



1. ANÁLISIS DEL MERCADO

La reactivación económica del país al consolidarse la dolarización como sistema económico, ha favorecido el retorno de algunas marcas que habían salido del mercado ecuatoriano y a las marcas existentes les permitió manejar mejor sus importaciones, planificar su producción y aplicar nuevas estrategias comerciales. El mercado automotriz en el Ecuador supera todas las expectativas, alcanzando en el 2004 un total de ventas de 59348 vehículos.

Las principales marcas que se importan desde América del Sur son Peugeot y Mercedes Benz, en el caso de Argentina y Volkswagen, Chevrolet, Fiat, Ford y Honda, desde Brasil.

Todo lo mencionado ocasionó que grandes empresas automotrices como General Motors con su marca Chevrolet, Mazda, Hino, entre otras se vieran motivadas a invertir en grandes concesionarias en todo el país principalmente en las ciudades más importantes como Quito, Guayaquil y Cuenca. Estas empresas no solo ofrecían autos nuevos, sino que al mismo tiempo ofrecían Servicio Automotriz Integrado, pero el servicio era costoso y solo enfocado a vehículos de su marca, de poder brindar un servicio similar a un menor costo y para todas las marcas existentes.

Considerando que actualmente en Guayaquil existen alrededor de 31 concesionarias automotrices y 23 talleres independientes especializados, pero la mayoría en el sector norte, es muy tentativo la formación de un Taller Automotriz de Servicios Integrales Multimarca para vehículos livianos en el sector sur de la ciudad, es así como nace **“AUTO SUR S.A.”**.

Auto Sur S.A. busca cubrir un mercado del 0.12% mensual durante el primer año, esto corresponde 50 vehículos de un total de 42.000 existentes en el sur de la ciudad. A partir del segundo año hasta el décimo buscará mantenerse en un segmento de 1.43% anual de un mercado global que se estima tiene un crecimiento anual del 8%, esto significa que las proyecciones para el primer año es atender 600 vehículos, aunque el mercado automotriz tiende a crecer al 8%, Auto Sur S.A. solo buscara captar un 6%, estos porcentajes demuestran que en la práctica fácilmente se alcanzaran dichos índices, lo cual convierte a Auto Sur S.A. es un oportunidad de negocio atractiva.



2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

“AUTO SUR S.A.”, se establecerá en la intersección de las calles 5 de Junio y Chambers, en el Barrio Cuba, Guayaquil-Ecuador, en un local de 1.000 metros cuadrados, cuyo costo es de \$50.000,00 (terreno).

Este terreno cuenta con los servicios básicos tales como: red de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, líneas telefónicas disponibles, etc.

SERVICIO/PRODUCTO

Sus servicios están proyectados de manera personalizada a cubrir las necesidades de: lavado, pulverizado, engrasado, cambio de aceite, pintura, latonería, mantenimiento y reparación de sistemas eléctricos y electrónicos, aire acondicionado; reparación y mantenimiento de sistemas mecánicos tales como: afinación de motores, inyección a diesel y gasolina, frenos, cajas automáticas, transmisión, servicio de scanner y diagnóstico eléctrico, electrónico y mecánico en general de vehículos livianos multimarca, todo esto con equipos y sistemas de tecnología automotriz de última generación.

3. PLAN DE MARKETING

El plan de marketing que se utiliza para Auto Sur S.A. se divide en tres etapas, las mismas que son:

- Estrategia de Precios.
- Estrategia de Promoción.
- Políticas de Servicio.

ESTRATEGIA DE PRECIOS

Para establecer una estrategia de precios para nuestro servicio, se debe realizar un análisis de las políticas de precios de la competencia. Debido a que la competencia en este sector no es fuerte por lo que el análisis de precios se lo realizó a los talleres existentes en la ciudad de Guayaquil de lo que se obtuvo los siguientes puntos:

- Diferenciación de precios dependiendo de cuando fue comprado el vehículo. Si tiene menos de un año de comprado, posee beneficios adicionales.
- Tipos de mantenimiento (diferentes costos) dependiendo del kilometraje recorrido del vehículo.



- Formas de pago, a crédito con tarjeta o de contado contra entrega del vehículo.
- No tienen establecidos políticas de crédito directo para manteniendo o reparación.

El costo del servicio que ofrece Auto Sur S.A. tiene cuatro componentes:

- El costo de la mano de obra especializada.
- El costo de diagnóstico del vehículo.
- El costo de los insumos empleados en el mantenimiento del vehículo.
- El costo de repuestos y partes utilizados en la reparación del vehículo.

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Las estrategias básicas de promoción serán:

- Entrega de un trópico a color que describa la empresa y el paquete de servicios que brinda.
- Presencia en ferias automotrices y actividades afines al mercado en cuestión.
- Contacto directo (personalizado) con empresas que realizan sus actividades diarias mediante el uso de vehículos multimarcas (cadenas alimenticias, hoteleras, ropa, etc.)

POLÍTICAS DE SERVICIO

Auto Sur S.A. ofrece a sus clientes como políticas de servicio las siguientes ventajas:

- Atención personalizada al cliente.
- Respuesta rápida y segura a los problemas que representa su vehículo.
- Garantía en los insumos, partes y repuestos utilizados en la reparación de su vehículo, según las características ofrecidas por los fabricantes (proveedores).
- Garantía en la mano de obra, determinado un tiempo que va de acuerdo con el tipo de trabajo realizado en común acuerdo con el cliente.

4. ANÁLISIS TÉCNICO

EQUIPOS Y MAQUINARIAS

Auto Sur S.A. para su buen funcionamiento requiere, en sus respectivas secciones los siguientes equipos y herramientas:

- **Punto de Lubricación**

- √ 2 Torres hidráulicas
- √ 1 Sistema de aire a presión
- √ 1 kit de herramientas
- √ 1 kit de accesorios



√ 1 extintor

- **Alineación y Balanceado**

√ 2 Torres hidráulicas

√ 1 Sistema computarizado para alineación y balanceado

√ 1 kit de herramientas

√ 1 kit de accesorios

√ 1 extintor

- **Servicios Mecánicos en General**

√ 2 Torres hidráulicas

√ 1 banco de pruebas

√ 1 Sistema a presión

√ 1 kit de herramientas de precisión

√ 1 kit de accesorios

√ 1 extintor

- **Servicios eléctricos y electrónicos**

√ 5 equipos de medición

√ 1 equipo de diagnóstico para computadoras automotrices

√ 1 scanner universal

√ 1 kit de herramientas

√ 1 kit de accesorios

√ 1 extintor

- **Servicio de enderezado y pintura**

√ 5 Estructuras metal mecánicas

√ 1 kit de herramientas

√ 1 kit de accesorios

√ 1 extintor

- **Entrada y Parqueo**

√ 1 escritorio

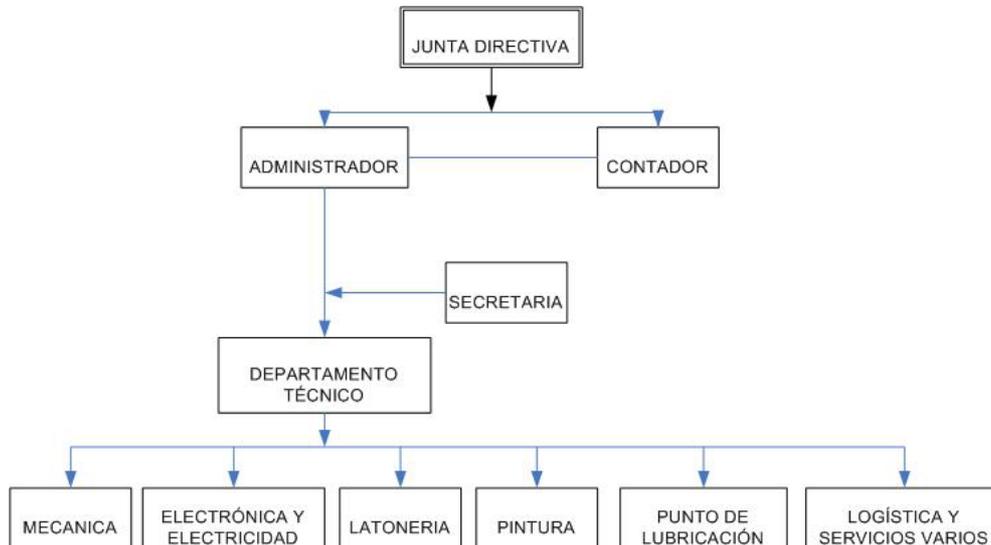
√ 2 sillas

√ 1 archivador

√ 1 teléfono

5. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

Auto Sur S.A. estará formada por las siguientes instancias administrativas:



6. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

Auto Sur S.A. se constituirá según el régimen de sociedad anónima. La misma estará compuesta por 10 accionistas que poseen mil acciones cada uno y los cuales aportarán con el 10% del capital cada accionista, esto es, \$13,323.40, formándose así el 60% de la inversión total de \$220,540.00, de modo que la estructura del capital del plan de negocios, se formará con un 60% de capital propio y un 40% de capital restante esto es \$88,216.00 financiado a través del Banco Guayaquil. Es importante recalcar que el valor nominal de cada acción es de \$123,3, ofrecidas en paquetes de 100 acciones.

La oportunidad de negocio es clara, pues en el sur de la ciudad existen apenas tres concesionarias automotrices y dos talleres especializados, con características similares a las que tendría Auto Sur S.A., por lo tanto el mercado esta sub-atendido y en expansión.

La rentabilidad del proyecto para el inversionista, en un período de diez años (TIR), es del 66% anual, tasa que resulta atractiva para los accionistas y quienes participan de este negocio.

El Valor Presente Neto (VAN), para un costo de capital al 20% es de \$636,959.77, y el período de recuperación descontando esta alrededor de tres años.

El Valor Actual Neto del proyecto (VAN), una vez que ha sido implementado y listo para atender al público con toda su capacidad instalada es, \$768,683.77.



El proyecto, cumpliendo el 72% de sus metas de mercado, logra su equilibrio económico, esto es, atender en el año 1 a 430 vehículos de un mercado objetivo de 600 vehículos livianos multimarca.