluidos la propuesta, con este proyecto queremos incentivar el desarrollo comercial en la ciudad y proporcionar una idea diferente de inversión, se ha propuesto implementar un patio de compra y venta de vehículos usados y su comercialización en la ciudad de Guayaquil.

El objetivo principal de este proyecto es determinar la prefactibilidad comercial, técnica, administrativa y financiera para la puesta en marcha del proyecto; para el logro de estos objetivos se utilizaron técnicas e instrumentos como encuestas y entrevistas.

El propósito de este proyecto es revolucionar el mercado de vehículos usados y de dar a conocer de qué manera la demanda de autos usados significa tanto a nivel económico como social.

Palabras claves: Prefactibilidad Compra-Venta Comercialización

ABSTRACT

In this thesis, the topic on a prefeasibility project for the creation of a company dedicated to the purchase and sale of used vehicles in the Tarqui Parish of the city of Guayaquil is raised.

Subdivided into five chapters including the proposal, with this project we want to encourage commercial development in the city and provide a different investment idea, it has been proposed to implement a yard for the purchase and sale of used vehicles and their commercialization in the city of Guayaquil.

The main objective of this project is to determine the commercial, technical, administrative and financial prefeasibility for the implementation of the project; techniques and instruments such as surveys and interviews were used to achieve these objectives.

The purpose of this project is to revolutionize the market for used vehicles and to publicize how the demand for used cars means both economically and socially.

Keywords: Prefeasibility Buy and Sell Commercialization

Tabla de contenido

CONTENIDOS	PÁGINAS
Carátula.....	i
Certificado Del Tutor De Titulación.....	ii
Certificado Del Tribunal.....	iii
Declaración De Autoría.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
LISTA DE FIGURAS.....	xv
CAPÍTULO I.....	1
1. Problematicación.....	1
1.1 Tema.....	1
1.2 Antecedentes.....	1
1.1.1 Situación conflicto.....	3
1.3 Formulación del problema.....	6
1.4 Planteamiento del problema.....	6
1.5 Preguntas de la investigación.....	7
1.6 Delimitación del problema.....	8
1.7 Justificación e importancia.....	8
1.8 Objetivos de la Investigación.....	10
1.8.1 Objetivo General.....	10
1.8.2 Objetivos Específicos:.....	11
1.9 Conveniencia.....	11
1.10 Valor teórico.....	12
1.11 Utilidad Práctica.....	12
1.12 Utilidad Metodológica.....	13
1.13 Conclusión Capitulo 1.....	14
CAPÍTULO II.....	15

2. Contextualización.....	15
2.1 Marco teórico	15
2.1.1 Estudio de Mercado.....	32
2.1.2 Estudio Técnico.....	32
2.1.3 Estudio Administrativo.....	35
2.1.4 Estudio Financiero.....	37
2.1.5 Estudio Legal.....	42
2.2 Marco Conceptual	43
2.3 Marco Referencial.....	49
2.4 Variables conceptuales de la investigación.....	51
2.4.1 Variables Independiente	51
2.4.2. Variables Dependiente: Compra y venta de vehículos.....	53
2.5 Operacionalización de las Variables	55
CAPÍTULO III.....	58
3. Marco metodológico	58
3.1 Plan de investigación.....	58
3.2 Tipos de investigación.....	59
3.3 Fuentes de investigación	60
3.4 Población.....	61
3.4.1 Población finita.....	61
3.4.2 Población infinita.....	62
3.5 Tamaño de la muestral	62
3.5.1 Tipos de Muestra	64
3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de la investigación	65
3.7 Procedimientos de la Investigación.....	67
3.8 Conclusión Capitulo 3.....	69
CAPÍTULO IV	70
4. Formulación del proyecto	70
4.1 Análisis e Interpretación de los resultados	70
4.1.1 Encuesta.....	70
4.1.2 Análisis de la entrevista.....	78
4.1.3 Preguntas para la entrevista.....	78

4.1.4 Resultado de las entrevistas.....	79
4.2 Estudio de Mercado.....	81
4.2.1 Microambiente.....	81
Análisis de Foda	81
4.2.2 La Oferta.....	82
4.2.2.1 <i>Oferta Actual</i>	84
4.2.3 La Demanda.....	85
4.2.4 Demanda Insatisfecha.....	86
4.2.5 Producto.....	86
4.2.6 Precio.....	91
4.2.7 Comercialización.....	92
4.3 Estudio Técnico.....	99
4.3.1 Dimensión y características	100
4.3.2 Localización del Proyecto	100
4.3.3 Tecnología del proceso productivo	102
4.3.4 Ingeniería del Proyecto.....	103
4.4 Estudio Administrativo	116
4.4.1 Análisis situacional.....	117
4.4.2 Organigrama.....	120
4.4.3 Funciones del talento humano	121
4.4.3.1 <i>Perfil de los Empleados</i>	122
4.4.4 Gastos	127
4.5.2 Trámite de legalización	128
4.5.4 Pasos para la constitución de forma jurídica unipersonal	133
4.6 Conclusión Capítulo 4.....	134
CAPÍTULO V	135
5. Propuesta.....	135
5.2 Autores de la propuesta	135
5.3 Empresa auspiciante	135
5.4 Área que cubre la propuesta	135
5.5 Fecha de presentación.....	135
5.6 Fecha de terminación.....	135

5.7 Duración del proyecto	135
5.8 Participantes del proyecto.....	136
5.9 Objetivo General de la propuesta	136
5.10 Objetivos específicos.....	136
5.11 Beneficiarios directos	136
5.12 Beneficiarios indirectos	136
5.13 Impacto de la propuesta.....	137
5.14 Descripción de la propuesta.....	137
5.14.2 Costos de materiales directos.....	138
5.14.5 Costos de documentación legal.....	140
5.14.6 Costos de Publicidad.....	141
5.14.7 Sueldos de personal	141
5.14.8 Gastos de Servicios básicos	142
5.14.9 Financiamiento del Proyecto	142
5.14.10 Estados Financieros	144
5.14.11 Flujo de Fondos	146
5.14.12 Evaluación Económica	147
5.14.14 Gastos de ventas.....	148
5.14.16 Evaluación financiera	149
5.14.17 Relación costo – beneficio.....	150
5.14.18 Tiempo de recuperación de la inversión.....	151
5.14.19 Análisis de Sensibilidad.....	151
5.15 Importancia.....	152
5.16 Metas del Proyecto	153
5.17 Finalidad de la Propuesta.....	153
5.18 Conclusión Capitulo 5	153
REFERENCIAS.....	154
APÉNDICE	162

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Conflicto.....	5
Tabla 2 Creacion de Empresa	55
Tabla 3 Compra y venta de vehículos.....	56
Tabla 4 Prototipos	59
Tabla 5 Universo.....	62
Tabla 6 Muestra.....	64
Tabla 7 Encuesta a clientes de la Feria de Autos Parroquia Tarqui.....	70
Tabla 8 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui	71
Tabla 9 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui	72
Tabla 10 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui	73
Tabla 11 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui	74
Tabla 12 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos	75
Tabla 13 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui	76
Tabla 14 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos	77
Tabla 15 Vehículos más vendidos en el mercado	80
Tabla 16 Foda.....	82
Tabla 17 Patios de compraventa de vehículos usados en la Parroquia Tarqui.....	83
Tabla 18 Calculo de la Oferta	84
Tabla 19 Determinación de la Oferta	84
Tabla 20 Determinación de la demanda.....	85
Tabla 21 Demanda insatisfecha	86
Tabla 22 Precios de la demanda.....	91
<i>Tabla 23</i> Requerimientos	102
Tabla 24 Descripción de fases de compra de vehículo	108
Tabla 25 Formato de recepción de datos del propietario	109
Tabla 26 <i>Checklist revisión de vehículo</i>	110
Tabla 27 Descripción venta de vehículos usados.....	112
Tabla 28 Recepción de Datos.....	113
Tabla 29 Contrato Compra Venta de Vehículo.....	114
Tabla 30 Funciones de los Empleados	121

Tabla 31 Perfil del Gerente Propietario	122
Tabla 32 Perfil del vendedor	123
Tabla 33 Perfil del Guardia – Conserje.....	124
Tabla 34 Rol de Pago año 0	127
Tabla 35 Rol de Pago año 1	127
Tabla 36 Requisitos constitución compañía.....	134
Tabla 37 Inversión compra de vehículos	137
Tabla 38 Ingresos por Servicios	138
Tabla 39 Costos materiales directos.....	139
Tabla 40 Costos activos fijos	140
Tabla 41 Costos de depreciación.....	140
Tabla 42 Costos de documentación legal.....	141
Tabla 43 Costos de publicidad	141
Tabla 44 Sueldos de Personal	142
Tabla 45 Gastos de servicios básicos	142
Tabla 46 Inputs del préstamo	143
Tabla 47 Tabla de préstamo y amortización	143
Tabla 48 Estado de situación financiera.....	145
Tabla 49 Flujo de Fondos.....	146
Tabla 50 Gastos de Servicios Básicos.....	147
Tabla 51 Gastos administrativos	147
Tabla 52 Gastos de Ventas.....	148
Tabla 53 Punto de Equilibrio	148
Tabla 54 Van y Tir	149
Tabla 55 Relación costo beneficio	150
Tabla 56 Tiempo de recuperación.....	151

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Diagrama punto de Equilibrio	41
Figura 2 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui	71
Figura 3 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui	72
Figura 4 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui	73
Figura 5 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui	74
Figura 6 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui	75
Figura 7 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui	76
Figura 8 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui	77
Figura 9 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui	78
Figura 10 Autos más vendidos en Ecuador Fuente AEADE	87
Figura 11 Letrero de Automotorres.....	96
Figura 12 Redes sociales.....	96
Figura 13 Páginas Web	97
Figura 14 Volante.....	98
Figura 15 Tarjeta de Presentación Automotorres.....	99
Figura 16 Mapa Provincia del Guayas	101
Figura 17 Google Map	101
Figura 18 Plano patio	105
Figura 19 Flujograma de procesos en la compra de vehículos usados por la empresa ..	107
Figura 20 Flujograma de procesos en la venta de vehículos usados por la empresa	111
Figura 21 Flujograma de recorrido del proceso de compra de vehículos usados	115
Figura 22 Flujograma de recorrido del proceso de venta de vehículos usados.....	116
Figura 23 Organigrama Estructural.....	120
Figura 24 Formulario Alcaldía de Guayaquil	130
Figura 25 Formulario Alcaldía de Guayaquil	131
Figura 26 Formulario Alcaldía de Guayaquil	132
Figura 27 Punto de Equilibrio.....	149

CAPÍTULO I

1. Problematicación

1.1 Tema

Proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la compra y venta de vehículos usados en la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil

1.2 Antecedentes

En el presente proyecto se reseña la evolución de la rueda y como a través del tiempo fue una parte importante en el desarrollo cultural, industrial, económico y social.

Citando a (Alvarez, 2010) La invención de la rueda se considera uno de los avances más representativos para el desarrollo de las civilizaciones en el mundo. El primer gran resultado radicó en proveer el transporte de mercaderías de un territorio a otro, esto ocasiono la emigración de los pueblos pequeños a las grandes ciudades. El traslado en la forma de vida de los pueblos ha constituido una de las mayores potencias de cambio que han actuado para la estructuración de las sociedades civilizadas.

La rueda consta como uno de los restos arqueológicos más antiguos que encontrados en Liubliana, capital de Eslovenia; esta data de entre el 3100-3350 a. C. Se encontrada junto con su eje que mide 72 cm de diámetro y está hecha de madera de fresno; mientras que el eje, que giraba junto con las ruedas, era de roble, más duro.

Las ruedas de metal datan de unos 2000 años a. c., más o menos por esta época. El primer perfeccionamiento que se introdujo en el diseño original de la rueda fue la adición de un borde de madera, gracias al cual la rueda se desgastaba por igual en toda su superficie.

Se construye la rueda con radios en Mesopotamia. Es posible que hubiera una variable de rueda de transición en la que una plancha central formase el cubo y dos

radios, y otros se ensartasen en el cubo en forma de cruz, pero sólo se ha encontrado una en Italia y data de 1000 a. C.

La rueda, indudablemente, alcanza un lugar de honor en cualquier lista de grandes inventos. Una civilización industrializada es sorprendente sin ella. Su invención era tal vez inevitable, pero tardó bastante en aparecer al lado del ser humano. Muchas civilizaciones incluyendo los incas y los aztecas, no tenían vehículos de ruedas.

La más antigua evidencia del uso de la rueda (un pictograma de Sumeria en el moderno Irak) data del año 3500 antes de Cristo data del año 3500 antes de Cristo. A partir de allí, el invento se difundió rápidamente por el antiguo mundo Occidental.

Se trataba de un avance que llegaba a ser conocido, pero, sin duda, otra aplicación fue el gran escaparate que llevó el invento en todas las direcciones. La aparición de la rueda dio origen al carro ligero para el combate y la caza ganó el aprecio de los egipcios que fueron sus maestros. (pp. 13-17).

La inteligencia humana construye sus creaciones sobre asociaciones. Una rueda dentada es la unidad básica de una máquina, desde la diminuta pieza de un reloj de pared hasta las sofisticadas ruedas de una nave para la exploración de Marte (Marino, 2018).

De lo inicialmente revelado, se destaca que la rueda tuvo un aporte apreciable en la creación de artefactos y máquinas que contribuyera al avance industrial de la época. Uno de los beneficiados fue el automóvil ya que la rueda era una pieza fundamental en la estructura y funcionamiento de dicho invento.

Hubieron muchos intentos por crear un automotor eficaz a base de vapor, sin embargo, y esto se hizo posible sólo cuando apareció el motor de combustión interna, el primero en adaptar esta energía de propulsión a un carro fue el ingeniero francés Étienne Lenoir, quien patentó en 1860 un motor que funcionaba haciendo arder gas dentro de un cilindro y que probó con éxito en un vehículo capaz de recorrer los bosques

de Vicennes, 1886 es considerado el año del automóvil moderno cuando presentó el alemán Karl Benz en público un vehículo propulsado con un motor mono cilíndrico de gas, vehículo patentado en la Oficina Imperial de Patentes de Berlín.

Los automóviles funcionales fabricados por Benz y Daimler entrevieron una nueva forma de transporte para tal efecto la intervención de Estados Unidos en la carrera del automóvil fue vital, primero con Ramson Eli Olds quien convirtió a Detroit en la capital del automóvil con su producción de la serie Oldsmobile y luego el gran salto fue el protagonizado por Henry Ford, quien el 12 de agosto de 1908 finalizó el montaje de su línea de ensamblaje para producir de forma masiva su modelo T, lo que revolucionó la industria del automóvil impulsándolo hacia la popularización

Luego por la masificación del automóvil, la industria experimentó una gran actividad en la búsqueda del perfeccionamiento del vehículo, algunos de estos aportes son la invención del neumático de aire (Dunlop 1888), la integración del guardabarros a la carrocería del auto (1930), se introduce la tracción delantera (Citroën 1934), se utiliza el convertidor catalítico para reducir la contaminación (1979) e incluso se incorporan mejoras sustanciales en seguridad, como el uso del airbag (1990) (Agüero, 2013).

1.2.1 Situación conflicto

El proyecto de prefactibilidad para crear una empresa dedicada a la compra y venta de vehículos usados, ubicada en la ciudad de Guayaquil, tiene los siguientes problemas:

- 1) Disminución de ventas de autos usados
- 2) Baja rotación de vehículos usados de gama alta
- 3) Falta de capacidad de pago de los compradores
- 4) Exigencias excesivas de los clientes al comprar un auto usado
- 5) Dificultades por las multas de tránsito que pueda tener el vehículo

- 6) Inconvenientes por prohibiciones de venta por casos judiciales como: juicios en juzgados de tránsito, deudas fiduciarias, gravámenes.
- 7) Complicaciones por cualquier tipo de denuncia sobre el vehículo (robo, accidentes, asaltos)
- 8) Dificultades por fallas mecánicas que el automóvil podría presentar.

La abierta importación de vehículos de todas las marcas con bajos aranceles, produce que los vehículos usados se devalúen parcialmente, con el objeto de mantener la competencia en el mercado. Es por esto que Automotorres se ve obligada a vender a bajos precios, los vehículos que se comercializan tienen un valor accesible para todo tipo de clientes.

Para un vehículo con las mismas características (marca y modelo), la diferencia de precio radica en la carga fiscal que el cliente tiene que soportar, este es uno de los principales factores que determina el costo elevado de los vehículos de gama alta, puesto que en nuestro país por las situaciones económicas que se viven actualmente, hacen que el poder adquisitivo de los ecuatorianos se dificulte al comprar vehículos que superan los \$15,000.00 dólares en adelante, precios de contado.

Entre los vehículos de alto costo se mencionan los autos importados como los Audi, Mercedes Benz, Skoda super b, Suvs, 4 x 4, híbridos, camionetas americanas, negociar esta clase de vehículos, e incluso los usados es muy difícil promocionarlos por cuanto pocas personas pueden adquirirlos.

Por la falta de la capacidad de pago de los clientes, Automotorres se ve en la obligación de vender vehículos de bajo costo que no superen los \$10,000.00 dólares de contado que es el presupuesto de la mayoría de los ecuatorianos, con el fin de no dar crédito y evitarse problemas de pago en lo posterior.

Actualmente muchos clientes debido al modernismo de los vehículos son cada vez más exigentes y meticulosos al querer adquirir un auto, principalmente que no haya sido chocado, y que conserve su integridad. Al comprar un vehículo usado se revisa si tiene citaciones pendientes de pago, sea en la (ATM) Agencia de Tránsito Municipal, (CTE) Comisión de Tránsito del Ecuador y en (ANT) Agencia Nacional de Tránsito. Se debe tomar en cuenta que al negociar un vehículo tendrá que indagarse sobre algunas situaciones legales, tales como juicios de tránsitos, deudas pendientes con alguna institución financiera ya sea gravamen o fiduciaria.

Para asegurarse de la legalidad del vehículo es recomendable verificar en las dependencias de la Policía Nacional, en los departamentos correspondientes, los números del chasis, plaquillas y remaches con el sistema de impronta a fin de comprobar la originalidad de los números del automotor (que no hayan sido alterados). Para concretar la venta del automotor es necesario que el mismo esté en óptimas condiciones mecánicas, más que todo que el motor mantenga una buena compresión, que no tenga filtraciones de aceite, que los cambios entren correctamente, tren delantero y suspensión en buenas condiciones, es decir hacerle todas las revisiones que ameriten.

Tabla 1
Conflicto

Causas	Efectos
➤ Factores socioculturales	Influyen en los clientes al momento de comprar un auto.
➤ Factores ambientales	Condicionan el rendimiento de un vehículo.
➤ Factores políticos	Toma de decisiones dentro de la organización
➤ Factores tecnológicos.	Dificultad en la difusión de la idea de negocio

1.3 Formulación del problema

¿Cómo realizar un proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa, dedicada a la compra y venta de vehículos usados, ubicada en la parroquia Tarqui del cantón Guayaquil, Provincia del Guayas en el ejercicio económico 2018?

1.4 Planteamiento del problema

En la actualidad el automóvil es un medio de transporte esencial para el desarrollo del ser humano.

Indica (Giucci, 2007) que el automóvil llega a América Latina en el primer tercio del siglo XX. Se determina su expendio en la región, en la década de 1920, logran implementar plantas de ensamblaje de automóviles con piezas importadas, en países como Argentina, Brasil, México y Uruguay donde coincide una cierta dimensión del mercado y un nivel de renta elevado. Otros componentes son la demora de medidas proteccionistas y una mayor desigualdad en la distribución de la renta.

Hubo un impacto negativo sobre el consumo final cuando este se inclinó hacia los automóviles de gama más cara; en los países donde el consumo por habitante es alto se compran cantidades proporcionalmente elevadas de vehículos de la gama de precios bajos, las importaciones de automóviles nos muestran buena parte de estos y nos permiten calcular los vehículos en circulación, además de indicar cuales fueron los países donde se desarrollaron experiencias propias en la producción de autos(p.102).

En nuestro país la industria automotriz tiene un gran desarrollo tecnológico en los últimos 30 años, tanto por inversiones, capacitaciones, tecnología. La mercantilización de carros usados es una actividad que se realiza con la finalidad de vender un vehículo que ya ha tenido un uso personal, industrial, entre otros, con el

propósito de obtener una ganancia. En esta comercialización pueden participar intermediarios o vendedores por cuenta propia.

Este servicio soporta una gran cantidad de actividades socioeconómicas como la compra de repuestos al momento que una persona adquiere su carro usado y desea hacer el cambio de algunas piezas a su vehículo, suscitando no solo el empleo directo, sino también el indirecto, es decir, el empleo que generan aquellos centros automotrices o mecánicos independientes que dan su mano de obra para realizar esta actividad.

El mercado de estos vehículos tiene hoy en día algunas normativas necesarias para comprar en un patio de carros. Los dueños de patios de carros deberán emitir un acta de compromiso de entrega y recepción de vehículos usados, por medio de esta normativa emitida por el Servicio de Rentas Internas se afectará únicamente a quienes se dediquen exclusivamente a la actividad de intermediación y compraventa de vehículos usados.

Es necesario analizar este mercado automotriz para poder determinar el aporte económico y social a la vida de los guayaquileños, a su vez determinar las características de este y su impacto o efecto en el empleo, la informalidad, la venta de repuestos y los intermediarios. El trabajo de investigación analiza la comercialización de carros usados en la ciudad de Guayaquil durante el periodo 2018, para poder determinar qué factores económicos y sociales se derivan de esta actividad, así como determinar como la oferta y demanda de los vehículos.

1.5 Preguntas de la investigación

- ¿Cómo identificar la problemática en la compra y venta de vehículos usados en la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil?
- ¿Cuál es la importancia del proyecto de prefactibilidad en la creación de una empresa de compra y venta de autos usados?

- ¿Cómo se desarrolla la metodología para el proyecto de prefactibilidad?
- ¿Qué instrumentos se requieren para evaluar la prefactibilidad del proyecto?
- ¿Cómo se elabora un proyecto de prefactibilidad?

1.6 Delimitación del problema

Campo	: Empresarial
Área	: Comercialización
Aspectos	: Creación de Empresa, compra y venta de vehículos usados.
Tema	: Proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada compra y venta de vehículos usados en la Parroquia Tarqui del cantón Guayaquil, Provincia del Guayas.
Delimitación espacial	: Parroquia Tarqui, cantón Guayaquil, provincia del Guayas.
Delimitación temporal	: Año 2018.
Línea de investigación	: Desarrollo e Innovación Empresarial.

1.7 Justificación e importancia

Este trabajo de investigación es importante porque analiza la comercialización de autos usados en la ciudad de Guayaquil durante el periodo 2018, para comprobar qué factores económicos y sociales se derivan de esta actividad, así como establecer como la oferta y demanda de los vehículos, influyen en la calidad de vida de los Guayaquileños inmersos en esta actividad.

La razón principal por la que se trata esta investigación es dar a conocer de qué manera la demanda de autos usados significa tanto a nivel económico como social. Es importante estar al tanto de todo lo que conlleva esta información, pues permitirá entender y conocer porque sucede esta actividad y de qué manera podría aportar más a la

ciudad. Además de la importancia del conocimiento sobre el comercio informal y los intermediarios en la compra y venta de autos usados.

El conocimiento sobre este tema permitirá hacer recomendaciones con respecto de cómo mejorar la formalidad de la compraventa, e incluso qué medidas tomar para que los ciudadanos confíen más en este sector.

El propósito del proyecto es revolucionar el mercado de vehículos usados y darle mayor fuerza al proyecto con un negocio que permita tener un amplio stock de vehículos y ofrecer servicios adicionales que representen mayor rentabilidad, satisfaciendo las necesidades que los clientes puedan tener como, por ejemplo: la falta de seguridad, confianza y garantía por el negocio a realizarse.

La posesión de un vehículo no es simplemente un bien que cumple con la necesidad de transporte y movilidad sino también es un bien que da estatus e importancia a las personas, es por eso que el emprendimiento es tan importante y con mucha potencialidad ya que un promedio de usuarios cada dos o tres años cambian de vehículo.

En el mercado de vehículos usados, los que tienen una vida útil de 1 a 5 años son los más demandados, aunque debe mencionarse que cuanto más nuevo es el vehículo, cuanto más corta es la vida útil para el comprador, más garantía tiene el automóvil, ya que las posibilidades de presentar daño mecánico son menores.

(comercio, diario el, 2016) Indica “El mercado de automóviles usados ha experimentado una fuerte recuperación en los últimos años a medida que se han agregado nuevos canales de compra y venta, en los que la tecnología juega un papel muy importante.” (p.8).

Más recientemente, la compra y venta de vehículos usados se ha limitado a tres canales tradicionales: anuncios clasificados en los periódicos más populares, la feria de

la ciudad e instalaciones dedicadas a este negocio, conocidas popularmente como patios. (carburando, 2016) señala que “En el momento en que una gran cantidad de usuarios recurrieron a vehículos de peso medio, también lo hicieron los concesionarios de automóviles nuevos porque entendieron que había una oportunidad comercial interesante” (p.9).

Viabilidad Técnica, el proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la compra y venta de vehículos usados en la parroquia Tarqui del norte de Guayaquil es la de ofrecer a las personas interesadas en comprar o vender sus vehículos las garantías necesarias que faciliten, hagan segura y confiable esta transacción, incrementando así el número de clientes y asegurando su continuo crecimiento.

La razón de esto es que más personas tienen la oportunidad de acceder a vehículos nuevos que no se pudieron comprar, ya que comprar un auto nuevo es indudablemente siempre más costoso que comprar un auto usado.

Viabilidad administrativa, en este proyecto de prefactibilidad se haría una selección apropiada del personal respectivo para poder llevar a cabo el servicio de compra y venta de vehículos, tener el conocimiento y la capacitación necesaria para este tipo de negocios o transacción comercial.

Viabilidad Socio-Cultural, este emprendimiento está enfocado a posibles clientes de distinto estrato social ya sean casados con hijos, divorciados, solteros, jóvenes adultos profesionales, ejecutivos, propietarios de negocios, adultos involucrados en proyectos de negocios personales.

1.8 Objetivos de la Investigación

1.8.1 Objetivo General

Determinar la prefactibilidad para crear una empresa dedicada a la compra y

venta de vehículos usados en la parroquia Tarqui del cantón Guayaquil.

1.8.2 Objetivos Específicos:

- Fundamentar mediante bases científicas los aspectos relacionados al estudio de mercado del sector automotriz.
- Destacar las técnicas y metodologías acorde al estudio técnico del proyecto de prefactibilidad de la creación de empresa de compra y venta de vehículos usados.
- Determinar los aspectos administrativos relacionados al campo automotriz en el contexto legal vigente en el Ecuador.
- Elaborar el proyecto de prefactibilidad mediante un estudio financiero en la creación de una empresa de compra y venta de autos usados.

1.9 Conveniencia

Este proyecto de prefactibilidad es conveniente ya que el mercado de compra venta de vehículos usados, contribuye al desarrollo económico del país, cada vez más familias tienen mayores posibilidades de adquirir un vehículo usado, por las facilidades y la gran variedad de precios y modelos que les permite acceder a este artículo.

Muchas de estas personas acuden a la feria de autos en busca de un vehículo acorde a sus necesidades y presupuesto.

Además, contribuye ampliamente a la economía Guayaquileña porque dinamiza el mercado y da fluidez económica, aportando directa e indirectamente a que se generen empleos a mecánicos, tapiceros, electricistas, pintores etc.

El presente proyecto es también conveniente porque permite a los ciudadanos un servicio de compra venta en el menor tiempo posible y a precios cómodos accesibles para toda persona.

La elaboración del presente proyecto se respalda en información verídica que permite tener una visión y conocimiento más amplio del sector empresarial dedicado a la

compra y venta de autos usados, además como parte de la sociedad se generará una idea de negocio y si los resultados en el estudio de pre factibilidad son positivos se pondrá en marcha el negocio.

1.10 Valor teórico

La elaboración de este proyecto aporta académicamente, a través de un modelo formativo que permite fomentar el conocimiento en un proceso de investigación activa, y dentro de los lineamientos establecidos; además éste se constituye como un requisito indispensable previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas el mismo que permitirá culminar exitosamente con mi estudio superior, llegando a ser una persona participativa y activa dentro de la sociedad, a más de ser un aporte para la institución, como para las futuras generaciones de estudiantes, que podrán utilizar dicho proyecto como fuente de consulta.

1.11 Utilidad Práctica

Los resultados de la investigación tendrán sentido y significado para futuros usuarios, puesto que se parte de unos objetivos fácilmente entendibles y una metodología que se caracteriza por capturar y describir adecuadamente la realidad del mercado de compra y venta de autos usados.

Los resultados finales de la investigación aportarán una serie de respuestas de índole estratégica y organizativa sobre cómo se contribuirá con el desarrollo socio-económico de la ciudad de Guayaquil, además de satisfacer una necesidad, que ante la frenética evolución del mercado de trabajo y del cada vez más afanado ritmo de vida de las personas, surge la necesidad del consumo que pretende abastecer todas las expectativas de los compradores, ya que estamos en un auge de lujos que por comodidad buscan los clientes encontrar la satisfacción a todas sus aspiraciones y exigencias.

También se destaca la generación de fuentes de trabajo con la puesta en marcha

de este proyecto de pre factibilidad de la compra y venta de vehículos usado, lo que dará como resultado menos desempleo y amplia satisfacción al cliente.

La investigación pretende obtener resultados que se caractericen por su concreción, es decir, que además de ser relevantes para los factores económicos y sociales que se derivan de esta actividad pues permitirá entender y conocer de qué manera podría aportar más a la ciudad.

Desde un punto de vista práctico, los resultados finales que se obtengan con esta investigación trascenderán las soluciones más comunes y obvias, puesto que el objetivo de la investigación es el de dar a conocer de qué manera la demanda de autos usados significa tanto a nivel económico como social.

Los resultados de la investigación propondrán soluciones factibles y viables en tiempo y dinero, para los vendedores y compradores y ofrecer a las personas interesadas las garantías necesarias que faciliten, hagan segura y confiable esta transacción, incrementando su número de clientes y asegurando su continuo crecimiento.

1.12 Utilidad Metodológica

Esta investigación aporta a la creación de un nuevo instrumento para la recolección o análisis. El conocimiento sobre el tema permitirá hacer recomendaciones con respecto de cómo mejorar la formalidad de la compraventa, e incluso que medidas debieran tomarse para que los ciudadanos confíen más en este sector, ya que el sector automotriz genera de manera directa e indirecta a que haya considerablemente más fuentes de empleo.

También por la necesidad de ofrecerles a los habitantes de la ciudad de Guayaquil la oportunidad de adquirir un vehículo usado en excelentes condiciones, en la marca y el modelo que deseen.

La compra y venta de vehículos usados tiene la finalidad de permitirles a los ciudadanos un servicio de compra venta en el menor tiempo posible, a precios cómodos accesibles para toda persona y además con la seguridad de que está adquiriendo un vehículo acorde a sus necesidades.

Los comerciantes dedicados a la venta y comercialización de vehículos usados, cuya meta prioritaria es reducir los riesgos a los que se expone el comprador de un vehículo de segunda mano, muchas veces por el desconocimiento de la parte técnica como legal del vehículo que desee adquirir. El mercado de compra y venta de vehículos nuevos y usados, ha contribuido al desarrollo económico del país, las familias ecuatorianas, cada vez tienen mayores posibilidades de adquirir un vehículo usado, por las facilidades y la gran variedad de precios que les permite acceder a este artículo.

1.13 Conclusión Capítulo 1

En este capítulo se refiere desde la invención de la rueda y como ha ido evolucionando el tema de la transportación hasta llegar a la invención del automóvil, de cómo llegó a América Latina y constituir uno de los recursos más usados, se relata extensamente sobre la problemática de la compra y venta de vehículos usados, ya que, por la falta de la capacidad de pago de los clientes, Automotorres se ve en la obligación de vender vehículos de bajo costo. Se describe las variables y los objetivos generales y específicos de la investigación. Las preguntas de la investigación su justificación e importancia. Concluimos con la conveniencia de este proyecto ya que permite a los ciudadanos un servicio de compra venta al menor tiempo posible, la elaboración de este proyecto se respalda en información verídica que permite tener una visión y conocimiento amplio, su utilidad práctica y utilidad metodológica.

CAPÍTULO II

2. Contextualización

2.1 Marco teórico

Creación de Empresas

El crear una empresa puede llenar de temor y generar dudas, pero si se tiene una idea clara del tipo o modelo de negocio no será difícil emprenderla.

Ser emprendedor y comenzar un negocio está estrechamente relacionado, ya que las personas que desean iniciar un negocio lo hacen iniciando un negocio con el que pueden aportar sus ideas y beneficio.

No es fácil comenzar una nueva ruta comercial, y es aconsejable conocer todos los inconvenientes asociados con ella para lograr el éxito comercial.

(www.emprendepyme.net/crear-empresa, 2016).

Una vez que se define la idea de negocio sobre la cual se estructura la empresa y antes de que se realice un análisis en profundidad y se elabore el plan de negocios, se deben hacer algunas preguntas:

- ¿Alguna idea que tienes es una oportunidad de negocio?
- ¿Es técnicamente factible?
- ¿Es económicamente viable?
- ¿Puedes hacerlo?
- ¿Su rentabilidad justificará los esfuerzos iniciales necesarios?

En algunos casos, estas preguntas no pueden responderse hasta que se haya completado el estudio; en otros casos, puede tener una aproximación de ellos y una idea inicial de las oportunidades comerciales. La idea de convertirse en una empresa tiene que cumplir una serie de condiciones:

- Debe tener la capacidad técnica para desarrollar el producto o servicio que desea ofrecer al mercado.
- Es importante tener un mercado donde haya clientes que estén dispuestos a pagar un precio por lo que ofrecen, para valorar económicamente el producto o servicio y que crean que esta es la mejor opción para satisfacer sus necesidades.
- Es necesario convertir la idea en un producto comercializable, atractivo y útil para los clientes que cumpla con sus expectativas de acuerdo con los estándares establecidos de calidad, comodidad y velocidad. Si lo desea, necesita saber dónde y cómo encontrarlo.
- El negocio debe ser rentable y sostenible en el tiempo. Es importante analizar el potencial de crecimiento de la compañía, incluso si es a priori solo un pronóstico de la realidad futura.
- Es necesario contar con los recursos necesarios para iniciar la empresa. Es muy importante embarcarse en esta aventura, considerar los recursos humanos y financieros necesarios y determinar cómo se pueden lograr.

Otro aspecto que debe tenerse en cuenta al iniciar un proyecto empresarial con una idea específica es el entusiasmo y la confianza de los promotores del proyecto.

Es crucial para la implementación de un proyecto creer firmemente en la idea elegida y desarrollarla con entusiasmo.

Las empresas que inicialmente parecían impracticables han logrado excelentes resultados gracias a los esfuerzos de sus promotores.

Por otro lado, las ideas que se esperaba que fueran excelentes fracasaron debido a la falta de entusiasmo entre las personas detrás de ellas. Entonces, si la elección de la idea en la que se basa el proyecto empresarial es importante, no tiene que estar menos convencido de que puede ser un éxito. (ajeasturias, 2014)

La importancia de crear empresas

A lo largo del tiempo la economía ha tenido cambios. El mundo laboral de antes ya no es igual al mundo laboral actual. Día a día vemos en el mundo mayor cantidad de desempleo por falta de oportunidades, pero también por falta de emprendimiento, por esta razón, crear nuevas empresas es una alternativa para disminuir altas tasas de desempleo y así abordar nuevos retos y nuevas metas que cambien nuestra manera de vida y generen nuevas ideas.

Crear nuevas empresas es una gran alternativa para no depender de por vida de un empleo y que nos conduce a un mejor desarrollo económico permitiéndonos crear así nuevos mercados.

Al emprender nuevos caminos se proyectan nuevas metas. La solución no está en esperar a que el gobierno nos solucione algo si no de crear nuevas oportunidades, por esto es importante crear nuevas empresas porque de esta manera se generaría más empleo y así ayudaría a suplir necesidades, además contribuye al desarrollo económico, social y tecnológico del país.

Tipos de Empresas

Tipos de empresas según la Ley de Compañías y requisitos de conformación

- La Compañía Anónima; y,
- La Compañía de economía mixta.
- La Compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La Compañía en nombre colectivo;

Estos cinco tipos de empresas son personas jurídicas. La ley también reconoce la compañía o cuentas aleatorias de participar (Ley de Compañías, 2008).

Características principales

Compañía en Nombre Colectivo

- El principio de conocimiento y confianza entre los socios se aplica en esta empresa.
- No admite suscripciones de capital público.
- El contrato social en la designación colectiva se produce a través de la escritura pública;
- La carta pública de la empresa está aprobada por un juez civil.
- La empresa consta de dos o más personas.
- El nombre de la empresa debe ser un nombre de empresa, que es la fórmula que expresa los nombres de todos o algunos de los socios, resumiendo las palabras "y empresa".
- La ley no establece un mínimo de capital inicial para esta empresa.
- Las contribuciones de capital no están representadas por valores negociables.
- No menos del cincuenta por ciento del capital suscrito se paga para el establecimiento de la empresa.
- Los socios reaccionan sólida e indefinidamente a las obligaciones sociales.
- No está sujeto a supervisión operativa. (Valdez A. D., 2016)

Compañía en Comandita Simple

- La compañía tiene dos clases de socios y se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables llamados socios comanditados y uno o más socios suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.

- La compañía existe bajo una razón social que consiste en el nombre de uno o varios de los socios comanditados, al que agregara las palabras “Compañía en Comandita”.
- Para esta compañía no existe un mínimo de capital fundacional.
- La administración está a cargo de los socios comanditados.
- La compañía en comandita simple se constituirá en la misma forma que una compañía en nombre colectivo.
- No está sujeta a la superintendencia de compañías. (Loja, 2018)

Compañía en Comandita Por Acciones

- Al igual que la compañía de responsabilidad limitada ordinaria, esta compañía consta de dos tipos de socios: socios limitados y socios limitados.
- La compañía opera bajo un nombre comercial, que se compone de los nombres de uno o más socios solidarios, conocidos como socios limitados, seguidos de las palabras "compañía de responsabilidad limitada".
- El capital de esta empresa se divide en acciones nominativas con el mismo valor nominal. Al menos una décima parte del capital social debe ser aportado por los socios corresponsables (socios limitados).
- La gestión de la empresa corresponde a los socios limitados.
- Con respecto a lo que no se proporciona en las características anteriores, esta compañía está sujeta a las reglas de la compañía anónima.

Según el mandato expedido por la Asamblea Constituyente conjuntamente con el secretario, del 30 de abril de 2008, se elimina y prohíbe la tercerización e intermediación laboral al igual que la contratación laborará por horas, y que únicamente se podrá contratar en actividades complementarias como vigilancia, seguridad, alimentación, mensajería y limpieza, en consecuencia la empresa que

desea realizar contratos con empresas que se dedique a actividades tales como vigilancia, esta no podrá tener ningún tipo de vinculación con la empresa a la que va a prestar sus servicios. Empresas que tienen contratos civiles o de servicios profesionales, van a tener que cambiar de contrato, salvo el caso de que estos servicios sean técnicos especializados ajenos a las actividades propias y /habituales de la usuaria tales como: contabilidad, publicidad, consultoría, auditoría, jurídicos entre otros (forosecuador, 2018).

Compañías de Responsabilidad Limitada

Generalidades: La Compañía de responsabilidad Limitada, es la que se contrae con un mínimo de dos personas, y pudiendo tener como máximo un número de quince. En tales compañías, sus socios solo reaccionan a las obligaciones sociales hasta el monto de sus contribuciones individuales y actúan bajo el nombre de su compañía o el nombre de la compañía, siempre acompañados de una expresión especial, para que no se pueda confundir con otra compañía.

Requisitos: El nombre. - En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías.

Solicitud de aprobación. - La presentación ante el Superintendente de Empresas será de tres copias certificadas de los estatutos de la empresa, acompañadas de la solicitud correspondiente, que debe ser preparada por un abogado para solicitar la aprobación del estatuto.

Número mínimo y máximo de socios. - La empresa está fundada con al menos quince accionistas y, como máximo, si excede este número durante su existencia,

debe convertirse o disolverse en otra clase de sociedad. Cabe señalar que este tipo de empresa no puede existir con un solo socio.

Capital mínimo. - El capital mínimo para comenzar la sociedad de responsabilidad limitada es de cuatrocientos dólares. El capital debe estar totalmente suscrito y pagado hasta al menos el 50% del monto nominal de cada inversión, y el monto restante debe pagarse dentro de un período de no más de doce meses. Las contribuciones pueden consistir en efectivo (dinero) o en bienes muebles o inmuebles e inmateriales (bienes) o en dinero y tipos al mismo tiempo. En cualquier caso, las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, el bien, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía, y dichos bienes serán avaluados por los socios o por los peritos. (Compañías, 2018)

Compañías Anónimas

Generalidades. - Esta Compañía tiene como característica principal, que es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, y sus accionistas responden únicamente por el monto de sus aportaciones. Esta especie de compañías se administra por mandatarios amovibles socios o no. Se constituye con un mínimo de dos socios sin tener un máximo.

Requisitos: De conformidad con las disposiciones del artículo 147 de la Ley de la sociedad anónima alemana, que se sustituye por el artículo 68 de la Ley de la sociedad anónima alemana, la empresa debe estar compuesta por dos o más accionistas. La empresa anónima no puede existir con menos de dos accionistas, con la excepción de las empresas cuyo capital total o mayoritario pertenece a un organismo del sector público.

El nombre. - En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías.

Solicitud de aprobación. - La presentación al Superintendente de Empresas se realiza con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, acompañadas de la solicitud correspondiente, que debe ser preparada por un abogado y requiere la aprobación de los estatutos.

Socios y capital: Números mínimo y máximo de socios. - La compañía se constituirá con un mínimo de dos socios, sin tener un máximo de socios.

Capital. - El capital mínimo con que ha de constituirse la Compañía Anónima, es de ochocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 25% del capital total. Las contribuciones pueden consistir en dinero o bienes muebles o inmuebles e intangibles o dinero y tipos al mismo tiempo. En cualquier caso, las especies deben corresponder al género de comercio de la compañía. La actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, los bienes serán avalados por los socios. La compañía podrá establecerse con el capital autorizado, el mismo que no podrá ser mayor al doble del capital suscrito (Valdez D. R., 2016).

Compañías de Economía Mixta

Generalidades: Es esencial para el establecimiento de estas compañías que comisionen entidades legales de derecho público o entidades semipúblicas legales de derecho público con personas jurídicas o físicas de derecho privado. Con empresas dedicadas al desarrollo y promoción de la agricultura y la industria.

Requisitos: El procedimiento de fundación para este tipo de compañía es el mismo que para la fundación de la corporación en este tipo de compañía. El cuerpo administrativo multipersonal, la Junta Directiva, no debe faltar. Asimismo, si los organismos u organizaciones estatales o públicas involucradas en la empresa proponen hacerlo, los estatutos deberán establecer los requisitos y condiciones especiales que sean razonables en relación con la transferencia de acciones y la participación en la empresa. Aumento del capital suscrito de la empresa.

Socios y capital: El capital de esta compañía es de ochocientos dólares, o puede serlo también en bienes muebles o inmuebles relacionado con el objeto social de la compañía. En lo demás, para constituir estas compañías, se estará a lo normado en la sección VI de la Ley de Compañías, relativa a la sociedad anónima. En tales compañías, el estado puede expropiar la cantidad de capital privado en cualquier momento por razones de beneficio público (Moncayo, 2019).

Requisitos para la creación de una empresa

1. Reservar un nombre. Este proceso se lleva a cabo en la Superintendencia de Empresas. Debe verificarse que no hay una compañía con el mismo nombre.

2. Elaborar los estatutos. Es el contrato social que rige la empresa y se confirma mediante un minuto firmado por un abogado.

3. Abrir una “cuenta de integración de capital”. Esto sucede en todos los bancos del país. Los requisitos básicos, que pueden variar según el banco, son:

- Capital mínimo: \$ 400 para una compañía de responsabilidad limitada y \$ 800 para una compañía anónima. (Valores de referencia)
- Carta del socio indicando la participación de cada individuo.
- Copias de la identificación y boleta de cada socio.
- Luego se solicita el certificado para las cuentas de integración de capital

4. Elevar a escritura pública. Acuda a un notario y conserve la reserva de nombre, el certificado de la cuenta de integración de capital y el protocolo con los estatutos.

5. Aprobación del estatuto. Presentación de la escritura pública a la Superintendencia de Empresas para su revisión y aprobación por decisión.

6. Publicar en un diario. La Superintendencia de Empresas proporcionará 4 copias de la resolución y un extracto para su publicación en un periódico nacional.

7. Obtener los permisos municipales. En el municipio de la ciudad donde se fundó la empresa, debe:

- Pagar la patente municipal
- Solicitar el certificado de conformidad

8. Inscribir la compañía. Vaya al registro comercial del cantón en el que se fundó la empresa para registrarla con todos los documentos descritos anteriormente.

9. Realizar la Junta General de Accionistas. El propósito de esta primera reunión es nombrar a los representantes de la compañía (presidente, gerente general, etc.) especificados en los estatutos.

10. Obtener los documentos habilitantes. Al ingresar al Registro Mercantil en la Superintendencia de Empresas, proporcionan los documentos para abrir el RUC de la empresa.

11. Inscribir el nombramiento del representante. Ingrese nuevamente el nombramiento del administrador de la empresa nombrada en la junta general en el registro comercial con el motivo de la aceptación. Esto debe hacerse dentro de los 30 días de su cita.

12. Obtener el RUC. Puede obtener el registro único de contribuyentes (RUC) del Servicio de Impuestos Internos (SRI) con:

- El formulario apropiado ha sido debidamente completado

- Original y copia de la carta
- Original y copia de las fechas.
- Copias de las boletas y boletas de los socios
- Si es necesario, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que llevará a cabo el procedimiento.

13. Obtener la carta para el banco. El RUC envía una carta a la Superintendencia de Empresas al banco donde se abrió la cuenta para que el valor depositado esté disponible. Siguiendo estos pasos, se puede establecer una compañía de responsabilidad limitada o una compañía anónima. Un abogado puede ayudar. El costo de su servicio depende del monto del capital de la compañía. (Pasos para crear una empresa en Ecuador, 2019).

Compra y Venta de vehículos

En el período de recuperación económica entre los primeros años de la última década y 2014, el sector automotriz ecuatoriano experimentó su edad de oro. Desde 2003, las ventas aumentaron cada año hasta 2011, cuando se registró el récord histórico de casi 140,000 unidades vendidas en el país.

Sin embargo, los desequilibrios en la balanza comercial en los últimos años han provocado que el gobierno nacional restrinja las importaciones de ciertos bienes, incluidos los automóviles, lo que ha reducido la oferta y ha aumentado su precio. La compleja situación económica de los últimos dos años también ha contribuido a esto: actualmente hay menos automóviles nuevos disponibles en los concesionarios, pero también hay menos compradores.

Más allá de los altibajos de la economía, la movilidad sigue siendo una necesidad urgente para muchas personas. Por lo tanto, el mercado de automóviles usados se ha vuelto particularmente importante, ya que muchas personas que no pueden comprar un vehículo nuevo por una razón u otra ven el usado como una alternativa lógica.

Esta situación ha estimulado en gran medida el mercado de automóviles de tamaño medio en los últimos años, ya que han aparecido nuevos canales de compra y venta, en los que la tecnología juega un papel muy importante. Más recientemente, la compra y venta de vehículos usados se ha limitado a tres canales tradicionales: anuncios clasificados en los periódicos más populares, ferias en prácticamente todas las ciudades e instalaciones dedicadas a este negocio conocido como patios.

En el momento en que una gran cantidad de usuarios prestaban atención a los vehículos usados, los concesionarios de automóviles nuevos también lo hicieron porque entendieron que la situación ofrecía una oportunidad comercial interesante. Tanto es así que casi todos los concesionarios de automóviles de hoy tienen una división de vehículos usados como un negocio paralelo. En algunos casos, una gran proporción de los modelos que componen esta línea de productos corresponden a los que se pagan cuando se pagan nuevas unidades. Como regla, sin embargo, también compran vehículos de terceros para mantener sus existencias.

Cada instalación de negociación generalmente establece sus propias pautas con respecto al tipo de vehículos que negocia, la antigüedad, el kilometraje máximo o algún otro tipo de función, según el turno que desee tomar.

Además, varios clientes ofrecen alternativas de financiamiento para simplificar el proceso de adquisición de vehículos. Sin embargo, no debemos perder de vista el hecho de que el mercado de automóviles usados está estrechamente relacionado con el de los automóviles nuevos, ya que la disponibilidad de modelos para el cambio de propiedad depende de la renovación constante de las unidades.

El reciente anuncio del levantamiento de las cuotas de importación para vehículos el próximo año podría cambiar la situación actual del mercado para automóviles de uso

mediano. Sin embargo, se supone que el mercado automotriz se regulará debido a las posibilidades de acceso de los clientes (Carburando, 2016).

Como parte de su estrategia para corregir un déficit comercial, el gobierno nacional ha limitado las importaciones de vehículos durante varios años y a través de diversos mecanismos. Dada la oferta reducida de automóviles de kilómetro cero, el mercado de automóviles usados creció, y de ahí surgió el concepto de automóviles usados. El vehículo usado no es más que un automóvil usado, que, debido a ciertas propiedades, representa la próxima alternativa a un automóvil nuevo.

La demanda de este tipo de vehículo ha crecido tan rápidamente en los últimos cinco años que muchos concesionarios de automóviles nuevos han establecido o fortalecido sus negocios usados para complementar su negocio principal. Las empresas que se ocupan de la venta de este tipo de vehículo están de acuerdo en que los parámetros que incluyen en esta categoría tienen hasta cinco años, un viaje de hasta 100.000 kilómetros y un estado general óptimo.

Muchos de ellos se obtienen de concesionarios en el contexto de pagar automóviles nuevos u otros autos usados de mayor valor. Esto permite a las personas en buenas condiciones acceder a un vehículo o mejorar el vehículo que tienen. Pero en 2017, este negocio cambió mucho en comparación con los dos años anteriores. El levantamiento de las nuevas restricciones a la importación de vehículos, que entró en vigencia el 1 de enero, permitió la importación de más unidades al país que en 2015 y 2016.

La gama más amplia y la gran competencia entre marcas y modelos han provocado caídas de precios (a veces considerables) que han tenido un impacto directo en los precios de los automóviles usados.

(Luna, 2017) “El porcentaje de demanda de autos usados ha disminuido similar a los autos nuevos, aunque sus precios también han bajado” (p. 2).

Esto es consistente con Pierre Janineh, gerente de producto de 1001carros.com, quien dice que, desde enero, los precios usados han estado cayendo cada mes a medida que se ofrecen más unidades nuevas.

(Janineh, 2017)“Muchos clientes creen que, si el mercado dice lo contrario, los precios no han cambiado y desean obtener un mayor valor por sus automóviles. Se requiere tiempo para comprender lo que está sucediendo.”, aseguró.

Él cree que el mercado comenzará a estabilizarse en julio. Más allá de las circunstancias especiales del mercado, los usados representan la alternativa más importante y económica a cero kilómetros, y las empresas especializadas son el canal más seguro para llevar a cabo negociaciones de ventas (Comercio, 2017).

La feria para comprar y vender autos usados en Mucho Lote, municipio de Tarqui, al norte de la ciudad de Guayaquil, esta explanada, en la que solo se agitó el polvo, ha sido completamente rediseñada desde que Carlos Valarezo decidió crear este patio de ventas de automóviles.

(Fabian Leon, 2012) “No hubo un gran auto show en Guayaquil. Los únicos que estaban cerca eran Durán y el que se dirigía a Babahoyo. La idea es crear un gran patio de exposiciones para concesionarios de automóviles con atención personalizada y organizada.” (p. 2).

Hay aproximadamente 800 vehículos todos los domingos, aunque el sitio de 42,000 m² ofrece espacio para hasta 2,500 autos.

Debe pagar \$ 3 para ingresar a cada vehículo. Recibirá de inmediato un letrero con detalles del modelo y año de fabricación del vehículo, precio y número de teléfono.

Cada semana cambian el color de los personajes y las marcas para evitar eso

Los vehículos sorprenden a los organizadores y no quieren pagar el próximo domingo.

Comprar y vender vehículos se ha convertido en su actividad comercial para sobrevivir. Las personas que se dedican a este tema deben tomar ciertas precauciones para no sorprenderse con los delincuentes que a menudo han estado involucrados en este lugar.

Un historial de compras aparece en la Comisión de Tránsito (de Ecuador). Si hay más de un propietario, no es recomendable comprarlo, ya que puede ser robado o está en algo extraño. Esto puede verificarse en línea o enviarse directamente a la comisión. A cualquiera que visite la feria todos los domingos le gusta ver un auto limpio en perfectas condiciones mecánicas y si está interesado en el modelo, pregunta por el precio.

La organización y el espacio en el que se ubica la plaza son dos de los aspectos más destacados. También considera que la decisión de los organizadores, que actualmente han rediseñado la ubicación, es correcta y, por lo tanto, evita que la lluvia se vuelva intransitable.

Los precios dependen de las necesidades del vendedor. Y si el cliente se encuentra en un entorno económico, se puede llevar a cabo una venta exitosa.

La feria está abierta todos los domingos de 6 a.m. a 5 p.m. Hay pequeños puestos de comida y baños en la explanada.

Recomendaciones para vender y comprar carros.

Historial. - Dentro de los registros de la Comisión Ecuatoriana de Transporte (CTE) se encuentra el registro de propietarios que tienen un vehículo. Los vendedores recomiendan verificar esto antes de comprar el automóvil.

Precios. - Si está interesado en un vehículo, verifique los costos que tienen que negociar en la feria. Los vendedores ahorran hasta \$ 1,500 según el modelo.

Policía. - Los oficiales de la policía nacional revisan constantemente varios vehículos y se aseguran de que no sean robados.

Presentación. - a limpieza exterior e interior del automóvil es una de las claves para vender un vehículo. Así como el buen estado del automóvil.

Pasos a seguir después de concretar la venta de un vehículo usado

Las personas que compran vehículos usados deben ir a tres entidades para tramitar la transferencia de dominio (actualizar los datos del dueño). Este procedimiento es obligatorio y se lo debe ejecutar hasta 30 días después de haber firmado el contrato. Los nuevos dueños a un centro de revisión vehicular, luego a una notaría y, al final, a un centro de matriculación. Al comprar un vehículo se asumen los costos pendientes por matriculación, multas y revisión. Se recomienda que, antes del pago, se averigüen estos detalles.

Las personas que estén interesadas en adquirir un vehículo usado pueden obtener esta información mediante Internet en la ATM. Para realizar las consultas solo se requiere el número de la placa del carro. En el portal de la página web de la ATM ingresa a Revisión Técnica Vehicular y podrá revisar los valores pendientes que se debe cancelar para cumplir con este procedimiento. Las multas e infracciones que se han cometido con el automotor se pueden averiguar en el portal de la página web de la ATM o en portal de la página web de la CTE en el link Consulta Multas. Para conocer el valor de la matrícula ingrese al portal de la página web del SRI. En el menú acceda a Servicios más utilizados y selecciones Valor de matrícula vehicular. Antes de comprar el auto consulte si hay algún tipo de prohibición para comercializar el automotor en el que está interesado. Con toda esta información, se puede realizar la compra del vehículo (atm, 2015) (comisiontransito, 2019) (sri, 2019).

Los compradores y vendedores deben suscribir un contrato de compraventa del vehículo y acudir a una de las notarías que hay en Guayaquil para el reconocimiento de firmas. Las personas casadas deben acudir con su cónyuge. Este trámite cuesta alrededor de \$15 por firma. Para hacerlo se debe presentar la cédula de identidad, papeleta de votación, matrícula, historial vehicular y certificado único vehicular. Los dos últimos documentos se los puede obtener en los centros de revisión o matriculación de la ATM. Cada uno cuesta \$8,00. El pago se lo hace en cualquier agencia del bancaria presentando la matrícula.

Con esta documentación el 'nuevo' dueño debe cancelar además 1% de la transferencia de dominio. El monto se calcula de acuerdo con el avalúo del vehículo. El penúltimo paso para realizar este procedimiento es cumplir con la revisión técnica vehicular finalmente, se debe pagar el valor de matrícula en cualquier banco.

Con todos los documentos, se debe ir a un centro de matriculación, para obtener la nueva especie. Para este trámite se requiere la presencia del vehículo y también del comprador. Ahí se revisará el contrato, número de chasis, motor, implementos de seguridad, el certificado de la revisión técnica, matrícula y se emitirá una nueva especie con los datos del actual propietario. La transferencia de dominio cuesta cerca de USD 80.

Las personas que hagan el trámite fuera del plazo establecido serán sancionadas con \$17 y 1,5 puntos menos a la licencia de conducir. No olvidar tener en cuenta la verificación de que las características del carro (placas, color) sean correctas. Firme el contrato y acuda a una notaría para realizar el reconocimiento de firmas. Cumpla con la revisión técnica vehicular en cualquiera de los ocho centros. Pague el valor de la matrícula, Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito. Obtenga la nueva especie en un centro de matriculación

2.1.1 Estudio de Mercado

Realizar un análisis sobre el mercado de autos usados en la ciudad de Guayaquil,

Su objetivo es determinar el funcionamiento del mercado teniendo en cuenta las condiciones técnicas de los vehículos.

El estudio de mercado es la serie de acciones que se llevan a cabo para determinar la reacción del mercado (demanda) y proveedores, la competencia (oferta) a un producto o servicio. Se analizan la oferta y la demanda, así como los precios y canales de venta.

Cada estudio de mercado tiene como objetivo dar una idea clara de las características del producto o servicio que desea presentar al mercado y obtener un conocimiento profundo de los socios del sector. Junto con todos los conocimientos necesarios para una política de precios y marketing. Con un buen estudio de mercado, deberíamos tener claro la distribución geográfica y temporal del mercado de demanda.

¿Cuál es el objetivo con el perfil más completo (género, edad, ingresos, preferencias, etc.) que ha sido el comportamiento de la demanda en el pasado y qué pronóstico se espera, especialmente si sus productos o servicios ofrecen valor agregado y ventajas competitivas en cuanto a la industria La oferta puede revolucionar? Análisis de precios y su desarrollo de diferentes competidores o límites geográficos.

En términos de competencia, necesitamos un mínimo de datos sobre quién y para quién son y para cada uno de ellos el volumen de facturación, la cuota de mercado, el desarrollo, los empleados, los costos de producción, etc. todo lo que podamos recopilar (Rico, 2017).

2.1.2 Estudio Técnico

Es un estudio que se lleva a cabo después de que se haya completado el estudio de mercado y que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación

económica de un proyecto. En su estudio técnico, el proyecto de inversión debe mostrar todas las posibilidades de cómo se puede desarrollar un producto o servicio, por lo que se debe especificar el proceso de desarrollo. Una vez que se establece el proceso, se puede establecer la cantidad requerida de máquinas, instalaciones de producción y trabajadores calificados. Además, se identifican proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que contribuyen al desarrollo del producto o servicio. Además, se elabora un plan estratégico para allanar el camino a seguir y la capacidad del proceso para satisfacer las necesidades de planificación estimadas. Con lo anterior, podemos crear una estructura de costos para los activos mencionados.

¿En qué consiste el estudio técnico?

En resumen, el estudio técnico solo se utiliza para analizar el proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión.

(Baca, 2001) “Se trata de resolver las preguntas de dónde, cuándo, cuánto, cómo y con qué se producirá, de modo que el aspecto técnico de un proyecto incluya todo lo relacionado con el funcionamiento y la funcionalidad del proyecto en sí.” (p. 13).

(Consultores, 2011) El estudio técnico es fundamental en un proyecto de inversión, ya que es en este donde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones; ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto, entre los cuales se cuentan los agentes que influyen en la compra de maquinaria y equipo, así como la calendarización de la adquisición de estas, los diferentes métodos para determinar el tamaño de la planta, los métodos para su localización, y los métodos de distribución y, finalmente, también se examinan los procesos de producción que pueden operar para el proyecto de inversión.

El estudio técnico definirá:

Dónde, Cuánto, Cuándo, Cómo y Con Qué Producir

Dentro del estudio técnico se procura contestar las preguntas ¿cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos? ¿Dónde producir? ¿Qué materias primas e insumos se requieren? ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan? ¿Cuánto y cuándo producir? Los estudios técnicos para un Proyecto de inversión deben considerar fundamentalmente cuatro grandes bloques de información:

- estudio de materias primas
- localización general y específica del proyecto
- dimensionamiento o tamaño de la planta.
- Estudio de ingeniería del proyecto.

Para esto el estudio técnico cuenta con los antecedentes de los otros estudios, a los cuales sirve en forma interactiva, en un proceso interactivo para encontrar la mejor solución (Sarais Espinoza O., 2017).

Objetivos del Estudio Técnico

Según (Navarro M. M., 2008) señala que Los objetivos son una parte fundamental del estudio técnico, por lo que deben ser claros y precisos. Los siguientes se enumeran a continuación:

- Comprobar si el producto o servicio ofrecido puede llevarse a cabo. Si tiene la materia prima adecuada, el equipo y las herramientas necesarias y las instalaciones óptimas para la producción.

Por lo que el estudio debe contener:

- Ingeniería básica: descripción detallada del producto, incluidas sus especificaciones y descripción del proceso de fabricación.

- Determinación del tamaño del sistema teniendo en cuenta la necesidad, la materia prima requerida, las máquinas y los sistemas de producción, la capacidad instalada, incluida la información sobre el origen, las estimaciones de costos, las fechas de entrega y los métodos de pago.
- Ubicación de la planta, incluida una encuesta de macro y micro sitio para determinar sus ventajas y desventajas.
- Planificación del sistema.
- Estimar los costos de construcción y mejoras del terreno.
- Estime el costo de fabricación o comercialización del producto.

2.1.3 Estudio Administrativo

La administración de empresas es una rama de las ciencias sociales que tiene como objetivo principal tomar los recursos de forma estratégica para lograr los objetivos a corto, mediano y largo plazo de una empresa.

Fases del proceso administrativo

Planeación: Es la planificación anticipada de los objetivos, programas, políticas, procedimientos y formas de acción dentro de una empresa.

Organización: Se fijan las funciones, autoridades y responsabilidades entre las personas de la empresa. La creación de un manual de organización sirve para dejar por escrito lo que debe hacer cada persona en la empresa.

Dirección: Se determina cómo se imparten las decisiones u órdenes donde se debe siempre tener en cuenta que sean razonables, completas y claras.

Coordinación: Generar armonía entre los funcionarios y las operaciones.

Control: Se debe establecer patrones de comparación para poder medir los resultados.

Las herramientas de control en una empresa pueden ser: contabilidad, estadística, control presupuestario, auditoría, control de calidad, entre otros.

Evaluación: Se verifican los resultados obtenidos y se proponen correcciones en los procedimientos o ejecuciones (significados, 2018).

La administración de empresas también requiere que las personas responsables de esta disciplina motiven a su equipo y se comuniquen abiertamente con cada uno de ellos. Un buen equipo necesita una comunicación fluida desde y hacia sus empleados, colegas y superiores (educativo, 2019).

Con respecto al análisis y la medición, el administrador debe establecer ciertos criterios e índices para evaluar el desempeño de toda la organización y el desempeño de cada miembro del equipo de trabajo (educativo, 2019).

Importancia

La gestión es muy importante ya que ofrece eficacia a los esfuerzos humanos. Ayuda a obtener mejor personal, equipo, materiales, dinero y relaciones humanas. (Marina Bello , 2012) señala: La administración es un órgano social específicamente encargado de hacer que los recursos sean productivos, refleja el espíritu esencial de la era moderna, es indispensable y explica por qué una vez creada creció con tanta rapidez y tan poca oposición.

La administración busca el logro de objetivos a través de las personas, mediante técnicas dentro de una organización. Ella es el subsistema clave dentro de un sistema organizacional. Comprende a toda organización y es fuerza vital que enlaza todos los demás subsistemas.

Objetivos

1. Alcanzar en forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social.

Eficacia. Cuando la empresa alcanza sus metas.

Eficiencia. Cuando logra sus objetivos con el mínimo de sus recursos.

2. Es permitirle a la empresa tener una perspectiva más amplia del medio en el cual se

desarrolla.

3. Asegurar que la empresa produzca o preste sus servicios.

2.1.4 Estudio Financiero

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sostenible, rentable y rentable en el tiempo.

Los estudios financieros son una parte esencial de la evaluación de un proyecto de inversión. Lo que puede analizar una nueva compañía, una organización en curso o una nueva inversión para una compañía, como crear una nueva área de negocios, comprar otra compañía o invertir en una nueva planta de fabricación (Federico "Estudio Financiero", 2019) señala que se utiliza información de diferentes fuentes para llevar a cabo este estudio, p. B. Estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura tributaria, etc.

La capacidad de supervivencia de una organización es su capacidad para continuar trabajando con el tiempo. En las empresas, la rentabilidad está estrechamente relacionada con la rentabilidad. Hablamos de rentabilidad a largo plazo porque la rentabilidad no significa necesariamente que siempre sea rentable.

Por lo general, hay momentos en que las empresas no son rentables. En los períodos iniciales de una empresa, la empresa debe incurrir en costos que traerán beneficios en el futuro, tales como: B. Publicidad, costos organizacionales, compras de materiales, etc. Sin embargo, debe esperarse que los beneficios se logren en el futuro . En este caso, el estudio financiero debe determinar si la empresa puede evitar los períodos de rentabilidad negativa sin detener los pagos, cuándo la rentabilidad es positiva y en qué proporción la rentabilidad representa capital o activos invertidos (Federico "Estudio Financiero", 2019).

Fuentes Financieras

Entre las Fuentes Financieras que se pueden utilizar para un proyecto son:

Fuentes Internas: Es el uso de recursos propios o autogenerados, así tenemos: el aporte de socios, utilidades no distribuidas, incorporar a nuevos socios, etc.

Fuentes Externas: Es el uso de recursos de terceros, es decir endeudamiento, así tenemos: préstamo bancario, crédito con proveedores, leasing, prestamistas, etc (Pérez Porto & Ana Gardey, 2009).

Importancia del Estudio Financiero

El análisis económico-financiero se puede utilizar para diagnosticar la empresa, que es el resultado del análisis de todos los datos relevantes de la empresa y proporciona información sobre sus puntos débiles y sus puntos fuertes. Para que el diagnóstico sea útil, deben ocurrir las siguientes circunstancias:

- Debe basarse en todos los datos relevantes.
- Tiene que hacerse a tiempo.
- Tiene que estar bien.
- Las medidas correctivas adecuadas para remediar los puntos débiles y explotar las fortalezas deben iniciarse de inmediato.

Este diagnóstico diario de la empresa es una herramienta clave para una administración adecuada. Esto ayuda a lograr los objetivos de la mayoría de las empresas:

- Sobrevivir: funcionar con los años y respetar todos los compromisos adquiridos.
- Sea rentable: utilice las ventajas para recompensar a los accionistas adecuadamente y para financiar las inversiones exactas de manera adecuada.
- Crecer: aumentar las ventas, la cuota de mercado, las ganancias y el valor de la empresa (Angulo, 2018).

Como realizar un estudio financiero en una empresa

Saber cuál es el objetivo de un proyecto de estudio financiero. Es hora de saber cómo hacerlo. Para lo cual se identifican todos los componentes que deben incluirse en la elaboración.

Ingresos: La base de las evaluaciones y conclusiones del estudio.

Costos Es el costo total del producto o servicio que establecemos. Aquí provienen de costos unitarios, materias primas, costos indirectos de fabricación y producción directa.

Costos administrativos: Todas las herramientas, recursos y personal necesarios para completar el proyecto.

Gastos de venta departamento de marketing y comercio. ¿Cuánto nos cuesta vender productos y servicios?

Gastos financieros: Corresponde a la adquisición de préstamos necesarios bajo el presupuesto de un proyecto. Con ellos conocemos la viabilidad financiera de un proyecto, así como los diferentes grados de un proyecto.

La depreciación: se aplica debido al deterioro de las herramientas o materiales utilizados para las actividades del proyecto. Para el uso de recursos materiales.

Amortización: El objetivo es determinar la pérdida periódica en el valor de los activos de un proyecto.

Plan de inversión: Requisitos detallados que se presentarán a un posible inversor de proyectos. El financiamiento óptimo general se determina según el tipo de proyecto.

Stock inicial: ¿Qué tenemos al inicio del proyecto? El saldo durante la apertura. En este punto, identificamos activos, pasivos y patrimonio. Y lo comparamos con los ingresos y gastos estimados. La clave para saber si el proyecto tiene futuro o no.

Presupuesto de efectivo: Movimientos de efectivo ¿Dónde y cuánto nos cuesta hacer transacciones de dinero?

Balance proyectado: Se lleva a cabo todos los años y corresponde a la organización de activos, pasivos y patrimonio previsto en ese año en particular.

Razones financieras: Estas son las técnicas, índices y métodos de evaluación financiera de proyectos.

Crédito: El propósito del balance general es presentar la situación financiera de la compañía en un determinado momento. Muestra los activos, derechos y obligaciones que la empresa tiene en ese momento.

Flujo de caja neto: La cantidad total de caja neta que tendrá el proyecto a lo largo de su ciclo de vida, teniendo en cuenta el rendimiento interno, la rentabilidad, el valor del capital, la TIR y la IR.

Costo de capital: También conocido como la tasa de corte. Corresponde al valor del capital económico.

Valor presente (valor presente): Él nos dirá qué ganaríamos hoy como si recibiéramos el dinero que recibiremos hoy en el futuro.

TIR o tasa interna de rendimiento o rentabilidad: Corresponde al promedio del rendimiento futuro estimado de una inversión. Él nos dirá si la reinversión es apropiada. El valor presente debe ser cero.

IR o índice de rentabilidad: Nos dice con qué frecuencia hacemos la inversión.

Punto de equilibrio: Define el nivel de ventas en el que se cubren los costos fijos y los costos variables, es decir, la empresa no pierde dinero aunque no gane dinero. El objetivo principal es cubrir los costos y aumentar las ventas, de modo que cada empresa que use este punto esté por encima de él y logre beneficios positivos en materia de derecho económico y laboral.

$$\text{Formula: PE} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Costos Variables}}$$

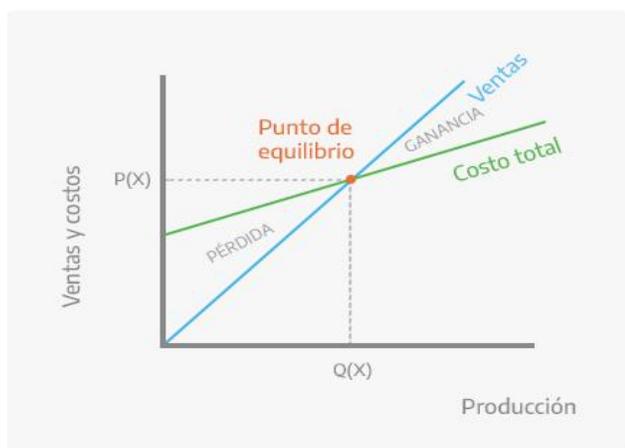


Figura 1 Diagrama punto de Equilibrio

Análisis de sensibilidad. Nos ayudará a tomar las decisiones correctas sobre las inversiones de capital. Este análisis consiste en calcular los nuevos flujos de efectivo y el valor del capital (valor presente, indicador de la rentabilidad de un proyecto). Para el análisis de sensibilidad, se debe comparar el valor presente inicial y el nuevo valor presente (que resulta del cambio en las variables). De esta forma obtenemos un valor que, cuando se multiplica por la constante 100, da el cambio porcentual.

Formula:

$$\text{Análisis de sensibilidad} = \frac{(\text{VAN}_0 - \text{VAN}_a)}{\text{VAN}_a}$$

Escenarios:

Pesimista. Es el peor escenario para una inversión donde el resultado final de un proyecto es un fracaso rotundo.

Probable. Sería el resultado más probable para analizar una inversión, es un escenario objetivo basado en la mayor cantidad de información posible. Dicho esto, es una mirada objetiva a la situación.

Optimo. Siempre existe la posibilidad de que se logre más de lo esperado. Si el escenario es optimista, motiva a los inversores a correr el riesgo. De esta manera, pueden ver que dos inversiones en las que estarían dispuestos a invertir la misma

cantidad pueden tener diferentes riesgos y recompensas. Por esta razón, estas plantas deben ser analizadas por su grado de incertidumbre, pero también por su posible beneficio. Cuanto mayor es el riesgo, mayor es el beneficio.

Riesgos. ¿Cómo afectaría cualquier escenario hipotético a la rentabilidad del proyecto?

Análisis Unidimensional. Con esto veremos si el monto invertido corresponde al gastado. Si podemos mantener el proyecto en marcha sin beneficios. Determinar el registro de supervivencia del proyecto. (sinnaps, 2019).

2.1.5 Estudio Legal

El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales. Una de las áreas más relevantes al estudio legal será la legislación tributaria. En ellas se deberán identificar las tasas arancelarias para insumos o proyectos importados o exportados, los incentivos o la privación de incentivos existentes, los diferentes tipos de sociedad (de responsabilidad limitada, sociedad anónima, sociedad en comandita, etc.) y cuál es la más adecuada para llevar a cabo el proyecto.

Como puede apreciarse, este estudio debe adelantarse en las etapas iniciales de la formulación y preparación, ya que un proyecto altamente rentable, puede resultar no factible por una norma legal. Es indispensable, pues, darles una consideración adecuada a esos aspectos jurídicos antes de avanzar en la realización de estudios e incurrir en altos costos en términos de recursos y tiempo de preparación (Desarrollo, 2017).

2.2 Marco Conceptual

Análisis. - Existen tantos tipos de análisis que centrarse en una única definición aplicable en todos los ámbitos resulta muy complicado. A nivel general, puede decirse que un análisis consiste en identificar los componentes de un todo, separarlos y examinarlos para lograr acceder a sus principios más elementales. (definicion.de, 2018)

Análisis de Sensibilidad. – Es un término que a menudo se usa en las empresas para tomar decisiones informadas sobre la inversión de su capital. Este análisis consiste en calcular los nuevos flujos de efectivo y el VPN, un indicador de la rentabilidad de un proyecto = en proyectos, empresas y otros. (Navarro J. d., 2018)

Costo. - El costo se refiere al momento en que una empresa invierte dinero en la fabricación de un bien, servicio o producto. Para este propósito, se tienen en cuenta tres elementos: materia prima, mano de obra y costos generales de producción. (Ruiz, 2019)

Comercialización. - Es una serie de medidas destinadas a la comercialización de productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son llevadas a cabo por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales. (Rivadeneira, 2012)

Demanda. - La demanda es la solicitud de comprar algo. En los negocios, la demanda se entiende desde una perspectiva económica como la cantidad de bienes y servicios que las empresas y los hogares desean comprar dentro de una economía de mercado. Cuando se trata de la demanda total, esta demanda abarca todos los bienes y servicios posibles. A su vez, la demanda está vinculada a la curva de demanda, que es la línea que se muestra en los ejes cartesianos, donde la cantidad se expresa en el eje de abscisas y el precio en el eje de ordenadas (economía simple, 2016).

Definición. - Definición significa acción y el efecto a definir. Definir significa, con claridad, precisión y precisión, determinar el significado de una palabra, la naturaleza

de una persona o un objeto, o decidir o determinar la solución de una cosa o pregunta. Etimológicamente, la palabra proviene del latín definitio, definitiōnis (significados, 2017).

Estado de Resultados. - También se conoce como el estado de resultados o cuenta de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que está contenido en un documento que detalla todos los ingresos, gastos y las ganancias o pérdidas logradas en una lista de empresas durante un cierto período de tiempo, por ejemplo un cuarto o un año (Nuño, 2017).

Factor. - El término factor de origen latino tiene varios usos. En el campo de las matemáticas, cada una de las cantidades o términos que se pueden multiplicar para formar un producto se conoce como factor. El submúltiplo también se llama factor (Gardey, definicion.de/factor/, 2009).

Financiero: Los asuntos financieros se relacionan con la gestión de las finanzas, es decir, activos o flujos, y a veces se limitan estrictamente a los activos que conforman los activos o tesorería del estado. En un sentido más amplio, el sector financiero también incluye finanzas públicas, grandes activos corporativos y cuestiones bancarias y de capital (De conceptos, 2019)

Gasto Público. - El gasto público es la cantidad total de dinero que el sector público gasta en llevar a cabo sus actividades. El sector público tiene diferentes objetivos y funciones como representante comercial. Entre otras cosas, cómo reducir la desigualdad, redistribuir la riqueza o satisfacer las diferentes necesidades de los ciudadanos de un país. Hay 4 tipos de gastos públicos: gastos corrientes, gastos de capital, gastos de transferencia y gastos de capital (Lopez, 2019).

Indicadores. - Un indicador es un rasgo específico, observable y medible que se puede utilizar para representar los cambios y el progreso que un programa está haciendo para lograr un resultado particular (Instituto Interamericano de Derechos Humanos, 2008).

Ingreso. – Es un aumento de los recursos económicos. Esto debe entenderse en el contexto de los activos y las deudas, ya que es una confiscación de activos. Ingresos significa un aumento en el patrimonio neto de una empresa. Esto puede ser el aumento en el valor de sus activos o la disminución de un pasivo (debitoor, 2019).

Interés. - En la economía, el nivel de tasa de interés es una cantidad que generalmente se expresa como un porcentaje (comúnmente conocido como "tasa de interés") que un prestatario paga por el uso del dinero que le presta a un prestamista. En el caso más conocido (crédito), la tasa de interés es el porcentaje del dinero que el prestamista recibiría como ventaja por el uso temporal de sus activos durante un cierto período (generalmente un año) (concepto., 2017).

Inversionista: Persona física o jurídica que utiliza sus disponibilidades económicas para adquirir Acciones o títulos negociables en el Mercado Financiero (eco finanzas, 2019).

Impuestos: Un impuesto es un impuesto pagado al estado para apoyar el gasto público. Estos pagos obligatorios deben hacerse a personas físicas y jurídicas. La recaudación de impuestos es la forma en que el estado (como lo conocemos hoy) se utiliza para financiar y obtener recursos para realizar sus funciones (debitoor.es, 2019).

Investigación. - Una investigación es un proceso sistemático, organizado y objetivo, cuyo propósito es responder a una pregunta o hipótesis y así aumentar el conocimiento y la información sobre algo desconocido. Asimismo, la investigación es una actividad sistemática dirigida a obtener, mediante observación, la experimentación, nuevas informaciones y conocimientos que necesitan para ampliar los diversos campos de la ciencia y la tecnología (Moreno, 2017).

Manufactura. - El término manufactura hace referencia a la actividad humana de crear productos en masa, mediante el uso de máquinas avanzadas y técnicas especiales

destinadas a ello. Regularmente, se llama secundario a este sector de la economía, pues, es el encargado de transformar la materia prima en el artículo que finalmente se dará a la sociedad consumidora (De conceptos, 2019).

Mayorista. - Mayorista es el comercio que vende, compra o contrata al por mayor. El concepto difiere del concepto de minorista, que es el negocio cuyo negocio se realiza en el comercio minorista. (Julián Pérez Porto y María Merino, 2011).

Mercado. - El mercado es el contexto en el que tiene lugar el intercambio de productos y servicios. En este contexto, se realizan las ofertas, solicitudes, compras y ventas. (Economía.WS, 2007).

Organización. - Es el orden de las funciones que se consideran necesarias para lograr un objetivo y una indicación de los poderes y responsabilidades que se delegan a las personas responsables de realizar las funciones respectivas. (Ponce, 2004).

Producto. - Un producto es todo lo que la empresa u organización produce o fabrica para ofrecer al mercado y cumplir con ciertos requisitos del consumidor. No es necesariamente un activo físico, también se consideran servicios, ideas, organizaciones, etc.

Cabe señalar que no solo las empresas industriales pueden ofrecer productos, sino también instituciones públicas, organizaciones benéficas y organizaciones religiosas. (Cuevas, 2010).

Productor. - Persona que participa en la producción de bienes y servicios en la organización del trabajo en el modelo económico actual, todos somos fabricantes y consumidores al mismo tiempo (ecured.cu, 2018).

Propietario.- El que tiene el dominio de una cosa, móvil o inamovible, material o inmaterial, que puede disfrutar y hacer con él como quiera, también lo estropea o destruye,

en la medida en que esto sea legalmente permitido, a menos que sea causado por se impide que un acuerdo o pacto que limite su derecho lo haga (the law dictionary.org, 2018).

Recursos: Los recursos son los diversos medios o ayudas con los que se puede lograr un objetivo o se puede satisfacer una necesidad. También puede entenderse como un conjunto de elementos que están disponibles para resolver una necesidad o administrar un negocio, por ejemplo: naturaleza, gente, silvicultura. El término recurso es de origen latino "recurso" (significados.com, 2016).

Relación Costo beneficio. - El análisis de costo-beneficio es un instrumento financiero utilizado para medir la relación entre los costos asociados con un proyecto de inversión y los beneficios, p. Por ejemplo, comenzar un negocio o lanzar un nuevo producto para determinar su rentabilidad. Fórmula $B / C = VAI / VAC$ (R., 2019)

Rendimiento. - Fruto o beneficio de algo en términos de costo, gasto, inversión, etc., o el resultado del trabajo o esfuerzo de una persona (ecured.cu, 2018)

Rentabilidad. - El diccionario de la Real Academia Española (RAE) define la rentabilidad como la condición para la rentabilidad y la capacidad de generar ingresos (ganancias, ganancias, ganancias, ganancias). Por lo tanto, la rentabilidad está vinculada a obtener ganancias de una inversión particular (Gardey, definicion.de, 2014).

Sistema Económico. - Un sistema es un módulo, cuyos componentes están interconectados y mantienen interacciones. Mientras tanto, lo que está relacionado con la economía es económico (el estudio y la gestión de los recursos utilizados para satisfacer las necesidades) (Nancy, 2018).

Solvencia. - Según la RAE, la solvencia es la "falta de deuda" o la "capacidad de pagar deudas". La palabra "solvencia" proviene del latín: "solvencia" y es la capacidad de una persona física o jurídica y un organismo público para saldar o reparar deudas, así como su ausencia o ausencia (Anton, 2018).

Técnicas. - Procedimiento o conjunto de estos centrados en la forma de hacerlo. Se refiere al trabajo con herramientas, materiales e instrumentos. La técnica requiere habilidades manuales e intelectuales, a menudo utilizando herramientas y habilidades muy diferentes (Ecu Red, 2018).

TIR. - O Tasa interna de rendimiento, es la tasa de interés o rentabilidad que genera un proyecto. Este es responsable de medir la rentabilidad de una inversión. Es decir, el porcentaje de la ganancia o pérdida que esto tendrá (Restrepo, 2019).

Valor. – La propiedad de los bienes que los hacen deseables por tu capacidad para satisfacer las necesidades humanas. En otras palabras, los activos tienen valor en la medida en que benefician o satisfacen a su titular (eco-finanzas.com, 2018).

VAN. – El valor presente es uno de los términos financieros más conocidos y más utilizados. Este método ayuda a determinar la rentabilidad del proyecto en el que se está trabajando. Formula: $VAN = \text{Beneficio Neto Actualizado (BNA)} - \text{Inversión (BNA)}$ (School, 2018).

Variable. - En principio, una variable es un concepto que determina la calidad de un objeto, un atributo que puede variar de una o más formas y resume conceptualmente lo que quiere saber sobre el objeto de investigación (<https://www.ecured.cu/Variables>, 2015)

Ventas. - La venta es un proceso que involucra a dos personas: un comprador y un vendedor. El cliente transmite sus conocimientos e informa al comprador para convencerlo de sus ideas, conceptos, productos o servicios (EDV, 2018).

Volumen. - El volumen es una medida de la cantidad. Cuando se negocia, el volumen es la cantidad de un activo particular en el que se ha invertido durante un período de tiempo. El volumen es un indicador clave de la actividad del mercado y la liquidez, lo que implica que la información de precios a menudo se presenta (IG Group, 2018).

2.3 Marco Referencial

La investigación "Análisis del mercado de vehículos usados y su comercialización en el área metropolitana de Quito, teniendo en cuenta la asimetría de información entre" compradores y vendedores ", la autora Ruth Maritza Quimbita Tercero, generalmente analiza el parque automotor ecuatoriano y el La comercialización de vehículos usados basada en la asimetría de la información se basa en obtener una mejor comprensión de cómo funciona el mercado de vehículos medianos y el comportamiento de los actores involucrados, teniendo en cuenta que actúan en su propio interés.

Dado que es difícil y costoso para el comprador verificar la exactitud de la información proporcionada por el vendedor sobre la condición del vehículo, los sellos de confianza deben emitirse a través de publicidad, reputación, prestigio y garantías para disipar la incertidumbre que surge sobre La Internet

Dada la base moral sobre la que descansa la sociedad ecuatoriana, una ley de garantía no sería la mejor opción. Por esta razón, el contrato de venta del vehículo se convierte en el único documento legal que protege a ambas partes y proporciona la garantía del vehículo en términos de comercialización. Por lo tanto, se recomienda tener en cuenta ciertos aspectos antes de comprar un automóvil de tamaño mediano para reducir el riesgo del consumidor. (Ruth Maritza Quimbita Tercero, 2016, 2016)

A diferencia con el tema según la tesis de Ronny Danilo Quito Quijije analiza el aporte de la comercialización de vehículos livianos usados en la ciudad de Guayaquil. El método que usa es el enfoque mixto, puesto que se analiza estadísticas de fuentes oficiales así como también elaboró una encuesta para conocer la percepción de los comerciantes, de la situación socioeconómica en este mercado, esta actividad es considerada por los comerciantes de vehículos usados como un negocio medianamente

rentable, a causa de las políticas restrictivas al sector, ocasionando una disminución en la venta de los vehículos, lo que implica consecuencias en la economía del país.

A diferencia con el tema la tesis de Fabián Rodríguez García considera muy importante el mercado automotor, a pesar de ser un país pequeño, la venta de vehículos demuestra números e índices de crecimiento importante. Ahora el gobierno ecuatoriano ha introducido medidas impositivas para disminuir la importación de vehículos y equilibrar la balanza comercial.

Según el plan de negocios de vehículos usados, el mercado de vehículos usados se ha desarrollado muy positivamente en los últimos años y se espera que la tasa de crecimiento se mantenga constante en el futuro. Por lo general, incluye todas las marcas y modelos de automóviles. En nuestro país, se venden 1.01 autos usados por auto nuevo.

Las ventas totales de vehículos usados totalizaron 1.55 millones de unidades en 2005, excediendo las ventas de vehículos nuevos de 1.52 millones de unidades.

En contraste con el problema, la tendencia positiva del mercado para vehículos usados continuó en los primeros meses de 2006. Según el portal Ifema Motor, las ventas de vehículos usados aumentaron a 472,000 unidades en abril de 2006. Esto corresponde a un aumento del 2.4% en comparación con el mismo periodo del año anterior. El volumen de negocios generado en el mercado de vehículos usados durante este período fue de más de 2.400 millones, lo que corresponde a un aumento del 3,4%.

(granadaempresas, 2016).

A contraste con el tema la tesis de Sandra Verónica Chacho Jarama y Ana Carmita Morocho Dutan nos indica que es de conocimiento general que la compra de carros usados se efectúa en gran cantidad según la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador además Cuenca es la cuarta ciudad en donde se comercializa carros de segunda mano con el 6% (7.380 unidades) así, Pichincha concentra el 40,1%,

(48.715 unidades), Guayas con el 26,9% (32.621 unidades) y Tungurahua con el 7,2% de participación (8.739 unidades).

Según Diario Hoy, la importación de vehículos usados en el país alcanzó un nivel récord en 2017, lo que no necesariamente refleja la preferencia del mercado, pero la política pública está empujando esta situación a la carga fiscal de un vehículo nuevo en la República Dominicana entre 50 % y 60%, que es el costo del adquirente aumentado.

Además, viola la prohibición de entrada de vehículos automotores con un período de producción de más de 5 años. Según la Asociación de Concesionarios de Fabricantes de Vehículos (Acofave) de 2017 en la República Dominicana, ayer se importaron 99,316 vehículos, de los cuales 74,974 fueron utilizados y 24,346 nuevos.

El 97% corresponde a vehículos livianos con un peso total de menos de cinco toneladas y solo el 3% corresponde a vehículos pesados. Enrique Fernández, presidente ejecutivo de Acofave, dijo que para reducir la contaminación y mejorar el tráfico, es importante aplicar la ley, que limita la aprobación de automóviles a cinco años de fabricación y tiempo de desmontaje, al pie de la letra o la carga fiscal significativamente menor para los vehículos. , especialmente para vehículos con más pasajeros (Castro, 2018).

2.4 Variables conceptuales de la investigación

Variable independiente : Creación de Empresa

Variable Dependiente : Compra y venta de vehículos usados

2.4.1 Variables Independiente

(Porto, 2008) “Una empresa es una unidad económico-social que consta de elementos humanos, materiales y técnicos, cuyo objetivo es obtener ganancias participando en el mercado de bienes y servicios. Para hacer esto, utiliza los factores productivos (trabajo, tierra y capital)” (p. 12).

(Chiavenato, 2007) "Es una organización social que utiliza una variedad de recursos para lograr objetivos específicos. "El autor explica este concepto de que la empresa es una organización social porque es una asociación de personas para dirigir una empresa y, en última instancia, un objetivo específico que puede ser la ganancia o la atención a una necesidad social" (p. 4).

(Zoilo Pallares, 2005) "La empresa puede ser vista como un "sistema" en el cual una persona o grupo de personas desarrolla una serie de actividades dirigidas a la producción y / o distribución de bienes y / o servicios y adaptadas a un propósito comercial específico"(p. 41).

(Ribeiro, 2007)" Una empresa es solo una conversación, un diálogo que continúa a través del lenguaje de sus miembros" (p. 99).

(Echeverria, 2007) Menciona que las organizaciones son unidades de fenómenos lingüísticos "construidas a partir de conversaciones específicas basadas en la capacidad de las personas para interactuar entre sí cuando se comunican entre sí. (Por lo tanto, una empresa es una red estable de conversaciones. Sí, si quiere comprender una empresa, usted necesita lidiar con las conversaciones que lo inventaron en el pasado y las que lo inventaron hoy" (p. 66).

(Thompson, 2007) "La compañía es una organización social que lleva a cabo una serie de actividades y utiliza una variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr ciertos objetivos, z o no; y que se basa en conversaciones específicas basadas en obligaciones mutuas entre las personas que lo componen" (p. 2).

(Casillas T. y., 2004) "El proyecto para comenzar una nueva empresa está cada vez más vinculado al concepto de emprendimiento, especialmente porque estamos en un entorno global donde existe una fuerte competencia y un entorno

tecnológico de alta velocidad que requiere un compromiso cada vez mayor. Visión más "empresarial" como "empresa" (p. 34).

(Pérez, 2019) “Cada proyecto empresarial se basa en una idea que resulta de reconocer una oportunidad de negocio. El origen de la idea de iniciar una empresa depende de las circunstancias del individuo. Hay muchos factores que pueden hacer que una persona se involucre en un negocio en particular” (p. 2).

De lo anterior, los autores suponen que la definición es apoyada por Pérez, quien argumenta que una empresa o empresa se crea porque ha reconocido una oportunidad. El administrador tiende a ser ciertos factores relacionados con este tipo de negocio. La compra y venta de autos usados surge de la visión de las oportunidades de mercado.

2.4.2. Variables Dependiente: Compra y venta de vehículos

(Ucha, 2010) “Se conoce popularmente como una venta al negocio en el que se compran y venden cosas, especialmente usadas o viejas, y, por supuesto, con un valor mucho más accesible que en cualquier otro negocio donde se ofrecen piezas similares pero nuevas y sin usar” (p. 3).

(enciclopedia-juridica, 2014) “Podría decirse que es la compra y venta más importante de los números de contrato recopilados y regulados por las diversas leyes, ya que nadie puede escapar de su importancia económica fundamental que el contrato principal, que se ocupa del intercambio de propiedad de los bienes (categoría de contratos que se consideran transferencias de dominio)”

(Chirino Castillo, 2017) “Definido como la venta de bienes o muebles para reventa, ya sea de la misma manera que fueron comprados o de una manera diferente, con el objetivo de obtener ganancias en la reventa. Y haga que la venta sea exitosa y no encuentre engaño en lo que se muestra” (p. 23).

(Rafael, 1981) “Una venta se produce cuando uno de los contratistas está obligado a transferir una cosa o un derecho y el otro está obligado a pagar un determinado precio y dinero por ellos” (p. 149).

(Hinostraza, 2013) “Comprar y vender es un contrato en el que una de las partes está obligada a dar algo; y el otro para pagar en efectivo. El que tiene la obligación de entregar la cosa se llama vendedor, y el que tiene la obligación de dar el dinero se llama comprador” (p. 3).

(Ramírez, 2016) “La transacción de venta es un acuerdo entre dos partes (bilateralmente) en el que un contrato de venta obliga a una de las partes, conocida como "vendedor", a entregar bienes o un servicio (en este caso es un vehículo), mientras que el otro la parte, conocida como el "comprador", debe pagar una suma de dinero por el bien, que es determinada por la parte vendedora” (p. 2).

(proquoabogado, 2019) “Vender un vehículo es cuando desea vender un vehículo a un individuo, o viceversa, cuando desea comprar un automóvil a un individuo. Se produce a través de un contrato de venta que se acuerda mutuamente, en el que el vendedor acuerda con otro comprador entregar la posesión de un artículo comercializable de manera pacífica y cuya obligación es pagar por el comprador. Tiene un precio determinado” (p. 3).

Los autores de esta investigación adoptan el concepto de Ramírez, que argumenta que hay dos participantes en la compra y venta de un bien, uno interesado en comprar y otro interesado en vender; a un precio acordado por ambos.

Por lo tanto, esto se aplica directamente a esta inversión.

2.5 Operacionalización de las Variables

Variable Independiente: Creación de Empresa

Tabla 2

Creación de Empresa

Definición	Categorías	Indicadores	ITEM	Técnicas
<p>“El proyecto para comenzar una nueva empresa está cada vez más vinculado al concepto de emprendimiento, especialmente porque estamos en un entorno global en el que existe una gran competencia y un entorno tecnológico que se desarrolla a gran velocidad, lo que requiere un mayor nivel de compromiso. Visión más "empresarial" e implementación de un proyecto” (Casillas, 2004)</p>	<p>Estudio de mercado</p>	<p>Costos de Proyecto</p>	<p>ENTREVISTA</p> <p>1.- ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio de compra venta de vehículos en Guayaquil?</p> <p>2.- ¿Qué es lo más importante para usted en el momento de elegir un automóvil?</p> <p>3.- ¿Cuál es su capital de trabajo?</p> <p>4.- ¿Cuáles son los costos de inversión requeridos para el emprendimiento de compra y venta de autos usados?</p> <p>5.- ¿Cuál es el personal requerido para la ejecución del emprendimiento de compra y venta de autos usados?</p> <p>6.- ¿Cuál es la marca, modelo y año más vendido en el mercado?</p> <p>7.- ¿En qué lugar compran los vehículos usados?</p> <p>8.- ¿Cuál es el proceso de comercialización de los vehículos?</p> <p>9.- ¿De qué características depende el precio del vehículo?</p> <p>10.- Usted adquiere los vehículos de compra venta al contado o a crédito?</p> <p>11.- ¿Cuántos vehículos vende mensualmente?</p>	<p>Entrevista a dueños de patios y comerciantes de autos usados que tiene sus negocios en la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil</p>
		<p>Porcentaje de demanda</p>		
	<p>Estudio Económico</p>	<p>Fuente de Empleo</p>		

Variable Dependiente: Compra y venta de vehículos usados

Tabla 3
Compra y venta de vehículos

Definición	Categorías	Indicadores	Item	Técnicas
<p>“El negocio de compraventa es un acuerdo entre dos partes (bilateral), en que por medio de un contrato de compraventa una de las partes a la que se le llama "vendedora" está en el deber y obligación de entregar un bien o un servicio (en este caso es un vehículo), mientras que la otra parte, a la que se llama "compradora" tiene la obligación de pagar una suma de dinero por el bien que será fijada por la parte vendedora.” (Ramirez, 2016)</p>	<p>Estudio Técnico</p>	<p>Inversiones Fijas</p>	<p>ENCUESTA 1 ¿Actualmente tiene un vehículo propio para movilizarse? Sí () No () 2 ¿Estás interesado en comprar un auto usado? Interesado - Muy interesado - Poco interesado - Nada interesado</p>	<p>Encuesta a los clientes que asisten a la Feria de Vehículos los fines de semana en la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil.</p>
		<p>% de ofertantes de vehículos en la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil</p>	<p>3 ¿Está interesado en vender un auto usado? Interesado - Muy interesado - Poco interesado - Nada interesado 4 ¿A través de qué medios promociona su auto para venderlo? Periódicos () OLX () Mercado Libre () Ferias () 5 ¿Qué medios considera más seguro para comprar un auto usado? Pacios () Periódicos () OLX () Mercado Libre () Ferias () 6 ¿Cuáles son los beneficios de comprar con conocidos, amigos y familiares? Por Seguridad () Comodidad () Tiempo () Ahorro () 7 ¿Cuáles son los riesgos de comprar en ferias de autos? Legalidad motor improntas () Siniestros () Fallas mecánicas () Fallas Eléctricas () 8 ¿Cuáles son los beneficios de comprar a particulares que llevan sus carros a los patios de autos? Tiempo () Ahorro () Directo () Seguro ()</p>	
	<p>Ofertas De Vehículos</p>	<p>TIR</p>		
	<p>Estudio Financiero</p>	<p>VAN</p>		

2.6 Conclusión Capítulo 2

En el capítulo dos se abordan temas como la creación de una empresa, su importancia requisitos y tipos de compañías. También se refiere al negocio de la compra y venta de vehículos, recomendaciones al comprar o vender un vehículo, pasos para concretar la venta y estudio técnico, administrativo y financieros. Diferentes apreciaciones sobre las variables independiente y dependiente, Operacionalización de las variables y el marco conceptual que señala los diferentes términos utilizados en este proyecto. Que nos darán un amplio conocimiento del tema y facilitará su comprensión.

CAPÍTULO III

3. Marco metodológico

3.1 Plan de investigación

La investigación que se está realizando será de diseño de campo ya que se visitará a comerciantes e intermediarios, que asisten a la Feria de autos de la Parroquia Tarqui, para recolectar información mediante entrevistas a fin de conocer la oferta existente en lo referente a la compra y venta de vehículos usados. Por medio de esta investigación se analizará las preferencias que tienen los clientes sobre qué tipo de vehículos son los más comerciales del mercado y que tienen una mayor demanda y aceptación entre el público que asiste cada Domingo a la feria de autos.

Otro diseño de investigación será la cualitativa donde se determinará: cuáles son sus preferencias con respecto a automóviles como marca, año, color, clase, costos en donde los usuarios conseguirán vehículos usados y en perfecto estado a precios muy convenientes, es decir comprar un carro usado y en buenas condiciones se ahorran demasiado dinero, tipos de cliente, target está enfocado a clientes que necesitan un vehículo en perfecto estado sin tener que gastar demasiado dinero, el nivel socioeconómico a quien nos estamos dirigiendo, se les realizará a personas que se encuentra en el norte de Guayaquil parroquia Tarqui.

También se usará la investigación cuantitativa para establecer la prefactibilidad del proyecto, donde se utilizará la información acopiada para realizar un plan o estrategias de ventas para minimizar los riesgos tanto en la venta como en la compra de los vehículos y evitar el fracaso en las negociaciones, los ingresos por temporadas las altas y bajas, el aprovechamiento de potenciales negocios con una muy buena rentabilidad, la información allegada aportará a planes de mejora personalizada a cada

cliente tratando de que al momento de adquirir o vender algún vehículo este se sienta seguro y satisfecho del negocio que está realizando, saber cómo debe ser el manejo de las cuentas conocer su rentabilidad, inversiones adicionales que ayuden a tener más ingresos. En la investigación cuantitativa se extraerá la información a través del estudio del mercado de compra y venta de vehículos usados ya que de ello se obtendrá información la cual va a ser analizada de una forma estructurada conseguida de las fuentes de información antes mencionadas.

3.2 Tipos de investigación

Tabla 4
Prototipos

Exploratorio	Descriptiva	Analítica	Correlacional
<p>La investigación exploratoria ofrece un primer acercamiento al problema a ser investigado y conocido. La investigación exploratoria se lleva a cabo para conocer el tema a tratar, lo que nos permite "familiarizarnos" con algo que no sabíamos antes. (noticias.universia.cr, 2017)</p>	<p>La investigación descriptiva o método de investigación descriptiva es el método utilizado en la ciencia para describir las características del fenómeno, el sujeto o la población a examinar. A diferencia del método analítico, no describe por qué ocurre un fenómeno, sino que simplemente observa lo que sucede sin buscar una explicación. (Martinez, 2012)</p>	<p>Es este método de investigación que consiste en desmembrar un todo, desglosarlo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación e investigación de cierto hecho. (gmorzingc.blogspot, 2011)</p>	<p>Tipo de investigación social que tiene como objetivo medir el grado de relación entre dos o más conceptos o variables en un contexto dado. (ecured.cu, 2017)</p>

El tipo de investigación utilizada en el proyecto de prefactibilidad es la investigación descriptiva:

Con este tipo de investigación se obtendrá una información adicional que ayude a

tener más conocimiento sobre la actividad de compra y venta de vehículos usados en la Parroquia Tarqui con una visión precisión para obtener los datos necesarios.

La investigación permitirá tener un mayor conocimiento de la relación que existe de las variables conceptuales de la investigación del proyecto de prefactibilidad.

3.3 Fuentes de investigación

Fuentes Primarias de Información

Son los que contienen información nueva y original que son el resultado del trabajo intelectual. Son documentos principales: libros, revistas científicas y de entretenimiento, periódicos, periódicos, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y de investigación de instituciones públicas o privadas, patentes, normas técnicas, principales fuentes de información (alcala, 2017).

Algunos tipos primarios son:

- Documentos Originales
- Entrevistas
- Apuntes de investigación
- Noticias
- Fotografías
- Autobiografías
- Diarios
- Periódicos
- Documentos Oficiales
- Minutas

Fuentes secundarias de la información

Estos son aquellos que contienen información organizada, elaborada, análisis, extracción o productos de reorganización que se relacionan con documentos primarios originales. Son fuentes secundarias: enciclopedias, antologías, directorios, libros o artículos que interpretan otros trabajos o estudios (Alcala, 2017)

Algunos tipos de fuentes secundarios son: (Wigodski, 2010)

- Datos publicados.
- Datos no publicados.
- Investigaciones publicadas.
- Investigaciones no publicadas
- Documentos personales.
- Medios de comunicación de masas.
- Medios audiovisuales.
- Otros materiales no verbales

Se va a utilizar las fuentes primarias de información porque de ella se obtendrá información directa del grupo con el que se trabajará en el proyecto de prefactibilidad, ya que se examinará temas, documentos o problemas que no han sido considerados con anterioridad en la feria de vehículos usados de la parroquia Tarqui.

3.4 Población

La población es un grupo de personas de la misma clase, que fue limitado por el estudio. Según (Mario, 2016) "La población se define como la totalidad del fenómeno a investigar, en el que la unidad de población tiene una característica común que se investiga y que produce los datos de la investigación" (p.114).

(López, 2017) señala que la población "Es el grupo de personas u objetos que desea conocer en una investigación. El universo o la población puede consistir en personas, animales, registros médicos, nacimientos, muestras de laboratorio y accidentes de tráfico".

3.4.1 Población finita

Las poblaciones finitas son aquellos grupos o grupos de seres que tienen atributos comunes pero que al mismo tiempo representan un número limitado de elementos o miembros, lo que permite una fácil identificación y asentamiento. Algunos ejemplos de este grupo de población incluyen el número de estudiantes en una institución o el número total de empleados en una industria.

En términos de su naturaleza matemática, se encuentra que una población finita se forma básicamente cuando el grupo tiene menos de cien mil miembros. Esto es

diametralmente opuesto a la definición de población infinita, ese grupo de miembros o elementos con atributos comunes que es más de cien mil de su número. " (el pensante educacion, 2019)

3.4.2 Población infinita

Se considera población infinita aquellas de cuyos elementos es imposible tener un registro, ya que no existe un registro documental de estos, pues es imposible registrarlos en su totalidad.

Tabla 5
Universo

Habitantes	Cantidad
Ecuador	17'096.789
Guayas	3'645.483
Guayaquil	2'698.077
Parroquia Tarqui	1'050.826

3.5 Tamaño de la muestra

La población del proyecto de prefactibilidad que se va a usar es la población finita debido a que la cantidad de personas es limitada.

Ya que la población es muy amplia se procederá a utilizar la fórmula de la población finita la cual se la obtendrá una cantidad limitada de la población con la que se trabajará ya que por medio de la página del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) se consiguió la cantidad actual de personas que habitan en la parroquia Tarqui al norte de la ciudad de Guayaquil es de 1'050.826 habitantes. Los habitantes son de diversas edades y está enfocado principalmente a clientes y vendedores que asisten domingo a domingo a la feria de autos usados ubicada en la parroquia Tarqui.

Para calcular la muestra de la población finita para saber el número de personas que se trabajara se procedió a usar la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 * N * P * (1-P)}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * P * (1 - P)}$$

Los datos a tomar en consideración son:

N= Universo de muestreo (Población total) 1'050.826

P= Probabilidad 0,5

E= Rango de error 0,08 – 0,1

Z= Valor estadístico igual a 1,96 para E de 0,05 y 2,58 para E de 0,01

n= Numero de Encuestas

$$n = \frac{Z^2 * N * P(1-P)}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * P * (1 - P)}$$

$$n = \frac{3,84 * 1'050.826 * 0,25}{0,0064 * (1'050.826) + 3,84*0,25}$$

$$n = \frac{4'035.171.84 * 0.25}{6.725.2864 + 0,96}$$

$$n = \frac{1'008.792.96}{6.726.2464}$$

$$n = 149.9785913$$

$$n = 150$$

Mediante la utilización de la fórmula de la población finita se consiguió como resultado 150 personas a las cuales se trabajarán las encuestas con 150 personas que visitan la feria de vehículos usados en la Parroquia Tarqui en el norte de la ciudad de

Guayaquil. El nivel socioeconómico que regularmente visita la feria de vehículos usados es de medio alto y alto.

Marco Muestral

Para esta investigación la población objetivo fue la feria de vehículos usados, la cual se encuentra ubicada en la Parroquia Tarqui al norte de la ciudad de Guayaquil.

3.5.1 Tipos de Muestra

Muestra Estratificada

El muestreo estratificado es una técnica en donde el investigador divide a toda la población en diferentes subgrupos o estratos. Luego, selecciona aleatoriamente a los sujetos Fin de diferentes capas proporcionales.

Es importante tener en cuenta que las capas no deben superponerse. Debido a la superposición de los subgrupos, algunas personas tienen una mayor probabilidad de ser seleccionados como sujetos. Esto rechaza completamente el concepto de muestreo estratificado como una especie de muestreo probabilístico.

Los estratos más comunes utilizados en la muestra estratificada son la edad, el género, el estado socioeconómico, la religión, la nacionalidad y el nivel de educación alcanzado. (<https://explorable.com/es/muestreo-estratificado>, 2008)

Tabla 6
Muestra

Parroquia Tarqui	Habitantes
Comerciantes de autos usados	52
Clientes de autos usados	98
Total	150

Las personas que van a ser estudiadas son 150 usuarios que cada domingo asiste a la feria de autos usados a fin de adquirir un vehículo acorde a sus necesidades y más que nada que esté al alcance de su presupuesto.

El porcentaje mayoritario da como resultado que los clientes se inclinen más por adquirir un vehículo a comerciantes directos en la feria de autos usados porque les resulta más conveniente a su presupuesto que cada uno tenga establecido, ya que quienes usamos la feria como centro directo para la compra y venta de vehículos usados somos personal capacitado, Compre seguridad y garantía para sus vehículos brindando un buen servicio y servicio al cliente (aspecto mecánico y legal).

Adicionalmente se realizará entrevista a los comerciantes que cada domingo asisten a ofrecer sus vehículos a la feria de autos usados ubicada en la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, para obtener información de personas que están en el medio.

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de la investigación

El método histórico: Está conectado con el conocimiento de las diferentes etapas de los objetos en su orden cronológico, para conocer el desarrollo y el desarrollo del objeto o fenómeno de investigación, es necesario descubrir su historia, las etapas principales de su desarrollo y las características básicas. El método histórico analiza la trayectoria específica de la teoría, su condicionamiento a los diferentes períodos de la historia.

Los métodos lógicos se basan en estudios históricos que revelan la lógica interna del desarrollo, su teoría y la búsqueda del conocimiento más profundo sobre ellos, su naturaleza. La estructura lógica del objeto implica su modelado. (Vera, 2013)

Método lógico: Es inferir la similitud de algunas características entre dos objetos, la probabilidad de que las otras características también sean similares. El pensamiento analógico no siempre es válido. (Chagoya, 2017)

Los métodos que se utilizarán son:

Método exploratorio: Donde se recopila información sobre el negocio de compra y venta de autos usados a nivel local y poder concluir cómo se maneja el mercado y poder concluir que es lo más conveniente al momento de invertir en la compra de un auto.

Método descriptivo: El método descriptivo es uno de los métodos cualitativos que se utilizan en investigaciones que tienen el objetivo de evaluar las costumbres, hábitos y actitudes que predominan en las personas del entorno (norte de la ciudad) mediante su diario vivir.

Además, se analiza el mercado de vehículos usados, así como su funcionamiento y comercialización, teniendo en cuenta la exactitud de la información en el estado mecánico del automóvil.

Con esta información obtenida se podrá localizar y establecer quienes serían los potenciales clientes midiendo su comportamiento de consumo, sus gustos, actitudes y otros factores ante este tipo de emprendimiento, por medio de encuestas.

Método explicativo: que fortalecerá una investigación concluyente en la toma de decisiones al determinar, evaluar y seleccionar una situación que oriente y ayude a establecer la rentabilidad financiera en la compra y venta de vehículos usados.

Técnicas e Instrumentos

La Encuesta según (Pamela, 1998) es el “Método de investigación que puede responder a problemas descriptivos y variables después de que se ha recopilado

información sistemática, de acuerdo con un concepto predefinido que garantiza la precisión de la información obtenida” (p. 120).

(Baker, 1997). Agrega que la investigación de encuestas es un método de Recopilación de datos en los que se definen específicamente grupos de personas que responden un cierto número de preguntas.

La encuesta que se va a utilizar en este proyecto investigativo se llama escala de Likert es una de las herramientas más utilizadas por los investigadores de mercado cuando desean evaluar las opiniones y actitudes de una persona. Existen varios tipos de escalas de medición enfocada directamente a medir las actitudes de las personas.

La escala de Likert es uno de los tipos de escalas de medición. Es una escala psicométrica utilizada principalmente en la investigación de mercados para la comprensión de las opiniones y actitudes de un consumidor hacia una marca, producto o mercado meta. Nos sirve principalmente para realizar mediciones y conocer sobre el grado de conformidad de una persona o encuestado hacia determinada oración afirmativa o negativa.

Para (Amador, 2009) La entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el participante del estudio para obtener respuestas orales a las preguntas sobre el problema propuesto. Este método se considera más efectivo que el cuestionario porque proporciona más información.

Esto permite al investigador explicar el propósito del estudio y especificar claramente la información que necesita. Si las preguntas se interpretan incorrectamente, pueden aclararse para garantizar una mejor respuesta.

3.7 Procedimientos de la Investigación

Para conocer más detalles sobre el proyecto se utilizará:

La población seleccionada como sujeto de investigación se determinó utilizando un grupo:

- Se considera que los concesionarios de vehículos usados en la feria de vehículos usados en el municipio de Tarqui de Guayaquil son aquellos que compran y venden vehículos de peso medio, ya que este es su negocio principal y, debido a su experiencia, también son expertos en el campo de la bien información en marketing.

Así mismo la muestra de vehículos se dividió en dos grupos:

- Vehículo de alta calidad: vehículos con una vida útil de hasta cinco años. Que también se vean en perfectas condiciones, tanto en términos mecánicos, eléctricos, de pintura y legales, para lo cual no existe un gran esfuerzo para posibles reparaciones.
- Vehículo de baja calidad, definido como un vehículo con una vida útil de más de cinco años. También se descomponen, ya sea mecánicamente, eléctricamente, pintados o legalmente, lo que significa que la reparación cuesta más.

Se realizará el procesamiento de la información con el objetivo de poder analizarla e interpretarla, con la finalidad de obtener de ellas las conclusiones necesarias para presentar la propuesta de la tesis. Del mismo modo tendremos en cuenta:

- Revisión de la información escogida, es decir, que no esté defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente.
- Repetición de la recolección, para corregir fallas al momento de la contestación de las preguntas.

Las preguntas en la encuesta se estructuraron teniendo en cuenta varios aspectos relevantes que resultaron de los objetivos de la investigación. Este instrumento, diseñado por los autores, contiene 9 preguntas compuestas de dos a cuatro respuestas alternativas.

Las encuestas se utilizaron en la población estudiada, es decir, 150 concesionarios que participaron en la compra y venta de vehículos encontraron la información en un período de 30 días por mes en la feria de vehículos usados, que a su vez desempeñó el papel de comprador y vendedor. Enero de 2019.

3.8 Conclusión Capítulo 3

En este capítulo se observan los métodos y técnicas que utilizamos en este proyecto, las fuentes que intervienen, así como la población al cual va dirigido, procedimientos de la investigación donde se explica brevemente los gustos y características de la población seleccionada.

CAPÍTULO IV

4. Formulación del proyecto

4.1 Análisis e Interpretación de los resultados

Apoyándose en el objetivo general y específico del proyecto, se determinará la rentabilidad financiera que va generar el proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la compra y venta de autos usados en la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, a medida que se desarrolla la investigación se aplicaran los distintos tipos de estudios que facilitarían la ejecución del mismo.

4.1.1 Encuesta

Propósito de la Encuesta

La Encuesta es una herramienta fundamental para el estudio del mercado y obtener datos sobre la oferta, la demanda potencial, real y efectiva, lo que ayuda a determinar la participación en el mercado de la nueva empresa.

Para la correcta interpretación de los resultados se tomó una parte de la muestra de la población de la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, que fueron 150 habitantes, de los cuales 98 son clientes, entre vendedores y compradores, que asisten los domingos a la feria de autos y se obtuvieron los siguientes resultados.

1.- ¿Actualmente tiene un vehículo propio para movilizarse?

Tabla 7

Encuesta a clientes de la Feria de Autos Parroquia Tarqui

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	40,82%
No	58	59,18%
Total	98	100,00%

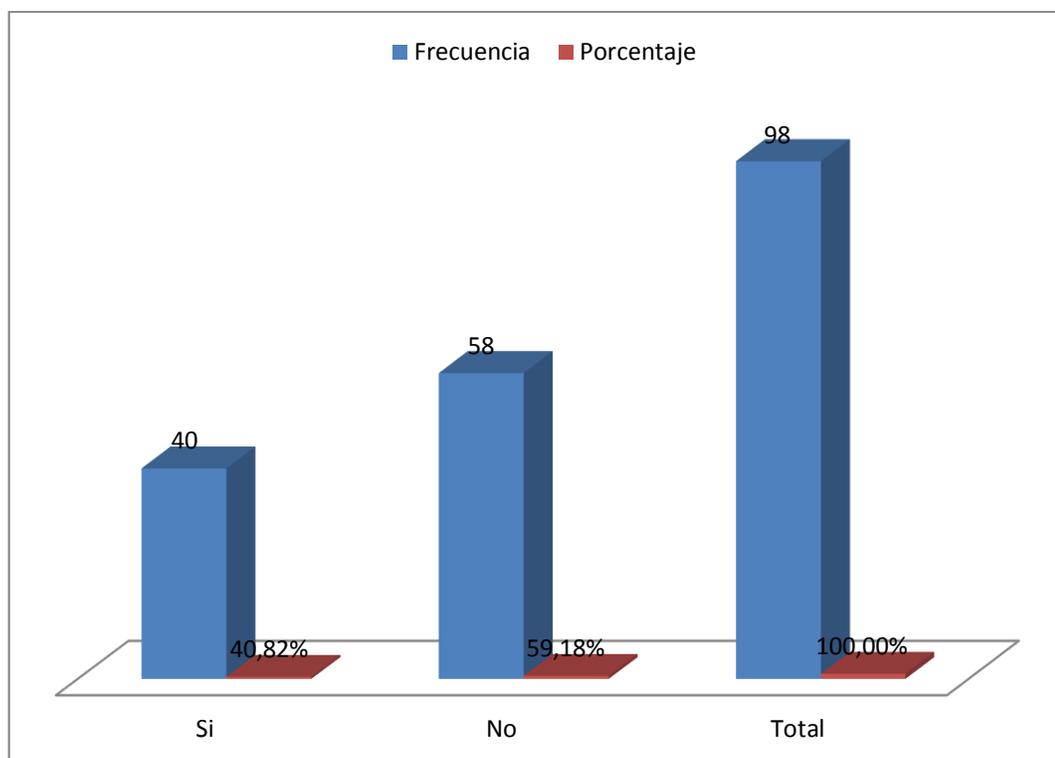


Figura 2 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui

Análisis

Del 100% de las encuestas realizadas el 40,82% si poseen un vehículo propio para movilizarse, en cambio el 59,18% no tienen vehículo alguno.

2.- ¿Estas interesado en comprar un auto usado?

Tabla 8

Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Interesado	10	10.00%
Muy interesado	85	85%
Poco Interesado	2	4%
Nada interesado	1	1%
TOTAL	98	100.00%

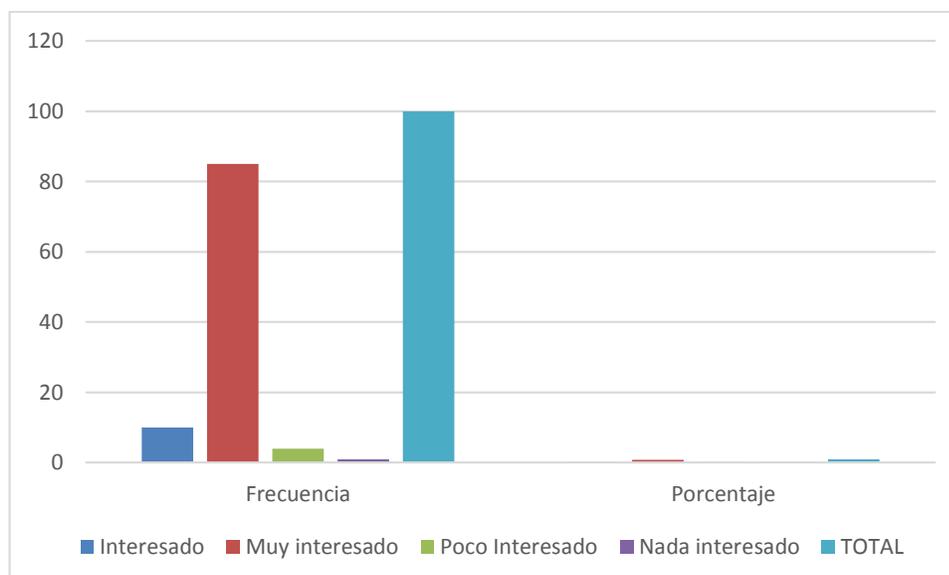


Figura 3 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui

Análisis

Según la investigación de campo da como resultado que el 85% de los encuestados se encuentran muy interesados en comprar un auto usado, 10% están interesados, en tanto que 4% están poco interesados y solo un 1% no están interesados en comprar un auto usado.

3.- ¿Estas interesado en vender un auto usado?

Tabla 9

Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Interesado	10	10,00%
Muy interesado	85	85%
Poco interesado	2	2%
Nada interesado	1	1%
TOTAL	98	100,00%

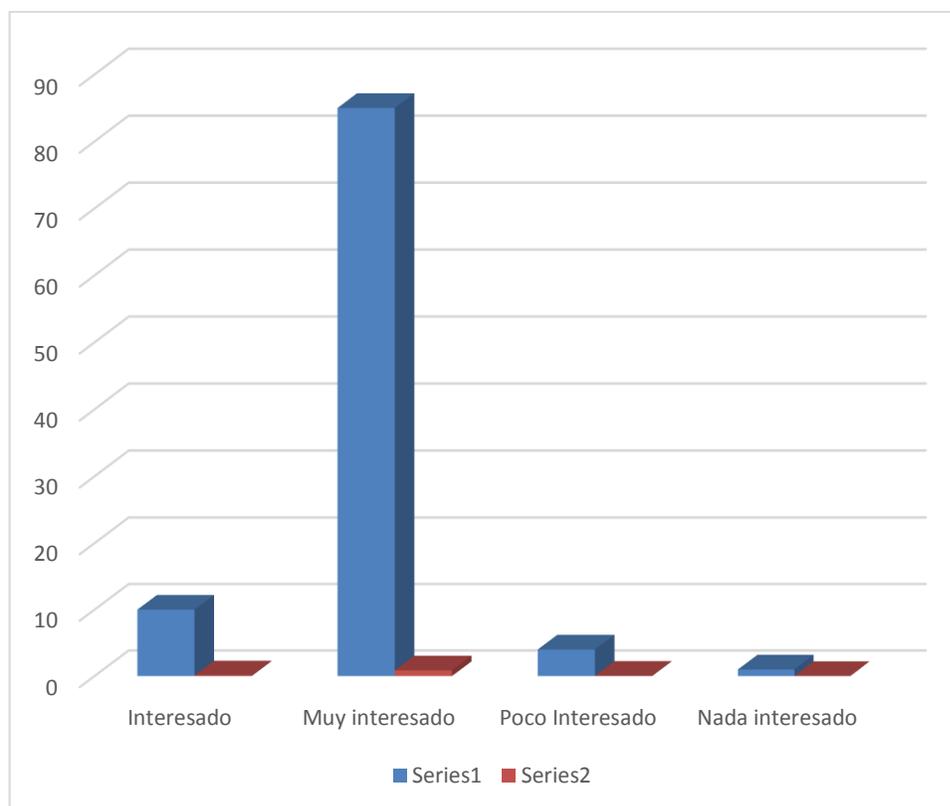


Figura 4 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui

Análisis

Según datos obtenidos en la encuesta se pudo determinar que se encuentran muy interesados en vender un auto usado con el 85%, con el 10% interesado, con el 2% poco interesados y nada interesados con el 1%.

4.- ¿A través de qué medios promociona su auto para vender?

Tabla 10

Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Periódicos	20	20,41%
OLX	53	54,08%
Mercado Libre	4	4,08%
Ferias	21	21,43%
Total	98	100,00%

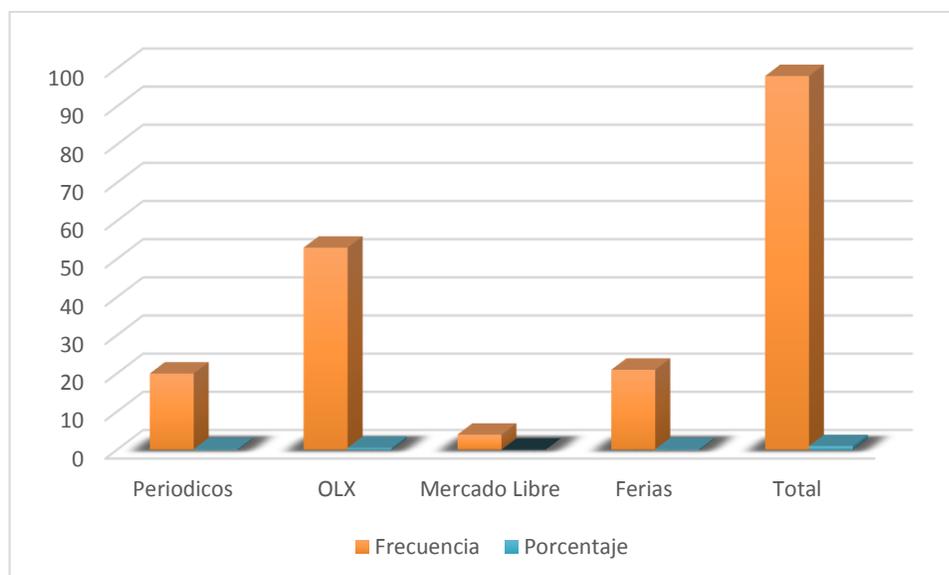


Figura 5 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta se pudo determinar que el medio más usado para promocionar un vehículo es OLX con el 54,08%, luego le sigue la Feria de compra y venta de carros con un 21,43%, anuncios en periódicos locales un 20,41% y por último Mercado Libre con el 4,08%.

5.- ¿Qué medios consideras más seguros y eficaces para comprar un auto usado?

Tabla 11

Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Patio	50	50%
Periódicos	1	2%
OLX	30	30%
Mercado Libre	2	3%
Ferias	15	15%
Total	98	100%

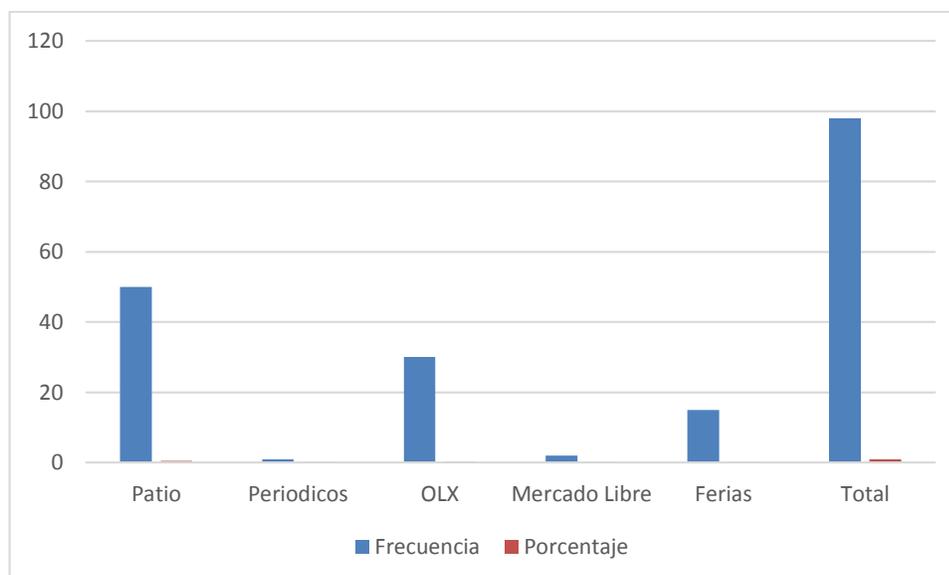


Figura 6 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui

Análisis

Para la correcta interpretación de la quinta pregunta que se refiere a qué medios considera más seguros y eficaces para comprar un auto usado, el 40% que los patios es el medio más eficaz para negociar un vehículo, en tanto que el 33% utiliza OLX, periódicos usan un 3%, mercado libre el 4% y ferias el 20 %.

6.- ¿Cuáles son los beneficios de comprar con conocidos, amigos y familiares?

Tabla 12

Encuesta a los clientes de la Feria de Autos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Por Seguridad	16	16,33%
Por Comodidad	37	37,76%
Por tiempo	22	22,45%
Por Ahorro	23	23,47%
Total	98	100,00%

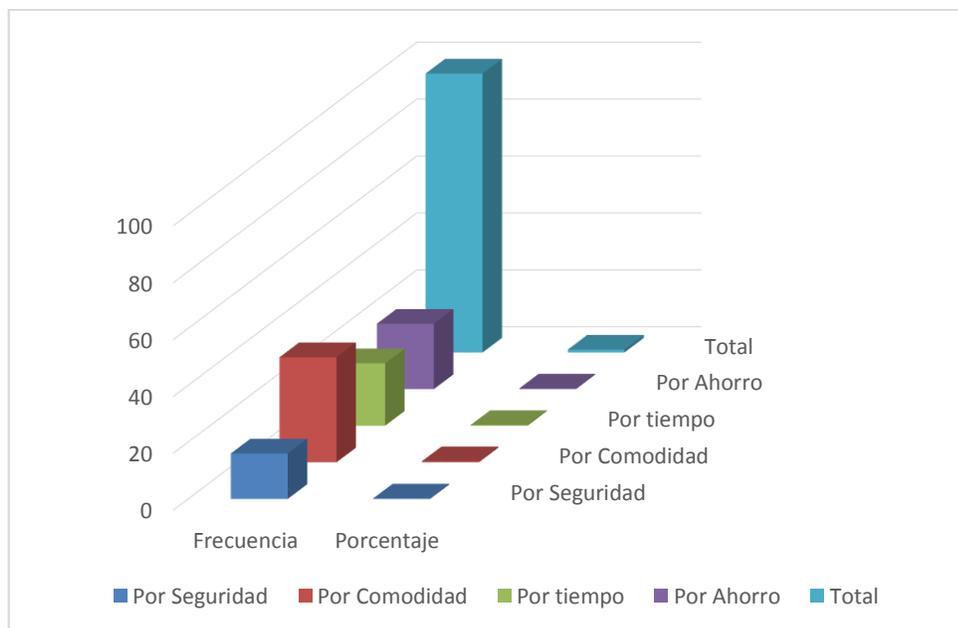


Figura 7 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui

Análisis

En cuanto a los resultados vertidos en esta interrogante el 37,76% prefieren negociar sus vehículos con conocidos o familiares ya que les es más cómodo, el 23,47% lo prefieren por ahorro, el 22,45% por tiempo y el 16,33% por seguridad.

7.- ¿Cuáles son los riesgos en comprar en ferias de autos?

Tabla 13

Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Legalidad del motor (impronta)	31	31,63%
Siniestro	27	27,55%
Fallas mecánicas	27	27,55%
Fallas eléctricas	13	13,27%
Total	98	100,00%

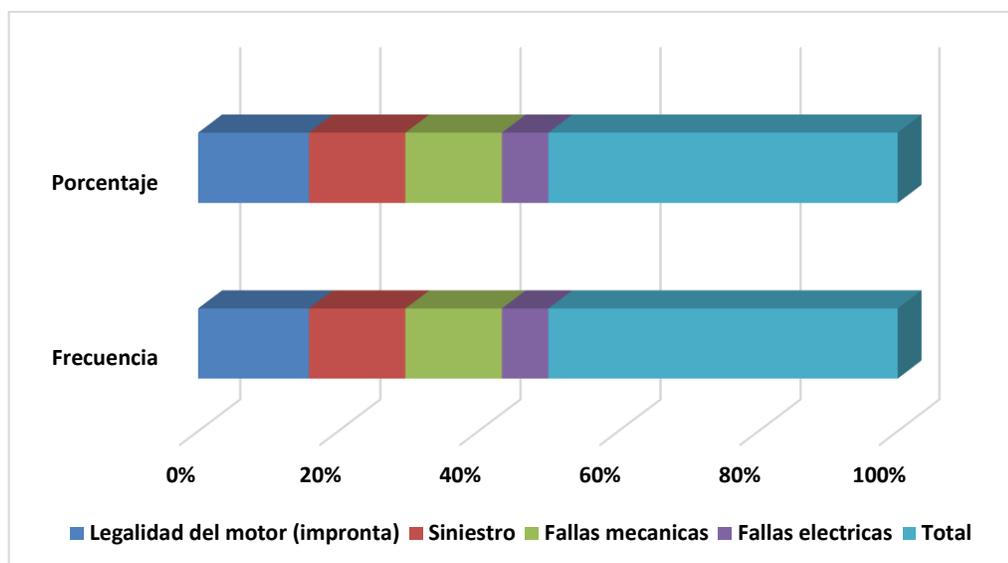


Figura 8 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui

Análisis

En cuanto a los riesgos de comprar o vender en ferias de autos el 31,63% de los encuestados indican que la legalidad del motor es sumamente importante para adquirir un vehículo, el 27,55% consideran que si el auto es siniestrado pierde bastante avalúo, el 27,55% indica que es necesaria una revisión mecánica para ver en qué condiciones operativas se encuentra el vehículo y el 13,27% le da cierta importancia al arnés del auto.

8.- ¿Cuáles son los beneficios de comprar a particulares que llevan su carro a los patios de autos?

Tabla 14

Encuesta a los clientes de la Feria de Autos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Ahorro Tiempo	39	39,80%
Confiable	15	15,31%
Más Barato	27	27,55%
Directo	17	17,35%
Total	98	100,00%

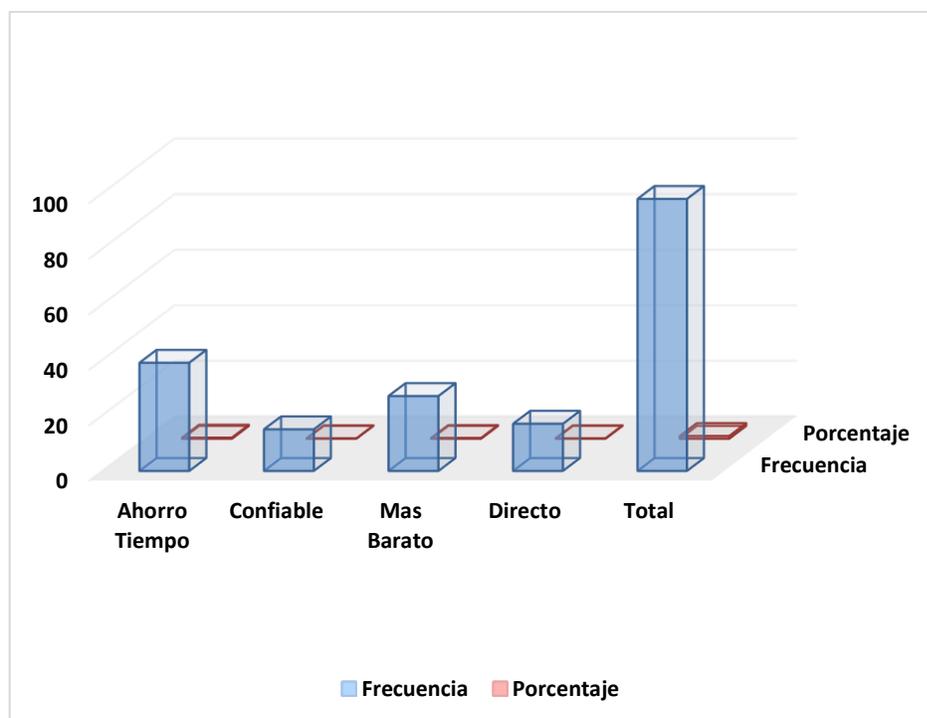


Figura 9 Encuesta a los clientes de la Feria de Autos en la Parroquia Tarqui

Análisis

Según la investigación realizada se pudo determinar que es muy beneficioso comprar o vender vehículos en los patios de autos por ahorro de tiempo con un 39,89%, por ser más barato el 27,55%. Porque la negociación sería más directa un 17,35% y porque es más confiable el 15,31%.

4.1.2 Análisis de la entrevista

Se formularon trece preguntas para responder a cincuenta y dos personas influyentes en el mercado, entre comerciantes, inversionistas y dueños de patios de carros, con amplios conocimientos sobre la compra y venta de vehículos para conocer su criterio acerca del comportamiento del mercado automotriz.

4.1.3 Preguntas para la entrevista

1. ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio de compra y venta de vehículos en Guayaquil?
2. ¿Qué es lo más importante para usted en el momento de comprar un automóvil?

3. ¿Cuál es el costo promedio que se incurre en arreglar un vehículo para su posterior venta?
4. ¿Cuáles considera usted son los costos de inversión requeridos en la compra de un auto usado?
5. ¿Con cuanto personal actualmente cuenta?
6. ¿Cuáles son las marcas, modelos y años más vendidos en el mercado?
7. ¿Cuáles son las marcas que usted más comercializa y de qué año?
8. ¿En qué lugar compran los vehículos usados?
9. ¿Cuál es el proceso de comercialización de los vehículos?
10. ¿De qué características considera usted depende el precio del vehículo?
11. ¿Cuál es la forma de pago que usted adopta al adquirir un vehículo?
12. ¿Qué tipo de facilidades usted da a sus clientes para la adquisición de un vehículo?
13. ¿Cuántos vehículos aproximadamente vende mensualmente?

4.1.4 Resultado de las entrevistas

Según las respuestas de los cincuenta y ocho entrevistados entre dueños de patios y comerciantes que visitan la feria de autos usados los domingos, el negocio de la compra y venta de vehículos se ha ido regularizando cambiando la participación de ventas de vehículos usados. Los clientes por lo general buscan facilidades de pago y un precio asequible. Esto ha impulsado el emprendimiento de algunos comerciantes ya que ven una gran oportunidad en este sector. Se ha incrementado el número de patios de vehículos usados.

Los clientes buscan comodidad, calidad y buen servicio, la legalidad del vehículo y el estado mecánico del mismo es muy importante.

Los costos de inversión varían dependiendo en qué condiciones se encuentre el vehículo, la inversión es de alrededor de 700 dólares para dejar el vehículo en óptimas condiciones.

A parte de los comerciantes que dependen de este negocio, también genera gran impacto en el empleo, la informalidad, la venta de repuestos, personal de pintura, mecánica, aire acondicionado, tapizado y limpieza de vehículo

Según los entrevistados los vehículos que más se venden en el mercado son Chevrolet, Hyundai, Kia, Mazda y ciertas marcas de vehículos chinas como Dong Feng, Chery desde el 2005 en adelante.

También indican que el precio varía según la marca, año y el estado del vehículo si fue chocado o no, pintura original, uso del vehículo y necesidad de venta por parte del dueño. Las ventas oscilan entre 7 a 8 vehículos mensuales.

Tabla 15
Vehículos más vendidos en el mercado

Vehículos Que Más Se Venden En El Mercado	
CHEVROLET	Autos: Corsa, Sail, Aveo Family, Emotion, Spark. Camionetas: D max.
HYUNDAI	Accent, Tucson, I10, Elantra, Santa Fe, Creta
KIA	Rio, Rio R, Picanto, Picanto R, Sportage, Active, R
MAZDA	Mazda 3, 5, C3, C5, camionetas BT50
DONG FENG	Furgonetas 8 y 11 pasajeros
CHERY	Autos: Zoty, Fullwing, Chery, Furgonetas 8 y 11 pasajeros
GREAT WALL	Sub. Haval, y camionetas

A parte de adquirir o vender los vehículos en la feria de carros también se lo hace mediante las redes sociales y páginas de internet que de entre las más conocidas esta OLX.

Para un correcto proceso de compra o venta de los vehículos los comerciantes primero verifican la legalidad del mismo como improntas, plaquillas, remaches, computadora; se revisan los documentos del vehículo que estén en orden, cancelación del mismo y notarización.

4.2 Estudio de Mercado

El mercado de compra y venta de vehículos usados, que conforma el parque automotor de la ciudad de Guayaquil, ha contribuido al desarrollo económico de la ciudad y del país, las familias ecuatorianas cada vez tienen más posibilidades de adquirir un vehículo usado, por las facilidades y la gran variedad de precios que les permite acceder a este artículo.

El sector automotriz está viviendo una mejoría y esto se debe a factores como el crecimiento de la economía; la expansión de crédito; el aumento del índice de la confianza del consumidor y la anulación de medidas restrictivas a la importación.

El crecimiento del mercado también permitió a las empresas optimizar sus costos, que se han traducido en mejores precios para el usuario.

4.2.1 Microambiente

Análisis de Foda

La matriz de análisis FODA es una herramienta estratégica bien conocida para analizar la situación de la empresa. El objetivo principal de usar Foda Matrix en una organización es proporcionar un diagnóstico claro para tomar las decisiones estratégicas apropiadas y mejorar en el futuro. Su nombre se deriva del acrónimo, que consiste en las

iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. El Foda se puede utilizar para identificar las oportunidades y amenazas que ofrece nuestro mercado y las fortalezas y debilidades de nuestra empresa (Espinoza, 2013).

Tabla 16
Foda

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capital de trabajo - Personal altamente capacitado para atender y asesorar a los clientes ante cualquier duda o requerimiento. - Venta de vehículos fiables y asequibles. - Venta de vehículos en perfectas condiciones de marcas conocidas y de calidad. - Buscar la oportunidad de compra - Crédito abierto con bancos y tarjetas - Conocer el mercado, experiencia y agilidad en la atención al cliente. 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar los precios de los vehículos. - Disponibilidad de modelos de vehículos. - Asociarse con otras empresas de compra y venta de vehículos. - Promocionarse con páginas, revistas del medio, diarios. - Exposición en la feria de carros los domingos. - Generar empleo directo e indirecto. - Incursionar en nuevas marcas como los vehículos chinos - Baja de impuestos a los repuestos.
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Permisos no otorgados por el Municipio. - No trabajar con todas las marcas de vehículos. - No ofrecer garantías. - Economía, variación de precios 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Competencias de otros comerciantes. - No tener variedad de vehículos - Incremento de precios - Cambio de leyes - No cumplir con lo ofrecido en el acuerdo de venta - Suben los impuestos de los repuestos lo cual influyen en el precio de los vehículos.

4.2.2 La Oferta

La definición más factible de la oferta es “la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta.” (Navarro J. , 2018) , es decir es la cantidad de productos que los vendedores tienen para ofrecer en el mercado a un precio establecido, el cual va a satisfacer las necesidades de los clientes.

En el presente proyecto de prefactibilidad, se negocia vehículos usados a los diferentes clientes que existen en la parroquia Tarqui y sus alrededores.

Tabla 17

Patios de compraventa de vehículos usados en la Parroquia Tarqui

INVENTARIO DE LA OFERTA	
NOMBRE COMERCIAL	DIRECCION
Federico Cedeño Vehículos	Av. Las Aguas
Patio Jm Vehículos	Dr. Luis Orrantia Cornejo
Autocredsa	Primer Callejón
Feria de autos Mucho Lote	Las Orquídeas
Cedcar vehículos	Av. Egas
GV autos	Cdla. La Garzota Calle Hno. Miguel
Auto Álvarez	Miguel H. Alcívar y 1er. Callejón
Auto Zone	Miguel H. Alcívar y Eleodoro Arboleda
Auto mall	Av. Juan Tanca Marengo
Dicresa	Av. Luis Plaza Dañin
Toyocosta	Vía a Daule
Automotores y Anexos	Av. Juan Tanca Marengo
Autolasa	Av. Pedro Menéndez Gilbert y Plaza Dañin
Ecuamotors	Km 1.5 y Fco. De Orellana
Intercar	Segundo Callejón 130
Auto Aquí	Ángel Barrosa
Rocar	Calle B
Autopark	Av. Miguel H. Alcívar
Fenuer S.A.	Av. Fco. De Orellana
Pointcar	Av. Juan Tanca Marengo y Calle 13
Record motor	Av. Joaquín J. Orrantia
Autoclass	Av. Juan Tanca Marengo
Autosol	Av. Juan Tanca Marengo
Autolider	Av. Jaime Roldos Aguilera
Induauto	Av. Carlos Julio Arosemena Km 4 1/2 vía Daule
foton del Ecuador	Av. Juan Tanca Marengo KM 2 1/2,
Cinascar	Av. Juan Tanca Marengo
Intercar	Av. De las Américas y calle 9na. Esq.
Conautofacil	Av. Francisco de Orellana
Automecano	Km. 13.5, Vía Perimetral,
Súper bahía del Auto	Av. Francisco de Orellana
Motor Auto	Avenida. Isidro Ayora, Manzana 57M Villa 12
Iokars	Av. Carlos Julio Arosemena Km 1,6
Compra Auto	1er Callejón 24 NO
Galarmovil	Av. de las Américas diagonal a la Avícola Fernández
Asia Car	Av. De las Américas y calle 4ta. Esq.

4.2.2.1 Oferta Actual

De acuerdo al inventario de patios de autos especificados en la tabla 17, la cantidad de vehículos que cada uno vende mensualmente, según información obtenida en la entrevista a diferentes dueños de patios de compraventa; se logró identificar que la parroquia Tarqui cuenta con 36 patios de carros usados, cada uno vende aproximadamente de entre 7 a 8 vehículos, por lo cual se toma como referencia 7 que da un total de 252, lo que genera como oferta actual 3024 automóviles.

Tabla 18
Calculo de la Oferta

Calculo de la Oferta	
Patio de Autos usados	36
Cantidad de vehículos promedio	7
Total de Vehículos mensual	252
Total de Vehículos anual	3024

Tabla 19
Determinación de la Oferta

Otras Ofertas	venta por unidad	
	mes	ventas anual
Auto Aquí	7	84
Compra Auto	7	84
Auto Alvarez	7	84
Federico Cedeño Vehículos	7	84
Población atendida por competencia		336

Según la tabla 19, determina que anualmente la competencia vende a 84 de los posibles clientes de Automotorres, estos son Auto aquí ubicado en las Orquídeas, Compra Auto ubicado en el primer callejón de Florida Norte, Auto Alvarez ubicado en

la Miguel H. Alcívar y Federico Cedeño Vehículos ubicado en la Av. Las Aguas, que equivale a 336 habitantes de la Parroquia Tarqui.

4.2.3 La Demanda

El propósito principal que se pretende con el análisis de la demanda es determinar y medir si la compra y venta de vehículos usados en la empresa “Automotorres” nos generará lo esperado, para esto se aplica el cálculo de la población que establecerá cuantas personas tiene el poder adquisitivo para comprar nuestros vehículos.

La demanda se consideró entre los habitantes de la Parroquia Tarqui, según el censo del 2010 con proyección al 2018, en el cual se especifica una distribución en género, número, estatus económico, edades; los puntos mencionados son muy importantes para la compra y venta de vehículos usados.

4.2.3.1 Proyección de la Demanda

Tabla 20
Determinación de la demanda

Demanda	Habitantes
Población de Referencia cantón Guayaquil	2'698.077
Población Parroquia Tarqui	1'050.826
Población (Menor de edad y tercera edad) (35.49%)	372.938
Población de demanda potencial	677.888
Población sin capacidad de pago desempleo (3.7%)	25.082
Población demanda real	652.806

Como se muestra en la tabla 20 se toma de referencia el cantón Guayaquil, de la provincia del Guayas, el negocio de compra y venta de vehículos usados se realizará en la parroquia Tarqui, teniendo una demanda real de 652.806 habitantes, como posibles clientes.

4.2.4 Demanda Insatisfecha

Las tablas 20 y 21 muestran que tenemos una gran población insatisfecha, como es el caso en varios sectores de la comunidad Tarqui en el cantón de Guayaquil. Se supone que este mercado estará cubierto por el proyecto de prefactibilidad para el establecimiento de una empresa para la compra y venta de autos usados en el municipio de Tarqui en la ciudad de Guayaquil.

Tabla 21
Demanda insatisfecha

Demanda	Habitantes	Parque automotor Guayaquil
Población cantón Guayaquil	2'698.077	484.049
Población Parroquia Tarqui	1'050.826	
Población demanda Real	652.806	
Calculo estimado a nivel de población	188.524	
Población atendida por competencia	336	
Demanda Insatisfecha	463.946	

4.2.5 Producto

En términos generales, un producto es aquello que toda empresa (grande, mediana o pequeña), organización (ya sea lucrativa o no) o emprendedor individual

ofrece a su mercado con la finalidad de lograr los objetivos que persigue (utilidades, impacto social, etcétera).

Siendo Chevrolet una de las marcas más vendidas en el mercado ecuatoriano, con una participación del 33% según la AEADE, la empresa Automotorres ofrece vehículos exclusivamente de esta marca, dependiendo de la necesidad y gusto del cliente.

LAS MARCAS DE AUTOS MÁS VENDIDAS EN ECUADOR				
Ranking	Marca	2017	2018	Variación
1	Chevrolet	41.101	45.605	11%
2	Kia	18.223	23.141	27%
3	Hyundai	9.443	13.568	44%
4	Great Wall	6.792	8.380	23%
5	Toyota	4.804	7.947	65%
6	Nissan	3.568	4.969	39%
7	Hino	3.310	4.154	25%
8	Chery	1.614	3.330	106%
9	Ford	2.541	3.175	25%
10	JAC	866	3.075	255%
11	Mazda	1.959	2.737	40%
12	Volkswagen	1.889	2.626	39%
13	Renault	1.953	2.298	18%
14	Peugeot	481	1.348	180%
15	Citroën	685	957	40%
16	Soueast	101	901	792%
17	Changan	8	820	*
18	Zotye	572	807	41%
19	Foton	291	793	173%
20	Mercedes-Benz	441	614	39%
21	DFSK	328	512	56%
22	Mitsubishi	492	478	-3%
23	Faw	329	473	44%
24	Shineray	0	399	**
25	Jeep	265	321	21%
26	Fiat	356	279	-22%
27	BYD	307	272	-11%
28	Dongfeng	168	258	54%
29	BMW	148	257	74%

Figura 10 Autos más vendidos en Ecuador Fuente AEADE

Formas de uso

El consumidor toma sus decisiones de acuerdo a sus necesidades insatisfechas, buscando y analizando diferentes propuestas que existen en el amplio mercado para escoger el vehículo que más se ajusta a su necesidad. Los factores personales influyen en la decisión del comportamiento de compra, esto incluye la edad, género, la etapa de

vida, ocupación y situación económica, estilo de vida, personalidad y el concepto personal. La ocupación también influye en el consumo de las personas. En cuanto al estilo de vida y valores es el patrón de vida de un individuo, y se expresa a través de sus actividades, intereses y opiniones.

Presentación

El M.I. Municipio de Guayaquil para este tipo de negocios otorga permisos según las dimensiones y este no será menos de 500 m² por lo cual se alquilará un local con más o menos de estas características.

Oficina

La oficina tendrá una dimensión de 100m² la cual se la subdividirá en una oficina principal de 20m² x 5m², equipada con muebles y artículos de oficina y en dos módulos de aproximadamente de 1m² x 1,50m² cada uno, equipados igualmente para la atención e información al cliente. Complementado además con una pequeña área de espera y un baño.

Patio

Para la exhibición de los vehículos se utilizará el área restante que sería los 400m² equipadas con 8 luminarias a los lados del patio. En el cual se podrá exhibir hasta diez vehículos, estratégicamente colocados para la perfecta observación y revisión del cliente. Con espacio necesario entre ellos para que los visitantes puedan observar los vehículos con comodidad.

Sustitutos

En este proyecto de prefactibilidad el sustituto son los trámites o papeleo al momento de realizar la venta de un vehículo.

El cambio de propietario es uno de los trámites más importantes al vender un vehículo ya que el nuevo dueño lo deberá realizar una vez que tanto el comprador y vendedor haya notariado la Carta de Compra Venta del Vehículo en alguna de las Notarías que existen en la ciudad.

El trámite de cambio de propietario es un servicio adicional que ofrece Automotorres a sus clientes, ya que agilizaríamos el proceso y que el cliente se sienta satisfecho con nuestros servicios.

Requisitos para el cambio de propietario de un vehículo:

- Carta de compra venta de vehículo Notarizada.
- Matricula Original.
- Improntas de motor y chasis.
- Cancelación de multas.

Composición: El servicio que presta la empresa es la compra y venta de vehículos usados, por lo tanto, la composición es vehículos de marca Chevrolet de diferentes modelos, año, color y precios. Vehículos altamente cotizados en el mercado, a bajos precios, flamantes y debidamente legalizados.

Tamaño: Varía según la marca y modelo del vehículo según las exigencias del cliente. Automotorres cuenta con vehículos de la marca Chevrolet del 2010 en adelante, que se ajustan a las necesidades y gustos del cliente, que por lo general se inclinan por vehículos triple B (Bueno, Bonito y Barato).

Marca: La empresa Automotorres, no es una marca registrada y posicionada en el mercado. Por cuanto nuestra principal finalidad es permitirles a los ciudadanos un servicio de compra y venta en el menos tiempo posible y a precios cómodos accesibles a toda persona.

Logotipo

El logotipo que hemos escogido se denomina como Isologo por cuanto está compuesto por texto e imagen.

Los colores predominantes son el rojo y el negro que se caracterizan por dar motivación al comprador por cuanto los colores empleados son llamativos.

Rojo: Este color es muy atractivo para el marketing, significa poder, atracción y hace que la atención del público quede fijada.

Negro: Este color combina con todo por cuanto da elegancia a la marca.

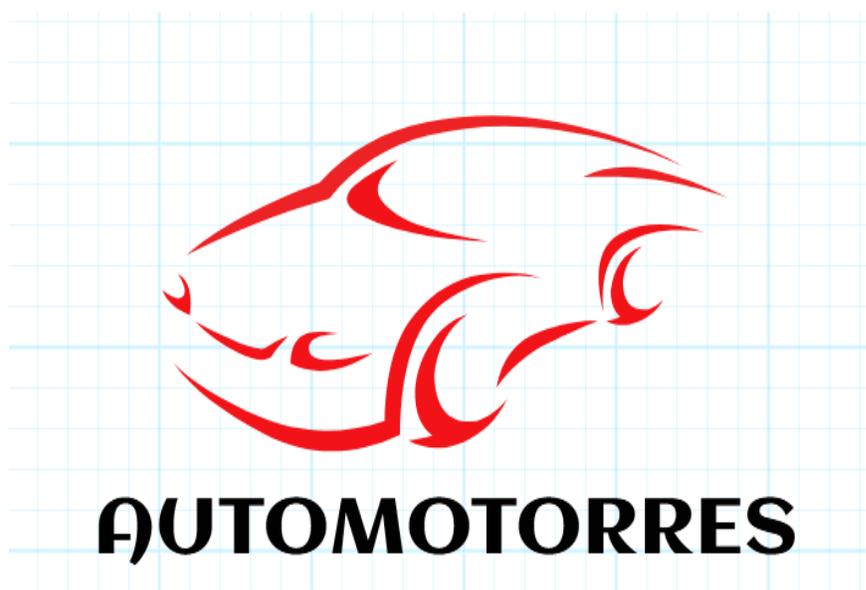


Figura 11 Isologo Automotorres

4.2.6 Precio

El precio es el valor que el comprador paga por el producto, es decir, la cantidad de dinero que debe pagar por la compra de un vehículo usado.

El precio varía según el resultado del análisis, los gastos que la empresa tiene que cubrir y las siguientes características:

- Marca – Modelo
- Estado físico, Funcional y Legal del vehículo.
- Motor - Año

Según diversas casas y patios comerciales y fuente de información se manejan con distintos precios.

Tabla 22
Precios de la demanda

FUENTE Y MARCA	AÑO (2010 EN ADELANTE)	PRECIO
Patio Tuerca. Chevrolet Aveo Activo	2010	\$ 10,000.00
Concesionaria Hyundai Hyundai Matrix	2005	\$ 7,000.00
OLX Mazda Alegro	2005	\$ 7,000.00
OLX Skoda	2005	\$ 6,000.00
Patio Tuerca Cherry	2013	\$ 5,500.00
Auto Max Five Dong Feng	2011	\$ 7,000.00
Concesionario Chevrolet Chevrolet Aveo Emotion	2010	\$ 10,900.00
Auto Max Five Mitsubishi L200	2005	\$ 11,000.00

Valor Agregado

El valor agregado de nuestro servicio es la confiabilidad y seguridad legal que ofrecemos al cliente. La meta prioritaria de Automotorres es reducir los riesgos a los que

se expone el comprador de un vehículo de autos usados. Automotorres se ofertan vehículos totalmente examinados en lo legal y técnicos, libres de gravamen y perfecto estado físico.

4.2.7 Comercialización

La plaza y comercialización es el instrumento que relaciona a los productores de un bien o servicio con los consumidores, del mismo. Permite que los distintos productos estén al alcance de los consumidores en el momento, forma y lugar apropiados. En la parroquia Tarqui, en los alrededores de la ciudadela Sauces 8 existen diferentes tipos de empresas y microempresas con distintos productos que ofrecen a sus residentes y clientes en general.

Mercado

El mercado puede ser un lugar físico y también se refiere a las transacciones de un cierto tipo de bien o servicio, en cuanto a la relación existente entre la oferta y la demanda de los mismos.

Sector

El sector en que se establecerá nuestro proyecto de prefactibilidad es en la Ciudadela Sauces 8, Parroquia Tarqui del cantón Guayaquil. Un sector altamente calificado por lo que cuenta con vías de acceso, servicios básicos e innumerables tipos de negocios formales e informales.

Tipo de Empresas

Dentro de la parroquia Tarqui existen diferentes tipos de empresas de tipo comercial, bancario, hotelera, microempresas de distintos tipos de servicios.

Número de Empresas.

El proyecto de prefactibilidad está limitado en la Ciudadela Sauces 8 de la Parroquia Tarqui del cantón Guayaquil en ella se asientan numerosos restaurantes,

locales de comida rápida y típica, agencias bancarias, supermercados, hoteles, locales comerciales, centros de servicios, bares, discotecas, licorerías, patios de compra venta de vehículos, concesionaria y más de mil industrias.

Distribución Geográfica

El radio de acción son los clientes potenciales que visitaran las instalaciones del patio, dependiendo de sus necesidades, puesto que la promoción de los vehículos está dada para quien se interese en comprar un vehículo.

Facturación

Según entrevistas a dueños de patios y comerciantes el promedio de facturación por venta de vehículos usados es de aproximadamente de 7 a 8 vehículos mensuales.

Ámbito Geográfico

Población

Según la encuesta realizada dentro de la parroquia Tarqui, segmentación del proyecto de prefactibilidad, la población que está interesada en adquirir un vehículo son hombres y mujeres entre edades de 25 a 60 años. Teniendo los hombres una mayor necesidad y posibilidades económicas de comprar un vehículo.

Actividad económica

Mediante la técnica de observación la actividad económica de la Parroquia Tarqui siendo esta una de las más grandes de Guayaquil es muy variada e intensa ya que existen empresas y microempresas de comercio, servicios y de manufactura que fomentan el desarrollo económico y social de la ciudad. Generando empleo directo e indirecto en diversas áreas.

Equipamiento de la Zona

La ciudadela sauces 8, ubicada dentro de la parroquia Tarqui una de las más grandes de Guayaquil, por su excelente ubicación y que cuenta con diferentes vías de

acceso, equipada con todos los servicios básicos como agua, luz, teléfono, internet y con amplias áreas de negocios la hace muy factible para la creación de una empresa de compra y venta de autos usados.

Competencia

El concepto de competencia procede de los mercados libres, en donde el poder de decisión de la comercialización recae en los consumidores y en las valoraciones que estos efectúan de los productos que les interesan.

Uno de los aspectos esenciales de la competencia económica recae en la libertad de las personas para producir y comercializar los productos que deseen y de la forma que deseen. Esto acaba generando un número de competidores en función de las preferencias de los compradores. Sin lugar a dudas, lo que acaba resultando influyente en un mercado con competencia son los precios. Aquellos negocios que otorgan un menor valor a sus artículos y que están dispuestos a conseguir un menor porcentaje de beneficios por las ventas suelen ser los que obtienen un mayor éxito.

Competencia Directa

Diversos patios de compra y venta de vehículos usados que existen en la zona. Existen más de 32 patios de carros ubicados dentro de la Parroquia Tarqui, alrededores de Sauces 8.

Competencia Indirecta

La competencia Indirecta son los diversos comerciantes informales que se dedican a esta actividad de compra y venta de vehículos, que domingo a domingo visitan la Feria de compra venta de Vehículos, ubicada en la Ciudadela Las Orquídeas.

Proveedores

Vendedor – Patio de Autos: Propietarios de vehículos usados quienes tratan de vender, este negocio se lo realiza directamente con el Gerente General o dueño del patio.

Patio de Autos – Comprador: Por este medio los vendedores alcanzan satisfacer las necesidades de los compradores que acuden al patio de autos usados y logran la venta directa.

Otros proveedores

- Almacenes de venta de repuestos de vehículos de diferentes marcas.
- Almacenes de Pinturas
- Ferrisariato compra de muebles de oficina
- Proveedor de productos químicos, para la limpieza de vehículos.
- Proveedor de Internet.
- Proveedor de aparatos electrónicos

Clientes

Según la encuesta realizada los clientes potenciales son hombres y mujeres que fluctúan entre los 25 y 60 años. Que tienen la necesidad de adquirir un vehículo y cuentan con el dinero para comprarlo. Ya que para ellos es más económico comprar un vehículo usado en buenas condiciones mecánica y legal.

4.2.8 Promoción

La promoción ayudará a comunicar y a transmitir a los posibles clientes las cualidades que brindará el producto para satisfacer sus necesidades e incrementar la posibilidad de compra efectiva.

Para que los clientes puedan identificar la empresa se diseñara un letrero de fácil visibilidad, se ofrecerán los servicios en redes sociales y páginas web, además se entregaran hojas volantes para comunicarles el día de inauguración del patio de carros usados donde se detallara los servicios que se ofrecerán y tarjetas de presentación que serán utilizadas por el Gerente y Vendedores con los datos necesarios para los clientes.

Letrero:

El letrero se lo colocará dentro de la empresa, en la pared lateral con medidas de 1,80 metros de alto por 2,00 metros de ancho. En este letrero predomina el color naranja que transmite energía, fuerza, calidad y además consta el Isologo de la empresa que resalta en el letrero. El slogan que caracteriza a la empresa Automotorres enfatiza las mejores marcas y precios de los vehículos, resaltado en color rojo.

Diseño:**Letrero Automotorres**

Figura 11 Letrero de Automotorres

Redes Sociales: Existen diferentes redes sociales donde se puede promocionar la empresa tales como:

WhatsApp, Instagram, Facebook.



Figura 12 Redes sociales

Páginas Web: Actualmente existen múltiples páginas web que permiten la difusión de diferentes artículos para su comercialización.



Figura 13 Páginas Web

Hojas Volantes:

Las hojas volantes serán impresas en hojas de papel bond en una medida de 18 cm x 24 cm, en la cual constará el logo de la empresa, descripción de los servicios que ofrece y datos del contacto.

En el diseño de las hojas volantes se utilizará el color naranja que será el mismo color que se utilizó en el banner.

Diseño: *Volante*



Figura 14 Volante

Tarjeta de Presentación:

Para las tarjetas de presentación se utilizará cartulina iris color blanco con los datos personales del Gerente Propietario o Vendedores, datos de contacto las cuales serán entregadas al público en general.

Diseño:

Figura 15 Tarjeta de Presentación Automotorres

4.3 Estudio Técnico

El estudio técnico constituye la segunda etapa del proyecto de inversión, en el que se tienen en cuenta los aspectos operativos necesarios para el uso eficiente de los recursos disponibles para la fabricación de un producto o servicio deseado y se analiza la determinación del tamaño. Ubicación óptima de producción, ubicación, equipo y organización requerida.

La importancia de este estudio resulta de la posibilidad de realizar una evaluación económica de las variables técnicas del proyecto, lo que permite una evaluación precisa o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto. Además de información útil para el estudio económico-financiero.

El objetivo principal de cualquier estudio técnico es demostrar la viabilidad técnica del proyecto, lo que justifica la alternativa técnica que mejor cumpla con los criterios de optimización. (Economía, 2014).

Con el propósito de establecer y dar un mejor servicio a sus clientes la empresa “Automotorres” busca satisfacer las necesidades del mercado para mostrarse competitivamente se realizó un estudio técnico para definir los aspectos fundamentales de la ingeniería del proyecto como se detalla a continuación.

4.3.1 Dimensión y características

Según la capacidad que tiene el patio de carros según el local donde se encontrará ubicado en este caso tiene una capacidad de entre 8 a 10 vehículos entre automóviles y camionetas, los cuales cubrirán totalmente las necesidades de los clientes ya que dispone del espacio necesario para mantener un stock variado según los requerimientos de cada cliente.

4.3.2 Localización del Proyecto

Para precisar la ubicación de la empresa Automotorres, se realizó un estudio y análisis del mercado donde se determina el lugar apropiado en el cual no exista este tipo de empresa; es decir un lugar necesario que cumpla con todos los elementos que determinen el éxito de la misma.

a) Macro localización

Con la finalidad de obtener una mayor rentabilidad se ha escogido un lugar estratégico por distintos factores como: accesibilidad, visibilidad, concentración masiva de personas, cercanía a empresas públicas y privadas, servicios básicos e iluminación nocturna, siendo los más apropiados según la naturaleza del negocio. La empresa Automotorres se encuentra ubicada en la Parroquia Tarqui, del cantón Guayaquil, Provincia del Guayas.

Mapa Provincia del Guayas

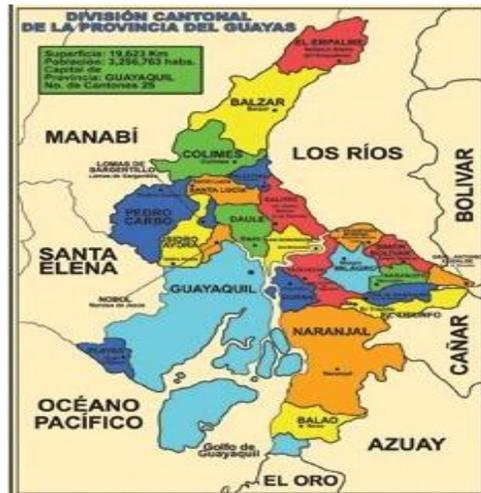


Figura 16 Mapa Provincia del Guayas

b) Micro localización

La Empresa Automotorres se encontrará ubicada exactamente al norte de la ciudad de Guayaquil, en la Parroquia Tarqui, en la Avenida principal que es la Francisco de Orellana, a la altura de la ciudadela Sauces 8, lugar que cuenta con amplias vías principales de acceso para vehículos de transporte público, la masiva concurrencia de personas a dicho sector todos los días de la semana hace de este un lugar idóneo para establecer la empresa de compra y venta de vehículos usados, local que contará con el espacio suficiente para una correcta exposición de los vehículos en stock.

c) Ubicación de la Empresa



Figura 17 Google Ma

4.3.3 Tecnología del proceso productivo

Requerimientos de Automotorres

En cuanto a los requerimientos que van a ser necesarios para el desarrollo de esta empresa son:

Tabla 23

Requerimientos

- | | |
|---------------------------|--|
| a) Local Comercial | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Arriendo de local comercial con unas dimensiones de 500m² |
| b) Equipo de Oficina | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Teléfonos ➤ Spleet ➤ Smart Tv |
| c) Equipo de Computo | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Computadoras de Oficina ➤ Impresora HP multifunción ➤ Reguladores de Voltaje |
| d) Muebles y Enseres | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Escritorio Personal Grande ➤ Escritorios Pequeños ➤ Sillón Ejecutivo ➤ Sillas Giratorias ➤ Sofá para sala de espera ➤ Archivos de pared ➤ Archivo para Oficina |
| e) Materiales de Limpieza | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Franelas ➤ Trapeadores ➤ Escobas ➤ Cesto de Basura ➤ Recogedores ➤ Aspiradora ➤ Mangueras ➤ Detergente 5k ➤ Toallas ➤ Cera abrillantadora ➤ Desodorante ambiental ➤ Desinfectantes líquidos |

- Bolígrafos
 - Carpetas
 - Grapadoras
 - Perforadoras
 - Hojas A4
 - Cartuchos de Impresoras
 - Contratos de Compra y venta
 - Tarjetas de Presentación
 - Sobres A4
 - Cajas de Clips
 - Resaltadores
 - Marcadores
 - Cuadernos Contables
 - Agendas Ejecutivas
 - f) Suministros de Oficina
 - g) Publicidad y Promoción
 - Letrero
 - Volantes
 - Tarjetas de presentación
 - h) Equipos de seguridad
 - Equipos de seguridad de 4 cámaras
 - Técnico o instalador del Equipo
 - i) Servicios Básico
 - Luz
 - Agua
 - Teléfono
 - Internet
 - j) Requerimiento de Recursos Humanos
 - Personal Administrativo**
 - Gerente Propietario
 - Personal Operativo**
 - Vendedores (2)
 - Guardia de Seguridad
-

4.3.4 Ingeniería del Proyecto

Según los requerimientos de la empresa Automotorres tomando en cuenta el tamaño, número y distribución de los vehículos y oficina están diseñadas para facilitar el proceso de compra y venta de vehículos usados, para la correcta organización se ha considerado los espacios físicos ya establecidos en el local que se va a alquilar contando con las normas de seguridad para una empresa de compra y venta de vehículos.

La oficina ocupará 100m² la cual tendrá unas dimensiones de 20m² x 5m², estará

constituida de una oficina de gerencia, dos cubículos para los vendedores, baño, bodega y sala de espera.

Automotorres cuenta con un espacio externo de 400m² para 8 a 10 vehículos entre automóviles y camionetas, quedando la distribución establecida de la siguiente manera:

- Patio externo para exposición de los vehículos
- Una oficina donde funcionará la Gerencia
- Dos cubículos para vendedores
- Una oficina para bodega de herramientas y materiales necesarios.
- Un baño
- Un espacio central donde se atenderá a futuros clientes.

Además, de la provisión de servicios básicos para el personal y público en general, como agua, luz, teléfono, internet.

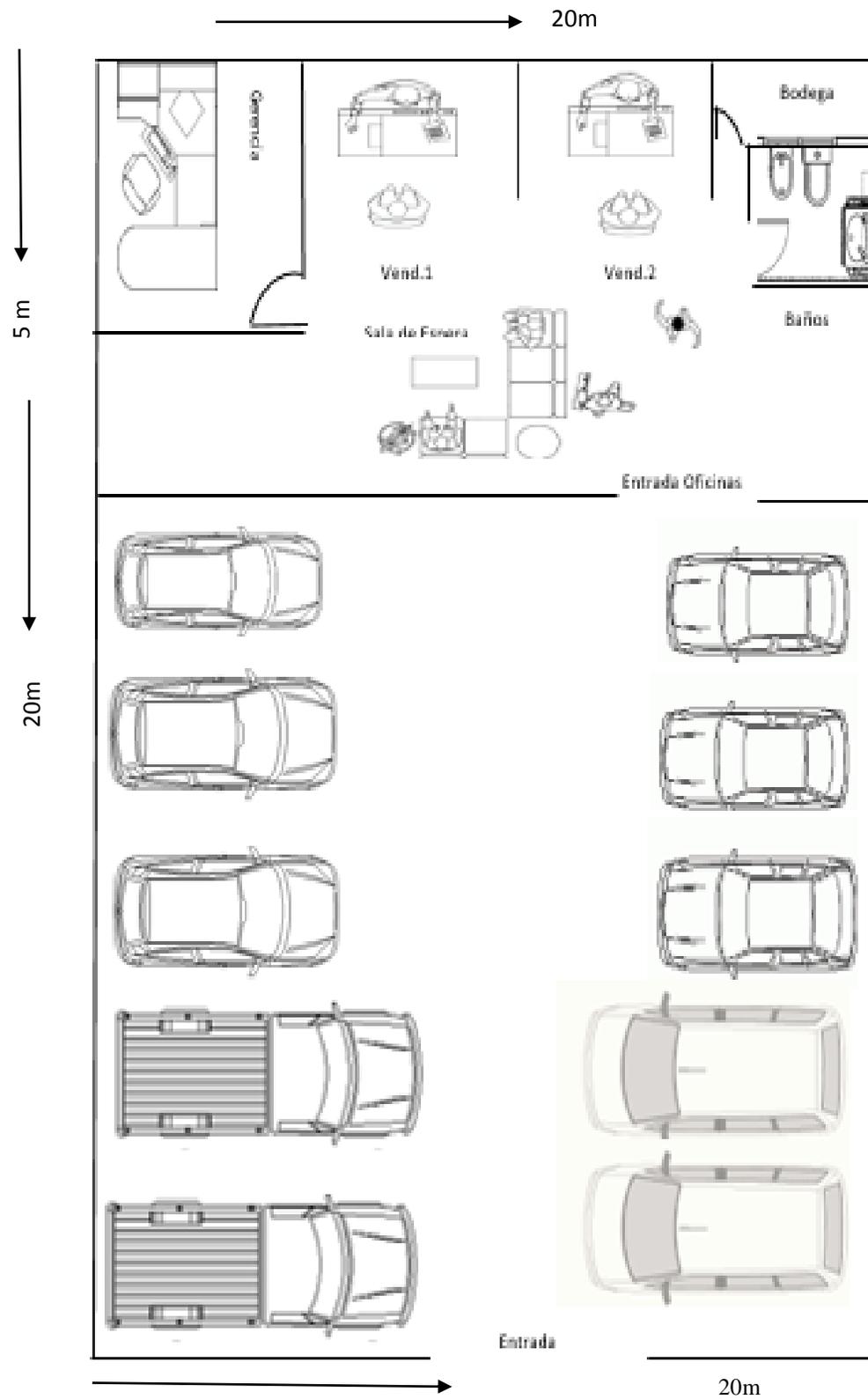
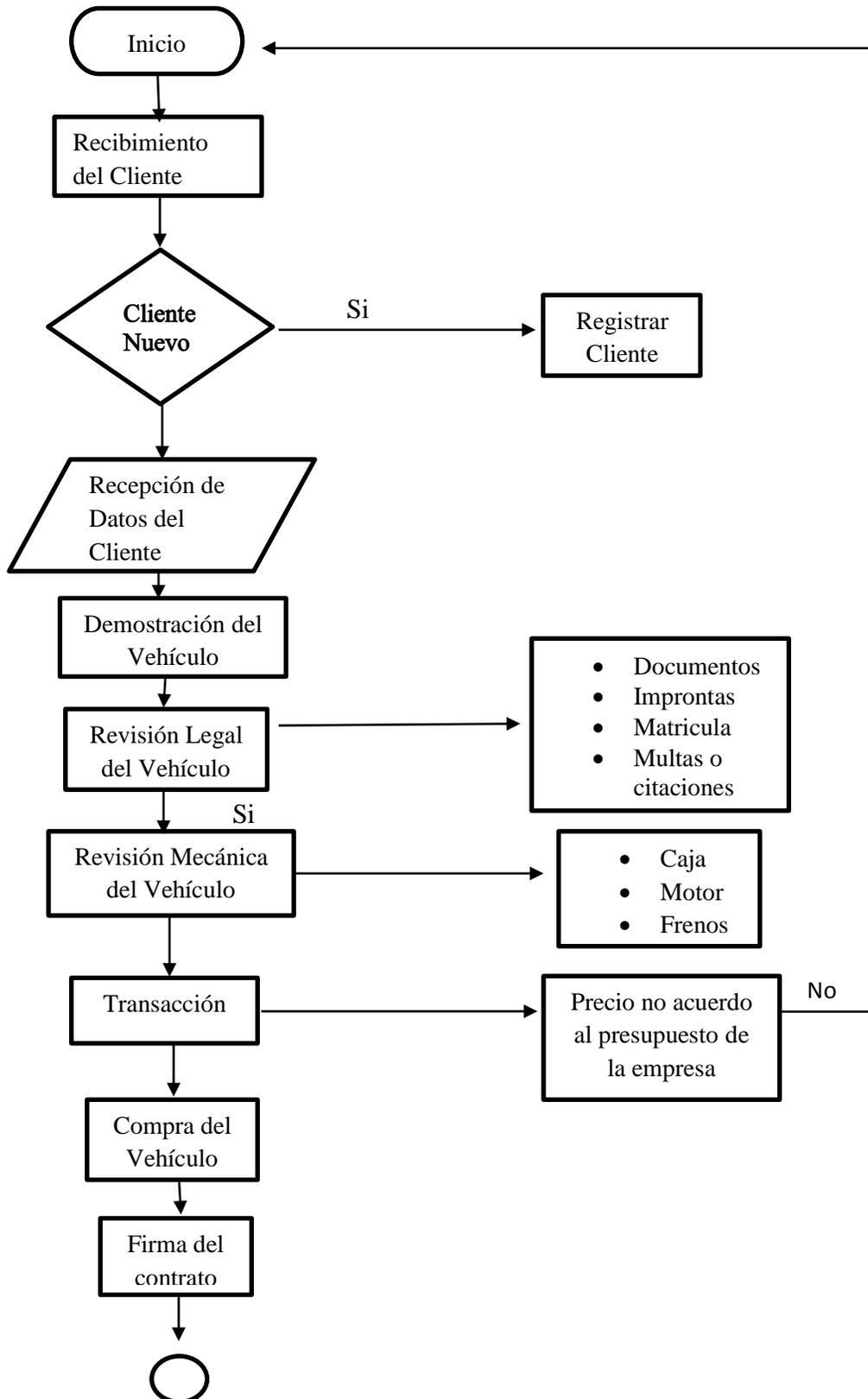


Figura 18 Plano patio

4.3.4.1 Procedimientos en la compra de vehículos usados por la empresa



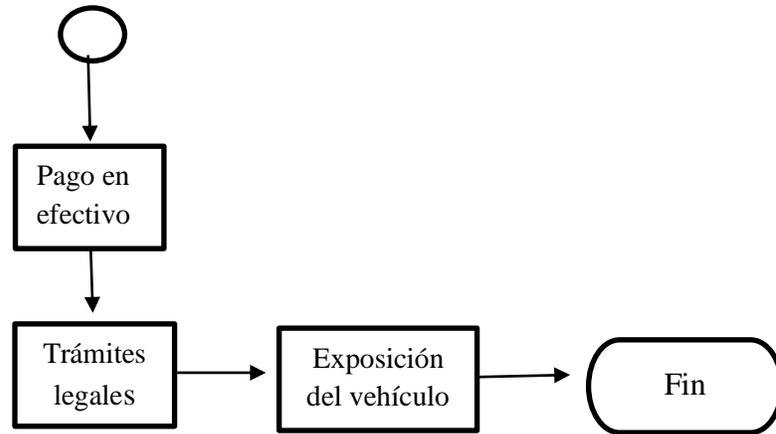


Figura 19 Flujograma de procesos en la compra de vehículos usados por la empresa

Compra de vehículos usados por la empresa

El adquirir un vehículo usado trae consigo una serie de riesgos, es por esto que la empresa sigue un proceso desde que el cliente es recibido por uno de los vendedores, se lo registra en una base de datos, luego se procede a la revisión del vehículo tanto en la documentación como la parte mecánica del mismo, si está en perfectas condiciones se procederá a llegar a un acuerdo entre ambas partes sobre el precio, tomando en consideración los arreglos que haya que hacerle al vehículo.

Para una correcta comprensión se han descrito fases que detallan los procesos que se siguen al momento de la compra de un vehículo por parte de la empresa. Estas fases son muy importantes para la empresa ya que se realiza el proceso de compra de una manera coordinada y ordenada.

A continuación, se detalla las fases:

Tabla 24
Descripción de fases de compra de vehículo

1. Recibimiento del cliente	El asistente- vendedor recibe al cliente que ingresa a la Empresa, le comunica al Gerente o Propietario para que se genere una reunión entre ambas partes y lleguen a un acuerdo.
2. Recepción de datos	El asistente- vendedor recepta los datos del propietario del vehículo antes de ingresar a Gerencia.
3. Demostración del vehículo	El asistente-vendedor realiza la demostración del vehículo elegido por el cliente, se le dará una amplia información sobre las características del vehículo.
4. Revisión Legal del vehículo	El Gerente o propietario revisa que la documentación del vehículo está completa, también que no tenga gravamen ni ningún impedimento de venta, se realiza en la CTG la revisión, impronta, computadora y remaches originales.
5. Revisión mecánica del vehículo	En esta fase se revisa que el vehículo este en buenas condiciones mecánicas.
6. Transacción	El Gerente o propietario es el encargado de observar el vehículo, marca, modelo, año estado físico y funcional y la legalidad del mismo para proceder a la compra.
7. Compra	En esta fase si el Gerente o propietario considera que es factible el negocio se procede a la compra.
8. Pago en efectivo	En esta fase si ambas partes llegan a un acuerdo se procede a la compra en efectivo del vehículo, así como la recepción de los documentos.
9. Firma de contrato	Una vez finalizada la compra se procede a la firma del contrato de compra-venta.
10. Trámites Legales	Luego de la firma del contrato se procede a legalizar el mismo en una Notaria de la ciudad de Guayaquil en la cual deben estar presentes todos los intervinientes en dicho contrato.
11. Exposición del vehículo	Ya listo el vehículo se lo coloca en el patio para la exhibición para ser vendido posteriormente.

Tabla 25

Formato de recepción de datos del propietario

DATOS DE LA UNIDAD Y CLIENTE								
DESCRIPCION			DESCRIPCION			DESCRIPCION		
			SI			NO		
Nombre cliente:			Modelo:			Diesel:		
Teléfono:			Tipo:			Gasolina:		
Dirección:			Color:			Marca:		
			Kilometraje:			Placas:		

ACCESORIOS Y HERRAMIENTAS											
DESCRIPCION			DESCRIPCION			DESCRIPCION					
SI			NO			SI			NO		
Espejo lateral derecho			Parabrisas			Bayoneta aceite					
Espejo lateral izquierdo			Medallón trasero			Llave de cruz					
Espejo retrovisor			Cristales de puertas			Gato					
Tapetes			Encendedor			Reflejantes de emerg. (señalamiento)					
Limpiadores			Faros y luces								
Pito(claxon)			Molduras			Extinguidor					
Viseras			Calaveras			Cable pasa corriente					
Palanca de velocidad			Defensas			Caja de herramientas					
Cinturones de seguridad			Parrilla			Porta llantas					
Antena			Llanta de refacción			Bastón de seguridad					
Radio			Tapones de ruedas			Placa delantera					
Radio/CD			Tapón gasolina			Placa trasera					
Clima			Tapón de radiador								
Manijas			Tapón de aceite								

f. cliente

f. vendedor

Tabla 26
Checklist revisión de vehículo

REVISION DEL VEHICULO



Descripción	<i>si</i>	<i>No</i>
Motor		
Embrague		
Frenos		
Sistema eléctrico		
Aire Acondicionado		
Fugas y filtraciones		
Llantas		

Flujograma de procesos en la venta de vehículos usados por la empresa

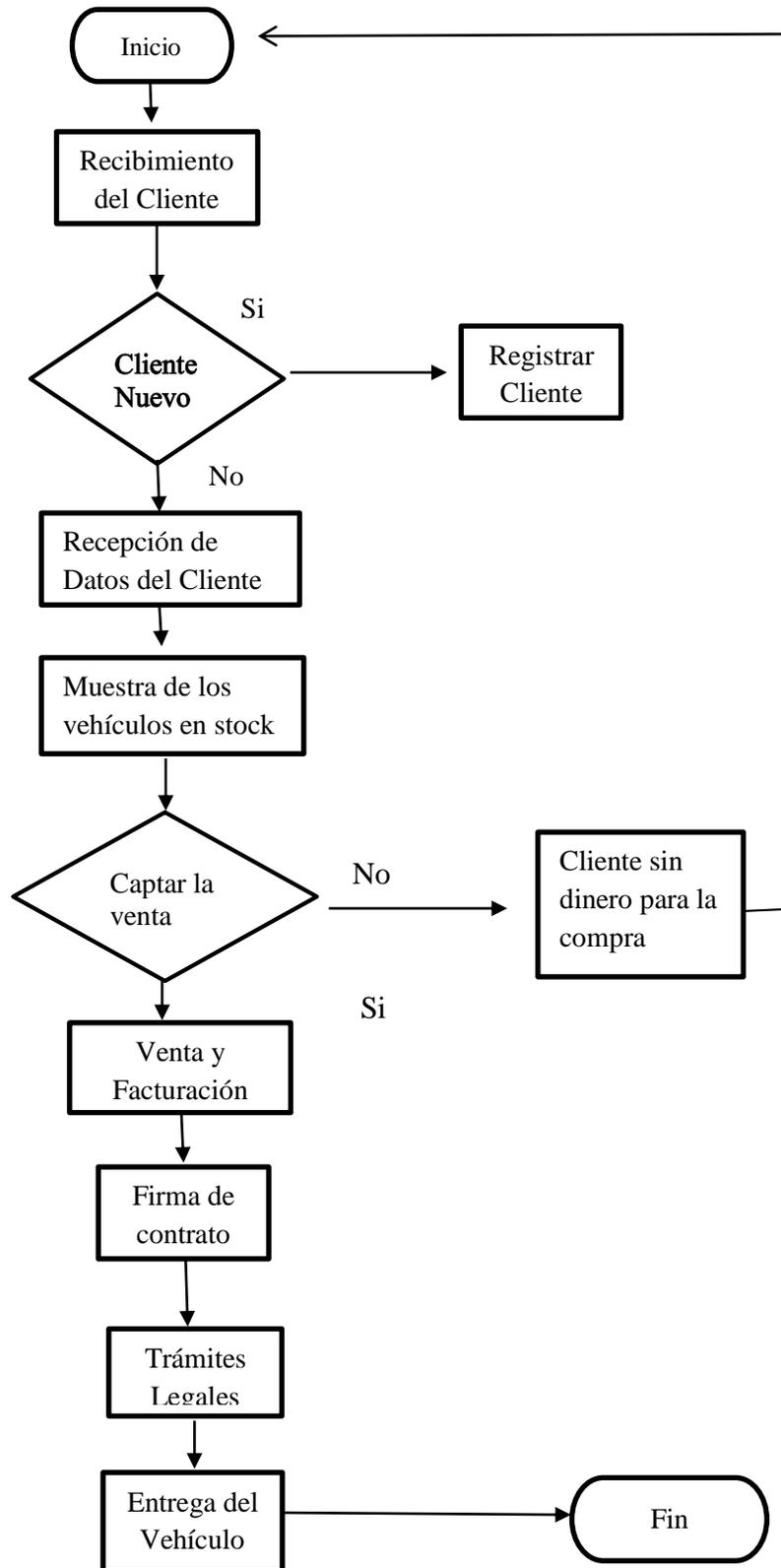


Figura 20 Flujograma de procesos en la venta de vehículos usados por la empresa

Venta de vehículos usados por la Empresa

Tabla 27

Descripción venta de vehículos usados

1. Recibimiento del cliente	El asistente vendedor se encarga de recibir al cliente que ingresa a la Empresa y le proporciona la información que necesita sobre el vehículo en el cual está interesado.
2. Recepción de datos	En esta fase se realiza la recepción de los datos del cliente y saber en qué clase y tipo de vehículo está interesado.
3. Muestra de los vehículos en stock	Después de conocer lo que necesita y solicita el cliente se procede a indicar los vehículos que se tiene a disposición, si el cliente desea algún vehículo en particular se le mostrará lo que podrá adquirir con la finalidad de satisfacer sus necesidades.
4. Captar la venta	El vendedor es el encargado de que sea factible la venta, por cuanto es necesario de todas sus habilidades y conocimientos en venta para lograr que el cliente compre el vehículo.
5. Venta y facturación	El vendedor informa al cliente la forma de pago procede con la recepción de los documentos necesarios y a la facturación.
6. Firma de contrato	Luego de recibido el pago se procede a la firma del contrato de compra-venta se receptan la copia de cédulas y certificado de votación de los intervinientes.
9. Trámites Legales	Luego de la firma del contrato de compra-venta este posteriormente será notariado en una Notaría de la ciudad de Guayaquil.
8. Entrega del vehículo	Al culminar con todos los trámites legales que implica la venta de un vehículo, se procede a la entrega del mismo al cliente, matrícula original y todos los documentos.

Formato de Recepción de datos cliente

Tabla 28
Recepción de Datos

Formato de Recepción Datos del Cliente

Fecha



Datos del Cliente

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección: _____

Descripción auto interesado

Modelo	
Marca	
Año	
Color	

Observaciones:

f. Vendedor

Formato del Contrato de Compra Venta de vehículo

Tabla 29

Contrato Compra Venta de Vehículo



CONTRATO DE COMPRA VENTA DE VEHICULO

Por medio de la presente dejo constancia de que he vendido al Señor: _____
 de nacionalidad ecuatoriana identificado con C.I. No. _____
 el vehículo de mi propiedad cuyas características son las siguientes:

MARCA :
 MODELO :
 MOTOR No. :
 CHASIS :
 CLASE :
 TIPO :
 TONELAJE :
 COLOR :
 AÑO :
 No. DE ASIENTOS :
 No. DE PUERTAS :
 SERVICIO :
 ESTADO :
 ACCESORIOS :

PLACAS :
 VALOR USD. \$:

El comprador declara haber recibido el vehículo arriba descrito a su entera satisfacción, sin que en lo posterior exista reclamo alguno, habiéndolo examinado personalmente y/o hecho revisar por un mecánico experto en la materia.

Ciudad _____ Fecha

Día	Mes	Año
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

_____ EL COMPRADOR	_____ EL VENDEDOR
_____ C.I. o RUC	_____ C.I. o RUC
_____ C.I. o RUC	_____ C.I. o RUC

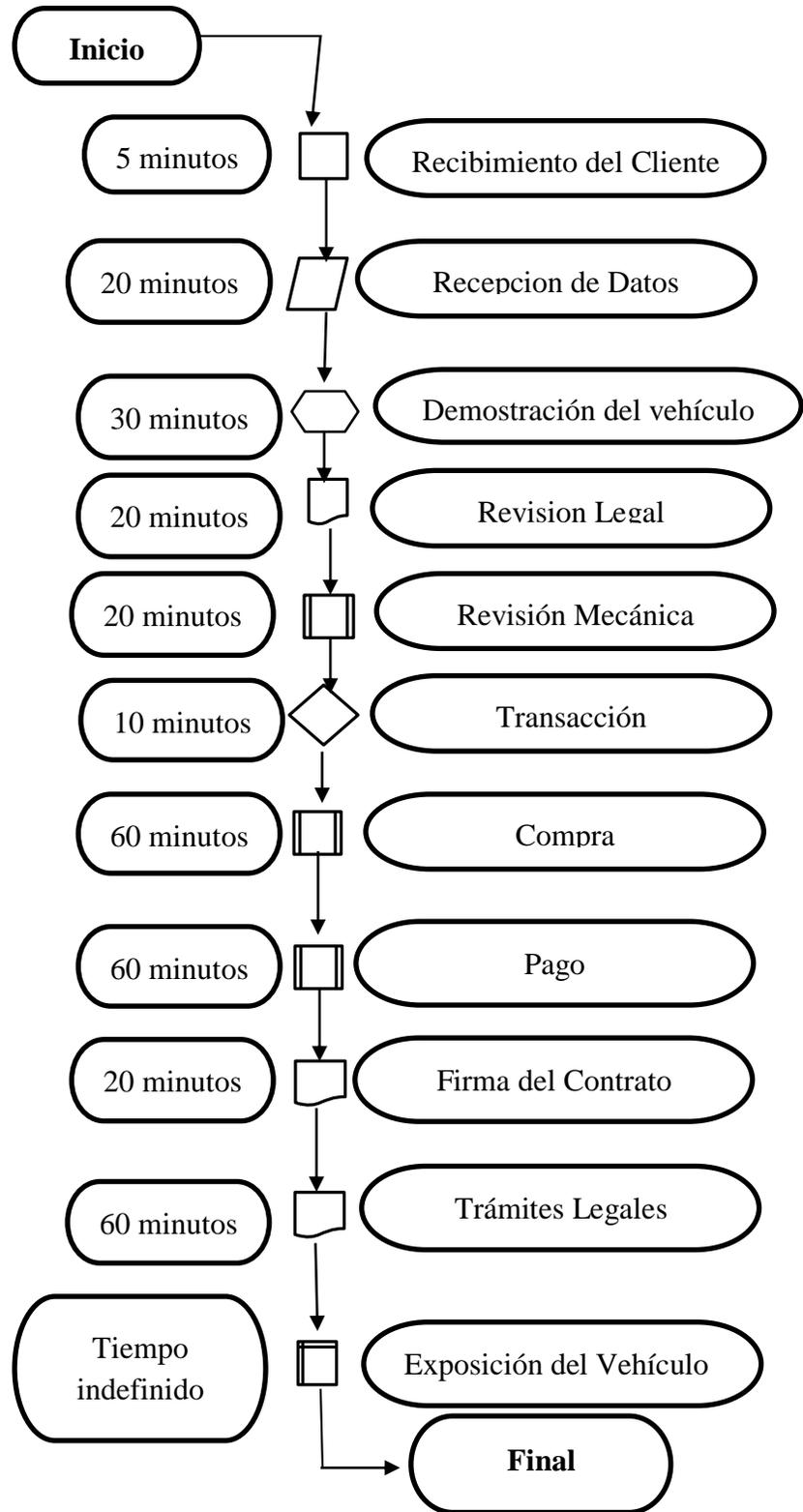


Figura 21 Flujograma de recorrido del proceso de compra de vehículos usados

El proceso de compra de vehículos usados tiene un tiempo estimado de 335 minutos, es decir, de 4 horas aproximadamente.

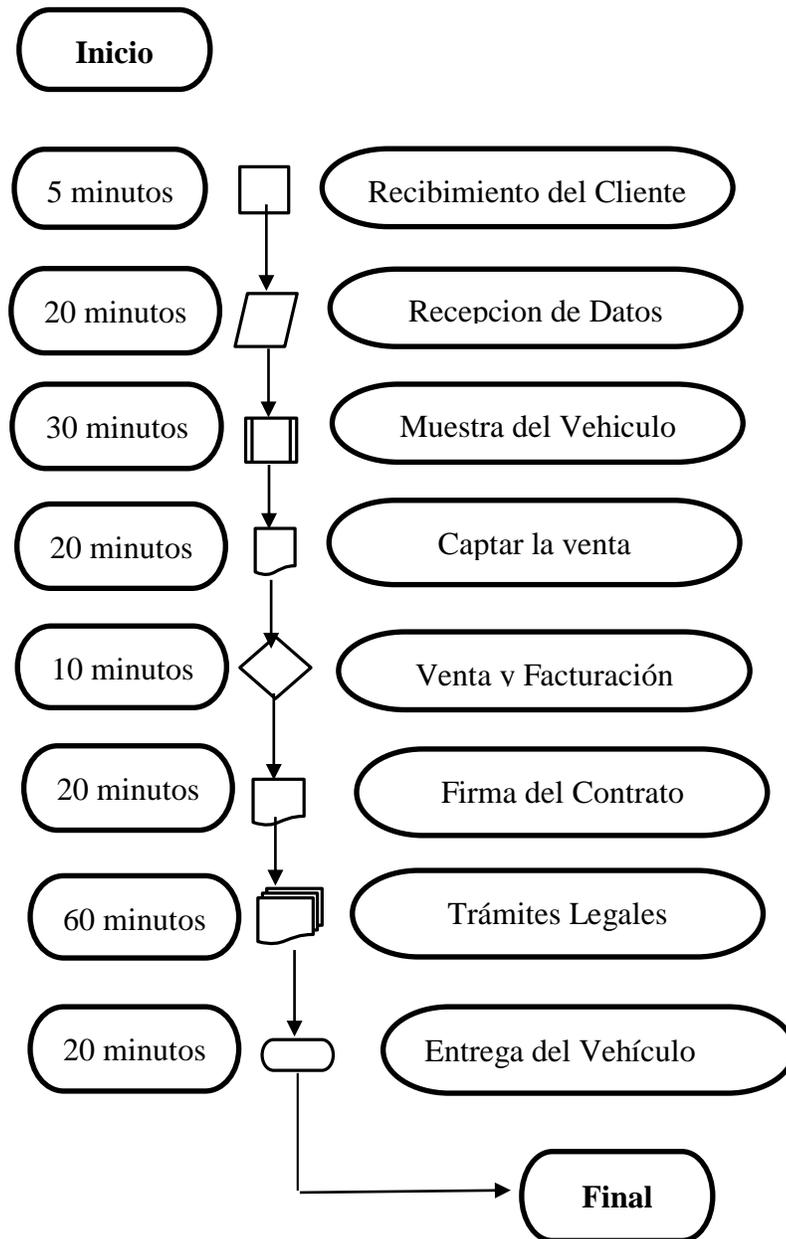


Figura 22 Flujograma de recorrido del proceso de venta de vehículos usados

El proceso de venta de vehículos usados tiene un tiempo estimado de 185 minutos, es decir aproximadamente 3 horas.

4.4 Estudio Administrativo

El estudio administrativo para la empresa Automotorres proporciona un análisis de inversión, las herramientas que guían para quienes lo administran; muestra los elementos administrativos como la planeación de estrategia que defina rumbo y acciones

a seguir para alcanzar las metas empresariales. Establece la misión, visión, valores y objetivos estratégicos, las que permiten conocer el camino correcto a seguir y hasta donde desea llegar la empresa.

Definido el tipo de estructura, niveles de decisión y responsabilidad que debe regir en la empresa, los cuales permitirán cumplir con las funciones y los roles de manera apropiada, así como la descripción de los perfiles de cada uno de los puestos que permite observar las funciones, competencias y conocimientos que deben tener los empleados de la empresa.

La correcta selección y contratación nos permitirá obtener una mano de obra calificada que permita a la empresa operar de manera eficiente para así brindar a los clientes un servicio de calidad. Además, se presentará un resumen de los gastos de personal y administrativos que la empresa incurre.

El aspecto legal, fiscal y laboral que toda empresa u organización debe tener en cuenta al empezar sus operaciones.

4.4.1 Análisis situacional

Dentro de la estructura administrativa se encuentran la misión, visión, valores y objetivos que se plantea la Empresa.

Misión

Automotorres se dedica a la compra y venta de vehículos usados dentro de la ciudad de Guayaquil, ofreciendo calidad y servicio a los clientes para proporcionar los mejores productos y servicios automotrices que cumplan con sus expectativas.

Visión

Crear nuevos valores para posicionar la empresa Automotorres como uno de los mejores en la compra y venta de vehículos usados en la ciudad de Guayaquil aspirando satisfacer

las necesidades del cliente. Nuestra visión es que aproximadamente en cinco años ser líderes en la compra y venta de vehículos.

Valores

Enfoque en el cliente, tener presente el rol que representa el cliente en esta actividad comercial pues son el recurso más importante al ser la vía que garantiza el ingreso de dinero y que contribuye en buena medida al posicionamiento de la marca.

Acciones eficientes y ágiles, los métodos ágiles cambian la forma en que los equipos trabajan juntos. Cualquiera que quiera tener éxito en el mercado debe ser capaz de reaccionar de manera flexible y ágil a las circunstancias externas e internas que se dan durante su proceso.

Respetar a cliente ayudándoles a una mejor elección con calidad y servicio.

Motivar el espíritu de equipo, lograr que los integrantes de un grupo trabajen armónicamente y respetando sus objetivos personales entre sí, es básico dentro de las organizaciones para llegar a un fin común.

Apoyar y sugerir altamente la seguridad en las negociaciones.

Objetivos estratégicos

Los objetivos de la empresa Automotorres son:

- Brindar a los clientes un servicio de compra y venta de vehículos usados de excelente calidad y con los precios más bajos.
- Contar con personal calificado, capaces de desenvolverse en los cargos asignados.
- Mantener precios accesibles para la venta de vehículos usados.
- Conservar las ventas mensuales con ingresos, que permitan cubrir las deudas adquiridas y generen ganancias.

- Mantener una relación profesional entre el vendedor y los clientes.

Políticas de la Empresa

Políticas de Calidad

En Automotorres estamos comprometidos a exceder las expectativas de nuestros Clientes en sus necesidades de movilización, a través de la comercialización de autos usados de excelente calidad, mejorando continuamente el servicio al cliente, con el propósito de lograr los objetivos de ser una empresa sólida, competitiva y posicionada en el mercado.

Políticas Internas

- Asistir a la empresa vestidos formalmente.
- Siempre atender al cliente con una actitud positiva.
- Acceder al cliente a recepción para ofrecerles nuestros servicios.
- Cuando se realice una venta felicitar al compañero de trabajo.
- Responder en forma rápida, eficiente y cuidadosa ante los clientes.
- Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberá conocer los procedimientos a fin de orientarlos.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Asistir a la oficina los días laborables, a la hora establecida de entrada y salida.

Políticas Externas

- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes
- Realizar nuestros trabajos con excelencia
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento agradable hacia los clientes.
- Manejamos precios accesibles para todo tipo de clientes.

- Ver siempre por el bienestar del cliente.
- Ser puntual a las necesidades del cliente.
- Velar por la buena imagen de la empresa ofreciendo un trato cortés y respetuoso a los clientes.

4.4.2 Organigrama

Tipo de Organización

La Empresa Automotorres, la cual se encuentra en progreso, lo más conveniente es que se maneje a través de la organización vertical debido a que en una sola persona se concentra la toma de decisiones y tiene la responsabilidad del mando, quien asigna y distribuye el trabajo a los subordinados, quienes se reportaran a un solo jefe.

Niveles de Decisión y Responsabilidad

Su estructura organizacional estará compuesta por:

- Nivel Directivo: Gerente / Propietario.
- Nivel Administrativo: Vendedores
- Nivel Técnico: Guardia de Seguridad/Conserje.

Organigrama Estructural

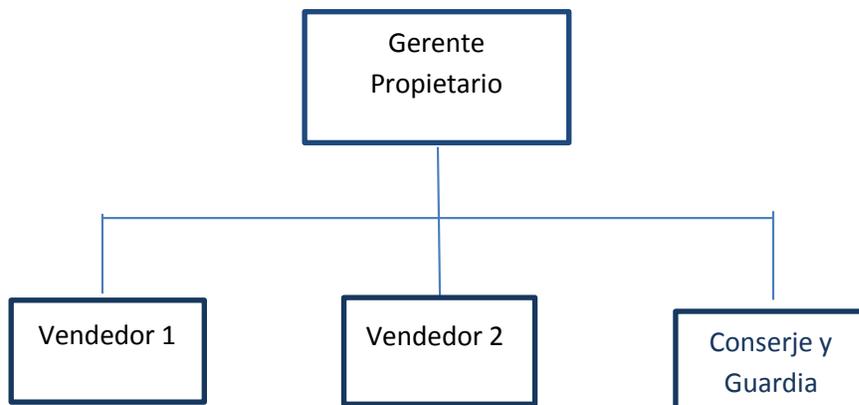


Figura 23 Organigrama Estructural

4.4.3 Funciones del talento humano

Tabla 30
Funciones de los Empleados

<p>Funciones del Gerente Propietario</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Supervisa las compras y las ventas de los vehículos. ➤ Lleva la contabilidad, gastos e ingresos de la empresa. ➤ Adquiere los vehículos a mejor precio. ➤ Venta de vehículos ➤ Provee de recursos necesarios.
<p>Funciones del Vendedor</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recibir al cliente y dar la información necesaria ➤ Realizar y concretar las ventas ➤ Llevar los vehículos a las revisiones mecánicas ➤ Llevar los vehículos a las ferias de carros ➤ Agilizar los trámites legales ➤ Promocionar los vehículos de la Empresa
<p>Funciones del Conserje-Guardia</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Limpieza y mantenimiento del local ➤ Limpieza y mantenimiento de los vehículos ➤ Vigilancia ➤ Seguridad

4.4.3.1 Perfil de los Empleados

Gerente Propietario

Tabla 31

Perfil del Gerente Propietario

Nombre del Puesto	Código	Fecha
Gerente Propietario	001	17/06/2019
Departamento:	Reporta a:	
Directivo		
Objetivo del Puesto		
Planea, coordina, supervisa y dirige todas las actividades inmersas en la empresa, vigila el cumplimiento de normas legales y reglamentarias, políticas, procedimientos y demás normativas establecidas en el mismo.		
Funciones		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Supervisa las compras y las ventas de los vehículos ➤ Lleva la contabilidad gastos e ingresos de la empresa ➤ Adquirir los vehículos a mejor precio. ➤ Venta de vehículos ➤ Desarrollar y recomendar planes y programas de corto, mediano o largo plazo para mejoras de la empresa. ➤ Provee de recursos necesarios para cumplir con su trabajo. 		
Perfil del Puesto		
Título	Ing. en Administración de empresas o afines	
Edad	25 años en adelante	
Experiencia	3 años en cargos similares	
Características		
Horario	8 horas	
Residencia	Guayaquil	
_____ Nombre del Titular		
_____ Gerente Propietario		
Elaborado por:		
Aprobado por: _____		
Revisado por: _____		

Vendedor

Tabla 32

Perfil del vendedor

Nombre del Puesto	Código	Fecha
Vendedor	002	17/06/2019
Departamento:	Reporta a:	
Administrativo	Gerente Propietario	
Objetivo del Puesto		
Llevar con claridad y organización la documentación de la empresa y mantener una adecuada atención al público en general, concretar las ventas.		
Funciones		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar la venta del servicio. ➤ Cumplir con todas las normas administrativas pertinentes ➤ Cooperar en las metas y objetivos propuestas por la empresa en relación a las ventas mensuales. 		
Perfil del Puesto		
Título	No es necesario	
Edad	23 a 40 años	
Experiencia	3 años en cargos similares	
Características		
Horario	8 horas	
Residencia	Guayaquil	
_____ Nombre del Titular _____ Gerente Propietario		
<i>Elaborado por:</i>		
<i>Aprobado por:</i> _____		
<i>Revisado por:</i> _____		

Guardia – Conserje

Tabla 33

Perfil del Guardia – Conserje

Nombre del Puesto	Código	Fecha
Guardia Conserje	004	17/06/2019
Departamento:	Reporta a:	
Operativo	Gerente Propietario	
Objetivo del Puesto		
Vigilancia y seguridad de la Empresa Limpieza y mantenimiento de las instalaciones		
Funciones		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Vigilancia de las instalaciones y vehículos. ➤ Brindar seguridad a la empresa. ➤ Observar la entrada y salida de personas a la empresa. ➤ Manejo de las cámaras de seguridad. ➤ Mantener limpias las instalaciones. ➤ Lleva el aseo y limpieza de las oficinas y estancias. ➤ Limpieza y aseo de los sanitarios. 		
Perfil del Puesto		
Título	No es necesario	
Edad	23 a 40 años	
Experiencia	2 años en cargos similares	
Características		
Horario	8 horas	
Residencia	Guayaquil	
_____	_____	
Nombre del Titular	Gerente Propietario	
<i>Elaborado por:</i>		
<i>Aprobado por:</i> _____		
<i>Revisado por:</i> _____		

Forma de reclutamiento

Para reclutar al personal que la empresa Automotorres requiere, para cumplir con sus labores operativas, se utiliza reclutamiento externo con la experiencia suficiente para las funciones a realizar. Con este tipo de reclutamiento la empresa Automotorres tendrá los siguientes beneficios:

- Nuevas ideas para el buen funcionamiento de la empresa y poder brindar un servicio de calidad.
- Nuevos enfoques que la empresa no contaba.
- Aprovecha la inversión que realizó otra empresa en capacitar al futuro empleado en un área determinada.
- La empresa se enriquece al recibir personal con mayor idoneidad.

Fuentes y medios de reclutamiento

Los medios que se utilizarán para el reclutamiento del personal serán los siguientes:

- Solicitantes voluntarios
- Por medio de la prensa escrita, anuncios de vacantes.
- Páginas web de internet, redes sociales.
- Referidos o recomendados por amigos y familiares.

Selección de Personal

Concluido el proceso de reclutamiento se selecciona el personal idóneo para las diferentes áreas de la empresa Automotorres.

Se utilizarán las siguientes herramientas:

- Recepción de CV en la empresa o enviados vía correo electrónico.

- Realizar una preselección de los postulantes creando unos filtros a fin de tener objetivos claros de los perfiles a contratar.
- Entrevistas personales para conocer mejor a los candidatos
- Presentación de referencias personales y laborales
- Pruebas profesionales y psicotécnicas para comprobar si reúnen las habilidades y competencias necesarias para el puesto que hay que cubrir.
- Al candidato se lo aprueba después de haber realizado las pruebas profesionales y psicotécnicas, revisado sus referencias y después de analizar si reúne el perfil adecuado para el cargo.
- Contacto con la persona que se ha elegido e informarles de los aspectos legales y conductuales relativos a su puesto de trabajo.
- Al nuevo empleado a los tres meses se le hará un seguimiento para evaluar su desempeño en la empresa.

Tipo de Contratación

La contratación del personal se realiza de acuerdo con cada uno de los perfiles de los puestos de la empresa, para que el empleado tenga un desempeño óptimo, eficiente y favorable cumpliendo con los requerimientos de su puesto de trabajo.

El empleado contratado firmará un Contrato a Prueba de tres meses, pasado este periodo la vigencia será hasta completar el año, tal como está estipulado en el Código de Trabajo **Art. 15. Contrato a prueba.** - *En todo contrato de aquellos a los que se refiere el inciso primero del artículo anterior, cuando se celebre por primera vez, podrá señalarse un tiempo de prueba, de duración máxima de noventa días. Vencido este*

plazo, automáticamente se entenderá que continúa en vigencia por el tiempo que faltare para completar el año. Tal contrato no podrá celebrarse sino una sola vez entre las mismas partes. Durante el plazo de prueba, cualquiera de las partes lo puede dar por terminado libremente. Luego se procederá a firmar un contrato de tiempo indefinido.

4.4.4 Gastos

Detalle de los valores por concepto de sueldo del primer y segundo año de cada una de las personas de conforman la empresa Automotorres.

En ellos se definen los sueldos más todos los beneficios de ley que cada uno de los empleados percibirá.

Sueldo de los empleados

Tabla 34
Rol de Pago año 0

No.	CARGO	SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE PATRON AL 12.15%	TOTAL DE INGRESOS MENSUALES	TOTAL DE INGRESO S ANUALES
1	Gerente	\$ 600.00	\$ 50.00	\$ 33.00	\$ 63.00	\$ 746.00	\$ 8,952.00
3	Vendedor 1	\$ 394.00	\$ 33.00	\$ 33.00	\$ 41.00	\$ 501.00	\$ 6,012.00
4	Vendedor 2	\$ 394.00	\$ 33.00	\$ 33.00	\$ 41.00	\$ 501.00	\$ 6,012.00
5	Guardia - Conserje	\$ 394.00	\$ 33.00	\$ 33.00	\$ 41.00	\$ 501.00	\$ 6,012.00
TOTAL		\$ 1,782.00	\$ 149.00	\$ 132.00	\$ 186.00	\$ 2,249.00	\$ 26,988.00

Tabla 35
Rol de Pago año 1

SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACAC.	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL DE INGRESOS MENSUALES	TOTAL DE INGRESOS ANUALES
\$ 600.00	\$ 50.00	\$ 33.00	\$ 25.00	\$ 50.00	\$ 63.00	\$ 821.00	\$ 9,852.00
\$ 394.00	\$ 33.00	\$ 33.00	\$ 16.00	\$ 33.00	\$ 41.00	\$ 550.00	\$ 6,600.00
\$ 394.00	\$ 33.00	\$ 33.00	\$ 16.00	\$ 33.00	\$ 41.00	\$ 550.00	\$ 6,600.00
\$ 394.00	\$ 33.00	\$ 33.00	\$ 16.00	\$ 33.00	\$ 41.00	\$ 550.00	\$ 6,600.00
\$ 1,782.00	\$ 149.00	\$ 132.00	\$ 73.00	\$ 149.00	\$ 186.00	\$ 2,471.00	\$ 29,652.00

4.5 Estudio Legal

4.5.1 Tipo de empresa

La microempresa Automotorres al ser de propiedad de una sola persona y por ser un negocio en progreso, se ejecuta como persona natural, no obligada a llevar contabilidad. Con lo cual debe cumplir con los ciertos permisos para poder iniciar con sus actividades comerciales.

4.5.2 Trámite de legalización

Obtención del RUC

El Registro Único del Contribuyente (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI) con:

- Formulario correspondiente debidamente lleno
- Copias de cedula y papeletas de votación de los socios

Permisos

Permisos Cuerpo de bomberos

Para obtener la tasa de servicios contra incendios otorgada por el Benemérito Cuerpo de Bomberos, conocida como permiso de funcionamiento de Bomberos, las personas jurídicas incluyendo las organizaciones sociales deben presentar los siguientes requisitos:

- Si el tramite lo realiza el representante legal de la organización, debe presentar copia de cedula de identidad. Y si es el caso que lo realice otra persona deberá adjuntar una autorización por escrito simple, con copia de cédula de quien autoriza y de la persona autorizada.
- Copia completa y actualizada del Registro Único de contribuyentes (RUC) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.

- En caso de ser persona jurídica debe adjuntar copia del Nombramiento vigente de la persona que es Representante Legal.
- Copia de Consulta de Uso de Suelo otorgada por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil.
- Copia del último pago del Impuesto Predial con la dirección del establecimiento.

Luego de presentar estos requisitos en los Centros de Atención al Usuario del Cuerpo de Bomberos se recibe una orden de pago la cual se puede cancelar en cualquiera de las ventanillas del Banco de Guayaquil. Una vez realizado el pago, se debe presentar el comprobante en uno de los Centros de Atención al Usuario para que elaboren la Tasa de Servicio contra incendio correspondiente, documento que se lo recibirá previa a la visita e Inspección de un representante del Cuerpo de Bomberos.

Permisos Municipales

Permiso Uso de Suelo

Este permiso permite conocer cuáles son las actividades comerciales o industriales que se pueden desarrollar en el predio.

Lo puede obtener de dos maneras:

- A través de la página web del Municipio (www.guayaquil.gob.ec) en la sección de servicios en línea, sin necesidad de acercarse al Municipio.
- A través de la ventanilla municipal #54 adjuntando los siguientes requisitos:
- Tasa de Trámite por Servicios Técnicos Administrativos (valor \$2, comprar en la ventanilla de Ballén y Pichincha)
- Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo (se lo recibe al comprar la Tasa de Trámite)

Formulario permiso Uso de Suelo

**Consulta de
Uso de Suelo**

CONSULTA USO DE SUELO

DATOS DEL PREDIO

Predio: 000-0423-010-0-0-0-1
 RUC/DI: -
 Dirección: CALLE HERRADURA 96
 Zona: Zona Residencial-C (DR-C)

RESULTADO DE LA CONSULTA

Actividad: Fisioterapia - Gabinete de Dofitas
 (Si es permitido, siempre que el establecimiento cumple con los Condiciones del Local, Reglamentos y Restricciones establecidas para esta actividad)

INFORMACION CATASTRAL

Según el Sistema del Cpto. de Avalúes y Registros, el predio cuenta con 1 edificaciones:

Nos. Anexos	Nos. Pisos
0	1

REGISTRO DE CONSTRUCCION

Según el Sistema del Cpto. de Control de Edificaciones el predio no cuenta con Registro de Construcción:

REGISTRO CATASTRAL

Según el Sistema del Cpto. de Avalúes y Registros el predio no cuenta con Registro Catastral

INSPECCION FINAL

Según el Sistema del Cpto. de Control de Edificaciones el predio no cuenta con Certificado de Inspección Final

OBSERVACIONES

El presente documento única y exclusivamente establece la actividad en el código catastral consultado según ordenanza
 No autoriza ningún derecho al funcionamiento del local alguno sin que previamente haya realizado el respectivo trámite de Tasa de Habilitación Municipal
 No elimina ni sustituye la obligación de tramitar el Registro de Construcción correspondiente
 No convalida contravenciones presentes o futuras a Normas de Funcionamiento emanadas de las Ordenanzas de Edificaciones, Uso del Espacio y Vida Pública, Control Puntos, Medio Ambiente, etc.
 No servirá para justificar inversiones previas de ninguna naturaleza realizadas sin contar previamente con la Tasa de Habilitación Municipal correspondiente.

CONDICIONES DEL LOCAL

Figura 24 Formulario Alcaldía de Guayaquil

Tasa de Habilitación

Para obtener la Tasa de habilitación, documento indispensable para que nuestro negocio o empresa pueda funcionar se requiere lo siguiente:

- Obtener la consulta de uso de suelo.
- Ingresar en la ventanilla municipal No. 41 los siguientes requisitos:
- Copia de Patente Municipal del año exigible
- Certificado del cuerpo de bomberos del año en curso.
- Consulta de uso de suelo No Negativa.
- Copia de última actualización del RUC.
- Tasa de trámite y formulario de Tasa de Habilitación
- Copia de cédula y certificado de votación del dueño del negocio (si el solicitante es una persona natural).

- En caso de que el local sea arrendado, deberá presentar copia simple del contrato de arriendo, con sus respectivas copias de cédulas.

Formulario de Tasa de Habilitación

Figura 25 Formulario Alcaldía de Guayaquil

Registro de Patente Municipal

La Patente Municipal es otro de los documentos que se requieren para el funcionamiento del negocio. Este documento se lo tramita en la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil.

Requisitos:

- Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos.
- Última actualización del Registro Único de contribuyentes (RUC). Este requisito no es necesario en caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o

- **Personas Naturales:** Ciudadanos ecuatorianos o extranjeros que realizan actividades económicas lícitas dentro del Ecuador y pueden estar obligados o no a llevar contabilidad.
- **Sociedades:** Es una agrupación comercial de carácter legal y que cuenta con un capital inicial formado con las aportaciones de sus miembros. Estas pueden ser sociedades públicas o privadas.

Obligaciones Tributarias

- Inscripción en el RUC, que puede ser por Régimen General o por Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano RISE, proporcionando los datos necesarios sobre las actividades económicas que vamos a realizar.
- Emitir y entregar facturas o notas de venta que respaldan las transacciones efectuadas en nuestro negocio.
- Identificar que tarifa de IVA graba según nuestro bien o servicio que vamos a comercializar.
- Realizar la declaración del impuesto del valor agregado IVA a través de la página web www.sri.gov.ec y la información de mis actividades económicas a través de los anexos.
- Impuesto al Valor Agregado Mensual
- Impuesto a la Renta (anual)

4.5.4 Pasos para la constitución de forma jurídica unipersonal

A continuación, se detallan los requisitos legales que debe tener la microempresa Automotorres para poder ejercer su actividad económica.

Tabla 36
Requisitos constitución compañía

Titulo	Institución que lo otorga	Descripción	Requisitos	Costo	Tiempo de entrega
Número de RUC y Certificado	Servicio de Rentas Internas	El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el número que identifica a cada contribuyente que realiza una <u>actividad económica</u>	1. Copia de la cédula y certificado de votación a colores. 2. Planilla de servicios. (Luz, agua o teléfono)	Trámite sin costos	Entrega inmediata
Certificado de Uso de suelo	Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil	Documento que identifica la factibilidad para ejercer una actividad económica en una dirección específica del cantón.	1. Copia de la cédula y certificado de votación a colores. 2. Copia de predios urbanos. 3. Copia de Ruc o que deberá contener la misma dirección del predio urbano. 4. <u>Petición dirigida al Alcalde</u>	\$ 2,00	15 días laborables
Permiso del Cuerpo de Bomberos	Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán	Documento que certifica que el inmueble cumple con la normas de prevención de incendios.	1. Certificado de Uso de suelo. 2. Copia de la cédula y certificado de votación a colores. 3. Copia de predios urbanos. 4. Copia de Ruc o que deberá contener la misma dirección del predio urbano. 5. Petición dirigida al Jefe del Cuerpo de <u>Bomberos</u> .	\$ 50.00 a \$ 100.00 Permiso de Cuerpo de bomberos	14 a 30 días laborables
Permiso de funcionamiento, patente y tasa de habilitación	Muy Ilustre Municipio de Guayaquil	Documento municipal que habilita el desarrollo de actividades económicas (industriales, comerciales y/o de servicio) en establecimientos, acorde a las condiciones determinadas en las Ordenanzas Municipales referente al uso de suelo y los requerimientos constructivos, ambientales y de seguridad regulados para cada tipo de actividad.	1. Certificado de Uso de suelo 2. Permiso del Cuerpo de Bomberos. 3. Copia de última planilla de agua cancelada. 4. Copia de la cédula y certificado de votación a colores 5. Copia de predios urbanos 6. Copia de Ruc o que deberá contener la misma dirección del predio urbano 7. Formularios correspondientes	\$ 20.00	15 días laborables

4.6 Conclusión Capítulo 4

En el capítulo cuatro se analizó los resultados de las encuestas y las entrevistas. Se realizó un estudio de mercado de la oferta y la demanda, un análisis FODA que permitió conocer la situación de la empresa. Diseño de letrero, volante, tarjetas de presentación, páginas web y croquis del patio. Se hizo un estudio sobre los perfiles de los empleados y los requisitos legales para abrir la empresa, como formulario de tasa de habilitación, los requisitos para el permiso del cuerpo de bomberos, requerimientos tributarios, tipos de contribuyentes, obligaciones tributarias como habilitación del RUC, pagos de declaraciones de impuestos, etc.

CAPÍTULO V

5. Propuesta

La propuesta planteada en este proyecto es la viabilidad económica y financiera para la apertura de un patio de compra venta de vehículos usados, en la ciudadela Sauces 8, perteneciente a la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil.

5.1. Título de la propuesta

Proyecto de Prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la compra y venta de vehículos usados en la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil.

5.2 Autores de la propuesta

Rojas López Clotilde Lorena

Torres Cedeño Luis Fernando

5.3 Empresa auspiciante

Este proyecto no cuenta con empresa auspiciante porque es un emprendimiento.

5.4 Área que cubre la propuesta

Cantón Guayaquil, Parroquia Tarqui, Ciudadela Sauces 8

5.5 Fecha de presentación

Marzo 2018

5.6 Fecha de terminación

Marzo 2020

5.7 Duración del proyecto

De acuerdo a estudios realizados estimamos que empezaremos a iniciar con las operaciones de Automotorres en un lapso de cuatro meses.

5.8 Participantes del proyecto

- Autores de la investigación
- Equipo de trabajo
- Población Parroquia Tarqui (clientes).
- Proveedores de insumos y accesorios de limpieza, como distribuidores de equipos y mantenimiento del mismo.

5.9 Objetivo General de la propuesta

Determinar la prefactibilidad para la creación de una empresa en la compra y venta de vehículos usados en la parroquia Tarqui del cantón Guayaquil.

5.10 Objetivos específicos

- Determinar económica y financieramente la prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la compra y venta de vehículos usados en la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil.
- Determinar la rentabilidad y el retorno de la inversión.

5.11 Beneficiarios directos

- Autores de la investigación
- Clientes que acudan al patio de carros

5.12 Beneficiarios indirectos

- Equipo del proyecto
- Proveedores de insumos
- Genera empleo indirecto.
- Población Parroquia Tarqui clientes en general

5.13 Impacto de la propuesta

Los efectos de la siguiente propuesta determinan los siguientes factores:

- Capital, ingresos y ganancias que generaría la empresa.
- Crecimiento del comercio de vehículos.
- Amplio mercado e inventario de vehículos.
- Clientes contentos con la compra de su vehículo.

5.14 Descripción de la propuesta

A través de la propuesta se busca establecer la rentabilidad financiera para la creación de una empresa de compra y venta de vehículos usados en la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, Se debe considerar lo siguiente:

El capital requerido para la inversión o el costo del capital con el rendimiento esperado para iniciar el negocio de la compañía.

La cantidad y variedad de propiedades, plantas y equipos que deben comprarse, así como su útil tiempo de reemplazo y mantenimiento.

5.14.1 Ingresos

Los ingresos de Automotorres se obtendrán de la compra y venta de vehículos usados, para iniciar el proyecto se adquirirá tres vehículos de la marca Chevrolet, que da un total de inversión de \$42,000.00

Tabla 37
Inversión compra de vehículos

VEHICULOS	NUMERO	COSTO	PRECIO
Chevrolet Aveo activo 2010	2	\$ 6,400.00	\$ 12,800.00
Chevrolet Aveo emotion 2010	1	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00
Total	3	\$ 13,600.00	\$ 20,000.00

Automotorres inicia sus ventas con la venta de tres automóviles Chevrolet, el pronóstico se basa en el crecimiento de la demanda, para el año 1 tenemos un total de 36 clientes que surgirán como nuevos clientes.

La proyección de estos ingresos se analiza en la siguiente tabla:

Tabla 38
Ingresos por Servicios

VEHICULOS	COSTO Materia Prima	COSTO DIRECTO	PRECIO DE VENTA	MARGEN POR PRODUCTO	
Chevrolet Aveo activo 2010	\$6,000	\$600	\$8,000	\$0	
Chevrolet Aveo emotion 2010	\$8,000	\$1,000	\$10,000	\$0	
# Ventas (VH)	2020	2021	2022	2023	2024
Chevrolet Aveo activo 2010	36	39	39	39	39
Chevrolet Aveo emotion 2010	36	34	34	34	35
	72	73	73	73	74
\$ Ingresos	2020	2021	2022	2023	2024
Chevrolet Aveo activo 2010	\$288,000.00	\$312,000.00	\$312,000.00	\$312,000.00	\$312,000.00
Chevrolet Aveo emotion 2010	\$360,000.00	\$340,000.00	\$340,000.00	\$340,000.00	\$350,000.00
TOTALES	\$648,000.00	\$652,000.00	\$652,000.00	\$652,000.00	\$662,000.00

5.14.2 Costos de materiales directos

Estos costos se consideran los gastos iniciales por el material que tendrá Automotorres, así como herramientas, muebles para abrir la oficina, mantenimiento de vehículos, suministros básicos, salarios y comisiones mensuales para empleados individuales.

Para la compilación correcta de la tabla de costos basada en varias ofertas solicitadas por varias compañías de detergentes, se utilizaron como referencia los precios que mejor se ajustaban a los requisitos de la compañía, además del costo futuro de los insumos basados en datos del BCE que decían que La tasa de inflación anual promedio en 2018 y 2019 es de 3.35% y 3.15%, respectivamente. Estimar el crecimiento de las ventas.

Tabla 39
Costos materiales directos

Descripción	Presentación	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Aspiradora vehículos	Unidad	\$150.00	\$150.00	\$150.00
Detergente (5k)	Fundas 5k #10	\$ 9.50	\$95.00	\$ 95.00
Mangueras	unidad #2	\$ 15.00	\$30.00	\$ 30.00
Desinfectante liquido	galón #5	\$ 2.00	\$10.00	\$ 10.00
Shampoo preparado	Galón #10	\$ 2.00	\$20.00	\$ 20.00
Fanelas	Unidad #36	\$ 1.00	\$36.00	\$ 36.00
Desodorante Amb.	Galón #10	\$ 2.50	\$25.00	\$ 25.00
Escobas Suaves	Unidad #5	\$ 3.00	\$15.00	\$ 30.00
Cera para carros	Unidad #2	\$ 10.00	\$20.00	\$240.00
TOTAL		\$195,00	\$401,00	\$636,00

5.14.3 Costos de activos fijos

Tabla 40
Costos activos fijos

Tipo de Cuenta	Precio Unitario
Edificio	\$600
Muebles de oficina	\$1,350
Equipos de producción	\$150
Equipos de computación	\$1,170
Equipos de Oficina	\$1,416
TOTAL	\$4,686

5.14.4 Costos de depreciación

En la siguiente tabla se puede observar la depreciación de cada uno de los bienes que la empresa Automotorres adquiere para la puesta en marcha del negocio, a fin de reponerlos en su debido momento.

Tabla 41
Costos de depreciación

ACTIVO FIJO	COSTO	DEPRECIACION	TOTAL ANUAL
Edificio	\$600.00	20	\$ 30.00
Muebles de oficina	\$1,349.98	10	\$ 135.00
Equipos de producción	\$150.00	20	\$ 7.50
Equipos de computación	\$1,170.00	3	\$ 390.00
Equipos de Oficina	\$1,416.00	20	\$ 70.80
TOTAL	\$ 4,685.98		\$ 633.30

5.14.5 Costos de documentación legal

Son los costos que se deben pagar para la apertura del negocio, así como pagos, permisos Municipales y permisos del cuerpo de Bomberos.

Tabla 42
Costos de documentación legal

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Permisos Bomberos	1	\$100.00	\$100,00
Patente Municipal	1	\$20.00	\$20,00
Permiso de funcionamiento	1	\$80.00	\$80,00
Certificado uso de suelo	1	\$2.00	\$2,00
TOTAL	4	\$202	\$202

5.14.6 Costos de Publicidad

En estos costos se encuentran los gastos para la publicidad del negocio, se utilizará hojas volantes, letrero, tarjetas de presentación.

Tabla 43
Costos de publicidad

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Hojas volantes	1000	\$0.03	\$30,00
Letrero	1	\$200.00	\$200,00
Tarjetas de presentación	1000	\$0.03	\$30,00
	0	\$0.00	\$0,00
TOTAL	2001	\$200.06	\$260.00

5.14.7 Sueldos de personal

El sueldo de personal es lo que la empresa pagara a sus empleados por su trabajo realizado.

Tabla 44
Sueldos de Personal

No.	Cargo	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacac.	Fondos De Reserva	Ap. Pat 12.15%	Total De Ing. Mens	Total De Ingresos Anuales
1	Gerente	\$ 600.00	\$ 50.00	\$ 33.00	\$ 25.00	\$ 50.00	\$ 63.00	\$ 821.00	\$ 9,852.00
3	Vend. 1	\$ 394.00	\$ 33.00	\$ 33.00	\$ 16.00	\$ 33.00	\$ 41.00	\$ 550.00	\$ 6,600.00
4	Vend. 2	\$ 394.00	\$ 33.00	\$ 33.00	\$ 16.00	\$ 33.00	\$ 41.00	\$ 550.00	\$ 6,600.00
5	Guardia- Conserje	\$ 394.00	\$ 33.00	\$ 33.00	\$ 16.00	\$ 33.00	\$ 41.00	\$ 550.00	\$ 6,600.00
TOTAL		\$ 1,782.00	\$ 149.00	\$ 132.00	\$ 73.00	\$ 149.00	\$ 186.00	\$ 2,471.00	\$ 29,652.00

5.14.8 Gastos de Servicios básicos

Son todos aquellos pagos que incurre la empresa para poder funcionar el negocio, como luz, agua, teléfono, internet.

Tabla 45
Gastos de servicios básicos

Detalle	Total Mensual	Total Anual
Luz	\$50.00	\$600.00
Agua	\$20.00	\$240.00
Teléfono	\$24.00	\$288.00
Internet	\$25.00	\$300.00
TOTAL	\$119.00	\$1,428.00

5.14.9 Financiamiento del Proyecto

El proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la compra y venta de vehículos usados en la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, necesitará de una inversión inicial de \$ 26,148 los mismos que se solicitará un crédito al Banco del Pichincha con una tasa de interés pyme del 11,5% a 60 meses plazo los cuales me representa un pago mensual de \$575.00

Tabla 46
Inputs del préstamo

Inversión Inicial	\$26,148	%
(-) Capital Propio	\$0	0.00%
Valor a Financiar	\$26,148	100.00%
Tasa	11.5%	
Tiempo	\$60	MESES
Pago	\$575	MENSUAL

Tabla 47
Tabla de préstamo y amortización

PERIODO	PAGO	INTERES	CAPITAL	SALDO
0				\$26,147.98
1	\$575.06	\$250.58	\$324.48	\$25,823.50
2	\$575.06	\$247.48	\$327.59	\$25,495.92
3	\$575.06	\$244.34	\$330.73	\$25,165.19
4	\$575.06	\$241.17	\$333.90	\$24,831.29
5	\$575.06	\$237.97	\$337.10	\$24,494.20
6	\$575.06	\$234.74	\$340.33	\$24,153.87
7	\$575.06	\$231.47	\$343.59	\$23,810.28
8	\$575.06	\$228.18	\$346.88	\$23,463.40
9	\$575.06	\$224.86	\$350.20	\$23,113.20
10	\$575.06	\$221.50	\$353.56	\$22,759.64
11	\$575.06	\$218.11	\$356.95	\$22,402.69
12	\$575.06	\$214.69	\$360.37	\$22,042.32
14	\$575.06	\$207.75	\$367.31	\$21,311.19
15	\$575.06	\$204.23	\$370.83	\$20,940.36
16	\$575.06	\$200.68	\$374.38	\$20,565.97
17	\$575.06	\$197.09	\$377.97	\$20,188.00
18	\$575.06	\$193.47	\$381.59	\$19,806.41
19	\$575.06	\$189.81	\$385.25	\$19,421.16
20	\$575.06	\$186.12	\$388.94	\$19,032.21
21	\$575.06	\$182.39	\$392.67	\$18,639.54
22	\$575.06	\$178.63	\$396.43	\$18,243.11
23	\$575.06	\$174.83	\$400.23	\$17,842.88
24	\$575.06	\$170.99	\$404.07	\$17,438.81
25	\$575.06	\$167.12	\$407.94	\$17,030.87
26	\$575.06	\$163.21	\$411.85	\$16,619.02
27	\$575.06	\$159.27	\$415.80	\$16,203.22
28	\$575.06	\$155.28	\$419.78	\$15,783.44

29	\$575.06	\$151.26	\$423.80	\$15,359.64
30	\$575.06	\$147.20	\$427.87	\$14,931.77
31	\$575.06	\$143.10	\$431.97	\$14,499.80
32	\$575.06	\$138.96	\$436.11	\$14,063.70
33	\$575.06	\$134.78	\$440.29	\$13,623.41
34	\$575.06	\$130.56	\$444.50	\$13,178.91
35	\$575.06	\$126.30	\$448.76	\$12,730.14
36	\$575.06	\$122.00	\$453.07	\$12,277.08
37	\$575.06	\$117.66	\$457.41	\$11,819.67
38	\$575.06	\$113.27	\$461.79	\$11,357.88
39	\$575.06	\$108.85	\$466.22	\$10,891.67
40	\$575.06	\$104.38	\$470.68	\$10,420.98
41	\$575.06	\$99.87	\$475.19	\$9,945.79
42	\$575.06	\$95.31	\$479.75	\$9,466.04
43	\$575.06	\$90.72	\$484.35	\$8,981.69
44	\$575.06	\$86.07	\$488.99	\$8,492.71
45	\$575.06	\$81.39	\$493.67	\$7,999.03
46	\$575.06	\$76.66	\$498.40	\$7,500.63
47	\$575.06	\$71.88	\$503.18	\$6,997.45
48	\$575.06	\$67.06	\$508.00	\$6,489.44
49	\$575.06	\$62.19	\$512.87	\$5,976.57
50	\$575.06	\$57.28	\$517.79	\$5,458.78
51	\$575.06	\$52.31	\$522.75	\$4,936.03
52	\$575.06	\$47.30	\$527.76	\$4,408.28
53	\$575.06	\$42.25	\$532.82	\$3,875.46
54	\$575.06	\$37.14	\$537.92	\$3,337.54
55	\$575.06	\$31.98	\$543.08	\$2,794.46
56	\$575.06	\$26.78	\$548.28	\$2,246.18
58	\$575.06	\$16.22	\$558.84	\$1,133.80
59	\$575.06	\$10.87	\$564.20	\$569.60
60	\$575.06	\$5.46	\$569.60	\$0.00
	<u>\$34,503.74</u>	<u>\$8,355.76</u>	<u>\$26,147.98</u>	<u>\$845,756.94</u>

5.14.10 Estados Financieros

En este informe se puede apreciar el progreso financiero del negocio y la rentabilidad de sus aportes.

5.14.11 Flujo de Fondos

El flujo de fondos es la cantidad de dinero en efectivo y de crédito fluyendo dentro y fuera del negocio. Un flujo de fondo es positivo cuando es más dinero entrando que saliendo y un flujo es negativo cuando no entra el dinero suficiente para cubrir los gastos del negocio.

Tabla 49
Flujo de Fondos

PERIODOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$0.00	\$648,000.00	\$652,000.00	\$652,000.00	\$652,000.00	\$662,000.00
Costo de producción	\$0.00	\$562,241.00	\$564,047.41	\$564,054.92	\$564,063.56	\$573,073.39
UTILIDAD BRUTA		\$85,759.00	\$87,952.59	\$87,945.08	\$87,936.44	\$88,926.61
Gastos						
Administrativos		\$24,048.15	\$25,115.88	\$25,439.31	\$25,807.65	\$26,225.53
Gastos de Ventas		\$15,534.15	\$16,521.73	\$16,750.52	\$17,009.29	\$17,299.28
Gastos Financieros		\$2,795.09	\$2,297.24	\$1,739.02	\$1,113.11	\$411.31
Interés del préstamo	\$0.00	\$2,795.09	\$2,297.24	\$1,739.02	\$1,113.11	\$411.31
Otros Gastos		\$633.30	\$633.30	\$633.30	\$243.30	\$243.30
Depreciación	\$0.00	\$633.30	\$633.30	\$633.30	\$243.30	\$243.30
Total Gastos		\$43,010.69	\$44,568.15	\$44,562.14	\$44,173.35	\$44,179.41
UTILIDAD OPERATIVA	\$0.00	\$42,748.31	\$43,384.44	\$43,382.94	\$43,763.09	\$44,747.21
Participación de trabajadores		\$6,412.25	\$6,507.67	\$6,507.44	\$6,564.46	\$6,712.08
Flujo antes de impuesto		\$36,336.07	\$36,876.78	\$36,875.50	\$37,198.63	\$38,035.13
Impuesto a la renta		\$7,993.93	\$8,112.89	\$8,112.61	\$8,183.70	\$8,367.73
Flujo después de impuesto		\$28,342.13	\$28,763.89	\$28,762.89	\$29,014.93	\$29,667.40
(+)						
Depreciaciones		\$633.30	\$633.30	\$633.30	\$243.30	\$243.30
(-) Pago de Capital Préstamo		-\$4,105.66	-\$4,603.51	-\$5,161.73	-\$5,787.64	-\$6,489.44
Capital de trabajo		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Activos Fijos en inversión		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
(=) EFECTIVO ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		\$24,869.77	\$24,793.67	\$24,234.45	\$23,470.59	\$23,421.25

5.14.12 Evaluación Económica

Tabla 50
Gastos de Servicios Básicos

Detalle	Total Mensual	Total Anual
Luz	\$50.00	\$600.00
Agua	\$20.00	\$240.00
Teléfono	\$24.50	\$294.00
Internet	\$25.00	\$300.00
TOTAL	\$119.00	\$1,434.00

Entre los gastos de ventas tenemos los pagos recurrentes tales como pago de servicios básicos y pago de internet, que al ser un servicio en que se tiene contacto con el público en general y poder contactar mediante llamada telefónica, se la considera como gastos de ventas.

5.14.13 Gastos Administrativos

Tabla 51
Gastos administrativos

Detalle	Total Mensual	Total Anual
Arriendo	\$850.00	\$10,200.00
Sueldos y salarios	\$1,034.51	\$12,414.15
Servicios Básicos	\$119.50	\$1,434.00
Luz	\$50.00	\$600.00
Agua	\$20.00	\$240.00
Teléfono	\$24.50	\$294.00
Internet	\$25.00	\$300.00
TOTAL	\$2,123.51	\$25,482.15

En los gastos administrativos intervienen directamente en las ventas como el arriendo del local, sueldo de los empleados, servicios básicos y publicidad.

5.14.14 Gastos de ventas

Tabla 52
Gastos de Ventas

Detalle	Total Mensual	Total Anual
Sueldos y salarios	\$1,034.51	\$12,414.15
Publicidad	\$3,120.00	\$3,120.00
TOTAL	\$4,154.51	\$15,534.15

En los gastos de ventas intervienen los sueldos y salarios de los vendedores y los gastos de publicidad.

5.14.15 Punto de Equilibrio

Tabla 53
Punto de Equilibrio

COSTOS FIJOS			
MENSUALES	\$53,078	GASTO MENSUAL	6,278
CVU	26	COSTO MENSUAL	46,800
PVU	\$9,000.00		
PE	5		
UTILIDAD	\$0.00		

CANTIDAD	VENTAS	COSTOS	UTILIDAD
1	\$9,000	\$53,104	-\$44,104
3	\$27,000	\$53,156	-\$26,156
5	\$45,000	\$53,208	-\$8,208
7	\$63,000	\$53,260	\$9,740
9	\$81,000	\$53,312	\$27,688
11	\$99,000	\$53,364	\$45,636
13	\$117,000	\$53,416	\$63,584
15	\$135,000	\$53,468	\$81,532
17	\$153,000	\$53,520	\$99,480
19	\$171,000	\$53,572	\$117,428
21	\$189,000	\$53,624	\$135,376
23	\$207,000	\$53,676	\$153,324
25	\$225,000	\$53,728	\$171,272
27	\$243,000	\$53,780	\$189,220
29	\$261,000	\$53,832	\$207,168
31	\$279,000	\$53,884	\$225,116
33	\$297,000	\$53,936	\$243,064

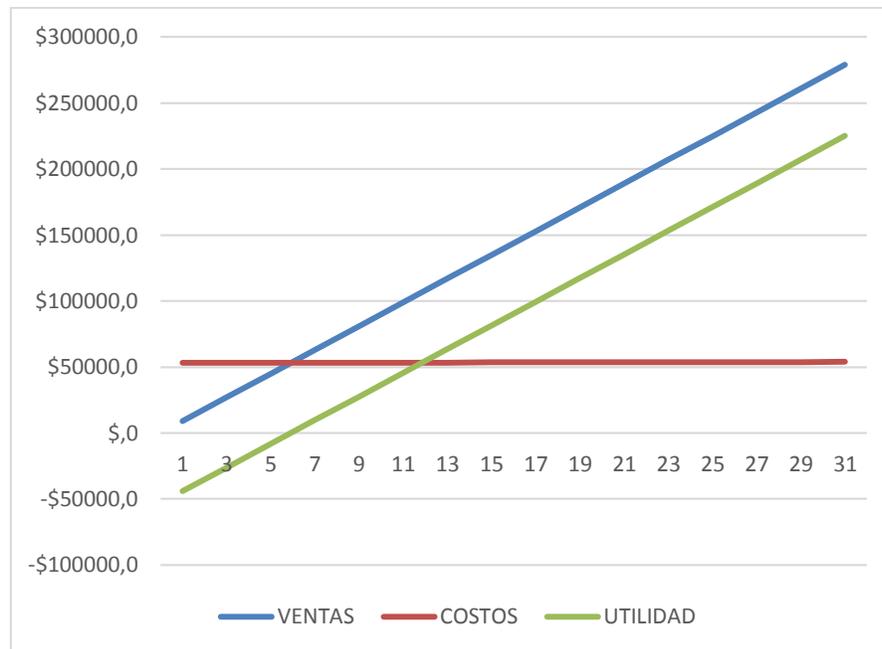


Figura 27 Punto de Equilibrio

La tabla 53 y la figura 27, indican que las ventas mensuales de vehículos llegarían al nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales.

5.14.16 Evaluación financiera

De acuerdo a la evaluación financiera, los resultados fueron los siguientes:

Tabla 54
Van y Tir

TIR Y VAN	
TMAR	11.50%
TIR	70.8%
VAN	\$55,790.36

Con el VAN y la TIR, podemos analizar qué tan oportuno puede ser un proyecto para una empresa e intentar ajustar el cálculo del tiempo que le toma a una empresa recuperar su inversión inicial, cubrir costos y obtener ganancias. La TIR se refiere a la tasa de interés a la cual el valor del capital es cero. Esto significa que cuanto mayor sea la TIR, más rentable es un proyecto. En este caso, dado que la TIR es más alta que la

tasa original del 11.50%, esto significa que la tasa de capital correspondiente es más alta que la tasa mínima aceptada. Este proyecto es aceptable porque se recomienda comenzar el proyecto de prefactibilidad.

5.14.17 Relación costo – beneficio

La fórmula de relación costo – beneficio es la siguiente:

$$\text{RBC} = \frac{\text{(Sistema de flujos)}}{\text{Costos + inversión inicial}}$$

$$\text{RBC} = \frac{3'266,000.00}{220,493.73 + 26,147.98} = 16.81$$

Tabla 55
Relación costo beneficio

Nro.	INVERSION	INGRESOS	COSTOS	FNE
0	- 26,147.98	-	-	- 26,147.98
1		648,000.00	43,010.69	604,989.31
2		652,000.00	44,568.15	607,431.85
3		652,000.00	44,562.14	607,437.86
4		652,000.00	44,173.35	607,826.65
5		662,000.00	44,179.41	617,820.59
INGRESOS		\$3'266,000.00		
COSTOS		\$220,493.73		
COSTOS+INV		\$194,345.75		
RBC		16.81		

Esto indica que el proyecto es aceptable porque los ingresos son más altos que los gastos, y se confirma que por cada unidad de dinero invertida, se generará un retorno

sobre el capital invertido y una ganancia de \$ 16.81, lo que significa que ese Proyecto es positivo.

5.14.18 Tiempo de recuperación de la inversión

$$\text{PRI} = \text{Año de recuperación} + \frac{\text{Diferencia (inversión - Flujo acumulado)}}{\text{Flujo neto del siguiente año}}$$

$$\text{PRI} = 1 + \frac{26,147.98 - 22,074.68}{22,495.44}$$

$$\text{PRI} = 1 + \frac{4,073.30}{22,495.44}$$

$$\text{PRI} = 1 + (0.18)$$

$$\text{PRI} = 1.18$$

Tabla 56
Tiempo de recuperación

<i>Descripción</i>	<i>AÑO 0</i>	<i>AÑO 1</i>	<i>AÑO 2</i>	<i>AÑO 3</i>	<i>AÑO 4</i>	<i>AÑO 5</i>
Flujo de Caja Neto		\$22,074.68	\$22,496.44	\$22,495.44	\$22,357.48	\$23,009.95
Inversión Fija inversión	-\$4,685.98					
Corriente	-\$21,462.00					
Resultado	-\$26,147.98	\$22,074.68	\$22,496.44	\$22,495.44	\$22,357.48	\$23,009.95
PAYBACK	(26,147.98)	(4,073.30)	18,423.14	40,918.58	63,276.06	86,286.01

El resultado se interpreta que el periodo de recuperación de la inversión requerida es de un año, para ejecutar el presente proyecto.

5.14.19 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad nos permite medir varios escenarios de lo que puede ocurrir durante el ciclo operativo de la empresa, primero se evidencia el escenario moderado, demostrado en el apéndice E, tomando como referencia una taza de

crecimiento de venta por 72 vehículos por año, en el cual se observa un aumento de mercado, con proyecciones de egresos evaluados con la inflación supuesta del BCE, alcanzando los resultados siguientes:

TIR	70.80%
VAN	\$ 55,790.36

El segundo escenario es el pesimista justificado en el apéndice F, considerando un bajo nivel de ventas de 55 vehículos por año, dando como resultado una baja considerable del TIR y por ende ingresos desfavorables, obteniendo como resultado:

TIR	12.30%
VAN	\$ 12.329.74

En el escenario optimista, demostrado en el apéndice G con ventas admisibles de 79 vehículos por año se toma en consideración que la empresa tenga una alta rentabilidad por sus servicios y que esta se mantenga invariable. Permitiendo a la empresa acceder al mercado de la compra y venta de autos usados, obteniendo como resultado:

TIR	82.40%
VAN	\$ 70,354.75

5.15 Importancia

El presente proyecto de prefactibilidad es muy importante porque principalmente

genera fuentes de empleo tanto directo como indirecto, con la puesta en marcha de Automotorres contribuye al crecimiento económico ecuatoriano, generando impuestos como principal recurso financiero con el que cuenta el Estado para financiar su presupuesto. Automotorres se especializa en una atención personalizada para la correcta atención al cliente.

5.16 Metas del Proyecto

Como metas principales consideramos las siguientes:

- Brindar a los clientes un servicio de compra y venta de vehículos usados de excelente calidad, totalmente legalizados, para obtener la confianza del cliente.
- Capacitar constantemente al personal, para contar con entes calificados y capaces de desenvolverse al momento de cerrar un negocio.
- Mantener precios accesibles de acuerdo a la realidad del mercado.
- Conservar las ventas mensuales con ingresos, que permitan cubrir las deudas adquiridas y generen ganancias.

5.17 Finalidad de la Propuesta

Se fundamenta en dar inicio al presente proyecto de prefactibilidad para así contribuir al desarrollo económico de la ciudad, generando fuentes de empleo y mejorando el nivel de vida de la sociedad.

5.18 Conclusión Capítulo 5

Después de realizar los diversos análisis financieros que realizaron un escenario moderado, el rendimiento interno fue del 70.80% con un valor neto en efectivo de \$ 55,790 como una baja rentabilidad para comenzar el proyecto.

REFERENCIAS

- Agüero, I. H. (enero de 2013). *Calameo*. Recuperado el 2018, de <https://es.calameo.com/books/002638694cbffefd0c880>
- ajeasturias. (2014). creacion de empresas. En *creacion de empresas* (págs. 11-12). España. Recuperado el 03 de 2019, de <http://www.ajeasturias.com/wp-content/uploads/2014/04/el-proceso-de-emprender.pdf>
- Alcala, B. U. (2017). Obtenido de http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/tipos_de_fuentes_de_informacin.html
- alcala, b. u. (2017). *fuentes de informacion*. Obtenido de http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/tipos_de_fuentes_de_informacin.html
- Alvarez, M. G. (2010). *La Invencion de la Rueda*. España. Obtenido de <https://recuerdosdepandora.com/historia/inventos/la-invencion-de-la-rueda/>
- Amador, M. G. (mayo de 2009). *Metodologia de la investigacion*. Obtenido de http://manuelgalan.blogspot.com/2009_05_24_archive.html
- Angulo, R. (junio de 2018). *clickbalance*. Obtenido de <https://clickbalance.com/blog/contabilidad-y-administracion/analisis-financiero-para-toma-de-decisiones/>
- Anton, J. S. (2018). *mytriplea*. Obtenido de mytriplea.com: <https://www.mytriplea.com/diccionario-financiero/solvencia/atm>
- atm*. (2015). Obtenido de <https://www.atm.gob.ec/>
- Baca. (2001).
- Baker. (1997). *.eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/2e.htm>
- carburando. (octubre de 2016). automoviles en el Ecuador. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/deportes/carburando-auge-negocio-automoviles-usados.html>
- Carburando, R. (7 de Octubre de 2016). Diario El Comercio. *El negocio de usados está en auge*, pág. 1. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/deportes/carburando-auge-negocio-automoviles-usados.html>
- Casillas. (2004).

- Casillas, T. y. (2004). *descuadrando*. Obtenido de http://descuadrando.com/Creaci%C3%B3n_de_Empresas
- Castro, A. (4 de Abril de 2018). La importacion de autos usados rompe record en el 2017. Obtenido de <http://hoy.com.do/la-importacion-de-vehiculos-usados-rompe-record-en-2017/>
- Chagoya, E. R. (2017). *gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
- Chiavenato, I. (2007). *Iniciación a la Organización y Técnica Comercial*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/empresa/concepto-empresa.html>
- Chirino Castillo, J. (2017). Derecho Civil III. En J. Chirino Castillo. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Contrato_de_compraventa
- Comercio, D. e. (2017). *Seminuevos: un negocio en constante cambio*, pág. 3. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/deportes/autos-automoviles-seminuevos-negocio-estrategia.html>
- comercio, diario el. (octubre de 2016). *elcomercio.com*. Obtenido de diario el comercio: <https://www.elcomercio.com/deportes/carburando-auge-negocio-automoviles-usados.html>
- comisiontransito*. (2019). Obtenido de <http://www.comisiontransito.gob.ec/>
- Compañías, S. d. (abril de 2018). *Supercias*. Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf
- concepto. (2017). Obtenido de <https://concepto.de/interes/>
- Consultores, E.-t. (2011). *-tecnico.webnode.es*. Obtenido de <https://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- Cuevas, J. C. (2010). *psicologiyempresa.com*. Obtenido de <https://psicologiyempresa.com>
- cuidatufuturo*. (2 de marzo de 2019). Obtenido de <https://cuidatufuturo.com/pasos-crear-empresa-ecuador/>
- De conceptos. (2019). *De conceptos.com*. Obtenido de <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/financiero>
- debitoor*. (16 de Noviembre de 2019). Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/que-es-un-ingreso>

debitoor.es. (2019). *debitoor.es*. Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-impuesto>

definicion.de. (2018). *definicion*. Obtenido de <https://definicion.de/analisis/>

Desarrollo, U. I. (2017). Obtenido de https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/AN/PI/S12/PI12_Lectura.pdf

Echeverria, R. (2007). *Ontologia del Lenguaje*.

eco finanzas. (2019). Obtenido de www.eco-finanzas.com: <http://www.eco-finanzas.com>

eco-finanzas.com. (2018). *eco-finanzas*. Obtenido de <https://www.eco-finanzas.com/diccionario/V/VALOR.htm>

economia simple. (2016). *economiasimple.net*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/demanda>

Economia, F. d. (2014). *UNAM facultad de Economia*. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx>

Economia.WS. (2007). *economia.ws*. Obtenido de <http://www.economia.ws/mercado.php>

Ecu Red. (2018). *ecured.cu*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/T%C3%A9cnica>

ecured.cu. (2017). *ecured.cu*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Investigaci%C3%B3n_Correlacional

ecured.cu. (2018). *ecured.cu*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/Productor>

educativo. (marzo de 2019). Obtenido de <https://www.educativo.net/articulos/en-que-consiste-la-administracion-de-empresas-924.html>

EDV. (2018). *escueladelvendedor.info*. Obtenido de <https://escueladelvendedor.info/que-es-una-venta/>

el pensante educacion. (2019). *Poblacion finita*. Obtenido de <https://educacion.elpensante.com/la-poblacion-finita/>

enciclopedia-juridica. (2014). Obtenido de <http://www.encyclopedia-juridica.biz14.com/d/compraventa/compraventa.htm>

Espinoza, R. (29 de julio de 2013). *Roberto Espinoza wellcome to the new marketing*. Obtenido de <https://robertoespinoza.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>

Fabian Leon. (2012). pág. 2. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2012/12/13/1/1550/un-domingo-repleto-vehiculos.html>

Federico "Estudio Financiero". (marzo de 2019). *zonaeconomica*. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

forosecuador. (abril de 2018). *Foros ecuador.ec*. Obtenido de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/2283-ley-de-compa%C3%B1%C3%ADas-del-ecuador-actualizada-y-vigente-2019>

Gardey, J. P. (2009). *definicion.de/factor/*. Obtenido de <https://definicion.de/factor/>

Gardey, J. P. (2014). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/rentabilidad/>

Giucci, G. (junio de 2007). El automovil en America Latina. En G. Giucci, *Programa Interuniversitario de Historia Politica* (Vol. 1, págs. 102-104). Argentina: Prometeo Libros. Recuperado el Abril de 2019, de http://historiapolitica.com/datos/biblioteca/Giucci_circulacion.pdf

gmorzingc.blogspot. (2011). Obtenido de <http://gmorzingc.blogspot.com/2011/10/metodo-analitico-de-la-investigacion.html>

granadaempresas. (2016). *granadaempresas.es*. Obtenido de <https://www.granadaempresas.es/wp-content/uploads/2016/12/vehiculos-de-ocasion-0.pdf>

Hinostroza, D. L. (10 de junio de 2013). *derechoecuador*. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/contrato-de-compra-venta>

Historiando.Org. (28 de Noviembre de 2018). *Historiando*. Obtenido de <https://www.historiando.org/historia-de-la-rueda/>

https://explorable.com/es/muestreo-estratificado. (2008).

https://explorable.com/es/poblacion-de-la-investigacion. (2012). Obtenido de <https://explorable.com/es/poblacion-de-la-investigacion>

<https://www.ecured.cu/VARIABLES>. (2015).

IG Group. (2018). Obtenido de <https://www.ig.com/es/glosario-trading/definicion-de-volumen>

INEC. (2018). *ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

- Instituto Interamericano de Derechos Humanos. (2008). *endvawnow.org*. Obtenido de <http://www.endvawnow.org/es/articles/336-indicadores.html>
- Janineh, P. (2017).
- Julián Pérez Porto y María Merino. (2011). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/mayorista/>
- Loja, U. T. (Abril de 2018). *Universidad Tecnica Particular de Loja-Procuraduria*. Obtenido de https://procuraduria.utpl.edu.ec/Paginas/asc_dppl/societario.aspx
- Lopez, J. F. (16 de Noviembre de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gasto-publico.html>
- López, P. L. (Agosto de 2017). *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Luna, D. (2017).
- Marina Bello . (2012). *marinabello177*. Obtenido de <http://marinabello177.blogspot.com/2012/11/desarrollo.html>
- Marino, A. (28 de noviembre de 2018). *Historiando*. Obtenido de <https://www.historiando.org/historia-de-la-rueda/>
- Mario, T. y. (2016). Tesis de investigacion. *El proceso de la investigacion* . Mexico: Limusa S.A. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.com/2016/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- Martinez, C. (2012). *lifeder.com/investigacion-descriptiva/*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Moncayo, M. P. (2019). *Academia.edu*. Obtenido de https://www.academia.edu/26557550/Tipos_De_Empresas_Seg%C3%BAAn_La_Ley_De_Compac%C3%B1%C3%ADAs_Ecuador_TIPOS_DE_EMPRESAS_SEG%C3%9AN_LA_LEY_DE_COMPA%C3%91IAS_Y_REQUISITOS_DE_CO NFORMACION
- Moreno, L. V. (2017). *eumed.net*. Obtenido de <https://www.eumed.net>
- Nancy, L. (2018). *ITT*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/nancykarinalopezaguilaritt/website-builder>
- Navarro, J. (29 de Octubre de 2018). *El Blog Salmon* . Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-oferta-y-la-demanda>

- Navarro, J. d. (25 de enero de 2018). *ABC Finanzas.com*. Obtenido de <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/que-es-un-analisis-de-sensibilidad>
- Navarro, M. M. (2008). *itson*. Recuperado el 2019, de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudiotecnico.pdf>
- noticias.universia.cr*. (2017). Obtenido de <http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>
- Nuño, P. (7 de junio de 2017). *emprende pyme.net*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/el-estado-de-resultados.html>
- oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_comp.pdf*. (5 de Noviembre de 2008). Recuperado el 10 de marzo de 2019, de http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_comp.pdf
- Pamela, K. (1998). Buen día y otros. Obtenido de <http://kryadviceaneworld.blogspot.com/2010/01/metodologia-de-la-encuesta.html>
- Pérez. (2019). Obtenido de <http://www.ipyme.org/ES/DecisionEmprender/Paginas/DecisionCrearEmpresa.aspx>
- Pérez Porto & Ana Gardey. (2009). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/proyecto-de-inversion/>
- Ponce, A. R. (2004). *Administracion Moderna*. Grupo Noriega Editores. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=TwnmlLyBJIYC&pg=PA276&lpg=PA276&dq=Organizaci%C3%B3n.-+Es+el+arreglo+de+las+funciones+que+se+estiman+necesarias+para+lograr+un+objetivo,&source=bl&ots=yUrg0UtOBe&sig=ACfU3U0uso1qhWi2pF4za-QV8vI1N0i6cw&hl=es-419&sa=X&ve>
- Porto, P. (2008). Obtenido de <https://definicion.de/empresa/>
- proquoabogado*. (2019). Obtenido de <https://www.proquoabogados.com/contrato/compraventa-de-un-vehiculo/>
- R., A. (14 de septiembre de 2019). *Crece Negocios*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/analisis-cost-beneficio/>
- Rafael, R. V. (1981). *archivos.juridicas*. En *Derecho Civil Mexicano* (pág. 149). Obtenido de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/8/3751/2.pdf>
- Ramirez. (2016).

- Ramírez, S. (2016). *elcomercio*. pág. 2. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/contratos-compra-vehiculos-usados.html>
- Restrepo, M. (13 de noviembre de 2019). *Rankia*. Obtenido de <https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3718561-que-tir-para-sirve>
- Ribeiro, L. (2007). *Generar Beneficios*. Ediciones Urano S.A.
- Rico, V. (2017). *Estudios de mercado y análisis de mercado*. Valentín Rico. *Análisis y Conclusiones*. Obtenido de https://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html
- Rivadeneira, D. (marzo de 2012). *empresactualidad*. Obtenido de <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>
- Ruiz, L. F. (31 de Octubre de 2019). *Siigo*. Obtenido de <https://www.siigo.com/blog/empresario/que-es-un-costo-en-contabilidad/>
- Ruth Maritza Quimbita Tercero, 2016. (2016). *Análisis del mercado de vehículos usados y su*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11507/Asimetr%C3%ADa%20de%20informaci%C3%B3n%20en%20la%20comercializaci%C3%B3n%20de%20veh%C3%ADculos%20usados.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sarais Espinoza O. (2017). Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/144739699/Objetivos-y-generalidades-del-estudio-tecnico>
- School, E. B. (26 de enero de 2018). *EAE Bussines School*. Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/van-que-es-y-para-que-sirve/>
- significados. (29 de noviembre de 2017). *significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/definicion/>
- significados*. (2018). Obtenido de <https://www.significados.com/administracion-de-empresas/>
- significados.com. (2016). *significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/recursos/>
- sinnaps*. (2019). Obtenido de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/estudio-financiero-proyecto>
- sri*. (2019). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/>
- the law dictionary.org. (2018). *Diccionario de Black de Leyes*. *Gratuito Diccionario de Leyes en Internet*. Obtenido de <https://espanol.thelawdictionary.org/propietario/>

- Thompson, I. (2007). *promonegocios.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/empresa/concepto-empresa.html>
- Ucha, F. (marzo de 2010). *definicionabc*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/compraventa.php>
- Valdez, A. D. (25 de Enero de 2016). *Derecho Ecuador, com*. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/personalidad-juridica-y-representacion-legal-de-companias-mercantiles>
- Valdez, D. R. (junio de 2016). *Derecho Ecuador.com*. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/la-sociedad-o-compania-anonima>
- Vera, a. B. (23 de Septiembre de 2013). *slide share*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/anabellbueno1/diversos-mtodos-de-la-investigacin>
- Wigodski, J. (Julio de 2010). *Metodologia de la investigacion*. Obtenido de <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/fuentes-primarias-y-secundarias.html>
- www.emprendepyme.net/crear-empresa. (2016). *emprendepyme.net*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/crear-empresa>
- Zoilo Pallares, D. R. (2005). *Hacer Empresa: Un Reto*.

APÉNDICE

Apéndice A Encuesta



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES QUE ASISTEN A LA FERIA DE VEHICULOS LOS FINES DE SEMANA EN LA PARROQUIA TARQUI, DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Propósito: Analizar la respuesta de los 98 clientes en cuanto, relacionado a su preferencia al vender o comprar un auto en la feria de vehículos, de la parroquia Tarqui, en la ciudad de Guayaquil.

Beneficio: El presente cuestionario es de carácter anónimo por lo que usted, está en la libertad de responder sin ningún inconveniente y sin ningún compromiso.

Se pide que responda de una forma cordial, las siguientes preguntas que van a servir para el proyecto que se quiere ejecutar sobre la compra venta de autos usados en la feria de vehículos de la Parroquia Tarqui, en la ciudad de Guayaquil.

Atentamente,

Clotilde Lorena Rojas López

Luis Fernando Torres Cedeño

Instrucciones:

- Lea detenidamente cada una de las preguntas
- Responda con sinceridad
- Cualquier duda preguntar al encuestador
- Utilice bolígrafo de color azul
- Tiene usted 10 minutos para responder las preguntas
- Escoja una sola alternativa por pregunta
- Solo puede responder una encuesta por persona
- Tratar de completar espacios en blanco
- Marque con una (x) en el casillero correspondiente la respuesta que Ud. cree que sea la más opcionada
- No se aceptan tachones
- Entregar el cuestionario a la misma persona que se la entregó

Cuestionario

1 ¿Actualmente tienes un vehículo propio para movilizarte?

Si No

2 ¿Estás interesado en comprar un auto usado?

Interesado Muy interesado Poco interesado Nada interesado

3 ¿Estas interesado en vender un auto usado?

Interesado Muy interesado Poco interesado Nada interesado

4 ¿A través de qué medios promocionas tu auto para venderlo?

Periódicos OLX Mercado Libre Ferias

5 ¿Qué medios consideras más seguros para comprar un auto usado?

Patio Periódicos OLX Mercado Libre Ferias

6 ¿cuáles son los beneficios de comprar con conocidos, amigos y familiares?

Por seguridad

Por comodidad

Por tiempo

Por ahorro

7 ¿Cuáles son los riesgos de comprar en ferias de autos?

Legalidad motor improntas

Siniestros

Fallas mecánicas

Fallas eléctricas

8 ¿Cuáles son los beneficios de comprar a particulares que llevan su carro a los patios de autos?

Tiempo

Ahorro

Directo

Seguro

Agradecido por la atención prestada y por su valioso tiempo, el cual ayudara a resolver el problema planteado

Guayaquil,

Clotilde Lorena Rojas Lopez

C.I. 0914506183

Luis Fernando Torres Cedeño

C.I. 0911611580

Apéndice B Entrevista



Entrevista

Datos informativos

Fecha: /...../.....

Hora de inicio:

Hora de finalización:

Ciudad:

Lugar:

.....

Nombre del entrevistado:

.....

Nombre del entrevistador:

.....

Objetivo:

- Conocer la rentabilidad del mercado de compra-venta de autos usados entre los comerciantes de a la feria de vehículos en la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil.

Formulario

1. ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio de compra venta de vehículos en Guayaquil?

.....
.....
.....
.....
.....

2. ¿Qué es lo más importante para usted en el momento de elegir un automóvil?

.....
.....
.....
.....
.....

3. ¿Cuál es su capital de trabajo?

.....
.....
.....
.....
.....

4. ¿Cuáles son los costos de inversión requeridos para el emprendimiento de compra y venta de autos usados?

.....
.....
.....
.....
.....

5. ¿Cuál es el personal requerido para la ejecución del emprendimiento de compra y venta de autos usados?

.....
.....
.....

6. ¿Cuál es la marca, modelo y año más vendido en el mercado?

.....
.....
.....
.....
.....

7. ¿En qué lugar compran los vehículos usados?

.....
.....
.....
.....
.....

8. ¿Cuál es el proceso de comercialización de los vehículos?

.....
.....
.....
.....
.....

9. ¿De qué características depende el precio del vehículo?

.....
.....

.....
.....
.....

10. ¿Usted adquiere los vehículos de compra venta al contado o a crédito?

.....
.....
.....
.....
.....

11. ¿Cuántos vehículos vende mensualmente?

.....
.....
.....
.....
.....

Gracias por la atención prestada.

Apéndice C Cotización de insumos



Señor
Luis Fernando Torres
Ciudad.

De nuestras consideraciones,

Por medio de la presente, tenemos a bien cotizar a usted algunos de nuestros productos bajo licencia y control de calidad de Proquimec.

Descripción	Presentación	Costo unitario	Costo Total
Detergente (5k)	Fundas 5k #10	\$ 9.50	\$95.00
Mangueras	unidad #2	\$ 15.00	\$30.00
Desinfectante liquido	galón #5	\$ 2.00	\$10.00
Shampoo preparado	Galón #10	\$ 2.00	\$20.00
Franelas	Unidad #36	\$ 1.00	\$36.00
Desodorante Amb.	Galón #10	\$ 2.50	\$25.00
Escobas Suaves	Unidad #5	\$ 3.00	\$15.00
Cera para carros	Unidad #2	\$ 10.00	\$20.00
TOTAL		\$45,00	\$251,00

Precios incluyen IVA

Nuestros productos cumplen con las normas y registros de calidad tales como: Ministerios de Salud, INEN, e Instituto de Higiene del Ecuador.

Saludos Cordiales,

Paulo Del Castillo
Asesor Técnico
Celular 0998320512
Proquim_ec@hotmail.com

Apéndice D Cotización de Aspiradora



Guayaquil. Noviembre 5 2019

Señora

LORENA ROJAS

Ciudad

De nuestras consideraciones:

Por medio de la presente enviamos cotización requerida

ARTICULO	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Aspiradora Karcher 	\$150.00	\$150.00
TOTAL		\$150.00

Precio incluye IVA

Rocío Cortez
Vendedora Comercial
Cel. 0998975268

Apéndice E Escenario Moderado

# Ventas (VH)	2020	2021	2022	2023	2024
Chevrolet Aveo activo 2010	36	39	39	39	39
Chevrolet Aveo emotion 2010	36	34	34	34	35
	72	73	73	73	74

TIR	70.8%
VAN	\$55,790.36

Apéndice F Escenario pesimista

# Ventas (VH)	2020	2021	2022	2023	2024
Chevrolet Aveo activo 2010	36	25	25	25	25
Chevrolet Aveo emotion 2010	36	30	30	30	30
	72	55	55	55	55

TIR	12.3%
VAN	\$12,329.74

Apéndice G Escenario Optimista

# Ventas (VH)	2020	2021	2022	2023	2024
Chevrolet Aveo activo 2010	36	43	43	43	45
Chevrolet Aveo emotion 2010	36	36	36	36	36
	72	79	79	79	81

TIR 82.4%
VAN \$70,354.75
