

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
“INDOAMÉRICA”**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y  
NEGOCIOS**

---

**TEMA:**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE VINILADO PARA AUTOMÓVILES,  
UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE  
QUITO, AÑO 2018.**

---

**Trabajo de investigación para la obtención del Título  
de Ingeniero en Administración de Empresas y  
Negocios.**

**AUTOR:**

**Almeida Flores Rodrigo Israel**

**TUTORA:**

**Ec. Mercedes Galárraga PhD (C)**

**QUITO-ECUADOR**

**2019**

## **CERTIFICACIÓN**

En mi calidad de Director del Trabajo de Investigación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE VINILADO PARA AUTOMÓVILES, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2018” presentado por *Rodrigo Israel Almeida Flores*, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Quito, agosto del 2019

Ec. Mercedes Galárraga PhD (C)

**DIRECTOR**

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN  
ELECTRÓNICA DE TRABAJO DE TITULACIÓN.**

Yo, Rodrigo Israel Almeida Flores, declaro ser el autor del proyecto de tesis, titulado “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE VINILADO PARA AUTOMÓVILES, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2018.”, como requisito para optar por el grado “Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios”, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional ( RDI – UTI ).

Los usuarios del RDI – UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos del Autor, Morales y Patrimoniales sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que tramitare la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que existan el potencial de generar beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización en la ciudad de Quito, 2019 firmo conforme:

Autor: Rodrigo Israel Almeida Flores

Firma:.....

Número de cédula: 1725169567

Dirección: Modesto Chávez S/N y Alberto Einstein

Correo Electrónico: [rodrigoalmeida.13.1996@gmail.com](mailto:rodrigoalmeida.13.1996@gmail.com)

Teléfonos: 0979021503/ 02-2477418

## **DECLARACION DE AUTENTICIDAD**

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero/a en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, agosto del 2019

---

Autor

Rodrigo Israel Almeida Flores

CI: 1725169567

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de las Universidad Tecnológica Indoamérica.

Quito,..... 2019

Para constancia firman

**TRIBUNAL DE GRADO**

F.....

**PRESIDENTE**

F.....

**VOCAL**

F.....

**VOCAL**

## **AGRADECIMIENTO**

No ha sido sencillo el camino hasta ahora pero gracias al aporte y apoyo de todos aquellos que han estado en este largo camino hacia la obtención de este logro profesional, la carga fue más fácil y más llevadera. Empezando por Dios al cual dedico todos mis logros, a mi padre por su esfuerzo y aporte económico, a mi madre por su amor y su gran ejemplo y a mi hermano a quien admiro mucho.

A mi tutora la Ec. Mercedes Galárraga por su orientación profesional, su tiempo y su amplio conocimiento que me llevó a realizar un trabajo de excelencia.

Gracias.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo lo dedico a Dios y a mis padres, sin duda el ejemplo de cada uno de ellos ha sido decisivo para mi desarrollo integral como persona y como profesional, su apoyo fue fundamental y su ejemplo necesario.

El Autor

## INDICE GENERAL

### INDICE DE CONTENIDO

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “INDOAMÉRICA” .....	i
CERTIFICACIÓN .....	ii
AUTORIZACIÓN .....	iii
DECLARACION DE AUTENTICIDAD.....	iv
AGRADECIMIENTO .....	vi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	3
PLAN DE NEGOCIOS.....	3
ÁREA DE MARKETING .....	3
1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO. ....	3
1.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO. ....	3
1.2. DEFINICIÓN DE MERCADO. ....	6
BANCOS DE DATOS DE OTRAS ORGANIZACIONES .....	10
Calidad del Producto.....	10
Mantenimiento y almacenaje del producto. ....	11
Instalación del Producto.....	11
INFORMACIÓN SECUNDARIA.....	11
Mercado potencial.....	12
Permisos de uso.....	12
Encuesta - Plan de Negocios.....	12
1.3. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE. ....	26
1.3.1. Análisis del micro ambiente.....	26
1.3.2. Análisis del macro ambiente. ....	29
1.3.3. Proyección de la oferta.....	33

1.4.	Demanda Potencial Insatisfecha. ....	36
1.5.	Promoción y publicidad que se realizará. ....	37
1.6.	Sistema de distribución a utilizar. ....	38
1.7.	Seguimiento de Clientes.....	39
1.8.	Mercados Alternativos .....	39
CAPÍTULO II.....		41
2.1 OBJETIVO DE PRODUCCIÓN .....		41
2.1.1 Identificar el nivel de producción necesaria para cubrir la demanda existente.....		41
2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....		41
2.2.1.	Descripción del proceso de transformación del servicio.....	41
2.2.2.	Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	43
2.2.3.	Tecnología a aplicar. ....	47
2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES.....		47
2.3.1.	Ritmo de Producción.....	47
2.3.2.	Nivel de inventario promedio. (Mensual) .....	48
2.3.3.	Número de trabajadores. ....	50
2.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN. ....		50
2.4.1.	Capacidad de producción futura.....	50
2.5. RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN .....		51
2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que puede presentar.....		51
2.6. CALIDAD.....		53
2.6.1.	Método de control de calidad.....	53
2.7. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTEN A SU INSTALACIÓN.....		54
2.7.1.	Salud e higiene ocupacional.....	54
CAPÍTULO III.....		56
3.1 OBJETIVOS ORGANIZACIÓN.....		56

3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	56
3.2.1. Visión de la Empresa. ....	56
3.2.2. Misión de la Empresa.....	57
3.2.3. Análisis FODA.....	57
3.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	57
3.3.1. Organigrama interno de la empresa. ....	58
3.3.2. Cargos del organigrama. ....	59
3.4. CONTROL DE GESTIÓN. ....	62
3.4.1. Indicadores de gestión.....	62
CAPÍTULO IV.....	64
4.1. OBJETIVOS LEGALES. ....	64
4.2. Determinación de la forma jurídica. ....	64
4.3. Patentes y Marcas. ....	68
4.4. Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).....	70
CAPÍTULO V.....	75
5.1. OBJETIVOS FINANCIEROS.....	75
5.1. PLAN DE INVERSIONES.....	75
5.2. Plan de Financiamiento.....	77
5.3.        Calculo de costos y gastos. ....	78
5.4 CÀLCULO DE INGRESOS.....	85
5.5 FLUJO DE CAJA.....	87
5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	88
5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	89
5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	91
A) INDICADORES.....	91
a.1 TMAR. ....	91
a.2 Valor Actual Neto (VAN).....	91

a.3 Tasa Interna de Retorno .....	92
a.4 Costo Beneficio.....	92
a.5 Período de Recuperación.....	93
b. Razones.....	93
b.1 Liquidez..	94
b.2 Rentabilidad.....	92
CAPÍTULO VI.....	95
CONCLUSIONES .....	95
RECOMENDACIONES.....	96

## INDICE DE TABLAS

Tabla N°1 DIMENSIONES PRODUCTO.....	4
Tabla N°2 CATEGORIZACION DEL SUJETO.....	6
Tabla N°3 DIMENSIÓN CONDUCTUAL.....	6
Tabla N°4 DIMENSIÓN GEOGRÁFICA.....	7
Tabla N° 5 DIMENSIÓN DEMOGRÁFICA.....	7
Tabla N° 6 CUADRO DE NECESIDADES.....	8
Tabla N° 7: Sexo.....	13
Tabla N° 8: Edad.....	13
Tabla N° 9: ¿Ha escuchado hablar acerca del Vinil Automotriz?.....	14
Tabla N° 10: ¿Posee usted un vehículo de transporte particular?.....	15
Tabla N° 11: ha sufrido alguna vez daños en la pintura o carrocería?.....	15
Tabla N° 12: ¿Considera que la pintura de los vehículos necesita una protección específica para evitar este tipo de daños?.....	16
Tabla N° 13: ¿Qué aspectos considera usted son los más importantes al momento de comprar un vehículo?,.....	17
Tabla N° 14: En la escala del 1 al 5 defina qué tan importante es para usted el aspecto exterior (visual).....	19
Tabla N° 15: ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un servicio de pintura completa de un automóvil?.....	20
Tabla N° 16 ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a esperar.....	20
Tabla N° 17: ¿Sabía usted que el Vinil Automotriz cumple con las mismas funciones y proyecta el mismo estilo visual que una pintura original? .....	21
Tabla N° 18: ¿Estaría dispuesto a invertir en un servicio de instalación? .....	22
Tabla N° 19 Demanda Potencial.....	23
Tabla N° 20 Matriz EFE.....	29
Tabla N° 21 Matriz EFI.....	30
Tabla N° 22 Matriz Perfil Competitivo.....	31
Tabla N° 23 Cantidad de producción. ....	33
Tabla N°24: Tabla comparativa Oferta-Demanda.....	35

Tabla N° 25: Redes Sociales.....	34
Tabla N° 26: Revistas.....	34
Tabla N° 27: Impresos.....	34
Tabla N°28: Equipos.....	45
Tabla N° 29: Personas.....	46
Tabla N° 30: Ritmo de Producción. ....	43
Tabla N° 31: Especificación de medidas. ....	43
Tabla N° 32: Clasificación de autos y tipos de medida.....	44
Tabla N° 33: Clasificación de Colores.....	45
Tabla N° 34: Stock.....	45
Tabla N° 35: Número de trabajadores. ....	46
Tabla N° 36: Capacidad de producción Futura.....	46
Tabla N° 37: Recursos.....	47
Tabla N° 38: Número de trabajadores.....	52
Tabla N° 39: Cargos.....	53
Tabla N° 40: Cargos.....	54
Tabla N° 41: Cargos.....	55
Tabla N° 42: Indicadores de Gestión.....	57
Tabla N° 43: forma jurídica. ....	59
Tabla N° 44: Licencias. ....	65
Tabla N° 45: Plan de Inversiones.....	73
Tabla N° 46: Plan de financiamiento.....	73
Tabla N° 47: Detalle de costos. ....	75
Tabla N° 48 Detalle de sueldos.....	76
Tabla N° 49 Mantenimiento y reparación de Activos.....	79
Tabla N° 50 Proyección de costos.....	80
Tabla N° 51: Detalle de Gastos.....	81
Tabla N° 52: Proyección de Gastos.....	82
Tabla N° 53: Mano de Obra.....	83
Tabla N° 54: Depreciación.....	83

Tabla N° 55: Proyección de la depreciación. ....	84
Tabla N° 56: Cálculo de ingresos.....	84
Tabla N° 57: Proyección de Ingresos.....	85
Tabla N° 58: Flujo de Caja.....	86
Tabla N° 59: Estado de Resultados Proyectado.....	88
Tabla N° 60: Promedio de Inflación Anual de Ecuador.....	90
Tabla N° 61: Valor Actual Neto.....	91
Tabla N° 62: Período de recuperación. ....	92
Tabla N° 63: Liquidez.....	93

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Vinil Automotriz.....	4
Figura 2. VinilAutomotriz.....	5
Figura 3 Sexo.....	14
Figura 4 Edad.....	15
Figura 5 ¿Ha escuchado hablar acerca del Vinil Automotriz?.....	15
Figura 6 ¿Posee usted un vehículo de transporte particular?.....	16
Figura 7¿ha sufrido alguna vez daños en la pintura o carrocería?.....	17
Figura 8¿Considera que la pintura de los vehículos necesita una protección.....	17
Figura 9 ¿Qué aspectos considera usted son los más importantes.....	18
Figura 10 En la escala del 1 al 5 defina qué tan importante.....	19
Figura 11: ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar? .....	20
Figura 12: ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a esperar por el servicio?.....	21
Figura 13: ¿Sabía usted que el Vinil Automotriz .....	21
Figura 14: ¿Estaría dispuesto a invertir en un servicio de instalación de vinil.....	22
Figura 15: Diagrama de Porter.....	26
Figura 16: Proyección de la oferta.....	32
Figura 17: Actividad Sector Automotriz.....	32
Figura 18: Diagrama de Procesos.....	33
Figura 19: Oferta y Demanda.....	34
Figura 20: Flujograma.....	40
Figura 21: Plano General.....	41
Figura 22: Recepción.....	42
Figura 23: Oficina, Bodega, Baño. ....	43
Figura 24: Área de instalación.....	44
Figura 25: Organigrama Interno.....	56
Figura 26: Organigrama Funcional.....	56
Figura 27: Proyección de la oferta.....	86

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y ECONÓMICA**

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE VINILADO PARA AUTOMÓVILES, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2018.”

**AUTOR:** Rodrigo Israel Almeida Flores

**TUTOR:** Ec. Mercedes Galárraga PhD (C)

### **RESUMEN EJECUTIVO**

El mercado automotriz dentro del Ecuador ha ido creciendo significativamente en los últimos años, lo que significa que es uno de los mercados potenciales más rentables para generar un nuevo negocio, es por ello, que se utilizará el Vinil para autos como material principal para el resguardo, protección, cambio y diseño de todos aquellos vehículos cuyos propietarios buscan modificar y personalizar la apariencia de su auto. El Vinil para autos es un material innovador, fácil de manipular y con propiedades únicas que busca proteger aquellas partes descubiertas y vulnerables de la carrocería del vehículo que por lo general son las primeras en sufrir daños estéticos. “NOVO VINIL” es una empresa que se dedicará a la instalación de toda clase de vinil en la carrocería de autos particulares, ofreciendo un producto de calidad y rapidez para satisfacer las más altas expectativas. El proyecto está desarrollado para responder a la demanda insatisfecha existente, con precios accesibles y generando confianza dentro del mercado.

**Palabras Clave:** Innovador, Vinil, Protección, Rapidez, Calidad

**INDOAMERICAN TECHNOLOGICAL UNIVERSITY**

**ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES FACULTY**

“BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A VEHICLE VINYLING COMPANY, LOCATED IN THE NORTHERN SECTOR OF THE CITY OF QUITO, 2018”

**AUTHOR:** Rodrigo Israel Almeida Flores

**TUTOR:** Ec. Mercedes Galárraga PhD (C)

**ABSTRACT**

The automotive market in Ecuador has grown significantly in recent years, which means it is one of the most profitable potential markets to generate a new business, so vinyl for automobiles will be used as the main material for reception and protection. , change and design of all those vehicles whose owners seek to satisfy a need. The vinyl for automobiles is an innovative material, easy to handle and with unique properties that seeks to protect those exposed and vulnerable parts of the body of the vehicle that are generally the first to suffer cosmetic damage. "NOVO VINIL" is a company that will be dedicated to the installation of all types of vinyl in the body of private cars, offering a product of quality and speed to generate the highest expectations. The project is developed to satisfy the existing unsatisfied demand, with accessible prices and generating confidence within the competitive market.

**Keywords:** Innovative, Vinyl, Protection, Speed, Quality

## INTRODUCCIÓN

El Vinil para autos es un material adhesivo diseñado para adherir en superficies irregulares o en la parte exterior de un vehículo (carrocería); posee una serie de propiedades de gran importancia, dentro de las cuales está la protección en contra de los efectos nocivos medio ambientales (rayones, rayos UV, agua, polvo, corrosión); es un producto libre de agentes tóxicos, amigable con el medio ambiente.

Este producto principalmente sirve para dar protección a la carrocería del automotor. Adicionalmente la extensa gama de colores y diseños que ofrece, permite al propietario satisfacer los más excéntricos gustos, los que difícilmente un acabado de pintura le podría dar al coche; esto significa que el propietario podrá disfrutar de la gran versatilidad y beneficios que conlleva aplicar el producto y disfrutar del fino acabado, obteniendo el aspecto de una pintura original, tan solo en cuatro horas.

La principal ventaja comercial, consiste en que seríamos pioneros dentro del país, lo que significa una proyección favorable para el negocio y un amplio potencial para la generación de empleo en Ecuador.

En el capítulo I, se hace hincapié en las propiedades, características y aspectos llamativos del Vinil, a su vez, mediante el estudio de mercado se determina la aceptación del servicio, así como la oferta y la demanda; además se detalla el plan de marketing y los métodos de publicidad y promoción que serán usados una vez en marcha el plan de negocios.

En el capítulo II, se describe aquellos procesos productivos, empezando por la adquisición del vinil, los materiales a usar y el número de personas que intervienen en el proceso productivo. Se hace una separación de precios de acuerdo a los distintos tipos de vehículos; por último se detalla las normas ISO, y las políticas de seguridad e higiene a seguir por el personal de la empresa.

En el capítulo III, se detalla la misión y visión de la empresa, posteriormente se hace un análisis FODA; se describe la estructura organizacional de la empresa,

detallando los puestos, funciones y objetivos a cumplir; por último, están los indicadores de gestión que se realizará en el área financiera.

El capítulo IV, consta el área legal de la organización, su forma de constitución y los pasos que se deberá seguir para cimentar legalmente la empresa.

En el capítulo V, se detalla el área financiera de la empresa, comenzando por el plan de inversiones hasta aquellos indicadores que medirán su rentabilidad. En este capítulo se explica minuciosamente el aspecto financiero, valorado en base al margen de utilidad, el cual constituye una parte esencial para dar inicio al proyecto.

Por último, se describe las conclusiones y recomendaciones que se han logrado identificar en el desarrollo del proyecto.

**CAPÍTULO I**  
**PLAN DE NEGOCIOS**  
**ÁREA DE MARKETING**

**1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.**

**Objetivo General**

- ✚ Conocer el mercado en el cual se va a desarrollar el proyecto, llegando a obtener la información necesaria para afrontar las condiciones del mismo.

**Objetivos Específicos**

- ✚ Delimitar el potencial de la empresa mediante el cálculo de la oferta y la demanda para llegar a tener una noción clara del universo de consumidores.
- ✚ Contactar clientes por medio de una efectiva campaña de marketing digital para ofertar el producto, el servicio y sus beneficios.

**1.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.**

Se define al producto o servicio a través de la especificación del mismo.

**1.1.1. Especificación del servicio o producto.**

El producto que se ofrece es la personalización de automóviles por medio de la aplicación de vinil autoadhesivo de alta calidad, cuyas características y precio brindan mayor confort al cliente. Todo esto se complementa con un proceso de asesoramiento individualizado, enfocado a la satisfacción de las necesidades y exigencias del usuario.

Este tipo de vinil es dimensionalmente fácil de aplicar y moldear sobre superficies con curvas complejas y/o remaches; También facilita la aplicación rápida y la eliminación de burbujas.

Se recomienda no aplicar el producto sobre:

- ✚ Acero inoxidable
- ✚ Otros vinilos
- ✚ Vehículos repintados o que no tienen pintura de fábrica

- ✚ Superficies que no estén adecuadamente limpias o mal preparadas para la instalación.

**Tabla N°1 DIMENSIONES PRODUCTO**

<b>Dimensiones (Grosor)</b>	
Sin adhesivo	2 milésimas de pulgada (0,05mm)
Con adhesivo	3-4 milésimas de pulgada (0,08 – 0,10mm)
Liner	Recubrimiento de papel polietileno en ambas caras.
Resistencia a la tensión	0.9 kg/cm a 23°C (5 libras/pulgada a 73°F)
Elongación	>130%
Nota: Resistencia al agua, hacia a agentes químicos, sustancias alcalinas moderadas, ácidas moderadas y sal, derrames ocasionales de combustible :	

*Fuente:* (3M, 2011)

*Elaborado por:* El Autor

El servicio cuyo fin es forrar el auto con vinil, requiere una limpieza minuciosa de la superficie donde será aplicado, y es necesario calentarlo a 38°C o más para su correcta aplicación.

El mantenimiento y limpieza se realizará con ceras y materiales especiales que ayuden a alargar la vida útil del vinil.

Para remover el vinil se utilizará componentes químicos que no afecten la superficie de la carrocería, o a su vez calor para su correcta remoción.

El producto y servicio ofrecido está libre de defectos físicos y de manufactura, por lo cual su garantía será aplicada siempre y cuando haya una falla en la instalación que ocasione desconformidad al cliente. (3M, 2011)



**Figura 1. Vinil Automotriz**



**Fuente:** (Think, 2017)

**Elaborado por:**  
El Autor

**Figura 2 Vinil Automotriz**

**Fuente:** (Think Publicidad, 2018)

**Elaborado por:** El Autor

### **1.1.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.**

El producto cuenta con una duración de entre 2 a 6 años dependiendo su precio y línea de proveedor, su fácil instalación hace de este producto fácil de manipular.

El tiempo es otro factor innovador, a diferencia de un automóvil pintado, la instalación del vinil tarda entre 4 a 5 horas respectivamente, y tiene aspectos favorables como: (3M, 2011)

- ✚ Protege a la pintura original de los rayos UV.
- ✚ Es resistente al agua y al polvo.
- ✚ Fácil de manipular.
- ✚ El adhesivo no afecta a la pintura original.

## **1.2.DEFINICIÓN DE MERCADO.**

Según Kotler “Un mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio” (Kotler, Armstrong, Ibáñez, Roche, & Rodríguez, 2005)

### 1.2.1. Qué mercado se va a tocar en general.

El mercado al cual se dirige el proyecto será a toda clase de vehículos priorizando a aquellos que circulan en el Norte de Quito con proyección a los valles aledaños a la ciudad y al sur de la capital.

**Tabla N°2 CATEGORIZACION DEL SUJETO**

<b>CATEGORIA</b>	<b>SUJETO</b>
¿Quién compra?	• Dueño del automóvil
¿Quién usa?	• Dueño del automóvil
¿Quién decide?	• Dueño
¿Quién influye?	• Personas especializadas en accesorios para autos, amigos, referencias, publicidad.

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*

#### 1.2.1.1. Estudio de Segmentación.

El estudio de segmentación se detalla a través de las siguientes dimensiones.

**Tabla N°3 DIMENSIÓN CONDUCTUAL.**

Por medio de este cuadro se podrá identificar el tipo de necesidades que cubre el servicio, así como la percepción del cliente hacia el mismo.

<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
TIPO DE NECESIDAD:	ESTIMA, PERTENENCIA
TIPO DE COMPRA:	COMPARACIÓN
RELACIÓN CON LA MARCA:	NO
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO	POSITIVA

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*

#### Tabla N°4 DIMENSIÓN GEOGRÁFICA.

Se identifica el número de personas a las que encierra el negocio en general,

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
PAIS	ECUADOR
REGIÓN	SIERRA
CIUDAD URBANA Y RURAL	QUITO
TAMAÑO	2,239,191

*Fuente: INEC 2010*

*Elaborado por: El Autor.*

#### Tabla N° 5 DIMENSIÓN DEMOGRÁFICA.

Se identifica de forma específica la población a la que será enfocado el proyecto ya que los mismos serán potenciales consumidores.

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
SOCIOECONÓMICO	PEA	1,249,950
SOCIOECONÓMICO	Personas que poseen auto en Pichincha	574.576

*Fuente: INEC 2010*

*Elaborado por: El Autor*

#### 1.2.1.2. Plan de muestreo.

Se determina la muestra utilizando la siguiente formula, en la cual se ingresa los datos correspondientes a la población (Personas que poseen vehículos matriculados en Quito) seguido por indicadores que darán una idea más clara del mercado.(Pertegaz Díaz.S)

n= Muestra

p= 50%; 0.50 (Éxito)

q= 50%; 0.50 (Fracaso)

N= 574.576 (Población)

z= 1,96 (Al 95% de certeza)

e= 5%; 0.05

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q * Ne^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 574.576}{1,96^2 * 0,50 * 0,50 + 574.576 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 574.576}{1,96^2 * 0,50 * 0,50 + 1.436,44}$$

$$n = \frac{551.822,79}{1.437,40}$$

$$n = 383$$

**Tabla N° 6 CUADRO DE NECESIDADES.**

Por medio de esta tabla, se enumera una serie de necesidades que se deben cubrir o sustentar en el transcurso del proyecto.

<b>NECESIDADES DE INFORMACIÓN</b>	<b>TIPO DE INFORMACIÓN</b>	<b>FUENTES</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
Qué beneficios tiene el vinil automotriz?	Primaria	Proveedores	Banco de datos de otras organizaciones
Calidad del producto	Primaria	Proveedores	Banco de datos de otras organizaciones
Mantenimiento y almacenaje del producto	Primaria	Proveedores	Banco de datos de otras organizaciones
Instalación del producto	Primaria	Proveedores	Banco de datos de otras organizaciones
Determinar el mercado potencial	Secundaria	INEC	Servicios agrupados
Determinar los permisos de uso	Secundaria	ANIT	Servicios agrupados
Aceptación en el mercado	Primaria	Personas con automóvil	Encuesta

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*

### **1.2.1.3. Diseño y recolección de información.**

Para el diseño y la recolección de información fue necesario investigar varios instrumentos que brindan información primaria sobre el vinil automotriz.

## **DESARROLLO DE INSTRUMENTOS.**

### **INFORMACIÓN PRIMARIA**

#### **BANCOS DE DATOS DE OTRAS ORGANIZACIONES**

En base al banco de datos de otras organizaciones investigadas a nivel de Latinoamérica y a través de la interrogante se logra determinar los beneficios que brinda el vinil automotriz. (Vinil Customs, 2014)

### **¿Qué beneficios tiene el vinil automotriz?**

Los beneficios que brinda el vinil automotriz son los siguientes:

-  Protección de la pintura original
-  Alta durabilidad
-  Acabado superior al de la pintura
-  Fácil instalación
-  Costo inferior a la pintura

### **Calidad del Producto.**

Existen gamas del producto de alta y media calidad; el vinil de alta calidad tiene mejores características y su manipulación e instalación es más fácil, su tiempo de duración se puede extender de entre 5 a 6 años con mantenimientos regulares. (3M, 2011)

El vinil de calidad media, tiene las mismas características de instalación exceptuando por su tiempo de duración que es más corto, puede durar entre 2 a 3 años.

El vinil a usar es de la más alta calidad, siendo el proveedor primario la marca 3M.

Es importante señalar que el tiempo de duración dependerá del cuidado que le dé el propietario.

### **Mantenimiento y almacenaje del producto.**

Se puede utilizar productos externos que puede alargar el tiempo de vida del vinil; por otro lado, para su lavado basta utilizar agua y detergente o con la simple caída de la lluvia quedará totalmente limpio.

El almacenaje es en un ambiente no mayor a 30 °C y no habrá que preocuparse por su caducidad, ya que el producto no es perecible. (3M, 2011)

### **Instalación del Producto.**

Como primer paso se asegura que la superficie esté limpia y sin irregularidades, es preferible que la pintura donde se vaya a colocar sea original ya que así no habrá efectos negativos al momento de retirar el vinil.

La instalación será por partes, por lo cual se recorta la pieza con la dimensión adecuada y se retirará la pegatina para colocarla encima de la pieza.

Con la ayuda de una pistola de calor y ejerciendo presión sobre el vinil, este empezará a adherirse sobre la superficie y con ayuda de una espátula especial se extraen los residuos de aire que queden al momento de la instalación.

### **INFORMACIÓN SECUNDARIA**

En complemento a la información obtenida, este trabajo presenta una serie de información secundaria que será de gran importancia en el conocimiento del vinil automotriz.

## **SERVICIOS AGRUPADOS**

### **Mercado potencial.**

Según Rodríguez “El mercado potencial está compuesto por todas aquellas personas e instituciones que tienen o pueden llegar a tener la necesidad que satisface el producto en cuestión. Es posible que parte de este mercado satisfaga su necesidad, comprando a la competencia, pero eso no quiere decir que en algún momento llegue a cambiar y comprar otra marca.” (Rodríguez, 2008)

El mercado potencial, son todas aquellas personas mayores a 18 años de edad que posean vehículos y deseen el servicio, pero sobre todo sentirse bien en un auto renovado y eternamente nuevo.

### **Permisos de uso.**

Según las normas y regulaciones de tránsito, no existe una ley que impida o contradiga el uso del vinil en un vehículo.

En caso que exista algún inconveniente en el proceso de matriculación vehicular cuando sea cambio de color, el cliente debe pedir la factura entregada por la empresa y realizar los trámites pertinentes en la jefatura de tránsito ANT.

## **INFORMACIÓN PRIMARIA**

### **Aceptación del mercado**

#### **Encuesta - Plan de Negocios**

La encuesta busca realizar un análisis estadístico para proyectar la demanda potencial del servicio de vinilado automotriz en la ciudad de Quito.



## Vinil para Automóviles



### Sexo

- Masculino
- Femenino

### Edad

Tu respuesta

### ¿Ha escuchado hablar acerca del Vinil Automotriz?

- SI
- NO

### ¿Posee usted un vehículo de transporte particular?

- SI
- NO

### Si posee un vehículo; ¿ha sufrido alguna vez daños en la pintura o carrocería? (raspones, rayones, manchas, salpicaduras. etc.)

- SI
- NO

### ¿Considera que la pintura de los vehículos necesita una protección específica para evitar este tipo de daños?

- SI
- NO

### ¿Qué aspectos considera usted son los más importantes al momento de comprar un vehículo?, (Escoger máximo 4 opciones)

- Mecánicos
- Estéticos (Color, Pintura, Diseño)

- Precio
- Marca o Modelo
- Funcionalidades
- Sistema de Sonido
- Seguridad
- Otro:

**En la escala del 1 al 5 defina qué tan importante es para usted el aspecto exterior (visual) de un vehículo.**

Poco Importante    1            2            3            4            5            Muy importante

**¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un servicio de pintura completa de un automóvil? (TODO EL VEHÍCULO)**

- \$400-550
- \$600-\$750
- Más de \$750

**¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a esperar por el servicio de pintura de un automóvil?**

- 1 semana
- 2 semanas
- 3 semanas o más
- Otro:

**¿Sabía usted que el Vinil Automotriz cumple con las mismas funciones y proyecta el mismo estilo visual que una pintura original?**

- SI
- NO

**¿Estaría dispuesto a invertir en un servicio de vinilado en un vehículo?, ya sea para cambio de color, protección de la pintura, personalización. etc.**

- SI
- NO

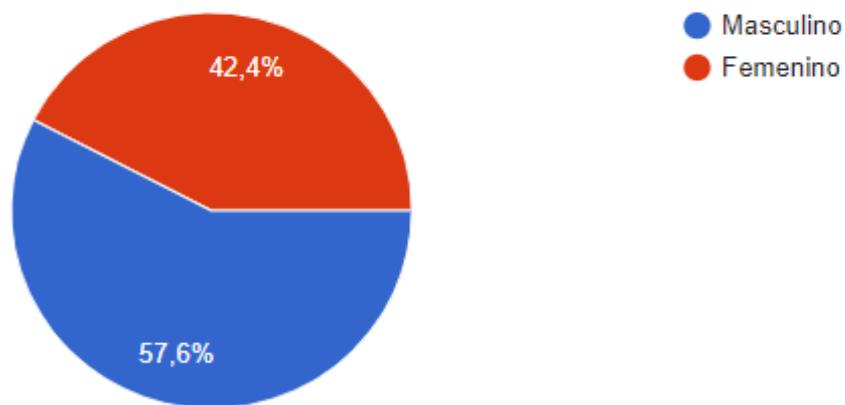
#### 1.2.1.4. Análisis e Interpretación.

**Tabla N° 7: Sexo**

MASCULINO	221
FEMENINO	162
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*



**Figura 3 Sexo**

**Fuente:** (Google, 2018)

**Elaborado por:** El Autor

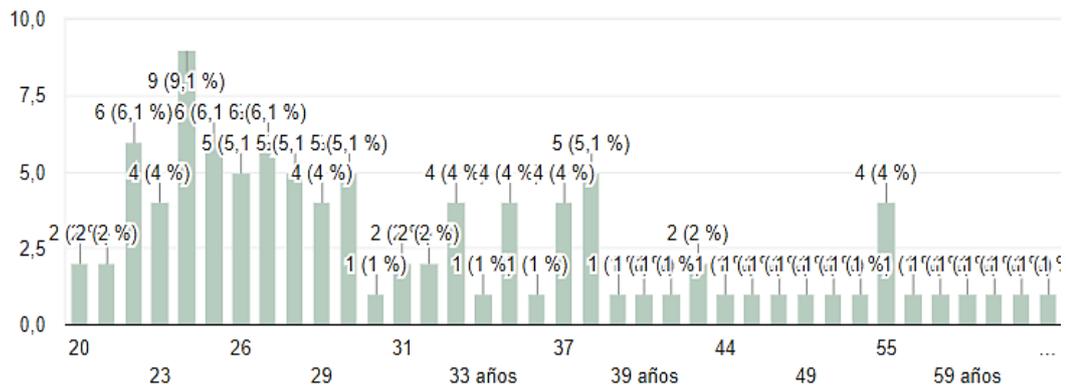
En base a los resultados obtenidos mediante la encuesta, se determina que el 57% de los encuestados corresponden al sexo masculino, mientras que el 42.4% corresponde al sexo femenino.

**Tabla N° 8: Edad**

<b>Edad</b>	<b>Personas</b>
20-23	95
26-29	112
31-33	57
37-39	57
44-49	24
55-59	38
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*



**Figura 4** Edad

**Fuente:** (Google, 2018)

**Elaborado por:** El Autor

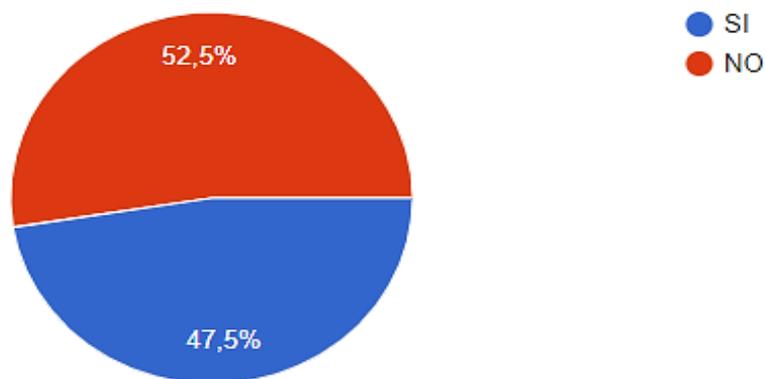
Se determina que la mayoría, correspondiente al 9.1% son personas de entre 23 a 26 años de edad, siendo así que el resto de personas de edades avanzadas representan una minoría.

**Tabla N° 9: ¿Ha escuchado hablar acerca del Vinil Automotriz?**

Conocimiento del producto	
SI	184 Personas
NO	199 Personas
<b>TOTAL</b>	<b>383</b> Personas

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*



**Figura 5** ¿Ha escuchado hablar acerca del Vinil Automotriz?

**Fuente:** (Google, 2018)

**Elaborado por:** Autor

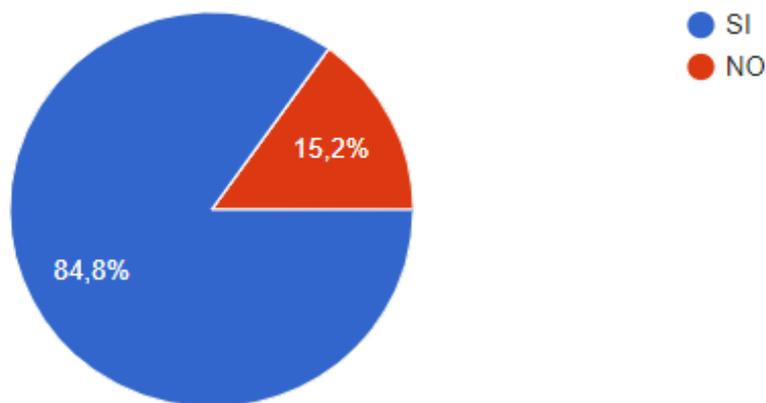
La encuesta determina que más del 50% de las personas encuestadas NO conoce a cerca del material. (Think Publicidad, 2018)

**Tabla N° 10: ¿Posee usted un vehículo de transporte particular?**

Transporte Particular	
SI	326 Personas
NO	57 Personas
<b>TOTAL</b>	<b>383</b> Personas

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*



**Figura 6** ¿Posee usted un vehículo de transporte particular?

**Fuente:** (Google, 2018)

**Elaborado por:** El Autor

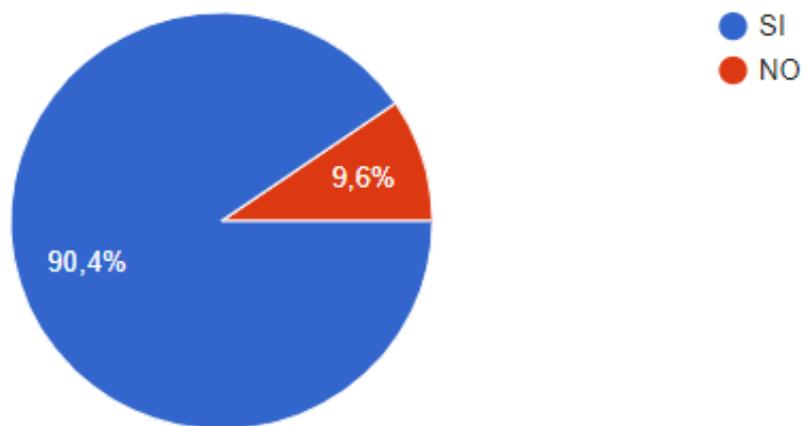
Se observa que la gran mayoría posee un vehículo de transporte particular siendo estos un 84.8% del total de encuestados.

**Tabla N° 11: Si posee un vehículo; ¿ha sufrido alguna vez daños en la pintura o carrocería? (raspones, rayones, manchas, salpicaduras. etc.)**

Daños Carrocería	
SI	345 Personas
NO	38 Personas
<b>TOTAL</b>	<b>383</b> Personas

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*



**Figura 7** ¿ha sufrido alguna vez daños en la pintura o carrocería?

**Fuente:** (Google, 2018)

**Elaborado por:** El Autor

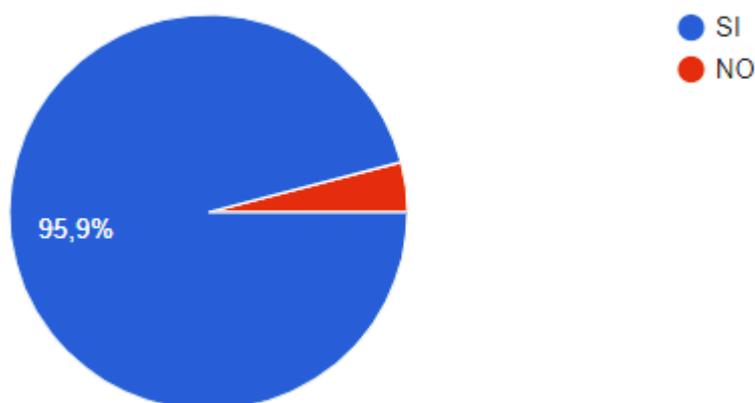
La encuesta identifica que el 90.4% de los encuestados, alguna vez han sufrido de daños leves en su carrocería, lo cual es favorable para el proyecto.

**Tabla N° 12:** ¿Considera que la pintura de los vehículos necesita una protección específica para evitar este tipo de daños?

SI	368 Personas
NO	15 Personas
<b>TOTAL</b>	<b>383 Personas</b>

*Fuente:* Investigación Propia

*Elaborado por:* El Autor



**Figura 8** ¿Considera que la pintura de los vehículos necesita una protección específica para evitar este tipo de daños?

**Fuente:** (Google, 2018)

**Elaborado por:** El Autor

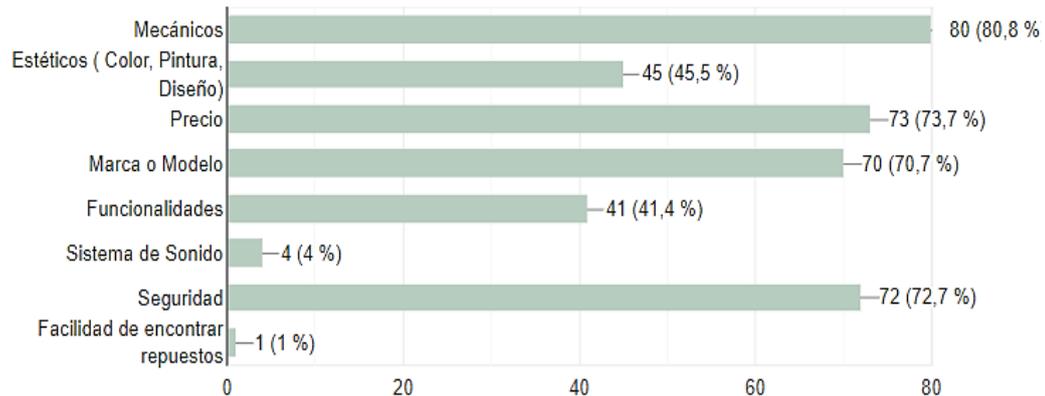
De igual forma el 95.9% de los encuestados concluyen que la pintura necesita una protección específica.

**Tabla N° 13: ¿Qué aspectos considera usted son los más importantes al momento de comprar un vehículo?, (Escoger máximo 4 opciones)**

Mecánicos	306 Personas seleccionaron la opción
Estéticos	176 Personas seleccionaron la opción
Precio	283 Personas seleccionaron la opción
Marca o Modelo	272 Personas seleccionaron la opción
Funcionalidades	157 Personas seleccionaron la opción
Sonido	15 Personas seleccionaron la opción
Seguridad	276 Personas seleccionaron la opción
Repuestos	4 Personas seleccionaron la opción

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*



**Figura 9** ¿Qué aspectos considera usted son los más importantes al momento de comprar un vehículo?, (Escoger máximo 4 opciones)

**Fuente:** (Google, 2018)

**Elaborado por:** Autor

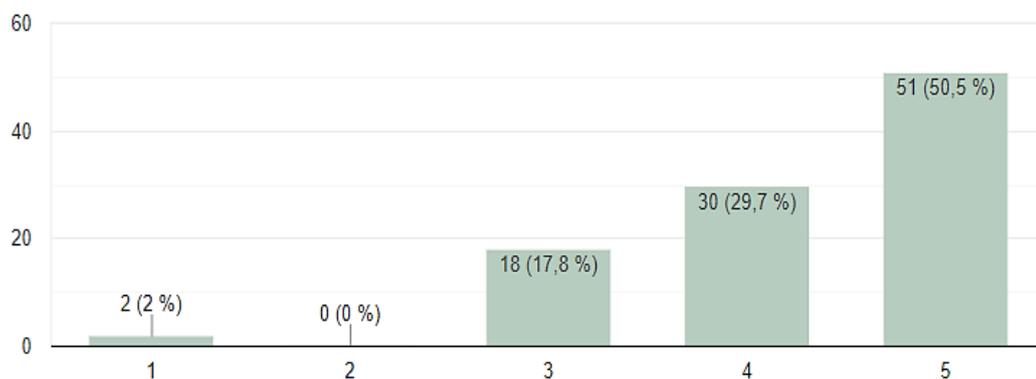
La encuesta revela que existen ciertos aspectos que se consideran importantes al momento de adquirir un vehículo, entre ellos están: mecánico, precio, modelo, estético. etc.

**Tabla N° 14: En la escala del 1 al 5 defina qué tan importante es para usted el aspecto exterior (visual) de un vehículo.**

Escala	# Personas
1	8
2	0
3	67
4	113
5	195
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*



**Figura 10** En la escala del 1 al 5 defina qué tan importante es para usted el aspecto exterior (visual) de un vehículo.

**Fuente:** (Google, 2018)

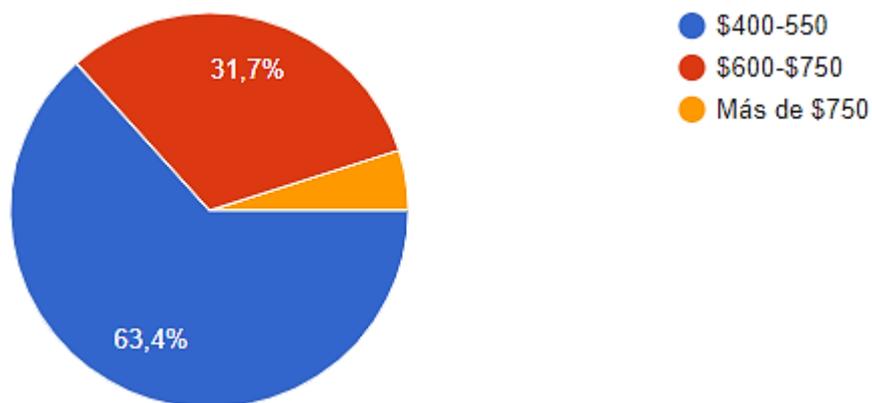
**Elaborado por:** El Autor

Se ha demostrado que es muy importante el aspecto visual de un automóvil siendo así que el 50.5% muestra una respuesta positiva con relación al proyecto.

**Tabla N° 15: ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un servicio de pintura completa de un automóvil? (TODO EL VEHÍCULO)**

Cantidad (\$)	# Personas
\$400-\$550	241
\$600-\$750	123
Más de \$750	19
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado por: El Autor*



**Figura 11: ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar?**

**Fuente:** (Google, 2018)

**Elaborado por:** El Autor

La mayoría de personas con un 63,4% están dispuestos a gastar entre \$400 - \$550 y el 31,7% entre \$600 - \$750, lo que demuestra que el cliente tiene al servicio en concepto de calidad alto.

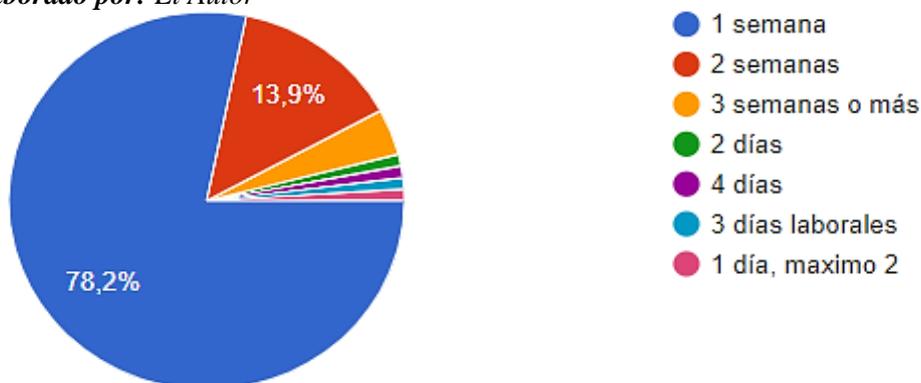
**Tabla N° 16 ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a esperar por el servicio de pintura de un automóvil?**

Días	# Personas
1	3
2	7
3	5
4	5

5(1 Semana)	299
10(2 Semanas)	54
15(3 Semanas)	10
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*



**Figura 12:** ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a esperar por el servicio de pintura de un automóvil?

**Fuente:** (Google, 2018)

**Elaborado por:** El Autor

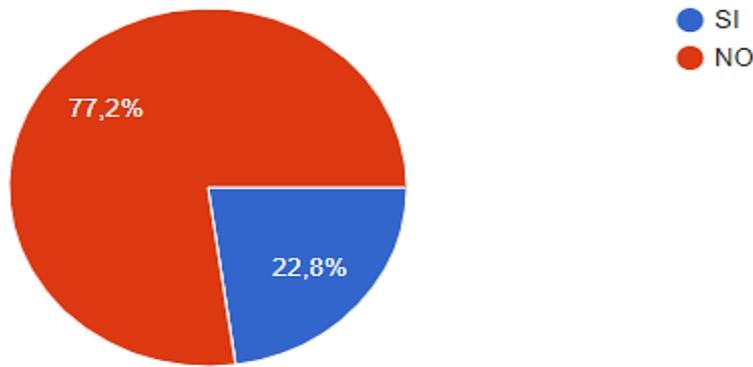
El 78.2% del total de encuestados dicen que solo estarían dispuestos a esperar una semana para un servicio de pintura, lo cual muestra que es muy importante el factor tiempo en este tipo de negocio.

**Tabla N° 17:** ¿Sabía usted que el Vinil Automotriz cumple con las mismas funciones y proyecta el mismo estilo visual que una pintura original?

Alternativa	# Personas
SI	88
NO	295
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*



**Figura 13:** ¿Sabía usted que el Vinil Automotriz cumple con las mismas funciones y proyecta el mismo estilo visual que una pintura original?

**Fuente:** (Google, 2018)

**Elaborado por:** El Autor

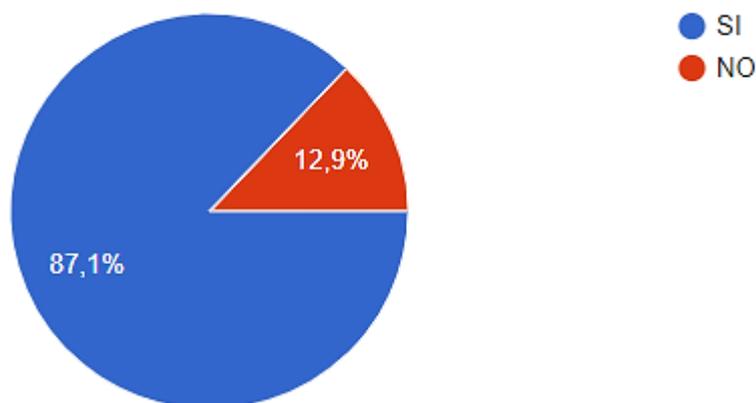
El 77.2% demuestra que no tenía conocimiento sobre las propiedades del producto, lo cual debe ser cambiado a través del plan de marketing.

**Tabla N° 18:** ¿Estaría dispuesto a invertir en un servicio de instalación de vinil en un vehículo?, ya sea para cambio de color, protección de la pintura, personalización. etc.

Alternativa	# Personas
SI	333
NO	50
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>

*Fuente:* Investigación Propia

*Elaborado por:* El Autor



**Figura 14:** ¿Estaría dispuesto a invertir en un servicio de instalación de vinil en un vehículo?

**Fuente:** (Google, 2018)

**Elaborado por:** El Autor

La encuesta determinó que el 87.1% que viene a representar la gran mayoría, si estaría dispuesto a instalar un vinil a su automóvil, lo cual indica que las personas no son reacias al servicio.

## **Demanda Potencial.**

Según Kotler “La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes, además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido”

(Kotler, Análisis de la Demanda, 2014)

**Tabla N° 19**



**Fuente:** (INEC, 2017)

**Elaborado por:** Autor

El 3% de la población adquirirá o tiene planificado adquirir un vehículo dentro de los próximos 5 años por lo cual se proyecta que los potenciales consumidores crecerán de 636.296 a 716.157.

Mediante el análisis de la encuesta realizada, se determina que el porcentaje de aceptación del producto es del 87%, misma que será tomada en cuenta para identificar los futuros clientes. A partir de este dato se determina que de 636.296 autos, 553.577 autos representan la demanda directa de la empresa.

La proyección de la demanda se ha estimado en base a los siguientes factores:

- a) Por medio de la asociación de empresas automotrices del Ecuador AEADE, se determinó que el número de automóviles matriculados en la ciudad de Quito en el año 2018 fue de 636.296

- b) Según la cámara de industrias, el porcentaje de crecimiento anual en el sector automotriz en los próximos años será de un 25% en el sector empresarial y según un estudio realizado por la editorial “la Hora” dentro de los próximos 5 a 15 años, en el distrito existirán entre 800,000 a 1.4 millones de autos.

### **1.3. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.**

El análisis se realiza en base a una serie de herramientas que permiten medir las competencias de la industria.

#### **1.3.1. Análisis del micro ambiente.**

Se realizará un análisis general del micro ambiente utilizando una herramienta que permitirá establecer el nivel de competencia dentro de una industria y así poder desarrollar una estrategia de negocio. Estas 5 fuerzas de Porter se articulan en la intensidad de la competencia y la rivalidad que existe, y logra determinar cuan atractiva y cuan rentable es esta empresa relacionando las oportunidades y la rentabilidad.

Porter se refiere a estas fuerzas como micro entorno, para relacionarlas con otras fuerzas que afectan el entorno en una escala mayor, a esto se le llama el macro entorno. (DirConfidencial, 2018)

Las 5 fuerzas de Porter se basan en lo siguiente:

#### **✚ Amenaza de los nuevos competidores entrantes.**

Hace referencia a todas aquellas empresas que representen, o puedan representar una amenaza directa o indirecta para la empresa, y así pueda ocupar parte del mercado en donde se busque introducir el nuevo producto.

#### **✚ Poder de negociación de los proveedores.**

Se hace referencia al grado de poder que tiene el proveedor para negociar con nosotros, ya sea porque el producto requerido es escaso o difícil de conseguir, que

el proveedor tenga un alto poder de negociación representa una amenaza directa para la empresa.

**✚ Poder de negociación de los clientes.**

Existe un riesgo para la empresa siempre y cuando el mercado cuente con pocos clientes, ya que una buena organización de ellos puede interferir en la relación con los precios que están dentro del mercado.

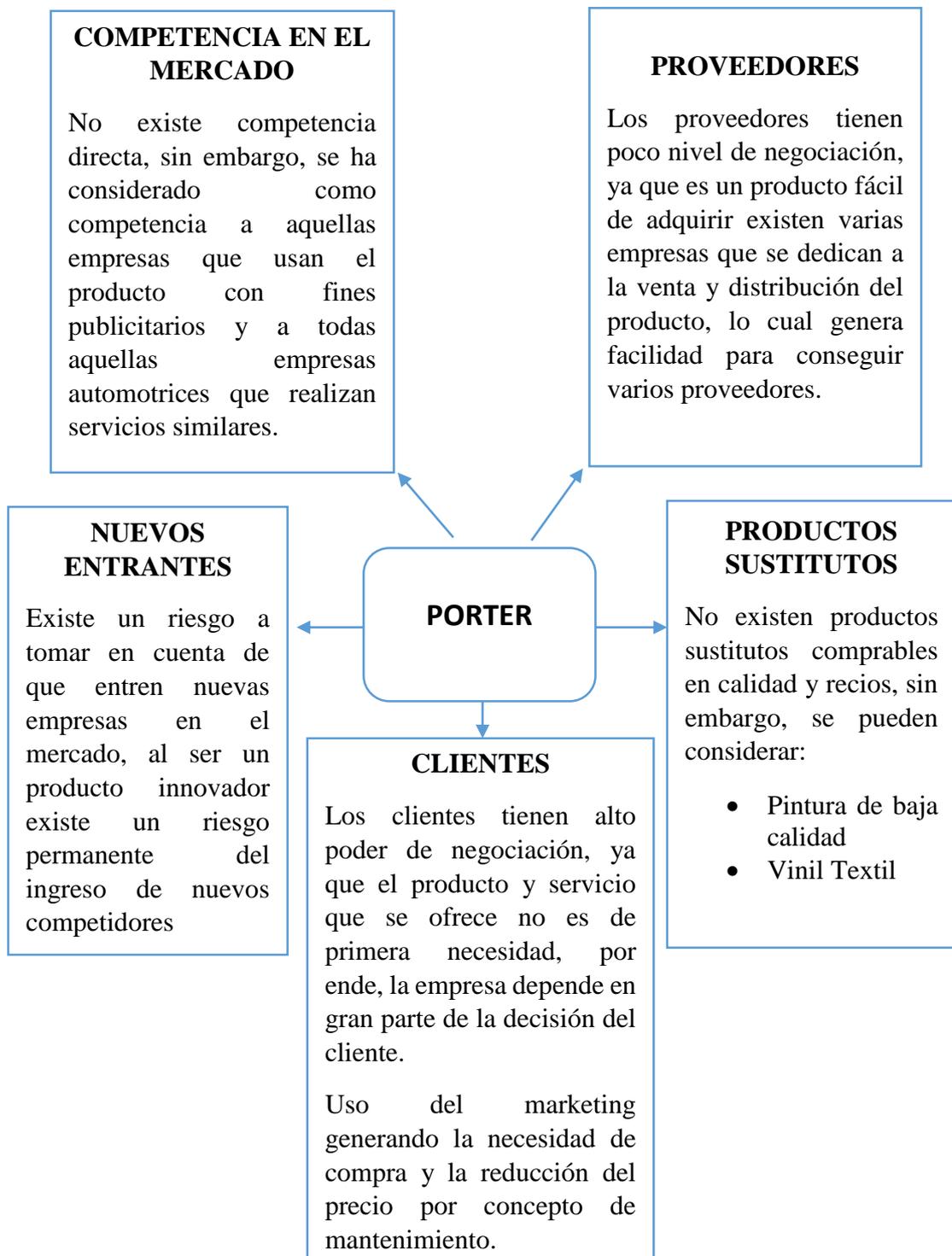
**✚ Amenaza de productos sustitutos.**

Dentro del mercado pueden existir productos similares que por lo general son más accesibles para el consumidor y pueden representar una amenaza para la empresa en el caso que esta no pueda cubrir las necesidades de la población.

**✚ Rivalidad entre las empresas.**

Esta es el resultado de las 4 fuerzas anteriores. En función de estas, la rentabilidad y las oportunidades se definirán, si son mayores o menores.

Siguiendo estos 5 parámetros se procede a realizar el diagrama de Porter que permitirá tener una perspectiva más clara del micro entorno empresarial.



**Figura 15:** Diagrama de Porter

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** El Autor

### **Análisis Diagrama.**

Se ha determinado con más claridad todos aquellos factores que representan una amenaza o una oportunidad para empresa. Los proveedores tienen poco poder de negociación ya que la materia prima (Vinil) es fácil de adquirir, lo cual representa un factor favorable para la empresa.

Los clientes tienen un alto poder de negociación y esto es un factor poco favorable, y debido a esto la empresa deberá tener mucho cuidado al momento de poner los precios dentro del mercado.

Debido a que no existe competencia dentro del mercado y es un producto innovador, esto representará la entrada de nuevos competidores o cual puede ser a largo plazo una amenaza para la empresa.

Existen productos similares, pero ninguno de ellos tiene las mismas propiedades y beneficios.

### **1.3.2. Análisis del macro ambiente.**

El macro ambiente se realiza en base al análisis de una serie de factores que lo representan.

#### **Análisis Factor Económico**

##### **Actividad económica**

A partir de diciembre del 2016 hasta diciembre del año 2017, la actividad económica del Ecuador ha ido en una constante recesión.

##### **Inflación.**

A partir del mes de mayo del 2017 el índice de inflación ha ido disminuyendo considerablemente llegando al mes de diciembre con un índice de inflación mensual del 0.18% y anual del -0,20% lo cual es bueno ya que aumenta el poder adquisitivo de las personas y eso favorece a las empresas en el Ecuador. (INEC, 2017)

### **Ingresos y Gastos.**

Mediante un estudio realizado por el Instituto Nacional de estadísticas y Censos se ha determinado que los ingresos de la población en zonas Urbanas y rurales del país superan a sus gastos, por otro lado, se analizó también que la población destina el 14.60% del total de gastos en transporte y el 9.90% en bienes y servicios diversos respectivamente. (INEC, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos (ENIGHUR), 2011-2012)

### **Empleo.**

La tasa de empleo adecuado en Ecuador pasó del 38,5% en marzo del 2017 al 41,1% en marzo de 2018, según la última Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo publicada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, 2018)

## **Análisis Factor Político**

### **Dolarización**

La dolarización es un factor que afecta negativamente a la economía del país ya que se pierde flexibilidad en la política monetaria, por ende, el gobierno no puede devaluar la moneda o financiar el déficit presupuestario creando inflación, también el gobierno debe regirse a las tasas de interés internacionales. Por otro lado, disminuye el riesgo de devaluación lo que quiere decir que hay mayor posibilidad de acceder a un crédito financiero. (BCE, 2016)

### **Análisis Factor Social**

En la última década la sociedad ha ido incrementando el uso y la adquisición de automóviles, como una necesidad fundamental en su diario vivir.

Hoy en día la sociedad busca cada vez más mejorar y cuidar su instrumento de transporte, lo cual significa que son propensos a adquirir accesorios para proteger o mejorar su automóvil.

### **Análisis Factor Tecnológico**

La tecnología va innovando constantemente y el propósito de la empresa es lograr adaptarse a los cambios he ir a la par para lograr satisfacer las necesidades del cliente y ofrecer cada vez más un mejor servicio.

### **Análisis Factor Legal**

#### **Regulaciones de Tránsito**

Por el momento no existen regulaciones de tránsito que impidan la circulación de un vehículo que posea alguna clase de vinil automotriz.

### **Documentación y permisos.**

Es necesario tener toda la documentación y la forma jurídica en regla, registrando la marca, el logo y el giro del negocio en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).

Estar al día en nuevas reformas jurídicas he impuestos que puedan afectar directamente a la comercialización del producto.

### **Matriz EFE**

**Tabla N° 20**

<b>Factores determinantes del éxito.</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Peso Ponderado</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Inexistencia de competencia dentro del mercado.	0.20	4	0.80
Material innovador	0.10	4	0.40
Los consumidores están más dispuestos a pagar por accesorios de su vehículo.	0.10	3	0.30
Alto crecimiento del índice vehicular en el Ecuador.	0.20	3	0.60
<b>AMENAZAS</b>			
Políticas económicas variantes.	0.10	1	0.10
Piratería.	0.05	2	0.10
Permisos de uso.	0.20	1	0.20
Falta de capacitación.	0.05	2	0.10
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2.6</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*

Por medio del análisis, se puede identificar que la organización tiene una respuesta favorable a las oportunidades, siendo estas también ponderadas en su mayoría como las más importantes a las que la empresa debe reaccionar. La empresa ha obtenido un promedio de 2.6, lo cual está justo por encima de la media, siendo esto favorable.

Se recomienda dirigir el enfoque de respuesta hacia aquellas políticas económicas variables y hacia los permisos de uso para fortalecer la capacidad de reacción.

### Matriz EFI

**Tabla N° 21**

<b>Factores determinantes del éxito.</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Peso Ponderado</b>
<b>FORTALEZAS</b>			
Precios accesibles en materia prima.	0.07	3	0.21
Acceso a varias gamas de color y diseño en vinil automotriz.	0.10	4	0.40
Producto de fácil comercialización	0.10	3	0.30
Capacidad de una buena gestión de marketing por redes sociales.	0.10	3	0.30
<b>DEBILIDADES</b>			
Poca experiencia en la instalación uso y mantenimiento del producto.	0.40	3	1.20
Producto poco conocido por la sociedad ecuatoriana.	0.03	4	0.12
Producto de un solo uso.	0.05	2	0.10
Poca experiencia en asuntos mecánicos.	0.15	3	0.45
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>3.08</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*

El análisis muestra que el resultado general está por encima de la media, lo cual indica que la organización es fuerte a nivel interno, sabiendo sobrellevar aquellas debilidades con las fortalezas que posee.

## ✚ Matriz Perfil Competitivo

Tabla N° 22

Factores Claves del éxito	Peso	NOVO- VINIL		V8		AUTOSPACE	
		Calific.	Peso Pond.	Calific.	Peso Pond.	Calific.	Peso Pond.
Calidad del servicio	0.10	3	0.30	3	0.30	4	0.40
Calidad del Producto	0.25	4	1	2	0.50	3	0.75
Atención al cliente	0.10	3	0.30	1	0.10	2	0.20
Experiencia	0.05	2	0.10	4	0.20	4	0.20
Publicidad	0.10	3	0.30	1	0.10	1	0.10
Beneficios del producto	0.20	4	0.80	1	0.20	2	0.40
Precio	0.20	4	0.80	2	0.40	2	0.40
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>3.6</b>		<b>1.8</b>		<b>2.45</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*

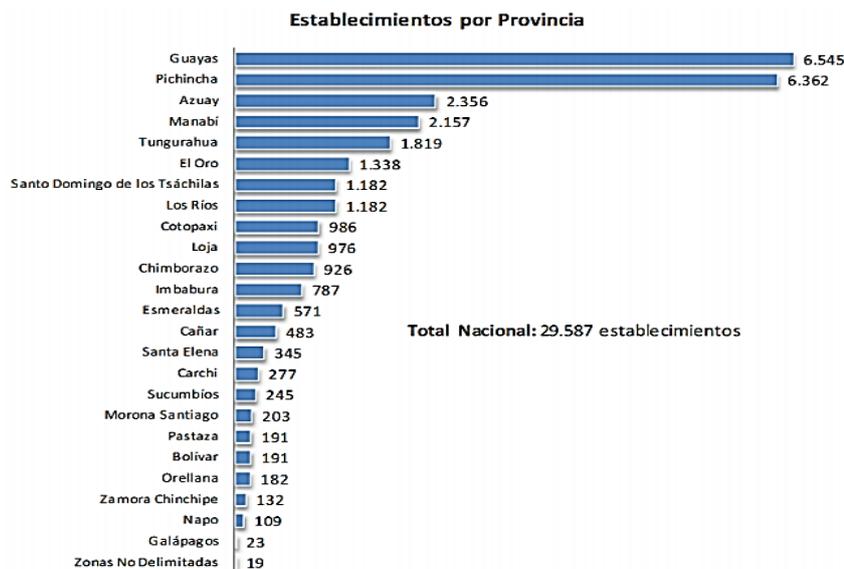
El análisis competitivo se ha realizado incluyendo 2 empresas con servicios similares, las cuales por medio de un minucioso estudio han obtenido ciertas ventajas y desventajas, siendo estas últimas la calidad el servicio y del producto, las que más afectan a su ponderación

Se recomienda adquirir experiencia para fortalecer el nivel competitivo.

### 1.3.3. Proyección de la oferta.

Según la American Marketing Association (A.M.A.), define la oferta (desde la perspectiva del negocio) como: "El número de unidades de un producto que será puesto en el mercado durante un periodo de tiempo" (Asociation, 2018)

Según un análisis realizado por el Instituto nacional de estadísticas y censos, en la provincia de Pichincha existen 6.362 empresas registradas dedicadas a actividades del sector automotor, ya sean estas de servicios, comercio o manufactura.

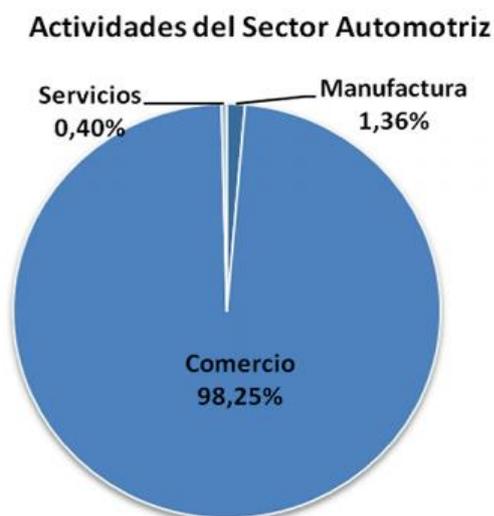


**Figura 16:** Proyección de la oferta

**Fuente:** (Asociation, 2018)

**Elaborado por:** Autor

A partir de estos datos, el INEC en el 2017 realizó una encuesta para determinar la oferta del mercado dentro de la provincia de Pichincha, arrojando los siguientes datos.



**Figura 17:** Actividad Sector Automotriz

**Fuente:** (INEC, 2017)

**Elaborado por:** El Autor

De 6.362 negocios dedicados a la industria, tan solo el 0.40% y 1.36% respectivamente se dedican a ofrecer servicios y manufactura, siendo entre los dos una cantidad de 134 negocios registrados los dedicados exclusivamente a estas

áreas, los cuales cubren un porcentaje de la demanda relacionada con: pintura, limpieza, cambio de aceite, servicios varios, etc.

Se ha generado una tabla estadística la cual muestra la cantidad de servicios que ofrecen estas empresas cada mes y en el transcurso de todo el año, teniendo en cuenta que cada empresa tiene un promedio de 25-40 autos los cuales son beneficiados con sus servicios cada mes.

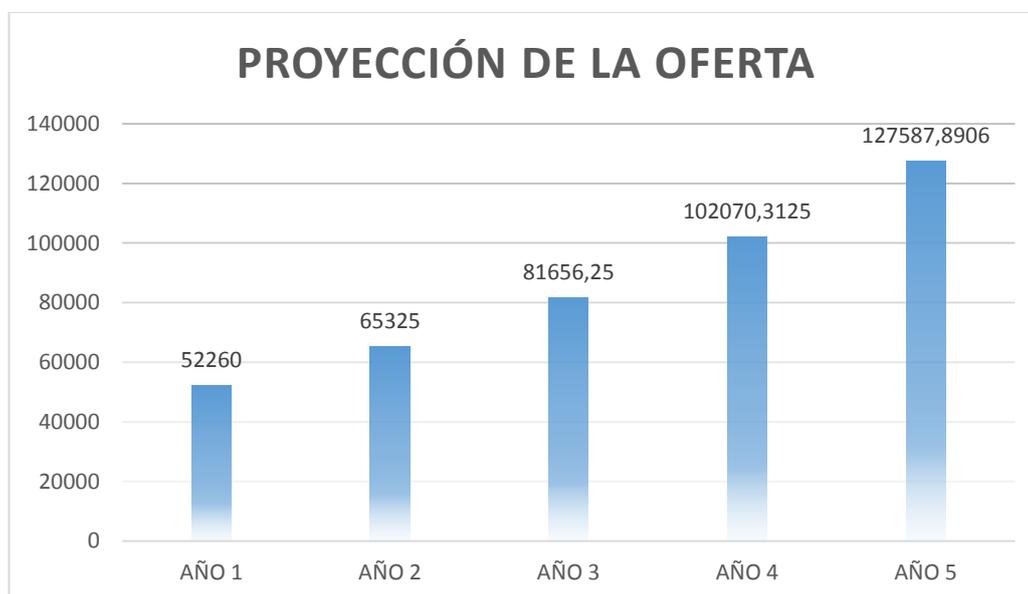
**Tabla N° 23**

<b>Cantidad de Producción de las Empresas</b>		
<b>N° Empresas</b>	<b>Producción Mensual Promedio</b>	<b>Producción Anual Promedio</b>
134	4,355 Autos Beneficiados	52,260 Autos Beneficiados
<b>TOTAL</b>	<b>4,355</b>	<b>52,260</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*

En base a estos resultados se procede a proyectar la oferta de los próximos 5 años teniendo en cuenta que el crecimiento del sector ha sido de un 25% anual.



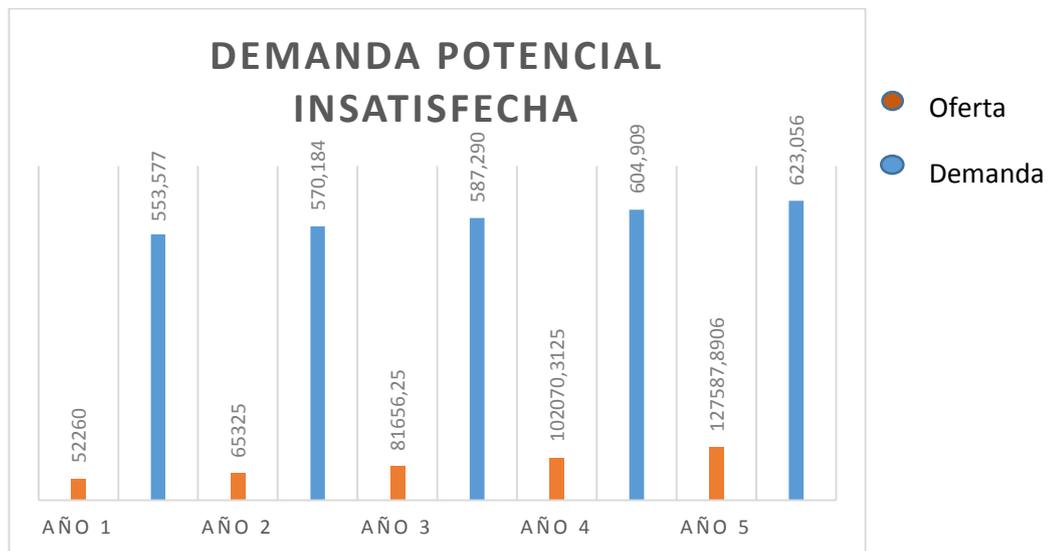
**Figura 18:** Actividad Sector Automotriz

**Fuente:** (INEC, 2017)

**Elaborado por:** El Autor

#### 1.4.Demanda Potencial Insatisfecha.

##### Tabla comparativa entre Oferta y Demanda



**Figura 19:** Actividad Sector Automotriz

**Fuente:** (INEC, 2017)

**Elaborado por:** El Autor

**Tabla N°24**

AÑO	Demanda de los consumidores	Oferta Existente	Demanda Insatisfecha
Año 1	553,577	52,260	501317
Año 2	570,184	65,325	504859
Año 3	587,290	81,656	505634
Año 4	604,909	102,070	502839
Año 5	623,056	127,587	495469

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** El Autor

Por medio de un estudio estadístico se determina que la oferta que existe en el mercado es mínima comparada con la demanda, con respecto al porcentaje de aceptación de 87% obtenido en la encuesta nos da como resultado que existen 553.577 potenciales consumidores dentro del primer año, los cuales serán ser atraídos mediante el plan de marketing.

### **1.5.Promoción y publicidad que se realizará.**

**Objetivos:** Por medio del plan de publicidad y promoción se buscará abarcar la mayor cantidad de clientes potenciales y dar a conocer la marca y el servicio.

Generar tendencia y lograr aprovechar las oportunidades del negocio para obtener ganancias y sacar a flote el negocio.

**Target:** El target al cual se busca llegar es a personas mayores de edad y jóvenes que busquen mejorar el estilo y aspecto de su auto.

**Publicidad:** La publicidad que se utilizará en el transcurso del proyecto es a través de redes sociales y medios tecnológicos, principalmente por medio de la red social “Instagram”. Este tipo de empresa requiere un marketing muy visual para que el cliente entienda el giro del negocio y el servicio que se ofrecerá, por ende, consideramos que esta red social es fundamental al momento de exhibir el producto y para brindar información a los clientes.

El pago de este tipo de publicidad se realiza por medio de tarjetas de débito o crédito MasterCard o Visa directamente con la empresa ofertante.

Posteriormente el mejor Marketing será un cliente satisfecho y un auto forrado con vinil.

De manera secundaria se realizará publicidad por medio de revistas que se enfoquen mucho en un público joven y se puedan presentar las ventajas y beneficios del servicio que brinda la empresa.

Debido al alto costo de una publicidad televisiva la empresa no tiene planeado, al menos a corto plazo generar gastos de publicidad por este medio.

#### **Promoción:**

- ✚ Los 3 primeros meses a partir de la apertura habrá descuentos por el servicio.
- ✚ Se proveerá de un kit de limpieza gratuito a todos los clientes por su segunda compra del servicio.
- ✚ Descuentos por pago con tarjeta de crédito o débito., familiares o referentes
- ✚ Asesoría totalmente gratuita por el segundo servicio de instalación de Vinil.

### Plan de Medios:

A continuación se detalla de manera específica la manera en que la empresa se moverá dentro de los medios de comunicación para abarcar público y generar clientes.

**Tabla N° 25**

<b>REDES SOCIALES</b>	<b>PERÍODO</b>	<b>PRESUPUESTO</b>
Instagram	6 Meses	\$400
Facebook	6 Meses	\$200
Google	6 Meses	\$150
YouTube	6 Meses	\$300

*Fuente:* (Electrónico, 2018)

*Elaborado por:* El Autor

**Tabla N° 26**

<b>REVISTAS</b>	<b>PERÍODO</b>	<b>PRESUPUESTO</b>
El Universo	1 mes	\$890

*Fuente:* (Universo D. e., 2018)

*Elaborado por:* El Autor

**Tabla N° 27**

<b>IMPRESOS</b>	<b>PERÍODO</b>	<b>PRESUPUESTO</b>
Afiches, tarjetas, banners	4 meses	\$750

*Fuente:* Investigación Propia

*Elaborado por:* El Autor.

### 1.6.Sistema de distribución a utilizar.

El proceso de distribución del producto será por medio de venta directa, ya que es necesario que la instalación del producto sea realizado por personal capacitado y calificado.

El vinil automotriz será adquirido a la marca M3 Ecuador como principal proveedor del material, el cual posteriormente será trasladado a la bodega del establecimiento para su almacenamiento y posterior asignación de inventario, venta y distribución al cliente final.

### **1.7.Seguimiento de Clientes.**

El plan de seguimiento al cliente que la empresa va a implementar, es usando una herramienta conocida como CRM (Customer Relationship Management).

“El CRM es una forma de integrar las distintas áreas de la empresa (Venta, Márketing y Servicio) en contacto con el cliente, tiene como objetivo incorporar valor añadido y crear un modelo de negocio beneficioso para ambas partes.” (Valcárcel, 2001)

Por medio de esta herramienta se dará seguimiento las 24h del día a los clientes, gestionando sus compras mensuales, anuales, los mantenimientos realizados, las promociones ofrecidas y las tarjetas de regalo.

Se almacenará en una base de datos su nombre, su vehículo, su teléfono, fecha de cumpleaños y su correo electrónico con el fin de garantizarle al cliente un servicio de calidad dentro de la vida útil del vinil que se ha instalado, esto incluye recordatorios del mantenimiento, del ofrecimiento de promociones o descuentos, para que el cliente esté informado en su totalidad de las actividades o eventos de la empresa.

El servicio es totalmente personalizado por lo cual el cliente debe sentirse parte de la empresa, saber que la empresa se preocupa por su bienestar y por satisfacer sus necesidades.

El propósito de la empresa es integrar el Márketing con el sistema de seguimiento, para que la efectividad sea cada vez mayor.

### **1.8.Mercados Alternativos**

En caso de no llegar a la expectativa esperada y no cumplir con el plan de ventas, la empresa puede enfocarse mucho más en la distribución de productos y accesorios para automóviles, ofreciendo toda clase de servicios para la seguridad y

cuidado del mismo. Productos como láminas de seguridad polarizadas, protección anti rayones para aros, etc.

La importación de accesorios que no existen dentro del país, también es otra puerta considerable en el caso de no tener buenos resultados con el plan de ventas.

## CAPÍTULO II

### ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

#### 2.1 OBJETIVO DE PRODUCCIÓN

##### Objetivo General.

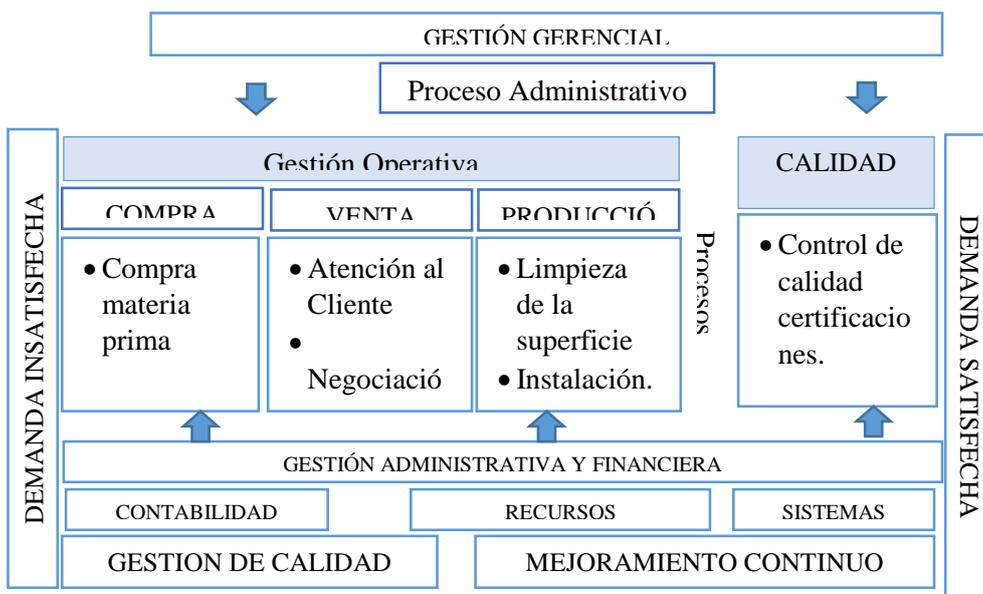
- Identificar el nivel de producción necesaria para cubrir la demanda existente

##### Objetivos Específicos.

- Determinar los materiales necesarios para dar inicio al negocio, así como el número de personas y fuerza de trabajo necesaria.
- Generar un servicio de calidad mediante procesos estandarizados, enfocados en proveedores de excelencia.

#### 2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.

##### 2.2.1. Descripción del proceso de transformación del servicio.



**Figura 18:** Diagrama de Procesos

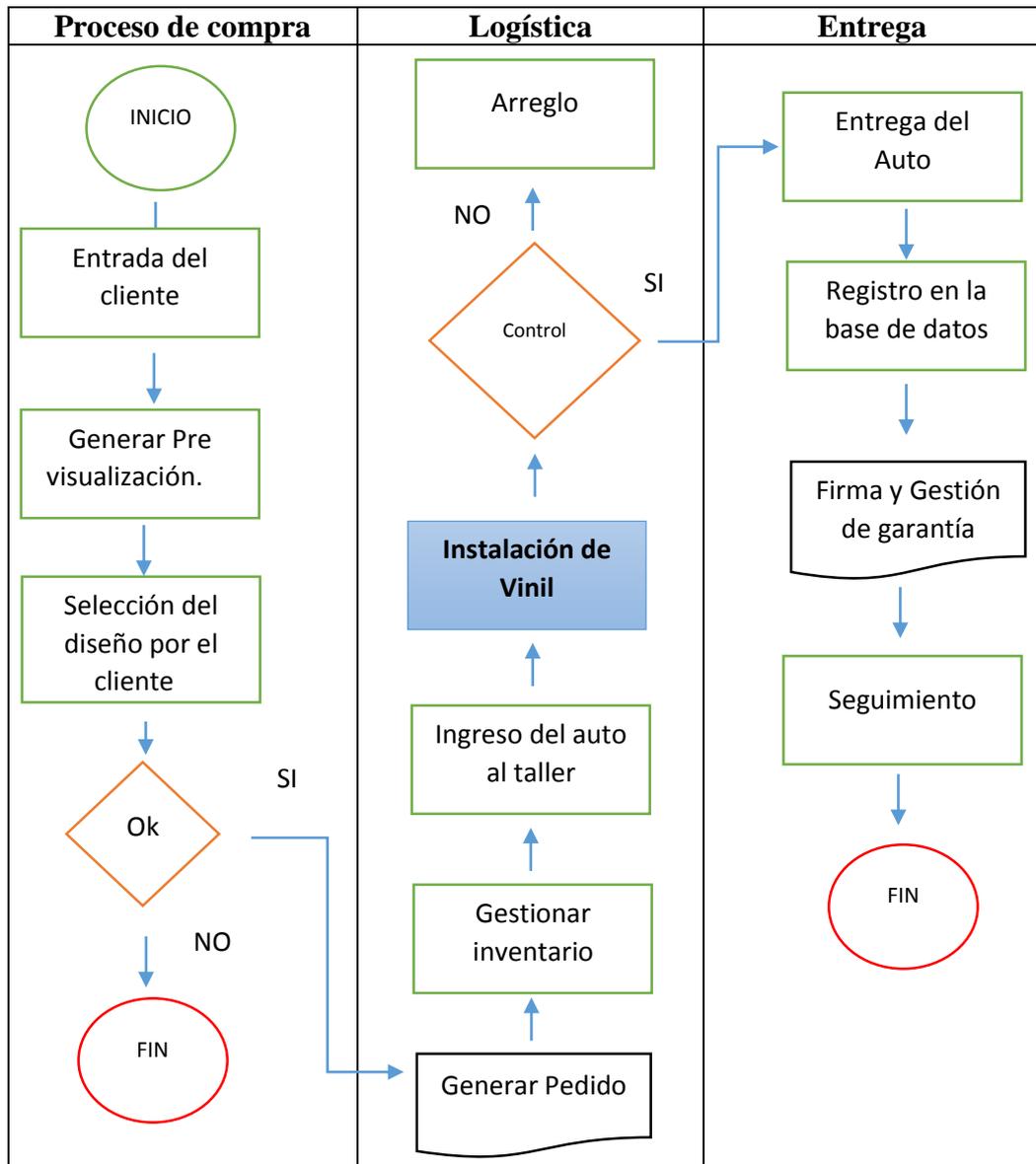
**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** El Autor

El mapa de procesos tiene como propósito detallar de una manera más dinámica y efectiva cada uno de los procedimientos, y a su vez las áreas que apoyarán al proceso en general.

**Flujograma.**

Como parte del proceso de producción, es necesario identificar cada actividad con su orden específico,



**Figura 20:** Flujograma  
**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** El Autor

### 2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas.

#### Instalaciones.

Para que la empresa pueda desenvolverse con facilidad dentro del mercado, es necesario que esta cuente con las adecuadas instalaciones para brindar un servicio de calidad y facilitar a los colaboradores el trabajo, siendo más eficientes y tener un ritmo de producción competitivo.

Para ello se realizó varios planos, por medio de los cuales se especifica a detalle el espacio necesario para lograr cumplir los objetivos planteados.

#### Plano general

En el siguiente plano se puede apreciar un detalle general del espacio necesario para abarcar todas las áreas de producción de la empresa, siendo este de 210 metros cuadrados lo cual corresponde a planos de construcción



**Figura 21:** Plano General

**Fuente:** (Home by me, 2018)

**Elaborado por:** El Autor

## Recepción.

El siguiente plano corresponde a la sala de recepción, la cual contará con una sala de espera para los clientes que deseen adquirir el servicio o información, seguido de un espacio de secretaría donde se proporcionará el servicio al cliente, esta área cuenta con un espacio de 35.7 metros cuadrados.



**Figura 22:** Recepción

**Fuente:** (Home by me, 2018)

**Elaborado por:** El Autor

**Oficina General:** 7.5 m<sup>2</sup>

Este espacio está destinado para el gerente general o coordinador de agencia, el cual constará con muebles de oficina y de cómputo, a su vez estará directamente conectado con el espacio de secretaria para dar solución inmediata a inconvenientes que se puedan presentar.

**Bodega:** 8.2 m<sup>2</sup>

Debido a que la materia prima es adquirida en rollos, el espacio de bodegaje no tiene que ser muy amplio, por lo cual se considera factible un espacio de 8.2 m<sup>2</sup> el cual contará con anaqueles que ayuden con el orden del vinil.

Por otro lado, tendrá una puerta de acceso directa al garaje donde se descargará la materia prima.

**Baño:** 4.2 m<sup>2</sup>

Este espacio ha sido colocado en un lugar estratégico ya que está justo en la mitad de todas las áreas de la empresa.



**Figura 23:** Oficina, Bodega, Baño.

**Fuente:** (Home by me, 2018)

**Elaborado por:** El Autor

### **Área de Instalación.**

La siguiente área es considerada la más importante de la empresa ya que es el lugar donde se realiza el servicio, este espacio tiene que ser hermético y libre de agentes externos como el polvo, agua, viento, etc. ya que es necesario trabajar en un ambiente totalmente aislado para lograr la mayor eficiencia al momento de la instalación del producto, por esta razón se optó tener un área de 114,2 m<sup>2</sup> la cual será suficiente para almacenar los materiales necesarios, las herramientas y se podrá ingresar una cantidad máxima de 3 autos simultáneamente lo cual permitirá brindar un servicio rápido y eficiente.



**Figura 24:** Área de instalación

**Fuente:** (Home by me, 2018)

**Elaborado por:** El Autor

**Equipos.**

**Tabla N° 28**

Actividad	Equipos	Imagen	Costo
Atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 Computadores de escritorio</li> </ul>		\$1.100
Cortado del Vinil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guillotina Industrial</li> </ul>		\$699
Instalación del Vinil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pistola de Calor</li> <li>• Tarjeta de presión</li> <li>• Estilete</li> <li>• Guantes</li> <li>• Materiales de limpieza</li> <li>• Espátula</li> <li>• Liquido adherente. (3x)</li> </ul>		\$210
<b>TOTAL</b>			<b>\$2009</b>

*Fuente:* (Amazon, 2018)

*Elaborado por:* El Autor

**Tabla N° 29**

<b>Actividad</b>	<b>Tiempo</b>	<b>No. Personas</b>	<b>Horas Hombre</b>
Atención al cliente	Indefinido	• 2 Computadores de escritorio	40 horas/semana
Cortado del Vinil	10 Minutos	• 1 Persona	40 horas/semana
Instalación del Vinil	8 horas	• 2 Personas.	40 horas/semana

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*

### **2.2.3. Tecnología a aplicar.**

En el período de 3 años se planifica implementar un software más avanzado para la gestión del cliente lo cual permita ofrecer y promocionar los productos a través de plataformas web, por otro lado, se buscará adquirir una nueva cortadora a laser para una mayor precisión y disminuir tiempos muertos.

El principal objetivo de la empresa es ir innovando concorde a los avances tecnológicos, lo cual implica la adquisición constante de maquinaria y elementos para la mejora continua de las diversas áreas de la empresa.

### **2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES.**

Se detalla los factores que afecta el plan de operaciones.

#### **2.3.1. Ritmo de Producción.**

**Tabla N° 30**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>No. Personas</b>	<b>TIEMPO PROMEDIO</b>	<b>TIEMPO NORMAL</b>	<b>RITMO DE TRABAJO</b>
Atención al cliente	2	16 horas	8 horas/ día	Mensual
Cortado del Vinil	1	8 horas	8 horas/ día	Mensual
Instalación del Vinil	2	16 horas	8 horas/ día	Mensual

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*

### 2.3.2. Nivel de inventario promedio. (Mensual)

#### Especificación de medidas.

**Tabla N° 31**

Material	Proveedor	Descripción	Precio
Vinil 1080-GP243	3M	1 Rollo de vinil tiene una longitud de 62m2 el cual abarca aproximadamente 4 automóviles de tamaño mediano.	<b>\$200</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*

#### Clasificación de autos y tipos de medida.

**Tabla N° 32**

Clase	Descripción	Gráfico	Precio
Pequeños	<p>Son aquellos autos que no superan los 10m2 de carrocería para la aplicación del vinil</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chevrolet Spark</li> <li>• Kia Picanto</li> <li>• Hyundai I10 – I20</li> </ul>		<b>\$250</b>
Medianos	<p>Son aquellos autos cuya carrocería está entre los 15 m2 a 18m2 para la aplicación del vinil.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chevrolet Sail</li> <li>• Chevrolet Aveo</li> <li>• Chevrolet Vitara</li> <li>• Volkswagen Golf</li> <li>• Volkswagen Jetta</li> <li>• Kia Rio</li> <li>• Kia Sportage</li> <li>• Hyundai Sonatta</li> <li>• Hyundai Tucson</li> </ul>	 	<b>\$400</b>

Son aquellos autos cuya carrocería superan los 20 m<sup>2</sup> para la aplicación del vinil.

Grandes

- Ford F-150
- Ford Explorer
- Chevrolet Tahoe
- Toyota Fortuner
- Toyota 4Runner
- Nissan Pathfinder
- Toyota Land Cruiser
- Bmw X6



\$650



*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: El Autor*

**Clasificación de Colores.**

**Tabla N° 33**

Color	Detalle	Gráfico
Color 1	Gloss White Blanco Brillante	 1080-G10 Gloss White
Color 2	Gloss Red Metallic Rojo Metálico Brillante	 1080-G203 Gloss Red Metallic
Color 3	Gloss Steel Blue Azul metálico Brillante	 1080-G217 Gloss Steel Blue Metallic
Color 4	Gloss Black Metallic Negro Metálico Brillante	 1080-G212 Gloss Black Metallic

*Fuente: (Vinil Customs, 2014)*

*Elaborado por: El Autor*

**Tabla N° 34**

ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
Cant	P. Unit	Total	Cant	P. Unit	Total	Cant	P. Unit	Total
2 Rollos (Color 1)	\$200	\$600				2 Rollos	\$200	\$400
			1 Rollos	\$1600	\$1600	1 Rollo	\$200	\$200
1 Rollos (Color 2)	\$200	\$600				2 Rollos	\$200	\$400
			1 Rollo	\$1600	\$1600	1 Rollos	\$200	\$400
1 Rollos (Color 3)	\$200	\$600				2 Rollos	\$200	\$400
			1 Rollos	\$1600	\$1600	1 rollos	\$200	\$200
2 Rollos (Color 4)	\$200	\$600				2 Rollos	\$200	\$400
			1 Rollo	\$1600	\$1600	1 Rollos	\$200	\$200

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*

### 2.3.3. Número de trabajadores.

**Tabla N° 35**

Cargo	Cantidad	Funciones
Gerente	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Coordinar los recursos de la organización</li> <li>✚ Ejercer la responsabilidad legal de la empresa.</li> </ul>
Operario /Marketing	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Gestionar el plan mensual y anual de ventas.</li> <li>✚ Gestionar el CRM y dar seguimiento al cliente</li> <li>✚ Apoyo General</li> </ul>
Operario /Ventas	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Gestionar el plan anual y mensual de publicidad.</li> <li>✚ Implementar estrategias de marketing.</li> <li>✚ Apoyo General.</li> </ul>

*Fuente: Investigación Propia*

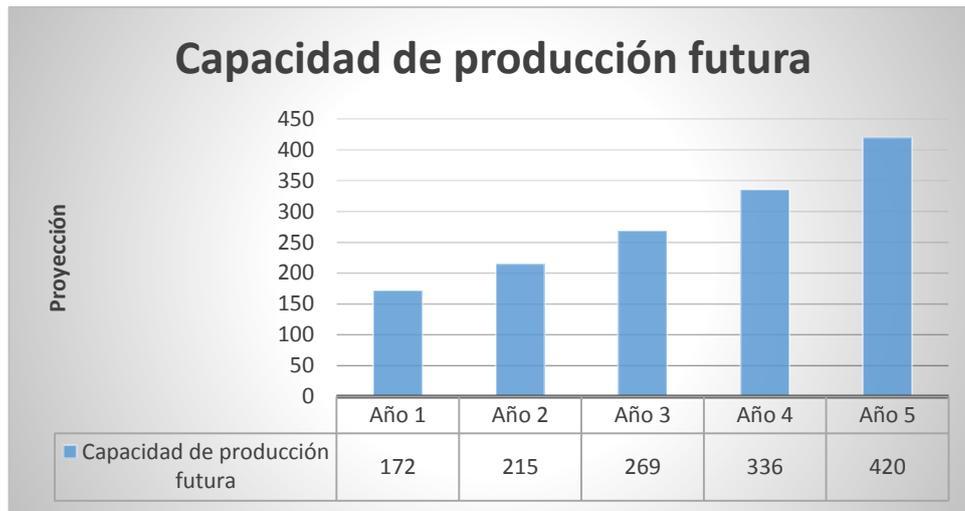
*Elaborado por: El Autor*

## 2.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.

### 2.4.1. Capacidad de producción futura.

Dentro del primer año se logra instalar con vinil un promedio de 172 automóviles, eso implica un gasto mensual de 4 rollos de vinil, teniendo en cuenta que cada rollo tiene un alcance promedio de 4 automóviles, a esto se toma en cuenta una tasa de crecimiento del 25% anual según informó la Asociación de Empresas Automotrices de Ecuador. Acto seguido, se restó un 10% (19 autos) por riesgo de mercado, dando como resultado los datos arrojados en la gráfica.

**Tabla N° 36**



*Fuente: Investigación Propia.*

*Elaborado por: El Autor.*

## **2.5. RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN.**

Se especifica los recursos que son necesarios para la producción.

### **2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que puede presentar.**

**Tabla N° 37**

<b>Materia Prima</b>	<b>Importancia/ Grado de Sustitución</b>	<b>Proveedores</b>	<b>Imagen</b>
Vinil Automotriz	Muy Importante / Muy Bajo	3M	
Pistola de Calor	Muy Importante/ Bajo	Amazon	

---

Implementos  
de limpieza

Importante/ Alto

Proveedores  
locales



Tarjeta de  
adhesión

Importante/ Alto

Ferreterías  
locales.



Guillotina

Muy Importante/  
Bajo

Dinatec.ec



Estilete  
Industrial

Importante/ Bajo

Ferreterías  
locales



Herramientas

Muy  
importante/Bajo

Amazon



---

**Fuente:** (Amazon, 2018)

**Elaborado por:** El Autor

## **2.6. CALIDAD.**

### **2.6.1. Método de control de calidad.**

El vinil automotriz que se usará este certificado con las más altas normas de calidad para ofrecer al público, 3M es una empresa reconocida a nivel mundial por contar con varios accesorios para automóviles, entre ellos está el vinil automotriz. Este vinil cuenta con aspectos de calidad comenzando por el método patentado por la empresa llamado Comply y seguido de su tecnología controltac lo que garantiza un servicio de calidad y resulta en un menor riesgo para la persona que lo aplica. Por otro lado, el proveedor al ser una marca registrada, también ofrece una garantía del producto que vende lo cual da seguridad al cliente de adquirir productos de calidad. (Vinilo, 2018)

Para ofrecer un mejor servicio se usarán algunos métodos que ayudarán a monitorear constantemente el estado de percepción de calidad de los clientes ante el servicio que ofrece la empresa, entre estos estarán:

#### **Gráficos de control.**

Herramienta estadística utilizada para controlar y mejorar un proceso mediante el análisis de su variación a través del tiempo. (Consultores, 2018)

#### **Diagrama de Pareto:**

Método de análisis que permite discriminar entre las causas más importantes de un problema (los pocos y vitales) y las que lo son menos (los muchos y triviales). (Consultores, 2018)

#### **Diagrama Causa- Efecto:**

Ayuda a identificar, clasificar y poner de manifiesto posibles causas, tanto de problemas específicos como de efectos deseados. (Consultores, 2018)

## **2.7. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTEN A SU INSTALACIÓN.**

### **2.7.1. Salud e higiene ocupacional.**

Dentro de la empresa se planea implementar dos normas ISO para fortalecer y afianzar tanto la salud ocupacional como la salud ambiental dentro del proceso productivo, estas son:

#### **ISO 45001-2018 Seguridad y Salud Ocupacional**

##### **Beneficios:**

- ✚ Protección de los trabajadores
- ✚ Reducción de los riesgos
- ✚ Cumplimiento legal
- ✚ Base del Sistema de Gestión
- ✚ Responsabilidad

#### **ISO 14001-2018 Sistema de Gestión Ambiental.**

##### **Beneficios:**

- ✚ Reducir los costes
- ✚ Gestión del cumplimiento de la legislación
- ✚ Reducir la duplicación de esfuerzos
- ✚ Gestionar su reputación
- ✚ Ser el proveedor elegido y aumentar su ventaja competitiva
- ✚ Facilidad de integración con otras normas de sistemas de gestión con la norma ISO 9001(Calidad), OHSAS 18001 (Seguridad y Salud laboral), ISO 50001 (Energía), y otras normas basadas en sistemas de gestión.

##### **Normas y Políticas del establecimiento.**

- ✚ La empresa resguardará la integridad, la salud física y emocional de los colaboradores, siempre que estos se sujeten al manual de procedimientos establecido dentro de la empresa.
- ✚ El trabajador tendrá derecho a su paga de forma mensual el cual será acreditado a una cuenta bancaria proporcionada por la empresa.

- ✚ El colaborador está en su plena obligación de cumplir con el horario laboral, siendo estrictamente necesario el registro de la hora de entrada y salida.
- ✚ La empresa está en su obligación de afiliar a todos sus colaboradores y otorgarles los beneficios de la ley.
- ✚ La hora de entrada será a las 8:30 Am y el horario de salida a las 5:00 Pm.
- ✚ El horario de atención al cliente serán las 24 horas del día sin exclusión,
- ✚ El empleado tiene la obligación de usar todos y cada uno de los instrumentos de protección y las herramientas de instalación que provee la empresa para resguardar la salud y bienestar del empleado como a su vez ofrecer un servicio de calidad.

## **CAPÍTULO III**

### **ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y CONTROL**

#### **3.1 OBJETIVOS ORGANIZACIÓN.**

##### **Objetivo General:**

- ✚ Determinar la estructura organizacional de la empresa, de acuerdo con el análisis interno y externo.

##### **Objetivos Específicos:**

- ✚ Desarrollar la misión y visión empresarial.
- ✚ Identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.
- ✚ Elaborar las actividades a detalle de los cargos necesarios dentro de la organización.

#### **3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS**

Es importante realizar un análisis estratégico y la definición de objetivos planteados a través de la visión y misión que tiene la empresa.

##### **3.2.1. Visión de la Empresa.**

Ser una empresa líder en servicios de instalación de vinil, seguridad, personalización y diseño exclusivo para automóviles a nivel nacional tomados de la mano de los avances tecnológicos y la mejora continua.

### 3.2.2. Misión de la Empresa.

NOVO – VINIL es una empresa pionera dedicada al servicio de instalación de vinil, ofreciendo una alta gama de productos diseñados para la protección de la pintura del vehículo, o simplemente para la satisfacción de una necesidad personal del cliente por medio de una atención personalizada y una gestión efectiva.

### 3.2.3. Análisis FODA

Tabla N° 38

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>✚ Empresa pionera.</li><li>✚ Producto y servicio innovador.</li><li>✚ Precio accesible</li><li>✚ Tiempo de entrega</li><li>✚ Producto no perecible.</li><li>✚ Plan de marketing.</li><li>✚ Experiencia y personal capacitado.</li><li>✚ Proveedores de calidad.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✚ Crecimiento mercado automotriz.</li><li>✚ Globalización y tendencias del mercado.</li><li>✚ Clima (resistencia al sol, lluvia, polvo).</li><li>✚ Incremento de la oferta.</li><li>✚ Falta de capacitación por parte de la competencia.</li></ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>✚ Producto de delicada manipulación.</li><li>✚ Proceso en el cual es necesario constante capacitación.</li><li>✚ Producto no es de necesidad básica.</li><li>✚ Necesidad de un amplio stock, lo que implica tener un alto capital de inversión</li><li>✚ Infraestructura debe estar libre de agentes externos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✚ Políticas Económicas</li><li>✚ Regulaciones de tránsito</li><li>✚ Alto coste de aranceles para la importación.</li><li>✚ Contrabando de vinil de mala calidad que afecten la imagen.</li><li>✚ Competencia desleal.</li><li>✚ Nuevas tecnologías y servicios</li></ul>

*Fuente: Investigación Propia.*

*Elaborado por: El Autor*

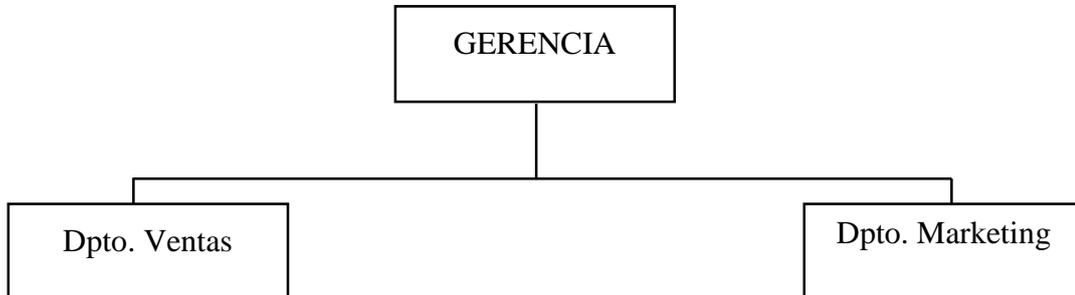
### 3.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.

Es importante señalar la organización interna de la empresa para ofrecer al cliente un servicio adecuado y de calidad.

### 3.3.1. Organigrama interno de la empresa.

#### Empresa “NOVO-VINIL”

#### Organigrama Estructural



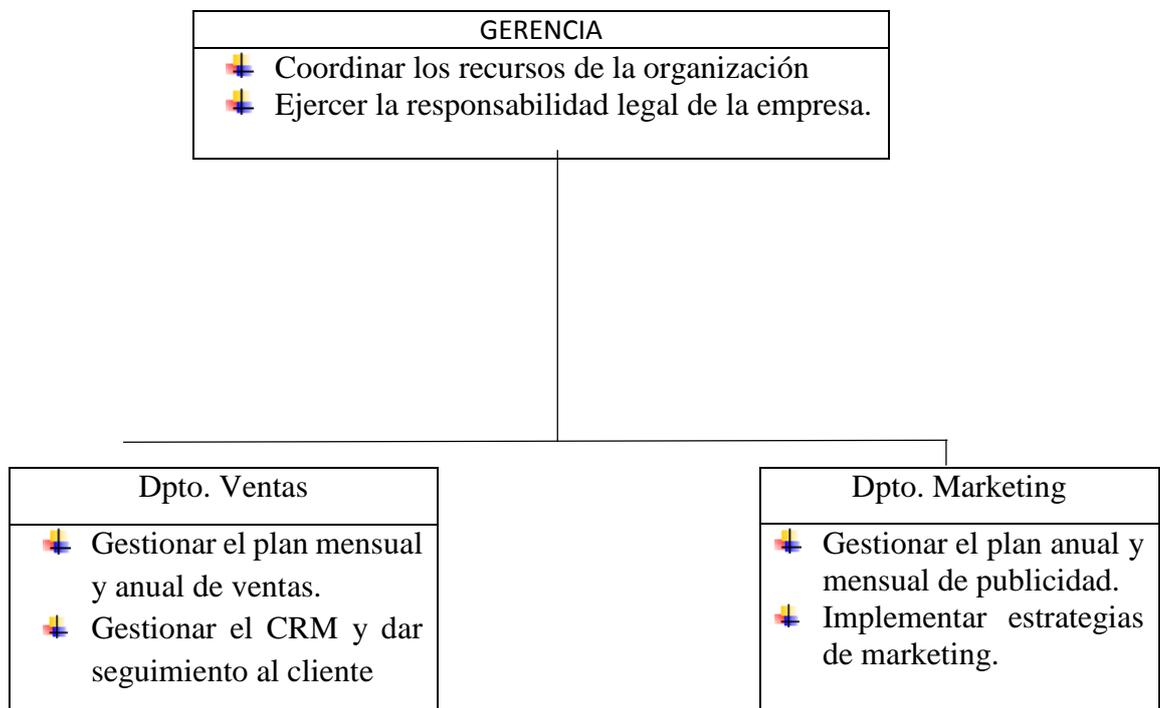
**Figura 25:** Organigrama Interno

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** El Autor

#### Empresa “NOVO-VINIL”

#### Organigrama Funcional



**Figura 26:** Organigrama Funcional

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** El Autor

### 3.3.2. Cargos del organigrama.

Se detallan los cargos a usar dentro de la organización, identificando las funciones y los requisitos que debe cumplir el colaborador.

**Tabla N° 39**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>PUESTO</b>	GERENTE GENERAL
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Ninguno
<b>SUPERVISA A:</b>	Jefes de área
<b>II. OBJETIVO DEL PUESTO</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>✚ Gestionar el sistema de gestión integral de la empresa siguiendo el manual de procesos general.</li><li>✚ Incrementar la rentabilidad anual de la empresa.</li></ul>	
<b>III. FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>✚ Planificar los objetivos mensuales y anuales de la empresa.</li><li>✚ Gestionar el personal de la empresa.</li><li>✚ Establecer las normas y políticas de la empresa para su posterior socialización.</li><li>✚ Representación y responsabilidad legal de la organización.</li><li>✚ Dirigir al personal al cumplimiento de los objetivos.</li><li>✚ Controlar los gastos y asignar presupuestos.</li><li>✚ Gestionar operaciones contables y datos financieros.</li><li>✚ Implementar estrategias para la efectividad en los pagos tributarios.</li></ul>	
<b>IV. PERFIL DEL PUESTO</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	3er-4to Nivel en Administración, Comercio, etc.
<b>EXPERIENCIA</b>	2-3 años en cargos similares.
<b>HABILIDADES</b>	Liderazgo Creatividad Solución de problemas. Manejo de personal Proactivo

			Eficiente
<b>FORMACION</b>			Superior
<b>IDIOMAS:</b>	<b>EDAD:</b>	<b>SEXO:</b>	<b>ESTADO CIVIL:</b>
Ingles	29-35 años	Indistinto	Indistinto

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado por: El Autor*

**Tabla N° 40**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>			
<b>PUESTO</b>	JEFE DE VENTAS		
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente General		
<b>SUPERVISA A:</b>	Vendedores		
<b>II. OBJETIVO DEL PUESTO</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Cumplir con el volumen de ventas propuesto mensualmente sin salirse del presupuesto acordado.</li> </ul>			
<b>III. FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Gestionar el plan mensual y anual de ventas.</li> <li>✚ Gestionar el CRM y dar seguimiento al cliente</li> <li>✚ Realizar el informe mensual y anual del detalle de ventas realizadas en el transcurso de tiempo establecido.</li> </ul>			
<b>IV. PERFIL DEL PUESTO</b>			
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	3er-4to Nivel en Negocios, Comercio.		
<b>EXPERIENCIA</b>	3-4 años en cargos similares.		
<b>HABILIDADES</b>	Proactivo Eficiente Manejo del estrés. Creativo Liderazgo Gestión de personal Ventas Negociación		
<b>FORMACION</b>	Superior		
<b>IDIOMAS:</b>	<b>EDAD:</b>	<b>SEXO:</b>	<b>ESTADO CIVIL:</b>

Ingles	26-50 años	Masculino	Indistinto
--------	------------	-----------	------------

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*

**Tabla N° 41**

### I. INFORMACIÓN BÁSICA

<b>PUESTO</b>	JEFE DE MARKETING
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente General
<b>SUPERVISA A:</b>	ninguno

### II. OBJETIVO DEL PUESTO

- ✚ Incrementar el nivel de alcance de la oferta dentro de un año y promover la marca para lograr satisfacer la demanda.

### III. FUNCIONES

- ✚ Gestionar el plan anual y mensual de publicidad.
- ✚ Implementar estrategias de marketing.
- ✚ Generar canales de publicidad.
- ✚ Generar valor comercial a la empresa.

### IV. PERFIL DEL PUESTO

**TITULO PROFESIONAL** 3er-4to Nivel en Marketing, Comercio.

**EXPERIENCIA** 3-4 año en cargos similares.

**HABILIDADES**

- Proactivo
- Eficiente
- Informática- manejo de las TIC'S
- Creativo
- Liderazgo
- Gestión de personal
- Negociación

**FORMACION** Superior

<b>IDIOMAS:</b>	<b>EDAD:</b>	<b>SEXO:</b>	<b>ESTADO CIVIL:</b>
Ingles	26-40 años	Masculino	Indistinto

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*

### 3.4. CONTROL DE GESTIÓN.

Para realizar el control de gestión es importante tomar en cuenta los diferentes indicadores. (Villagra, 2015)

#### 3.4.1. Indicadores de gestión.

Tabla N° 42

AREAS	INDICADORES	FÓRMULA
VENTAS	Nivel de ventas	$\frac{\# \text{ de unidades adquiridas}}{\# \text{ de unidades vendidas}}$
	Faltantes por despacho	$\text{total de unidades requeridas} - \text{unidades entregadas}$
	Satisfacción del cliente	$\frac{\text{experiencia recibida por el uso de serv.}}{\text{expectativa del servicio}}$
MARKETING	Reputación de la marca	$\% \text{Positivo} + \% \text{Negativo} + \% \text{Neutral}$
	Menciones de la marca.	$\frac{\# \text{ menciones de la marca}}{\text{total} \# \text{ menciones de la industria}}$
	Estrategia de Marketing digital (compromiso)	$\frac{\# \text{likes} + \# \text{shares} + \# \text{comentarios}}{\# \text{ de publicaciones y contenido}}$
FINANCIERO	TMAR	$TMAR = (\text{Inflación} + \text{Tasa Pasiva}) + (\text{Inflación} * \text{Tasa Pasiva})$
	VAN	$VAN = -1 + \sum \frac{FNC}{(1+i)^n}$
	TIR	$TIR = \frac{FNC_1}{(1+K)^1} + \frac{FNC_2}{(1+K)^2} \cdot -\text{Inversión Inicial}$

---

Inventarios en existencia	$\frac{\text{Inventario Promedio} * 365}{\text{Costo de mercancías vendidas}}$
Margen bruto de utilidad	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Activo Total}}$
Rentabilidad sobre ventas.	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas netas} * 100}$
Punto de equilibrio	$\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Margen de Contribución}}$

---

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado por: El Autor*

## CAPÍTULO IV

### ÁREA JURÍDICO LEGAL

#### 4.1. OBJETIVOS LEGALES.

##### Objetivo General:

- Identificar la estructura legal de la organización, definiendo la forma jurídica e identificando los procedimientos adecuados.

##### Objetivos Específicos:

- Determinar Inconvenientes legales que puedan ser una amenaza para la organización.

#### 4.2. Determinación de la forma jurídica.

Se realiza la determinación de la forma jurídica, tomando en cuenta el procedimiento legal como requisito para la constitución de la empresa

**Tabla N° 43**

<b>COMPAÑÍA LIMITADA</b>	<b>SOCIEDAD UNIPERSONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA</b>
Es una empresa de orden familiar.	Se crea con un solo socio.
Se interesa más por la.	Se lo denomina gerente propietario.
Se necesita un mínimo de 2 personas y un máximo de 15 personas.	Para su constitución se necesita un salario básico unificado x 10, aproximadamente \$3960.

---

Se necesita un capital mínimo de \$400.

---

**PROCEDIMIENTO  
COMPAÑÍA LIMITADA**

---

1. **Reserva un nombre.** Este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías. Se debe revisar que no exista ninguna **empresa** con el mismo nombre que se ha pensado.
2. **Elabora los estatutos.** Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.
3. **Apertura de una “cuenta de integración de capital”.** Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

Capital mínimo: \$400 para compañía anónima y x\$800 para compañía anónima (valores referenciales)

- ✚ Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
- ✚ Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio

Luego es necesario pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.

4. **Eleva a escritura pública.** Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.
  5. **Aprueba el estatuto.** Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.
  6. **Publica en un diario.** La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.
-

- 
7. **Obtén los permisos municipales.** En el municipio de la ciudad donde se crea tu **empresa**, deberá:
    - ✚ Pagar la patente municipal
    - ✚ Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones
  8. **Inscribe tu compañía.** Con todos los documentos antes descritos, anda al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu **empresa**, para inscribir la sociedad.
  9. **Realiza la Junta General de Accionistas.** Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.
  10. **Obtén los documentos habilitantes.** Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la **empresa**.
  11. **Inscribe el nombramiento del representante.** Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la **empresa** designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.
  12. **Obtén el RUC.** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:
    - ✚ El formulario correspondiente debidamente lleno
    - ✚ Original y copia de la escritura de **constitución**
    - ✚ Original y copia de los nombramientos
    - ✚ Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
    - ✚ De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite
-

---

13. **Obtén la carta para el banco.** Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

Cumpliendo con estos pasos, podrás hacer la **constitución** de tu compañía limitada o anónima. Un abogado puede ayudarte en el proceso; el costo de su servicio depende del monto de capital de la **empresa**.

---

### **SOCIEDAD UNIPERSONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

---

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se constituirá mediante escritura pública otorgada por el gerente-propietario, que contendrá:

1. El nombre, apellidos, nacionalidad, domicilio y estado civil del gerente-propietario;
2. La denominación específica de la empresa;
3. El domicilio fijado como sede de la empresa y las sucursales que la misma tuviere;
4. El objeto a que se dedicará la empresa;
5. El plazo de duración de la misma;
6. El monto del capital asignado a la empresa por el gerente-propietario, de conformidad con el artículo 1 de esta Ley;
7. La determinación del aporte del gerente-propietario;
8. La determinación de la asignación mensual que habrá de percibir de la empresa el gerente-propietario por el desempeño de sus labores dentro de la misma; y,

Si el gerente-propietario o la gerente-propietaria tuvieren formada sociedad conyugal, la escritura de constitución de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada será otorgada también por su cónyuge o conviviente.

---

---

La relación entre el gerente-propietario y la empresa no tendrá carácter laboral, por lo que dicha no estarán sujetas al Código del Trabajo ni a la Ley del Seguro Social Obligatorio.

---

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*

Se determina que el orden jurídico de la organización será una “Sociedad unipersonal de responsabilidad limitada” debido a que la visión empresarial está dirigida a no tener socios capitalistas y que mi patrimonio esté separado de la organización, siendo así mi persona el único representante legal y accionista de la empresa.

Por otro lado, y basándose en el crecimiento de la empresa, se proyecta la visión de ser una “Compañía de responsabilidad limitada” lo cual permite el ingreso de un número limitado de socios y conlleva a que la organización crezca y aumente su capital.

#### **4.3. Patentes y Marcas.**

Ya que no es un producto nuevo, no es posible registrar una patente, sin embargo, se considera el registro de la marca siguiendo los siguientes pasos:

1. Ingresar en la página del IEPI: [www.propiedadintelectual.gob.ec](http://www.propiedadintelectual.gob.ec)
2. Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS
3. Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL
4. llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)
5. Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.
6. Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LINEA.
7. Ingrese con su usuario y contraseña
8. Ingrese a la opción PAGOS
9. Opción TRAMITES NO EN LINEA

10. Opción GENERAR COMPROBANTE
11. Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)
12. Ingrese los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE
13. Imprima el comprobante
14. Y asista el BANCO DEL PACIFICO a pagar la tasa de \$16.
15. Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado)
16. Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@iepi.gob.ec, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar.
17. Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

#### TRAMITE PARA EL REGISTRO DE LA MARCA

18. Una vez que usted verifique en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.
19. Ingrese a solicitudes en línea con su usuario y contraseña
20. Opción REGISTRO
21. Del listado escoja la opción SOLICITUD DE SIGNOS DISTINTIVOS
22. Y proceda a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca
23. Después de haber ingresado los datos
24. Botón GUARDAR
25. Botón VISTA PREVIA
26. Botón GENERAR COMPROBANTE DE PAGO, que tiene un costo de \$208.
27. Cancele en el Banco del Pacífico
28. Icono INICIO DE PROCESO

**Fuente:** (Instituto de Propiedad Intelectual, 2018)

**Elaborado por:** IEPI

**4.4. Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).**

**Tabla N° 44**

Requerimiento	Procedimiento	Fuente
<b>Permiso de Funcionamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="632 454 1027 703">✚ Ingresar y registrarse en <a href="http://www.mdi.gob.ec/permiso-funcionamiento">www.mdi.gob.ec/permiso-funcionamiento</a> para obtener la clave y el usuario.</li> <li data-bbox="632 728 1027 869">✚ Registrar la información en opciones del sistema y completar los ítems:</li> <li data-bbox="632 893 1027 978">✚ Registro del establecimiento.</li> <li data-bbox="632 1003 1027 1088">✚ Trámite para un nuevo establecimiento</li> <li data-bbox="632 1113 1027 1144">✚ Seleccionar nuevo trámite.</li> <li data-bbox="632 1169 1027 1254">✚ Verificar la información de los requisitos.</li> <li data-bbox="632 1279 1027 1420">✚ Anexar y cargar al sistema todos los documentos asociados al trámite.</li> <li data-bbox="632 1444 1027 1693">✚ Con su usuario y contraseña revisar las notificaciones recibidas para conocer la fecha de pago del servicio en el</li> <li data-bbox="632 1718 1027 1749">✚ “Banco del Pacífico”</li> <li data-bbox="632 1774 1027 1973">✚ El sistema habilitará automáticamente el permiso de funcionamiento para que</li> </ul>	<a href="http://www.ministeriodelinterior.gob.ec">www.ministeriodelinterior.gob.ec</a>

---

el usuario lo pueda imprimir.

**Patente  
Municipal**

- ✚ Para inscribir la RAET o [www.zeus.com.ec](http://www.zeus.com.ec) Patente Municipal, se deben tener los siguientes requisitos:
  
  - ✚ Inscripción del RUC o RISE en el Servicio de Rentas Internas (SRI).
  - ✚ Formulario de Inscripción de RAET o Patente Municipal para personas naturales o jurídicas.
  - ✚ Acuerdo de Responsabilidad y Uso de Medios Electrónicos firmado por el Contribuyente o Apoderado
  
  - ✚ Número de predio del domicilio tributario de la persona natural o jurídica.
  - ✚ Copia de la cédula, de ambos lados.
  - ✚ Copia de papeleta de votación, de ambos lados.
  - ✚ Copia de la factura de un servicio básico del domicilio tributario.
-

- 
- + Copia del carnet de discapacidad (si es que aplica).
  - + Copia del carnet de artesano calificado (si es que aplica).
  - + En caso que el trámite lo realice una tercera persona, bastará una carta de autorización sencilla.
  - + Requisitos adicionales para Sociedades o Personas naturales obligadas a llevar contabilidad:
    - + Copia de nombramiento del representante Legal inscrito en el Registro Mercantil.
    - + Copia de la cédula del representante legal, de ambos lados.
    - + Copia de papeleta de votación del representante legal, de ambos lados.
    - + Copia de RUC del contador.
    - + Copia simple de la escritura pública de constitución.

**Licencia única de actividades económicas (LUAE)**

- + Los requisitos para obtener la [www.zeus.com.ec](http://www.zeus.com.ec) licencia única de Actividades Económicas (LUAE) son los siguientes:
-

- 
- ✚ Formulario de Solicitud de LUAE.
  - ✚ Formulario Reglas técnicas de arquitectura y urbanismo para LUAE.
  - ✚ Pago de la patente municipal.
  - ✚ Copia de la cédula, de ambos lados.
  - ✚ Copia de papeleta de votación, de ambos lados.
  - ✚ Copia de la factura de un servicio básico del domicilio tributario.
  - ✚ Foto del Rótulo, medidas y materiales del mismo.
  - ✚ Autorización del dueño del predio, en el que le permite colocar el rótulo.
  - ✚ En caso que el trámite lo realice una tercera persona, bastará una carta de autorización sencilla.

---

***Fuente: Investigación Propia***

***Elaborado por: El Autor***



## CAPÍTULO V

### ÁREA FINANCIERA

#### 5.1. OBJETIVOS FINANCIEROS

##### Objetivo General:

- ✚ Determinar la rentabilidad de la empresa.

##### Objetivos Específicos:

- ✚ Medir mediante los indicadores la efectividad de la empresa.
- ✚ Determinar la inversión necesaria para poner en marcha el proyecto

#### 5.1. PLAN DE INVERSIONES

Dentro del plan de inversiones se detalla todo aquello que se necesita antes de que la empresa llegue a funcionar, en este caso se determinó el mismo por un período de 3 meses.

Tabla N° 45

PLAN DE INVERSIONES		
ACTIVOS FIJOS	Precio Unitario	\$5.488,00
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>\$1.174,00</b>
3 Sillas giratorias	38,00	\$114,00
2 Escritorio de computo	70,00	\$140,00
1 Archivadores	35,00	\$35,00
6 Muebles recepción	85,00	\$510,00
3 Mueble de almacenaje	89,00	\$267,00
3 Mesa	36,00	\$108,00
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>\$165,00</b>
3 Teléfono convencional	35,00	\$105,00
4 Calculadora científica	15,00	\$60,00
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>		<b>\$2.400,00</b>
1 Computadora de escritorio	1100,00	\$1.100,00

1	Laptops	600,00	\$600,00
2	Impresora Epson Multifuncional	350,00	\$700,00
	<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>		<b>\$1.749,00</b>
1	Guillotina Industrial	699,00	\$699,00
5	kits de Instalación	210,00	\$1.050,00
	<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>\$1.060,00</b>
1	Costos de constitución	600,00	\$600,00
1	Obtención del RUC	60,00	\$60,00
1	Permiso de Bomberos	250,00	\$250,00
1	Licencias	150,00	\$150,00
	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>\$10.692,29</b>
	<b>ÚTILES DE OFICINA</b>		<b>\$157,10</b>
2	Esferos color azul	0,45	\$10,80
24	Esferos color negro	0,45	\$10,80
5	Grapadora	0,90	\$4,50
5	Perforadora	1,00	\$5,00
10	Resma Papel Bond A4	6,35	\$63,50
10	Carpetas de archivo	1,50	\$15,00
10	Clips (caja de 100 unidades)	2,50	\$25,00
15	Humedecedor de dedos	1,50	\$22,50
	<b>ÚTILES DE ASEO</b>		<b>\$271,21</b>
10	Kits de limpieza	25,00	\$250,00
6	Jabón	1,56	\$9,36
15	Papel higiénico	0,79	\$11,85
	<b>PUBLICIDAD</b>		<b>\$2.690,00</b>
1	Redes Sociales	3 meses	\$1.050,00
1	Revistas	3 meses	\$890,00
1	Afiches	3 meses	\$750,00
	<b>ARRIENDO</b>		<b>\$1.500,00</b>
1	Arriendo Local	3 meses	\$1.500,00
	<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>		<b>\$4.259,98</b>
	<b>PREPAGADOS</b>		
	Sueldos y Salarios fijos	3 meses	\$4.009,98
	Honorarios	3 meses	\$250,00
	<b>MATERIALES E INSUMOS</b>		<b>\$1.814,00</b>
	Costo de producción	3 meses	\$1.814,00
	<b>TOTAL</b>		<b>\$17.240,29</b>

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: El Autor*

## 5.2. Plan de Financiamiento

### a) Forma de Financiamiento.

Se determina que la forma de financiamiento será por medio de recursos propios en su totalidad, siendo estos provenientes de bienes personales y ahorros.

**Tabla N° 46**

<b>Descripción</b>	<b>Total (USD)</b>	<b>Parcial (%)</b>	<b>Total (%)</b>
<b>Recursos propios</b>	<b>\$17.240,29</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Efectivo	\$10.000,00	58%	
Bienes	\$7.240,29	42%	
<b>Recursos de terceros</b>	<b>\$0,00</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
Préstamo Privado	\$0,00	0%	
Préstamo Bancario	\$0,00	0%	
<b>TOTAL</b>	<b>\$17.240,29</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: El Autor*

### 5.3.Calculo de costos y gastos.

a) **Tabla N° 47: Detalle de costos.**

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	FIJOS	VARIABLES	Costo mensual	Costo anual
<b>Materia Prima</b>						
Vinil Automotriz	Material	4 Rollos		\$200,00	\$800,00	\$9.600,00
Pistola de calor	Material	5 Pistolas		\$45,00	\$225,00	\$225,00
Tarjetas anti bombas de aire	Material	10 Tarjetas		\$2,50	\$25,00	\$25,00
Cera para manos	Material	2 Ceras		\$1,25	\$2,50	\$30,00
Guillotina Industrial	Material	1 Guillotina		\$200,00	\$200,00	\$200,00
Implementos de limpieza	Material	15 Kits		\$5,00	\$75,00	\$225,00
Estilete especial	Material	5 Estiletos		\$3,25	\$16,25	\$16,25
<b>Subtotal</b>				<b>\$457,00</b>	<b>\$1.343,75</b>	<b>\$10.321,25</b>
<b>Costos indirectos de fabricación (CIF)</b>						
Mandil	Material	3 mandiles	\$15,00		\$45,00	\$135,00
Mascarilla	Material	10 Mascarillas	\$0,80		\$8,00	\$96,00
Guantes especiales	Material	40 kits	\$0,50		\$20,00	\$80,00
Mantenimiento y reparación activos	Material	1 mantenimiento	\$17,50		\$17,50	\$210,00
Servicios básicos de operaciones.		1/mes		\$30,00	\$30,00	\$120,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$63,80</b>		<b>\$120,50</b>	<b>\$641,00</b>
<b>Mano de Obra directa</b>						
Operario de instalación	Persona	2 Trabajador	\$400,00		\$822,56	\$11.460,72
<b>Subtotal</b>			<b>\$400,00</b>		<b>\$822,56</b>	<b>\$11.460,72</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>\$63,80</b>	<b>\$857,00</b>	<b>\$2.286,81</b>	<b>\$22.422,97</b>

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: El Autor*

**b) Tabla N° 48 Detalle sueldos.**

Representado en el Capítulo III se determina que existirán inicialmente 3 personas que formen parte del personal de trabajo, los cuales incluye un Gerente General y 2 operarios con funciones específicas: marketing y ventas.

APORTE										
CAN T	CARGO	INGRESOS		PATRO NAL	XIII	XIV	FONDOS DE RESERVA	TOTAL	MANO DE OBRA MENSUAL	MANO DE OBRA ANUAL
		SUELDO	TOTAL	11,15%						
1	Gerente,	\$500,00	\$500,00	\$55,75	\$500,0	\$395,00	\$41,65	\$1.409,10	\$514,10	\$7.064,20
2	Operarios	\$400,00	\$800,00	\$89,20	\$800,0	\$790,00	\$66,64	\$2.412,56	\$822,56	\$11.460,72
<b>TOTAL</b>									<b>\$1.336,66</b>	<b>\$18.524,92</b>

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: El Autor*

### Tabla N° 49 Mantenimiento y reparación de Activos

Por medio de esta tabla se establece el periodo donde los activos serán sometidos a reparación, siendo estas mensuales, anuales, eventuales o que nunca necesiten reparación debido a su estructura y a su uso.

CONCEPTO	TIPO	VALOR	FRECUENCIA	MENSUAL	AÑO 1
Muebles y Enseres	Gasto	\$1.174,00	Eventual	\$0,00	\$0,00
Equipos de Oficina	Gasto	\$165,00	Nunca	\$0,00	\$0,00
Equipos de Computación	Gasto	\$2.400,00	Mensual	\$12,50	\$150,00
Maquinaria y Equipo	Gasto	\$1.749,00	Anual	\$5,00	\$60,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 5.488,00</b>		<b>\$ 17,50</b>	<b>\$ 210,00</b>

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: El Autor*

#### a) Tabla N° 50 Proyección de costos

La proyección de costos se determinará en base al porcentaje de Inflación del país el cual es 0,27% según indica el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC 2018). Esta protección es realizada por un período de 5 años, y a su vez al año 3 se hará la compra de nuevos materiales.

Descripción del producto	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Total	Fijos	Variables												
<b>Materia Prima</b>															
Vinil	\$9.600	-	\$9.600	\$9.625,92	-	\$9.625,92	\$11.577,09	-	\$11.577,09	\$11.608,35	-	\$11.608,35	\$11.639,69	-	\$11.639,69
Automotriz															
Pistola de calor	\$225,00	-	\$225,00	\$225,61	-	\$225,61	\$271,34	-	\$271,34	\$272,07	-	\$272,07	\$272,81	-	\$272,81
Tarjetas anti bombas de aire	\$25	-	\$25	\$25,07	-	\$25,07	\$30,15	-	\$30,15	\$30,23	-	\$30,23	\$30,31	-	\$30,31
Cera para manos	\$30	-	\$30	\$30,08	-	\$30,08	\$36,18	-	\$36,18	\$36,28	-	\$36,28	\$36,37	-	\$36,37
Guillotina Industrial	\$200	-	\$200	\$200,54	-	\$200,54	\$241,19	-	\$241,19	\$241,84	-	\$241,84	\$242,49	-	\$242,49
Implementos de limpieza	\$225	-	\$225	\$225,61	-	\$225,61	\$271,34	-	\$271,34	\$272,07	-	\$272,07	\$272,81	-	\$272,81
Estilete especial	\$16,25	-	\$16,25	\$16,29	-	\$16,29	\$19,60	-	\$19,60	\$19,65	-	\$19,65	\$19,70	-	\$19,70
<b>Subtotal</b>	<b>\$10.321,25</b>	<b>-</b>	<b>\$10.349,12</b>	<b>\$10.349,12</b>	<b>-</b>	<b>\$10.349,12</b>	<b>\$12.446,88</b>	<b>-</b>	<b>\$12.446,88</b>	<b>\$12.480,49</b>	<b>-</b>	<b>\$12.480,49</b>	<b>\$12.514,19</b>	<b>-</b>	<b>\$12.514,19</b>
<b>Costos indirectos de fabricación (CIF)</b>															
Mandil	\$135,00	\$135	-	\$135,36	\$135,36	-	\$135,73	\$135,73	-	\$136,10	\$136,10	-	\$136,46	\$136,46	-
Mascarilla	\$96,00	\$96	-	\$96,26	\$96,26	-	\$96,52	\$96,52	-	\$96,78	\$96,78	-	\$97,04	\$97,04	-
Guantes especiales	\$80,00	\$80,0	-	\$80,22	\$80,22	-	\$80,43	\$80,43	-	\$80,65	\$80,65	-	\$80,87	\$80,87	-
Mantenimiento y reparación activos	\$210,00	\$210,00	-	\$210,57	\$210,57	-	\$211,14	\$211,14	-	\$211,71	\$211,71	-	\$212,28	\$212,28	-
Servicios básicos de operaciones.	\$120,00	-	\$120,00	\$120,32	-	\$120,32	\$120,65	-	\$120,65	\$120,97	-	\$120,97	\$121,30	-	\$121,30
<b>Subtotal</b>	<b>\$641,00</b>	<b>-</b>	<b>\$641,00</b>	<b>\$642,73</b>	<b>-</b>	<b>\$642,73</b>	<b>\$644,47</b>	<b>-</b>	<b>\$644,47</b>	<b>\$646,21</b>	<b>-</b>	<b>\$646,21</b>	<b>\$647,95</b>	<b>-</b>	<b>\$647,95</b>
<b>Mano de Obra directa</b>															
Operario de instalación	\$822,56	\$822,56	-	\$824,78	-	\$824,78	\$827,01	-	\$827,01	\$829,24	-	\$829,24	\$831,48	-	\$831,48
<b>Subtotal</b>	<b>\$822,56</b>	<b>-</b>	<b>\$822,56</b>	<b>\$824,78</b>	<b>-</b>	<b>\$824,78</b>	<b>\$827,01</b>	<b>-</b>	<b>\$827,01</b>	<b>\$829,24</b>	<b>-</b>	<b>\$829,24</b>	<b>\$831,48</b>	<b>-</b>	<b>\$831,48</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>\$11.784,81</b>	<b>-</b>	<b>\$11.816,63</b>	<b>\$11.816,63</b>	<b>-</b>	<b>\$11.816,63</b>	<b>\$13.918,36</b>	<b>-</b>	<b>\$13.918,36</b>	<b>\$13.955,94</b>	<b>-</b>	<b>\$13.955,94</b>	<b>\$13.993,62</b>	<b>-</b>	<b>\$13.993,62</b>

**Tabla N° 51: Detalle de Gastos**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Costos Fijos</b>	<b>Costos Variables</b>	<b>Valor anual</b>
Sueldos y Salarios	\$460,00	2	\$920,0		\$11.040,0
Suministros de oficinas	\$157,10	1		\$157,10	\$157,10
Servicios Básicos	\$30,00	12		\$30,00	\$360,00
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					<b>\$11.557,1</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Frecuencia Mensual</b>	<b>Costos Fijos</b>	<b>Costos Variables</b>	<b>Valor anual</b>
Publicidad	\$100,00	1	\$100,00		\$1.200,00
Sueldos operarios	\$822,56	1	\$822,56		\$11.460,72
Mantenimiento implementos	\$10,00	2		\$20,00	\$240,00
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>					<b>\$12.900,7</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Frecuencia Mensual</b>	<b>Costos Fijos</b>	<b>Costos Variables</b>	<b>Valor anual</b>
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	\$0,00	0		\$0,00	\$0,00
<b>TOTAL DE GASTOS</b>					<b>\$24.457,8</b>

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: El Autor*

Se ha determinado que el detalle de gastos administrativos, de ventas y financieros da un total anual de \$24.457,82 siendo los gastos de ventas los correspondientes a la suma más alta del total.

A su vez se especifica que no existirán gastos financieros, ya que no se prevé al menos los primeros 5 años obtener créditos de alguna institución financiera, siendo así que todos los gastos iniciales serán cubiertos a partir del capital del trabajo especificado en el punto 5.1 del plan de inversiones.

**d) Tabla N° 52: Proyección de Gastos**

En base a lo establecido la proyección de gastos se determinará mediante el porcentaje de inflación el cual es de 0.27% registrado por el INEC 2018.

<b>Descripción</b>	<b>Total año 1</b>	<b>Total año 2</b>	<b>Total año 3</b>	<b>Total año 4</b>	<b>Total año 5</b>
<b>GASTOS</b>					
<b>ADMINISTRATIVOS</b>					
Sueldos y Salarios	\$11.040,00	\$11.069,81	\$11.099,70	\$11.129,67	\$11.159,72
Suministros de oficinas	\$157,10	\$157,52	\$157,95	\$158,38	\$158,80
Servicios Básicos	\$360,00	\$360,97	\$361,95	\$362,92	\$363,90
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$11.557,10</b>	<b>\$11.588,30</b>	<b>\$11.619,59</b>	<b>\$11.650,97</b>	<b>\$11.682,42</b>
<b>ADMINISTRATIVOS</b>					
<b>GASTOS DE</b>					
<b>VENTAS</b>					
Publicidad	\$1.200,00	\$1.203,24	\$1.206,49	\$1.209,75	\$1.213,01
Sueldos operarios	\$11.460,72	\$11.491,66	\$11.522,69	\$11.553,80	\$11.585,00
Mantenimiento implementos	\$240,00	\$240,65	\$241,30	\$241,95	\$242,60
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$12.900,72</b>	<b>\$12.935,55</b>	<b>\$12.970,48</b>	<b>\$13.005,50</b>	<b>\$13.040,61</b>
<b>TOTALES</b>	<b>\$24.457,82</b>	<b>\$24.523,86</b>	<b>\$24.590,07</b>	<b>\$24.656,46</b>	<b>\$24.723,04</b>

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: El Autor*

**Tabla N° 53: Mano de Obra**

Se detalla la mano de obra requerida para el pleno funcionamiento de las áreas de la empresa, especificando de acuerdo al funcionamiento de la organización.

CANT.	CARGO	MANO DE OBRA	
		SALARIO	TOTAL
	<b>Administrativo</b>		<b>\$514,10</b>
1	Gerente General	\$514,10	
	<b>Operativo</b>		<b>\$822,56</b>
1	Jefe de Producción	411,28	
1	Jefe de Ventas	411,28	
	<b>TOTAL</b>		<b>\$1.336,66</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*

**Tabla N° 54: Depreciación**

Se calcula la disminución del valor que sufren aquellos activos fijos de la organización debido al uso, esto se contabiliza como un gasto para la empresa.

DETALLE DEL BIEN	VIDA UTIL (AÑOS)	VALOR	% DE DEPRECIACIÓN	ANUAL
Muebles y enseres	10	\$1.174,00	10%	\$117,40
Equipos de oficina	10	\$165,00	10%	\$16,50
Equipos de cómputo	3	\$2.400,00	33,30%	\$799,20
Maquinaria y equipos	10	\$1.749,00	10%	\$174,90
<b>TOTAL</b>		<b>\$5.488,00</b>		<b>\$1.108,00</b>

*Fuente: (Internas, 2018)*

*Elaborado por: El Autor*

**Tabla N° 55: Proyección de la depreciación.**

<b>DETALLE DEL BIEN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Muebles y enseres	\$117,40	\$117,40	\$117,40	\$117,40	\$117,40
Equipos de oficina	\$16,50	\$16,50	\$16,50	\$16,50	\$16,50
Equipos de cómputo	\$799,20	\$799,20	\$799,20	\$0,00	\$0,00
Maquinaria y equipos	\$174,90	\$174,90	\$174,90	\$174,90	\$174,90
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.108,00</b>	<b>\$1.108,0</b>	<b>\$1.108,0</b>	<b>\$308,80</b>	<b>\$308,80</b>

*Fuente:* (Internas, 2018)

*Elaborado por:* El Autor

#### **5.4 CÁLCULO DE INGRESOS.**

Los ingresos de la organización datan de la venta del servicio de instalación de vinil, por medio del cual se detalla en la siguiente tabla realizada en base al porcentaje de ventas anual.

**Tabla N° 56: Cálculo de ingresos.**

La cantidad de automóviles estipulados en la tabla se ha determinado por medio del estudio de mercado detallado en el capítulo 1 así como su precio referencial.

DETALLE	PRECIO USD	CANTIDAD	AÑO 1
Instalación de Vinil para Autos Pequeños	\$250,00	102	\$25.500,00
Instalación de Vinil para Autos Medianos	\$400,00	40	\$16.000,00
Instalación de Vinil para Autos Grandes	\$650,00	30	\$19.500,00
<b>TOTAL INGRESO * VENTA</b>		<b>172</b>	<b>\$61.000,00</b>

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: El Autor*

**Tabla N° 57: Proyección de Ingresos**

Se proyectará los ingresos utilizando la tasa de crecimiento del sector, el cual es el 25% según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2018) siendo así que en el año 5 se proyecta recaudar un total de \$148,925.

DETALLE	PRECIO USD	CANTIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Instalación de Vinil para Autos Pequeños	\$250,00	102	\$25.500,00	\$31.875,00	\$39.843,75	\$49.804,69	\$62.255,86
Instalación de Vinil para Autos Medianos	\$400,00	40	\$16.000,00	\$20.000,00	\$25.000,00	\$31.250,00	\$39.062,50
Instalación de Vinil para Autos Grandes	\$650,00	30	\$19.500,00	\$24.375,00	\$30.468,75	\$38.085,94	\$47.607,42
<b>TOTAL</b>		<b>172</b>	<b>\$61.000,00</b>	<b>\$76.250,00</b>	<b>\$95.312,50</b>	<b>\$119.140,63</b>	<b>\$148.925,78</b>

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: El Autor*

## 5.5 FLUJO DE CAJA

Mediante el flujo de caja se permite conocer el estado financiero de la empresa, y por medio del cual podremos determinar tales indicadores como: Valor Actual Neto (VAN) , y la Tasa Interna de retorno (TIR)

**Tabla N° 58**

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		\$61.000,00	\$76.250,00	\$95.312,50	\$119.140,63	\$148.925,78
(-) Costos de Producción		\$11.784,81	\$11.816,63	\$13.918,36	\$13.955,94	\$13.993,62
(-) Gastos Administrativos		\$11.557,10	\$11.588,30	\$11.619,59	\$11.650,97	\$11.682,42
(-) Gastos de ventas		\$12.900,72	\$12.935,55	\$12.970,48	\$13.005,50	\$13.040,61
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE UTILIDAD E IMPUESTOS</b>		<b>\$24.757,37</b>	<b>\$39.909,51</b>	<b>\$56.804,07</b>	<b>\$80.528,22</b>	<b>\$110.209,13</b>
(-) Reparto de Utilidades		\$3.713,61	\$5.986,43	\$8.520,61	\$12.079,23	\$16.531,37
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>\$21.043,76</b>	<b>\$33.923,09</b>	<b>\$48.283,46</b>	<b>\$68.448,99</b>	<b>\$93.677,76</b>
(-) Impuestos 25%		\$5.260,94	\$8.480,77	\$12.070,87	\$17.112,25	\$23.419,44
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>\$15.782,82</b>	<b>\$25.442,32</b>	<b>\$36.212,60</b>	<b>\$51.336,74</b>	<b>\$70.258,32</b>
(+) Depreciaciones		\$1.108,00	\$1.108,00	\$1.108,00	\$308,80	\$308,80
(-) Equipos de oficina		-\$165,00				
(-) Maquinaria y Equipo		-\$1.749,00				
(-) Activos diferidos		-\$1.060,00				
(-) Muebles y Enseres		-\$1.174,00				
(-) Equipos de Computación		-\$2.400,00				
(-) Capital de Trabajo		-\$10.692,29				
<b>(=) TOTAL</b>		<b>-\$17.240,29</b>	<b>\$16.890,82</b>	<b>\$26.550,32</b>	<b>\$51.645,54</b>	<b>\$70.567,12</b>

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: El Autor*

## 5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

El cálculo del punto de equilibrio en dólares se lo realiza con la aplicación de la siguiente fórmula. (Madrigal, 2012, pag 55).

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{VENTAS}}$$

$$PE = \frac{25.044,28}{1 - \frac{11.198,35}{61.000}}$$

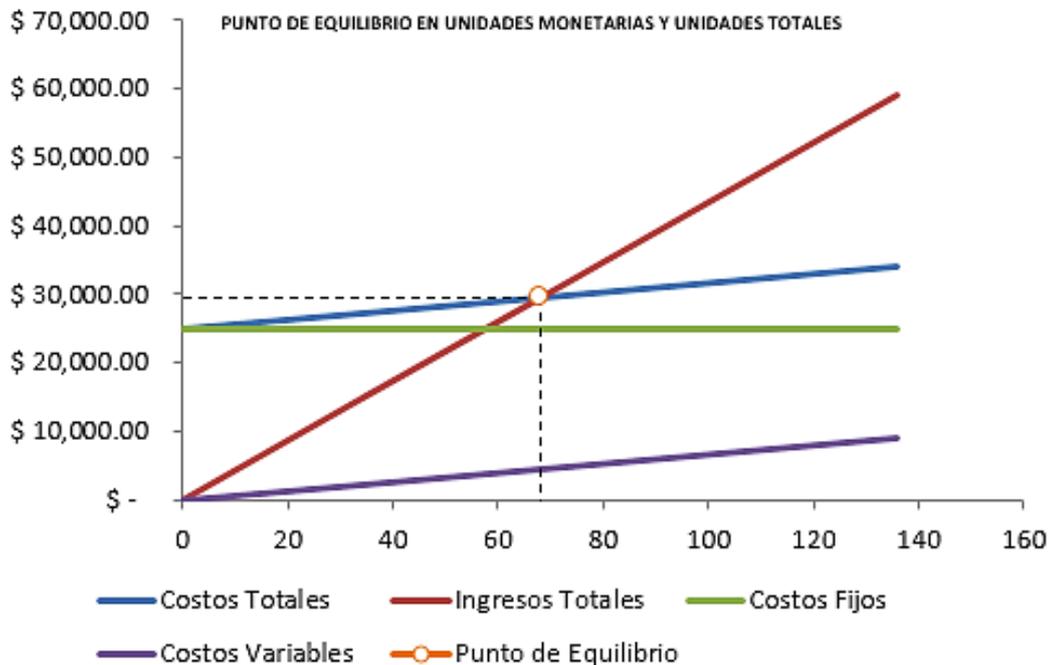
$$PE = \frac{25.044,28}{1 - 0,1835}$$

$$PE = \frac{25.044,28}{0,8165}$$

$$PE = 29.471,90$$

$$PEu = 29.471,90/433.33$$

$$PEu = 68 \text{ Autos}$$



**Figura 27:** Proyección de la oferta

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** El Autor

Tal y como se muestra en la gráfica se determina que el punto de equilibrio en términos monetarios es de \$29.471,90 lo que quiere decir que es necesario alcanzar esa meta para recuperar la inversión, siendo la misma un total de 68 autos que tienen que hacer uso del servicio para completar la meta.

### 5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Una vez que se ha descrito los costos, gastos, y los ingresos por ventas, se procederá a realizar el estado de pérdidas y ganancias, el cual muestra a detalle la rentabilidad de la empresa, que a su vez es necesario recalcar no tendrá ningún gasto por cuestiones financieras, ya que no se planificó realizar préstamos bancarios.

**Tabla N° 59**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ingresos por Ventas	\$61.000,00	\$76.250,00	\$95.312,50	\$119.140,6	\$148.925,8
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$61.000,00</b>	<b>\$76.250,00</b>	<b>\$95.312,50</b>	<b>\$119.140,6</b>	<b>\$148.925,7</b>
Costos de ventas	\$11.784,81	\$11.816,63	\$11.848,53	\$11.880,52	\$11.912,60
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$49.215,1</b>	<b>\$64.433,3</b>	<b>\$83.463,9</b>	<b>\$107.260,0</b>	<b>\$137.013,1</b>
Gastos de ventas	\$12.900,72	\$12.935,55	\$12.970,48	\$13.005,50	\$13.040,61
Gastos Administrativos	\$11.557,10	\$11.588,30	\$11.619,59	\$11.650,97	\$11.682,42
Gastos Financieros	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES</b>	<b>\$24.757,37</b>	<b>\$39.909,51</b>	<b>\$58.873,90</b>	<b>\$82.603,64</b>	<b>\$112.290,14</b>
15% de participación de trabajadores	\$3.713,61	\$5.986,43	\$8.831,08	\$12.390,55	\$16.843,52

---

<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$21.043,76</b>	<b>\$33.923,09</b>	<b>\$50.042,81</b>	<b>\$70.213,09</b>	<b>\$95.446,62</b>
25% de impuesto a la renta	\$5.260,94	\$8.480,77	\$12.510,70	\$17.553,27	\$23.861,66
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$15.782,82</b>	<b>\$25.442,32</b>	<b>\$37.532,11</b>	<b>\$52.659,82</b>	<b>\$71.584,97</b>

---

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: El Autor*

Una vez realizado el estado de resultados, hemos podido determinar que la empresa obtendrá \$15.782,82 de utilidad neta en el primer año de actividad económica. No es a partir del 5to año que la empresa obtendrá utilidades representativas las mismas que serán \$71.584,97.

## 5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera se realiza en base de distintos indicadores que nos permitirán identificarla posición financiera en la que la empresa se encuentra

### A) INDICADORES

#### a.1 TMAR.

Para calcular la tasa mínima de rendimiento aceptable, es primordial tener en cuenta los factores que influyen en el desarrollo de la empresa, para la misma se aplica la siguiente fórmula basada en la fórmula de Baca Urbina.

**Tabla N° 60: Promedio de Inflación Anual de Ecuador.**

<i>AÑO</i>	<i>PORCENTAJE</i>
2014	3.67
2015	3.38
2016	1.12
2017	-0.2
2018	0.27
<b>Promedio</b>	<b>1.65</b>

*Fuente: Banco Central del Ecuador BCU 2019*

*Elaborado por: El Autor*

TMAR = (Inflación + Tasa Pasiva) + (Inflación \* Tasa Pasiva)

TMAR = (1.65+5.89) + (1.65\*5.89)

TMAR = 7.54 + 9.72

TMAR= 17.26%

#### a.2 Valor Actual Neto (VAN).

El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable.

Para determinar el VAN es necesaria la utilización de la siguiente fórmula:

$$VAN = -1 + \sum \frac{FNC}{(1+i)^n}$$

**Tabla N° 61: Valor Actual Neto**

AÑOS	FNC	(1+i)^n	VALOR ACTUAL
0	-23.075,29		-23.075,29
1	16.890,82	1.17	14,436.59
2	26.550,32	1.37	19,379.79
3	38.640,11	1.61	24,000.07
4	52.968,62	1.89	28,025.72
5	71.893,77	2.22	32,384.58
<b>TOTAL</b>			<b>\$95,151.46</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*

Se determina que el Valor Actual neto es Positivo, lo que significa que el proyecto es rentable.

### **a.3 Tasa Interna de Retorno.**

Al determinar la Tasa Interna de Retorno (TIR) se obtiene la rentabilidad del proyecto, el cual se lo realiza con la siguiente fórmula:

$$TIR = \frac{FNC_1}{(1+K)^1} + \frac{FNC_2}{(1+K)^2} + \dots - Inversión Inicial = 0$$

$$TIR = \frac{16.890,82}{(1+0.1726)^1} + \frac{26.550,32}{(1+0.1726)^2} + \frac{38.640,11}{(1+0.1726)^3} + \frac{52.968,62}{(1+0.1726)^4} + \frac{71.893,77}{(1+0.1726)^5}$$

$$-23.075,29$$

$$TIR = 109\%$$

### **a.4 Costo Beneficio.**

El Costo Beneficio es un análisis financiero que pretende determinar el nivel de rentabilidad que uno va a obtener con respecto a la inversión que se realiza. (Boardman, 2006)

Para determinar el costo beneficio se utilizará la siguiente fórmula:

$$CB = \frac{\text{Ingresos Totales Netos}}{\text{Costos Totales}}$$

$$CB = \frac{61.000,00}{36.242,63}$$

$$CB = 1,683$$

El resultado del cálculo del Costo Beneficio es de 1,68, lo que se significa que por cada dólar invertido, se obtiene 0.68 ctvs. de ganancia.

#### **a.5 Período de Recuperación.**

Es importante calcular el período de recuperación ya que por medio de esta podremos determinar en qué año la empresa recuperará la cantidad invertida con respecto a sus ganancias.

**Tabla N° 62: Período de recuperación.**

<b>AÑOS</b>	<b>FNC</b>	<b>FNC ACTUALIZADO</b>	<b>FNC ACTUALIZADO ACUMULADO</b>
0	-23.075,29	-23.075,29	-23.075,29
1	16.890,82	14,436.59	-8.638,7
2	26.550,32	19,379.79	10.741,09
3	38.640,11	24,000.07	34.741,16
4	52.968,62	28,025.72	62.766,88
5	71.893,77	32,384.58	95.151,46

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*

Mediante este análisis se ha determinado que la empresa recuperará la inversión en el segundo año de actividad económica, siendo así un factor favorable ya que al segundo año se podrán obtener utilidades fuera de la inversión lo cual se deriva en un crecimiento sostenible de la empresa, empezando a generar puestos de trabajo y empezar a generar valor accionario,

#### **b. Razones.**

Son aquellos indicadores que permiten conocer la capacidad de la empresa para el pago de las obligaciones económicas en el tiempo correcto.

### b.1 Liquidez.

#### Razón Capital Trabajo

Esta razón es la que mide la capacidad de la empresa cuando esta solicita un crédito a corto plazo, es decir, mide la habilidad para cubrir sus deudas y obligaciones a corto plazo.

$$\begin{aligned}\text{Índice de Solvencia} &= \frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}} \\ &= \frac{13.000}{4.009} \\ &= 3.24\end{aligned}$$

Este indicador muestra que por cada dólar de deuda, se obtendrá \$3.24 dólares para solventar o pagar dicha deuda.

### b.2 Rentabilidad.

**Tabla N° 63: Liquidez**

RENTABILIDAD	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Margen Operacional</b>	Utilidad operacional/ ventas	40.5%	52.3%	61.7%	69.3%	75.4%
<b>Rentabilidad neta de Ventas</b>	Utilidad Neta/ Ventas	25.8%	33.3%	39.3%	44%	48%

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: El Autor*

## **CAPÍTULO VI**

### **CONCLUSIONES**

- ✚ A partir del análisis de mercado del presente trabajo de investigación, podemos concluir que el producto es muy llamativo dentro de la población, por cuanto despierta curiosidad por saber más de lleno las funciones y características que ofrece el servicio.
- ✚ El estudio del producto permite determinar que el vinil presenta características favorables de almacenaje; no es un producto perecible y existe un bajo riesgo de pérdida o deterioro al almacenar en stock.
- ✚ A raíz del análisis competitivo se ha logrado concluir que tanto el servicio como el producto presentan notorias ventajas a nivel de calidad y proveedores.
- ✚ El análisis legal a concluido que no existe ninguna regularización de tránsito que impida el uso del producto en mención sobre automóviles.
- ✚ En consonancia con los objetivos formulados se ha determinado que el proyecto es rentable, mediante el análisis financiero realizado, todo indica que el proyecto es viable tal y como lo muestran los indicadores de gestión.

## RECOMENDACIONES

- ✚ En base a los resultados obtenidos de la encuesta en el presente proyecto, se recomienda dirigir el servicio hacia un mercado más exclusivo, para mejorar la imagen del producto y diversificar en diferentes áreas dentro del enfoque automotor.
- ✚ Con el propósito de posicionar a la empresa dentro del mercado automotor y de auto lujos, es pertinente realizar una campaña agresiva de información que proporcione al usuario datos sobre la misma, como el servicio y otros aspectos relacionados con los beneficios que brinda.

## BIBLIOGRAFÍA

- 3M. (Abril de 2011). *Multimedia.em.com*. Obtenido de <http://multimedia.3m.com/mws/media/815691O/boletin-de-producto-serie-1080-vc.pdf>
- Amazon. (Agosto de 2018). *Amazon*. Obtenido de [www.amazon.com](http://www.amazon.com)
- Asociation, A. M. (2018). *Promonegocios*. Obtenido de [www.promonegocios.net](http://www.promonegocios.net)
- BCE. (2016). *Efectos de la dolarización*.
- Boardman, N. E. (2006). *Cost-benefit Analysis: Concepts and Practice*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Consultores, A. (2018). *Control de calidad y las 7 herramientas basicas*. Obtenido de <https://www.aiteco.com/el-control-de-calidad-herramientas-basicas/>
- DirConfidencial*. (19 de Junio de 2018). Obtenido de <https://dirconfidencial.com/diccionario/5-fuerzas-porter-20161109-1320/>
- Electrónico, C. (Mayo de 2018). Obtenido de [www.comercioelectronico.com](http://www.comercioelectronico.com)
- Google. (Noviembre de 2018). Google forms. *Encuesta* . Quito, Pichincha, Ecuador: Google.
- Home by me*. (Agosto de 2018). Obtenido de <http://www.home.by.me.com.es>
- INEC. (2011-2012). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos (ENIGHUR)*. INEC. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Encuesta\\_Nac\\_Ingresos\\_Gastos\\_Hogares\\_Urb\\_Rur\\_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/EnighurPresentacionRP.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Nac_Ingresos_Gastos_Hogares_Urb_Rur_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/EnighurPresentacionRP.pdf)
- INEC. (2016).
- INEC. (Diciembre de 2017). *INEC*.
- INEC. (2018). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*.
- INEC. (s.f.). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*.

- Instituto de Propiedad Intelectual. (2018). *Registro Marca*. Quito.
- Internas, S. d. (2018). *Depreciaciones activos*. Quito: SRI.
- Kotler, P. (2014). Análisis de la Demanda. En P. Kotler. EEUU.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ibáñez, D. C., Roche, I. C., & Rodríguez, C. E. (2005). *Marketing* (decima edicion ed.). Madrid: Pearson.
- Rodríguez, S. A. (2008). Mercado Potencial.
- Think. (2017). Obtenido de <http://www.thinckpublicidad.com.mx/tag/donde-comprar-vinil-automotriz-df/>
- Think Publicidad. (www.thinckpublicidad.com.mx de Abril de 2018).
- Universo, D. e. (Septiembre de 2018). Obtenido de [www.diarioeluniverso.com](http://www.diarioeluniverso.com)
- Universo, E. (2017). Obtenido de [https://www.eluniverso.com/publicidad/publicidadImpresa\\_revistas.htm](https://www.eluniverso.com/publicidad/publicidadImpresa_revistas.htm)
- Valcárcel, I. G. (2001). CRM Gestión de la Relación con los Clientes. En I. G. Valcárcel. Madrid: Fc Editorial.
- Villagra, J. A. (2015). *Indicadores de Gestion*. Cengage.
- Vinil Customs. (2014). Obtenido de <http://www.vinylcustoms.es/ventajas-vinilo/>
- Vinilo, M. (2018). *Motor Vinilo*. Obtenido de [www.motorvinilo.com](http://www.motorvinilo.com)