

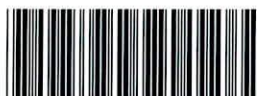


ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CREACIÓN DE LA EMPRESA ULTRA TUNING

Previa Obtención del Título de
Master en Administración de Empresas



DP-07593

ING. IVONNE MORENO AGUÍ DE MARTIN
ING. CARLOS VALLE LASCANO

OCTUBRE 2004

Dedicada

A nuestras familias, con inmenso amor

Ivonne,

Carlos



BIBLIOTECA
ESPANOL

*Agradecemos a Dios, porque nada
Pasa por casualidad, todo viene
De su infinita bondad*



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

1. RESUMEN EJECUTIVO

La empresa se llamará Ultra Tuning, y su objetivo será el de satisfacer el deseo de sus clientes de “personalizar” sus vehículos. Del nombre de la empresa se desprende la palabra “Tuning”, la cual traducida al español quiere decir “entonar” o “modificar” tanto el aspecto exterior, interior y mecánico de un vehículo.

¿Porqué querría alguien cambiar el aspecto de su carro? La respuesta la podrían dar los miles de fanáticos y seguidores que practican esta actividad alrededor del mundo, la cual es el deseo de poseer un vehículo “único en su clase”, que tendrá una apariencia personalizada y diferente a la de cualquier otro de su mismo modelo y marca.

Ultra Tuning asesorará a los clientes que deseen “tunear” su carro, sugiriéndole las mejores modificaciones para su vehículo, obviamente siempre tomando en consideración su criterio y presupuesto, para luego importar las partes y accesorios seleccionados y proceder al cambio de la apariencia del vehículo en nuestros talleres especializados.

Los proveedores de Ultra Tuning serán compañías extranjeras muy conocidas, especializadas en la elaboración de accesorios Tuning, y nuestro mercado objetivo está dirigido específicamente a personas de género masculino, con edades comprendidas entre los 30 y 50 años, de un nivel de ingresos superiores a



los \$1,000.00 dólares mensuales, que posean un vehículo sedán, y que se sientan atraídos por la modificaciones Tuning.

La inversión inicial del proyecto se estima en USD \$18,000.00, la cual será financiada íntegramente por los dos accionistas de la empresa en porcentajes iguales. Posteriormente, según lo proyectado necesitaremos de un socio capitalista que realice aportaciones de capital cuando el negocio se amplíe.

El grupo empresarial estará integrado inicialmente por la Ing. Ivonne Moreno y el Ing. Carlos Valle, quienes tienen una excelente formación académica y experiencia profesional en el sector educativo y bancario.

La Ing. Moreno posee un título de pregrado de Ingeniería Comercial, adicionalmente una Maestría en Economía y Dirección de Empresas en la Universidad de Chile.



El Ing. Valle posee también un título de pregrado de Ingeniero Comercial y adicionalmente sólidos conocimientos y afición por las modificaciones tuning.

En términos financieros el proyecto logra una Tasa de Retorno del 39%, es decir los flujos generados por el proyecto son capaces de recuperar la inversión de \$18.000, y de dar cada año una rentabilidad del 39%. Esta rentabilidad es superior al 20% anual, que los accionistas han definido como su Tasa Mínima de Retorno, por consiguiente el proyecto es económicamente factible. El VAN



asciende a \$10,443.00 y el balance del proyecto indica que después de 4,67 años se logra el periodo de pago descontado.

Finalizando, creemos firmemente que la oportunidad de negocio es factible, pues representa a una idea de negocio novedosa, interesante y con muchas posibilidades de crecimiento.

Adicionalmente Ultra Tuning estará manejado por un grupo empresarial preparado académica y profesionalmente, y con valores personales muy sólidos. Financieramente el proyecto es también rentable, pues ofrece una rentabilidad mayor a la que ofrecería cualquier otra alternativa de mercado.



1. RESUMEN EJECUTIVO	
2. INDICE	01
3. ANÁLISIS DE MERCADO	04
3.1 Análisis del sector y de la compañía	04
3.1.1 Diagnóstico actual y perspectivas del sector	04
3.1.2 Estado del sector	07
3.1.3 Barreras de entrada o salida	10
3.1.4 Análisis de la compañía	11
3.2 Descripción del mercado	12
3.2.1 Producto	12
3.2.2 Clientes	14
3.2.3 Proveedores	15
3.2.4 Competencia	16
3.2.5 Tamaño del mercado global y objetivo	17
3.2.5.1 Análisis Foda	21
3.2.5.2 Cadena de Valor de Porter	23
3.3 Estrategias de mercadeo	24
3.3.1 Estrategia de precios	25
3.3.2 Estrategia promocional	27
3.3.3 Estrategia de ventas	29
3.3.4 , Políticas de servicios	31
4 ANÁLISIS TÉCNICO	32
4.1 Descripción del producto y servicio del mismo	32
4.2 Facilidades	35
4.3 Equipos y ubicación	36



4.4 Plan de compras.....	39
5 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.....	40
5.1 Grupo empresarial y personal ejecutivo.....	40
5.2 Organización.....	41
5.3 Empleados.....	43
5.4 Organizaciones de Apoyo.....	44
6 ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL.....	45
6.1 Aspectos legales.....	45
6.2 Análisis ambiental.....	46
6.3 Análisis social.....	46
7 ANÁLISIS ECONÓMICO.....	48
7.1 Inversión en activos fijos.....	48
7.2 Inversión en capital de trabajo.....	49
7.3 Presupuesto de ingresos.....	50
7.4 Presupuestos de costos.....	50
8 ANÁLISIS FINANCIERO.....	54
8.1 Flujo de caja.....	54
8.2 Estado de resultados.....	54
8.3 Balance general.....	54
8.4 Flujo de caja neto.....	55
9 ANÁLISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES.....	56
9.1 Riesgos de mercado.....	56
9.2 Riesgos técnicos.....	56
9.3 Riesgos económicos.....	57
9.4 Riesgos financieros.....	57



BIBLIOTECA
ESPANOL



10. EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO.....	58
10.1 Evaluación de contado.....	58
10.2 Evaluación con financiación.....	58
10.3 Análisis de sensibilidad.....	59
10.4 Análisis de estructura financiera.....	60
10.5 Evaluación integral.....	60
11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	62
12. BIBLIOGRAFÍA	
13. ANEXOS	
Anexo 1 Comisión de Tránsito.	
Anexo 2 Selección del tamaño de la muestra.	
Anexo 3 Encuesta.	
Anexo 4 Catálogo de precios de proveedores.	
Anexo 5 Ultra Tuning slogan.	
Anexo 6 Características de las compañías anónimas.	
Anexo 7 Constitución legal y permisos.	
Anexo 8 Proyección de Ventas.	
Anexo 9 Proyección de Compras.	
Anexo 10 Sueldos y Beneficios Sociales.	
Anexo 11 Investigación de Mercado	
Anexo 12 Flujo de Caja	
Anexo 13 Estado de Resultados	
Anexo 14 Balance General	
Anexo 15 Flujo de Caja Neto.	
Anexo 16 Análisis de Sensibilidad	



3. ANÁLISIS DE MERCADO

3.1 Análisis del sector y de la compañía

3.1.1 Diagnostico actual y perspectivas del sector

La palabra Tuning proviene del idioma anglosajón y se define como una acción determinada de ajuste o entonación de componentes mecánicos y/o electrónicos de amplio espectro en ingeniería motriz. El Tuning como hobby automovilístico es simplemente el **"arte" de mejorar el estado original de un vehículo automotor** a través del uso de partes mecánicas y accesorios en general, para así, obtener mayores prestaciones y mejor rendimiento.

El Tuning como hobby no es una fiebre masiva, sino una **tendencia popular** que se ha venido propagando a nivel mundial desde la invención del automóvil, ya que al crearse el mismo, nació la pasión por la velocidad y la única manera de lograr más velocidad es modificando los componentes que la producen.

La cuna del Tuning desde hace varias décadas la han liderado los alemanes, franceses, italianos, británicos, americanos y japoneses. Sin embargo, en la actualidad, podemos palpar a través de revistas, publicaciones, páginas web y otros medios de comunicación masiva, que



el tuning a nivel mundial se ha desbordado súbitamente extendiéndose a lugares que nunca antes se había soñado.

Hace ya décadas que en Europa empezaron a popularizarse algunas empresas que se encargaban de cumplir los sueños de **clientes insatisfechos**. Estos fundamentalmente eran compradores de autos deportivos o de lujo que encontraban carencias de equipo, seguridad o performance en sus flamantes autos.



Por ello comenzaron a hacerse conocidos algunos nombres, encabezados por los preparadores alemanes y suizos, que hasta el día de hoy son de las mayores referencias mundiales en el tema. Estos preparadores como Alpina, Abarth, AC Schnitzer, Brabus, AMG, B+B, Ruf, Rinspeed, Koenig, Hartge o Gemballa han sido responsables, entre muchos otros, por las más increíbles realizaciones usualmente con base en modelos de Mercedes, BMW, Porsche, Ferrari, Opel, Fiat.

Algunos de ellos con una actividad que se remonta a las décadas de los '50 y '60, siendo responsables de trabajos que los han vuelto legendarios. Como es lógico, el costo de adquisición de estos autos tan especiales no estaba al alcance de todos, por ello es que nace **la otra faceta del Tuning**, una mucho más popular y mucho más liberada.

Esa nueva faceta es la que hoy nos permite ir **"armando"** un auto especial, generalmente en la **medida que nuestros fondos lo permiten**.



Por todo ello no podemos decir que el Tuning sea una revolución moderna, por el contrario, es una actividad que se ha desarrollado durante muchos años en otros países pero que se ha hecho de modo escaso en nuestro Ecuador. Actualmente ha encontrado un surgimiento importante, fuertemente influenciado por los medios que hoy están a nuestro alcance y que nos permiten ir más allá de la colocación de un juego de llantas y un simple film de polarizado en los vidrios.

Para popularizar el tema de la **personalización individual** sucedió que varias marcas ligadas a la competición comenzaron a desarrollar líneas de productos utilizables en autos de calle, entusiasmando cada vez más a los aficionados del deporte motor. Por ello hasta los Tuners oficiales terminarían vendiendo elementos sueltos o en forma de kit, facilitando la vida del aficionado.

Por su parte los Tuners profesionales se han animado a realizar cosas que rozan la locura, ya que sus **asombrosas transformaciones cosméticas y mecánicas** han llegado a quitarle el sueño a más de un individuo.

Estos profesionales tienen varios ámbitos de trabajo, ya que por un lado ofrecen equipos que mejoran todos los aspectos de las marcas con las que habitualmente trabajan, pero también desarrollan autos en su totalidad, basándose en órganos mecánicos de serie, que convenientemente modificados colaboran para lograr resultados totalmente extremos.



Estas empresas altamente calificadas permanentemente lanzan nuevos modelos especiales en pequeñas series o crean piezas para personalización, esto logra que el mercado esté en constante evolución y renovación. Si a esto sumamos la impresionante difusión brindada por las revistas del tema, los clubs de fans y la propia Internet, llegamos a la conclusión de que solo **nuestros medios, nuestra imaginación y las fuentes de inspiración** marcan la próxima frontera.



BIBLIOTECA
ESPAL-ESPOL

3.1.2 Estado del sector

Los fabricantes de auto partes generan 800 mil millones de dólares anualmente en el mundo, lo que da una idea del potencial del sector automotriz y de su relevancia tanto para las economías del primer mundo como para las emergentes. Un papel importante en el desarrollo de esta industria dependerá de los acuerdos en el TLC (Tratado de Libre Comercio).

La personalización de los vehículos (tuning) se encuentra estrechamente ligado al sector automotriz, ya que dependerá de la cantidad de vehículos que exista en el mercado para que la demanda potencial de accesorios tuning aumente o disminuya.

Los competidores actuales de Ultra Tuning son: Aliens Autoshop, Car Audio Racing, Toys For Cars, Valencia Motors, Automilano. Los competidores potenciales serian los locales que existen en la calle los Ríos



y Esmeraldas, los ubicados en la calle principal de la Garzota, y también los que se encuentran en la Avda. Carlos Luis Plaza Dañín, porque podrían especializarse en el conocimiento del tuning y convertirse en una amenaza.

Dentro de los productos sustitutos encontramos imitaciones de procedencia china, que no poseen la misma calidad ni garantía de nuestros productos.

De acuerdo a datos suministrados por la Comisión de Tránsito de la Provincia del Guayas, (Anexo #1) el crecimiento del sector automotriz en el año 2000 fue de un 8,85%, para luego sufrir una estrepitosa caída del 21,54% en el año 2001, por los efectos de la crisis económica que vivió el país. Ya para el año 2002, el sector automotriz y debido a la dolarización, se recupera, alcanzando un crecimiento del 11%, evidenciándose a partir de ese momento un proceso de reactivación económica del sector.



Para el año 2003, el crecimiento fue de un 13,08%, datos corroborados y obtenidos del SRI. (Servicio de Rentas Internas). Evidenciándose que las perspectivas del sector para el año 2004 serán de crecimientos similares a los anteriores, por tanto, las oportunidades para el establecimiento de una nueva empresa en el sector del tuning presentarán tendencias positivas.



Cuadro 3.1: Variación Porcentual del Sector Automotriz

AÑO	VARIACION
2000	8,85%
2001	-21,54%
2002	11%
2003	13.08%

Elaborador por Moreno-Valle

En países desarrollados, como los **Estados Unidos**, existe toda una “**cultura**” dedicada a la transformación de vehículos de las más variadas formas, y existen grandes tiendas departamentales dedicadas a la venta de todo tipo de accesorios, de los más diversos tipos y calidades.

En **Europa**, todos los países tienen una gran tienda de venta de accesorios, con su respectiva pagina Web, las cuales van aumentando día a día.

En la **red**, basta con digitar la palabra tuning en un browser cualquiera y la búsqueda arrojará un promedio de 15.000 páginas, dedicadas a las mas diversas actividades, (clubes de fans, revistas especializadas, tiendas online, paginas de catálogos, etc.)

Existe también una gran variedad de **publicaciones** dedicadas al tema e innumerables clubs de fans del tuning en todo el mundo que se categorizan por sus preferencias en marcas de carros, modelos, año de fabricación, capacidad del motor, procedencia de los vehículos, etc.



En el **Ecuador, este negocio es nuevo**, aunque ya existen en el mercado algunas compañías que están dando sus primeros pasos en este campo que son las descritas como competidoras.

También hay algunas **paginas de Internet** dedicadas al tuning como por ejemplo: <http://www.ecuatuning.com>, <http://www.guayaquiltuning.com>, las cuales tienen como características que poseen foros, fotos de sus miembros con sus respectivos coches, concentraciones a realizarse, etc. Además, ya se realizó en Guayaquil la primera exposición de autos tuning del país, habiéndose realizado el pasado mes de diciembre, a la cual asistieron cerca de 1500 personas, atrayendo fanáticos del tuning de todas las ciudades del Ecuador.

3.1.3 Barreras de entrada o salida



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

El 16 de septiembre de 1999, Ecuador, Colombia y Venezuela, miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), suscribieron el nuevo Convenio de Complementación para el sector Automotor y de Autopartes, que entró en vigencia el 01 de enero del año 2000 por un periodo de 10 años. El nuevo acuerdo mantiene el arancel externo común del 35 por ciento constituyendo esto una de las barreras de entrada de este sector.

Existe poco conocimiento en el país del concepto del tuning a nivel internacional ya que tiende a relacionárselo con productos generalizados



para todo tipo de vehículo y no personalizado como es la esencia del tuning, debiendo hacerse grandes esfuerzos económicos en agresivas campañas de publicidad.

La identificación adecuada del nicho de mercado hacia el cual está dirigido nuestro producto es otra de las barreras de entrada.

Una vez efectuada la inversión, en caso de no alcanzar el éxito deseado es muy difícil poder vender los accesorios adquiridos ya que los modelos están expuestos a cambios continuos y actualizaciones periódicas.

3.1.4 Análisis de la compañía

La empresa se llamará Ultra Tuning, será una compañía anónima, y se dedicará a la venta de accesorios de vehículos, para que el usuario pueda personalizarlo. Estos artículos serán importados y de marcas reconocidas internacionalmente, lo que nos diferenciará de la competencia.

Las ventas serán sobre pedido, las cuales se podrán realizar de dos maneras: Una de ellas es ingresando a nuestra página web <http://www.ultratuning.com>, en la cual existirá toda una gama de alternativas para la personalización de los vehículos, que el usuario podrá escoger.



La otra manera de realizar los pedidos, es acudiendo a nuestro local, el cual tendrá un ShowRoom donde se harán proyecciones de películas, videos e imágenes de autos modificados, para que el cliente pueda observar las diferentes formas de personalización y realice su selección. En este sitio el cliente será atendido por nuestro vendedor, el cual asesorará al comprador para que efectúe la mejor elección.

Las ventas se realizarán recibiendo el 60% del precio de contado, es decir cuando el cliente efectuó la elección, y el 40% restante, contra entrega e instalación de los accesorios.

3.2 Descripción del mercado

3.2.1 Producto

Ultra Tuning será una empresa comercial la cual ofrecerá esencialmente **la venta, asesoramiento, e instalación** de accesorios para vehículos que tendrán la característica de diferenciar y cambiar la apariencia externa y/o interna de un vehículo a gusto de su propietario.

La gama de productos que se utilizan para “tunear” un auto es extensa, desde bodykits, calcomanías personalizadas, micas especiales, sistemas de escape y terminales mejorados, sistemas de suspensiones reforzadas e independientes, sistemas de oxido nitroso para mejorar el caballaje y rendimiento del motor, chips mejorados que se colocan en el computador



BIBLIOTECA
UNIVERSIDAD DE LA HABANA



del vehículo que disminuyen el consumo de gasolina, aros especiales para las llantas, y toda una gama de accesorios para interior.

Los productos específicos que Ultra Tuning proveerá se pueden clasificar en tres grupos:

1. Bodykits.
2. Aros para llantas.
3. Accesorios Internos.



BODYKITS. Un bodykit es un conjunto de accesorios para exterior elaborados específicamente para cada marca y modelo de vehículo, entre los que se encuentran: parachoques delantero y posterior, alerones posteriores, rollbars para los costados del vehículo, pestañas para faros, y tomas de aire.

AROS PARA LLANTAS. Son aros de magnesio o aluminio para llantas diseñados para mejorar la apariencia del vehículo, y para ofrecer más estabilidad y agarre en las curvas.

ACCESORIOS INTERNOS. Se encuentran dentro de este grupo los volantes, asientos deportivos, palancas de cambio, pedaleras, tacómetros y velocímetros de competencia.

El tuning no es una moda actual, sino una tendencia popular que se ha venido desarrollando en todo el mundo, desde que se inventó el



automóvil, pues desde aquellos tiempos, año tras año, se realizan mejoras tanto en el desempeño del motor, como en sistemas de seguridad, frenado, y de apariencia en los vehículos.

3.2.2 Clientes.

El mercado que Ultra tuning cubrirá, será esencialmente el de jóvenes maduros/adultos que sientan el deseo de mejorar el aspecto de su vehículo, para diferenciarlo de cualquier otro de su misma marca y modelo.

Nuestros clientes serán principalmente del género masculino, con edades comprendidas entre los 30 y 50 años, de un nivel de ingresos superiores a los \$1,000.00 dólares mensuales, que posean un vehículo sedán, y que se sientan atraídos por las modificaciones tuning tanto de interiores como de exteriores, los que actuarán como consumidores directos de nuestros productos.

Nuestros clientes principales se encuentran distribuidos demográficamente al norte de la ciudad de Guayaquil, pues en esta zona viven las personas de mayor poder adquisitivo de la ciudad, aunque nuestro mercado global es toda la ciudad de Guayaquil.



3.2.2 Proveedores.

Nuestros proveedores de productos tuning se encuentran detallados en el siguiente cuadro:

Cuadro 3.2 Proveedores de Ultra tuning.

PRODUCTO	PRECIO ALTO	PRECIO MEDIO ALTO
Bodykits	Carzone, Specials	Xenon Autoparts
Aros de llantas	Momo, OZ Racing	Bwa
Accesorios Internos	Momo	Sparco

Elaborado Moreno-Valle

CARZONE SPECIALS, compañía inglesa con sede en la ciudad de Londres, la cual posee distribuidores en la mayoría de países europeos ejemplo Bélgica, Dinamarca, España, Noruega, Finlandia, Francia, Italia y Holanda y en los Estados Unidos, dedicada a la fabricación de accesorios externos para vehículos como los ya mencionados bodykits.

XENON AUTOPARTS. Compañía americana con sede en la ciudad de Atlanta, dedicada a la elaboración de bodykits, calcomanías personalizadas y sistemas de escape.

MOMO, empresa italiana dedicada al diseño y confección de toda clase de accesorios internos de vehículos, sistemas de escape y aros para llantas, así como también accesorios para coches de Fórmula 1.



SPARCO, firma estadounidense dedicada al diseño y confección de accesorios internos tuning para vehículos.

3.2.4 Competencia

A pesar de que el tuning es una actividad bastante nueva en el país, en la ciudad de Guayaquil existen en la actualidad competidores principales que se dedican a la venta de accesorios tuning. A continuación los describimos.

1.- ALIENS AUTOSHOP, quienes realizan ventas de accesorios internos y distribuyen las marcas Ractive, Eurolite y Momo.



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

2.- CAR AUDIO RACING. Ellos venden accesorios internos (Momo, Sparco,) Sistemas de escape Bosi, películas blindadas y sistemas de audio Pioneer y Alpine, además guías deportivas APC.

3.- TOYS FOR CARS. Venden accesorios internos, (Ractive, Momo), tacómetros digitales, luces de neón Eurolite, Volantes Italianos Personal y Luisi.

4.- VALENCIA MOTORS. Tienen parachoques delanteros y traseros deportivos (nacionales), sistemas de audio Alpine y Pioneer, calcomanías personalizadas, aros para llanta OZ Racing y BWA



5.- AUTOMILANO. Posee mercadería variada y numerosa pero no se especializan en marca determinada. Además poseen mercadería de diferentes procedencias pero no cuentan con bodykits.

3.2.5 Tamaño del mercado global y objetivo.

Se determinó que el tamaño de la muestra será de 382 vehículos. (Anexo #2). La encuesta (Anexo #3) fue diseñada con preguntas abiertas y cerradas las que se realizaron en forma de entrevista personal tratando de encontrar los sitios donde se pudiese encontrar este nicho de mercado, por lo que se efectuaron los días jueves en la noche en los alrededores de la lavadora de carros CarWash y de Plaza Triángulo, sitios conocidos de reunión de los fanáticos del tuning, también se realizaron en las gasolineras Shell de la avenida Francisco de Orellana, y Vía Samborondón.

Las personas encuestadas las segmentamos considerando como mercado objetivo el de jóvenes-maduros de sexo masculino cuyas edades se encuentren entre los 25 y 40 años, de estrato social medio-alto y que posean vehículo. De dichas encuestas (Anexo #11) se obtuvieron los siguientes resultados:

Ante la pregunta donde se busca determinar si el encuestado es o no propietario del vehículo sedán, se obtuvo que el 94% de los encuestados era propietario de los vehículos y el 6% restante no lo era.



Con respecto a si el propietario del vehículo sedán estaría dispuesto a realizar mejoras en la apariencia de su vehículo, se determinó que el 91% de los encuestados estarían dispuestos a hacer cambios para mejorar la apariencia de su vehículo, mientras el 9% no están interesados.

Con relación a que tipo de mejoras estaría dispuesto a efectuar, lo que se traducirá en el volumen de ventas se concluye que el 12% de los encuestados les gustaría comprar bodykits solamente, a el 12% les agradaría comprar aros de llanta exclusivamente, el 26% desearían adquirir accesorios internos, y al 50% les agradaría diferentes combinaciones de productos.



Ante la pregunta de que se desea conocer los recursos económicos, ^{BIBLIOTECA} ^{que} ^{ESPAE-ESPOL} estaría dispuesto a destinar al cambio de apariencia del vehículo, (lo cual representan los posibles ingresos del negocio), se obtuvo de acuerdo a la encuesta que el 86% de los entrevistados, estarían dispuestos a pagar entre \$801.00 y \$1,800.00 dólares por los Bodykits. Lo cual nos ubicaría en el rango de precios para este tipo de producto, ya que apenas un 10% están entre \$50.00 y \$800.00. Un 4% estaría dispuesto a pagar más de \$1,800.00.

Con respecto a los aros de llanta, el 71% de los entrevistados se inclina a pagar por ellos en el Rango de \$401.00 a \$800.00. Un 22% hasta \$400.00 y un 10% hasta \$1,200.00. Y en cuanto a los accesorios internos el 65% de los encuestados estaría dispuesto a pagar en el rango de \$50.00 hasta \$400.00 y un 20% hasta \$800.00.



Con respecto a la pregunta con la cual se busca conocer si el entrevistado conoce algún lugar que le ofrezca este tipo de servicios o no, (lo que permitirá determinar la parte de mercado que podríamos captar), obtuvimos que el 73% de los encuestados no conocían sitios concretos donde se haga este tipo de modificaciones, por lo que podemos deducir que este es un mercado cautivo, lo que nos da una visión concreta de la oportunidad de negocio, puesto que la competencia aun no ha incursionado en él. El 27% contesto que si conocía sitios Tuning.

Respecto a la pregunta sobre si el encuestado conocía algún lugar donde se realicen modificaciones Tuning, se obtuvo que si los conocían, en un 27%. Las respuestas fueron muy variadas e incluían empresas extranjeras y unos cuantos de la escasa competencia que tenemos.

Y finalmente con respecto a la pregunta con la que buscamos conocer la verdadera intención de compra del encuestado se obtuvo que el 25% de los encuestados respondió que definitivamente estaría dispuesto a realizar cambios, 30% que probablemente los haría, un 25% que no esta seguro. y actualmente no estarían dispuestos a realizar ningún cambio un 20% de los encuestados. De estos resultados podemos deducir que nuestro mercado objetivo es del 25% del mercado global.

De acuerdo a los datos obtenidos por la Comisión de Tránsito de la Provincia del Guayas y corroborados por el SRI (Servicio de Rentas Internas), el número de vehículos sedán particulares, registrados en la provincia del



Guayas en el año 2003, ascienden a 68,251 unidades, que aproximadamente el 50% de los dueños de los vehículos son varones y el 50% son mujeres. Además de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el VI Censo de Población y Vivienda, el 10.5% de la población del país se encuentra aproximadamente dentro del nivel socio económico medio-alto, obteniendo de estos datos el mercado global que asciende a 3,576 vehículos.

Cuadro 3.4 Mercado Objetivo

	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007
Mercado Total (Uds)	3.576	3.648	3.720
Volumen Estimado De Ventas	536	620	744
Fraccion De Mercado	15%	17%	20%
# Ventas de Body kits	154	178	213
# Ventas de Aros de llanta	154	178	213
# Ventas de Accesorios Internos	229	265	317

Elaborado por Moreno-Valle

Los resultados de la encuesta nos manifiestan que el 25% de los encuestados estarían dispuestos a hacer las modificaciones propuestas. Sin embargo, el ambiente macroeconómico, no propicio de nuestro país, es a fin de cuentas el que determina la verdadera disposición a comprar del consumidor. Considerando esta perspectiva consultamos con expertos de la rama automotriz los que estuvieron plenamente de acuerdo en que considerando una fracción de mercado del 15% tendríamos resultados muy cercanos a la realidad, por lo que nuestro mercado objetivo será de 536 vehículos.



3.2.5.1 Análisis FODA.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
✓ La única que ofrecerá servicio personalizado. ✓ Ofrecerá los body kits, productos exclusivos de Ultra tuning. ✓ Asesoramiento con base de datos de vehículos constantemente actualizada. ✓ Productos de alta calidad.	✓ Precio elevado por tratarse de artículos importados. ✓ Posibilidad de no tener accesorios para todas las marcas y modelos del mercado. ✓ Costos de importación elevados, que encarecen el producto.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
✓ Oportunidad de ingresar a nuevos nichos de mercado. ✓ Cubrir mayor cantidad de mercado, transformando al tuning de una simple curiosidad a un hobbie. ✓ Accesorios de marcas reconocidas a nivel mundial.	✓ Existencia de productos nacionales que imitan a los importados, ✓ Degeneración del concepto de tuning. ✓ Que la competencia adquiera estrategias similares. ✓ Inestabilidad Económica.



Elaborado por Moreno-Valle

Ultra Tuning se enfrentará a muchos negocios vendedores de productos suplementarios que se convertirán en competidores potenciales, como todos los ubicados a lo largo de las calles Esmeraldas y Los Ríos, y los que se encuentran en la avenida principal de la Ciudadela La Garzota, quienes se dedican a la venta de accesorios para autos.



La fortaleza que tendremos frente a este tipo de productos viene ligado al concepto mismo de tuning: Diferenciación. Nuestros accesorios son elaborados específicamente para cada marca y modelo de vehículo, con diseños aerodinámicos, el mejor material, y de las más reconocidas marcas a nivel mundial.

Otra ventaja de Ultra Tuning es que será la primera en ofrecer en el mercado los "Bodykits", el cual consideramos nuestro producto principal, ya que las empresas competidoras solo distribuyen algunos accesorios internos, y Aros para llantas, otra ventaja será que nuestros compradores contarán con nuestro asesoramiento en la materia y además tendrán acceso a una gran base de datos que incluye fotos digitales de una gran cantidad de vehículos que han sido modificados y que les servirán de pauta para tomar su decisión.



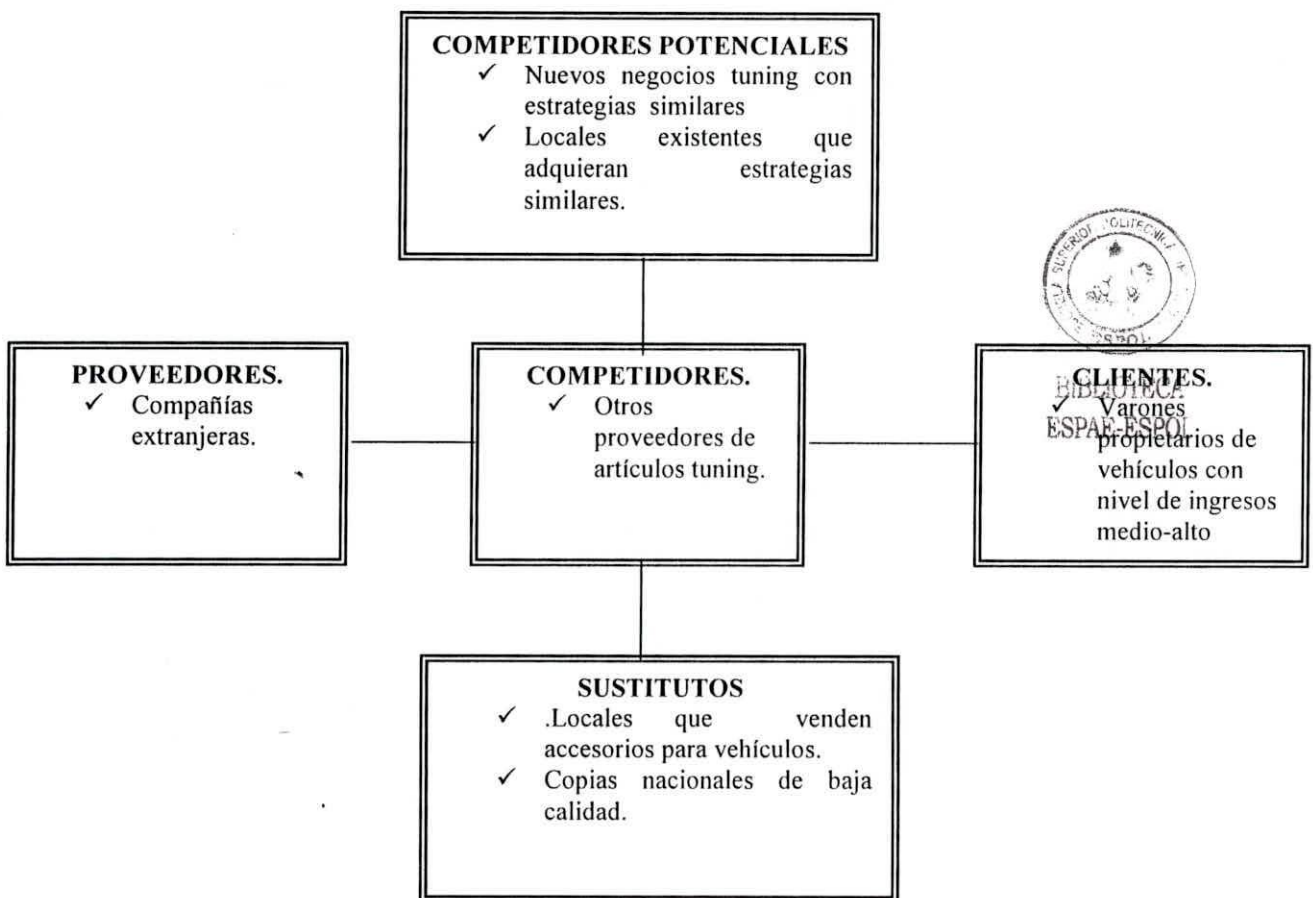
La debilidad más grande de Ultra Tuning, y del tuning mismo, es su alto precio, pues obviamente nos estamos refiriendo a un hobby o a una afición, el cual se encuentra catalogado dentro de los bienes suntuarios, los cuales deben de ser tratados con un marketing-mix específico.

Una amenaza para la compañía es la existencia de productos nacionales que imitan a los importados que pueden competir con un precio menor, y que adicionalmente no tienen que pagar costos de importación, pero que no tienen la misma calidad, pues se fabrican con mano de obra no calificada y con materias primas no probadas ni certificadas.



Al existir una diversidad de marcas y modelos de automóviles otra debilidad de Ultra Tuning es la posibilidad de que no existan accesorios para determinadas marcas y modelos de vehículos, ya que nuestros productos son de procedencia Estadounidense y Europea, por lo que no existirían accesorios para ciertos vehículos, especialmente japoneses y coreanos EJ: (Suzuki, Daewoo, Kia, etc.) que podrían ser atendidos por nuestros competidores de productos de fabricación nacional.

3.2.5.1 Cadena de Valor de Porter



Elaborado por Moreno-Valle



Haciendo un análisis de la cadena de valor de Porter en nuestro negocio podemos concluir que en nuestro medio la rivalidad con otros competidores es pequeña debido a que el consumidor conoce muy poco sobre artículos Tuning para vehículos.

El poder de negociación de los proveedores (compañías extranjeras), es fuerte debido a la dependencia del negocio a las importaciones. Al ser las ventas de Ultra Tuning personalizadas, evitamos que el cliente tenga poder de negociación.

En cuanto a los productos sustitutos al nuestro debemos tener cautela debido a que existe la posibilidad de que se produzca una invasión de productos Orientales de bajo costo, por lo que nuestra estrategia será de publicidad agresiva en cuanto a su calidad y marca.

Y en cuanto a los competidores potenciales nos diferenciaremos vendiendo marcas con exclusividad como las de los bodykits constituyéndose esto en una barrera de entrada para futuros competidores.

3.3 Estrategias de mercadeo.

Una vez efectuado el análisis FODA de Ultra tuning, y habiendo analizado a la empresa a través de la cadena de valor de Porter, nos encontramos frente a una visión mas clara del negocio, por lo que



trataremos de convertir esas debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades, estableciendo los siguientes objetivos.

Como **objetivos financieros**

Cubrir la inversión inicial en el menor tiempo posible.

Obtener los ingresos que cubran los costos y gastos y generen utilidades.

Obtener flujos de caja positivos mayores a los negativos.

Como **objetivos de mercadotecnia.**

Introducir y posicionar un nuevo producto que aun no ha sido explotado.

Lograr la fidelidad de los consumidores.

Lograr que nuestros clientes sean nuestra principal publicidad.

Conseguir un incremento de ventas del 9% anual.



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

3.3.1 Estrategia de precios.

Ultra tuning utilizará una estrategia de diferenciación y nuestra meta es de captar el mercado de jóvenes-adultos de sexo masculino y con ingresos superiores a los \$1,000.00, que posean auto sedán y que se sientan atraídos por las modificaciones tuning, tanto de interiores como de exteriores. Este es nuestro “target”.

Consecuentemente seguiremos una estrategia de precios “altos”, considerando que los productos que vamos a vender son de una excelente calidad, de marcas reconocidas a nivel mundial, que nuestros



competidores son relativamente escasos, y que emprenderemos agresivas campanas de marketing para reforzar la imagen del producto en la mente del consumidor.

Poseemos catálogos actualizados al año 2004 (Anexo #4) con los precios a nivel de distribuidores a los mismos que deberemos de agregarles el pago de seguros y fletes, esto es el valor CIF de las mercaderías y luego incrementar los costos arancelarios que ascienden al 35% en nuestro país y demás costos operativos que aproximadamente suman un 30% además del margen de utilidad deseado.

Dado que los productos que venderemos son muy variados, hemos establecido para este proyecto tres categorías básicas de productos.

Cuadro: 3.4 Precios de Productos

Body kits	P/Un	\$1.700
Aros de llanta	P/Un	\$700
Acc. Internos	P/Un	\$400

Elaborado por Moreno-Valle

Nuestra política de ventas será el 60% una vez efectuada la negociación, y el 40% restante a la entrega del producto. Considerando que el pago ocurrirá en el mes siguiente a la recepción del anticipo.



Cuadro 3.5: Proyección de ventas anuales.

(Detalles: ANEXO 8)

	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007
VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS			
Bodykits	154	178	213
Precio de Venta (\$/Und).	\$ 1.700,00	\$ 1.785,00	\$ 1.874,25
Aros de Llantas	154	178	213
Precio de Venta (\$/Und)	\$ 700,00	\$ 735,00	\$ 771,75
Accesorios Internos	229	265	317
Precio de Venta (\$/Und)	\$ 400,00	\$ 420,00	\$ 441,00
VALOR TOTAL DE VENTAS (\$)	\$ 460.617	\$ 559.097	\$ 704.463
Ventas al contado	\$ 276.370,44	\$ 335.458,45	\$ 422.677,64
Ventas a plazos	\$ 184.246,96	\$ 223.638,96	\$ 281.785,09
Ingresos por ventas de Contado	\$ 276.370,44	\$ 335.458,45	\$ 422.677,64
Recuperación de Cartera	\$ 168.893,05	\$ 220.356,30	\$ 276.939,58
Ingresos Efectivos	\$ 445.263,49	\$ 555.814,74	\$ 699.617,23
Cuentas por Cobrar	\$ 15.353,91	\$ 18.636,58	\$ 23.482,09

Elaborado por Moreno-Valle

3.3.2 Estrategia Promocional.BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

Estableceremos incentivos a corto plazo que estimulen la compra de nuestro producto y que al mismo tiempo nos ayuden a obtener una participación en el mercado a largo plazo. Nuestro objetivo de ventas será el incitar a los consumidores a que adquieran nuestro producto a través de promociones de consumidor y promociones para negocios.

Utilizaremos las siguientes herramientas de promoción para consumidores:



Promociones del punto de compra.- (POP point-of-purchase). Que incluyen exhibiciones y demostraciones de nuestros productos que se efectuarán en el punto de compra (local de Ultra tuning).

Cupones.- Certificado que da a los compradores un descuento al adquirir un producto específico, seremos muy cuidadosos en dirigir estos cupones a nuestro mercado específicos, en nuestro caso podríamos publicar cupones en las revistas de venta de vehículos, en las revistas de vehículos que ofrece el periódico, y en la pagina Web que tendrá Ultra Tuning.

Especialidades Publicitarias.- Son artículos grabados con el nombre de nuestra compañía los cuales se obsequiarán a los cobradores entre estos: plumas, llaveros, calcomanías, gorras, camisetas.



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

Concursos.- Proporcionarán a los consumidores la oportunidad de ganar la modificación completa de un auto, mediante sorteos trimestrales que jugarán con la lotería de la Junta de Beneficencia, que se otorgarán a los clientes que realicen compras superiores a \$400.00

También utilizaremos las siguientes herramientas de promoción para negocio.

Convenciones y exposiciones del ramo.- Consideramos esta estrategia como una oportunidad de establecer nuevos contactos de venta, al mismo tiempo que nos comunicarnos con nuestros clientes actuales y potenciales



y los tenemos actualizados a través de publicaciones y material visual. En nuestro caso participaremos en las convenciones de autos tuning que se darán próximamente en nuestro país, y en las ferias de venta de vehículos. Ejemplo en Expoplaza, con la entrega de un folleto que describa la empresa y los servicios que ofreceremos.

El presupuesto de publicidad y promoción será del 7% del volumen de ventas para el primer año y para los siguientes años será del 5%.



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

3.3.3 Estrategia de ventas

Al inicio del negocio la fuerza de ventas estará conformada por uno de los socios gestores de la compañía, y se contratará a un vendedor freelance especializado, para que realice visitas a clientes fuera de la ciudad.

Las ventas estarán focalizadas en la ciudad de Guayaquil, pero también se cubrirán otras ciudades de la provincia del Guayas. Uno de los accionistas que será el gerente de ventas y tendrá a su cargo el concurrir a las reuniones de aficionados al tuning que se realizan todos los días jueves en CarWash, con el objeto de establecer relaciones de amistad y especialmente de negocios con las personas que asistan, además de estar en contacto directo con los clientes actuales y potenciales.

Se establecerá un convenio con una compañía especializada para el diseño de una página Web de Ultra Tuning, la cual deberá mostrar los

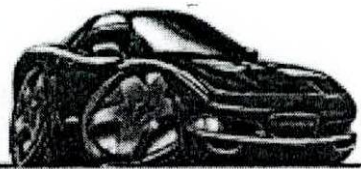


productos que vendemos, fotos de vehículos modificados, y sobre todo el generar un sentimiento de unión para todos los aficionados al tuning. Por lo que se incentivará a la formación de clubes de fans de vehículos modificados por marca, modelo, año de fabricación, tipo, como ya existen en países como Argentina, Chile, Brasil y Estados Unidos en América, y España en Europa.

En cuanto a la publicidad, nuestro objetivo será el enfocarla hacia nuestro mercado meta con el propósito de informar las bondades de nuestros productos y persuadir a los consumidores de que ofrecemos la mejor calidad por su dinero.

Vamos a crear una campaña de publicidad eficaz, para lo cual combinaremos armoniosamente los mensajes publicitarios y los medios de difusión.

Nuestro logotipo y mensaje publicitario serán:



ULTRATUNING

Revalorize su vehiculo, convirtiendolo en unico en su clase.



Selección de medios publicitarios:

Revistas.- Por la alta selectividad de nuestro público utilizaremos propagandas en los informativos mensuales de Hunter S.A., (venta de dispositivos de rastreo satelital para vehículos) también se utilizará este tipo de publicidad en otro tipo de revistas especializadas.

Exteriores.- Vallas Publicitarias que serán colocadas en la vía a los balnearios cercanos a Guayaquil y cuñas de radio que se transmitirán en Radio City, y Platinum, las cuales están dirigidas a nuestro mercado objetivo



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

3.3.4 Estrategias de servicio.

Siguiendo nuestra estrategia general de diferenciación, se ofrecerá a nuestros clientes los siguientes servicios:

- Atención personalizada
- Asesoramiento para cada tipo de vehículo
- Elaboración de proformas de acuerdo a las necesidades del cliente.
- Garantía de por vida en nuestros bodykits
- Instalación gratuita
- Garantía de mano de obra por 6 meses
- Respuesta rápida a requerimientos que se registren a través de nuestra pagina Web.



4.- ANÁLISIS TÉCNICO

4.1 Descripción del producto y servicio del mismo.

Los clientes efectuarán sus pedidos a través de Internet, utilizando nuestra pagina web: <http://www.ultratuning.com>, en la cual podrán visualizar, consultar precios y a su vez ordenar los accesorios Tuning.

La otra forma es hacerlo directamente en nuestro local, recibiendo el asesoramiento de nuestros vendedores. En nuestro showroom, recibirán demostraciones de las diferentes personalizaciones que podrán realizar a los vehículos, mediante fotografías digitales de vehículos tuneados.

También se les indicará los precios, formas de pago, plazos de entrega de accesorios, términos de la garantía y cualquier otro requerimiento que el cliente solicitare.

El cliente abonará el 60% del valor de contado al momento de la suscripción del convenio, y el 40% restante luego de instalados los accesorios. Nos comprometemos a entregar el vehículo personalizado 30 días luego de la suscripción del contrato.



Con respecto a la garantía, cada proveedor tiene sus propios estándares de tiempo, algunos garantizan sus productos de por vida, como en el caso de los bodykits. Nuestra garantía cubrirá el lapso de un año.

La compañía tendrá estrechas relaciones con sus proveedores, y luego de efectuar el pedido, realizaremos la importación de los accesorios.

Los proveedores se comprometen a darnos precio de distribuidor, a los cuales aumentamos los costos de seguro y flete, (Precio CIF) y luego debemos incrementar los respectivos aranceles aduaneros de nuestro país, que ascienden al 35% del precio CIF.

Ultra Tuning comprará y distribuirá tres tipos de productos. A continuación presentamos el análisis técnico de cada uno de ellos, a través de un análisis de mercado de los proveedores.

BODYKITS. Nuestros proveedores de los bodykits serán la compañía inglesa CARZONE SPECIALS, y la americana XENON AUTOPARTS. La primera compañía utiliza para la fabricación de sus bodykits, una aleación de fibra de vidrio conocida como GPRS, (Glass fibre reinforced plastics, en sus siglas en inglés) o plástico reforzado con fibra de vidrio, el cual es llevado a múltiples pruebas de fatiga de materiales, sometiéndolo a calor extremo, golpes, ralladuras, etc, por lo que Carzone Specials garantiza que su producto es indeformable e irrompible.



El proceso de elaboración de los bodykits está certificado por las normas ISO 9001, que garantizan la calidad de estos productos. Xenon Autoparts en cambio utiliza una aleación de plástico y poliuretano en la fabricación de sus bodykits, otorgándole una garantía de por vida contra golpes y deformaciones a sus productos que también son considerados irrompibles.

Al igual que Carzone Specials los bodykits de Xenon Autoparts están elaborados bajo certificaciones ISO 9001, y vienen con un juego completo de todos los materiales necesarios y un folleto ilustrado con instrucciones detalladas para su instalación.

Los bodykits de ambas compañías vienen pintados de color negro mate, para que se facilite el proceso de pintura que deberá de llevarse a cabo antes de instalarlos.



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

AROS PARA LLANTAS

Los proveedores de nuestros aros de llanta, BWA, OZ Racing y MOMO, utilizan los mismos materiales y casi los mismos procesos para la elaboración de sus aros. Como ya es conocido, los aros están elaborados en aleaciones de aluminio y magnesio, y a continuación detallamos los procesos más importantes de su elaboración:

Los aros se diseñan mediante modelos en computadoras de tercera dimensión, y se realizan mediciones milimétricas del entorno del aro para que pueda soportar todas las fuerzas a los que se somete en la pista. Además se



utiliza una máquina llamada Quantómetro, que verifica la composición molecular de las aleaciones que se utilizan para la elaboración de los aros.

La maquinaria de estas compañías es tan avanzada, que corta el metal, lo moldea, perfora, y pule, únicamente con las órdenes de un computador central que controla todo el proceso, además las llantas son sometidas a pruebas de balanceo, alineación, y revisión microscópica de su superficie para garantizar su calidad.

ACCESORIOS INTERNOS.

Las marcas seleccionadas por Ultra tuning para proveer los accesorios internos SPARCO, RACTIVE y MOMO, son de tal prestigio y calidad que se utilizan en las competencias de NASCAR, Formula 1 e Indy 500. Los Tacómetros, amperímetros, velocímetros, volantes, sistemas de escape, pomos de palancas de cambios, están elaborados en los mejores materiales como fibra de carbono, plásticos reforzados y fibras antifuego, y están aprobados por la Federación Internacional de Automovilismo (FIA).

4.2 Facilidades.

Ultra Tuning estará ubicado en el Norte de la Ciudad de Guayaquil, en la avenida principal de la ciudadela la Garzota, en la avenida Agustín Freire Icaza, MZ N villa 25 en una construcción de cemento y con una área



aproximada de 100 m². El valor del alquiler mensual del local asciende a los \$1,000.00 dólares. El local cuenta con todos los servicios básicos como: agua, alcantarillado y dos líneas telefónicas, y además se encuentra provisto de instalaciones de aire acondicionado central

4.3 Equipos y ubicación.

Para la correcta operatividad de Ultra Tuning, se ha previsto la compra de los siguientes equipos y herramientas.

- ✓ Un computador con procesador Intel Pentium 4 de 2.8 Ghz de velocidad, 512 Megas de memoria, Tarjeta de video Nvidia Geforce y disco duro de 80 gigabytes de capacidad, con su respectivo mueble, el cual será utilizado en la sala de exhibiciones de Ultra Tuning.



BIBLIOTECA
ESPAL-ESPOL

- ✓ Un computador con procesador Intel Celeron de 2 Ghz. de velocidad, 256 Megas de memoria, y disco duro de 40 gigabytes, con su respectivo mueble, el cual será utilizado por el departamento Administrativo Financiero para las conciliaciones contables, elaboración de facturas, reportes al SRI, etc.

- ✓ Una Impresora láser a color, la cual se utilizará primordialmente para la impresión de las fotografías de los diferentes modelos de autos que



se tendrán almacenadas en la computadora para entregárselas a nuestros potenciales clientes.

- ✓ Una impresora de inyección de tinta a colores, la cual será utilizada por el departamento Administrativo-Financiero.
- ✓ Una refrigeradora de 3 pies de capacidad para la gerencia.
- ✓ Estabilizadores y UPS.
- ✓ Un juego de herramientas completo, (alicates, destornilladores, pinzas, sopletes de pintura, gata, llaves de ruedas, etc)
- ✓ Equipo de oficina: Cuatro escritorios con sus respectivas sillas, tres archivadores, un estante para la bodega, dos calculadoras, 2 extintores.
- ✓ Caja registradora que será utilizada por la cajera-recepcionista.
- ✓ Cartel luminoso con nombre del local.

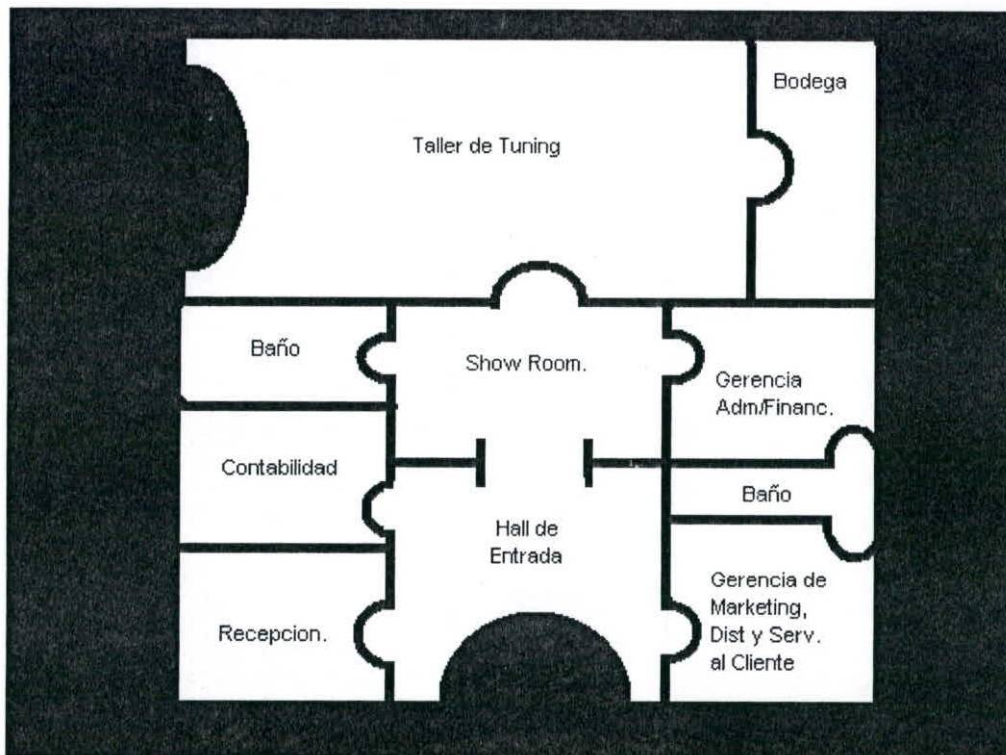


Distribución de planta

El local de Ultra Tuning, tendrá aproximadamente 100m², y su distribución se realizará según se muestra en la figura siguiente:

LOCAL DE ULTRA TUNING S.A.

Cuadro 4.1: Distribución de Planta.



4.4 Plan de compras

Los accesorios serán importados directamente por nuestra empresa, debido a que son bajo pedido, por lo que no será necesario establecer una línea de crédito bancaria.



Para establecer nuestro plan de compras hemos identificado a los proveedores de nuestros productos a través de un análisis de mercado de proveedores escogiendo a los mas convenientes, los mismos que se han comprometido a darnos crédito directo, esto es 60% al contado al momento de la suscripción del convenio y el 40% restante a 30 días. También hemos considerado los proveedores que nos den la mejor calidad, el mejor precio, prontitud en la entrega, y los más convenientes costos de seguro y de flete.

Al igual que en la sección de mercado, al elaborar nuestro plan de compras, hemos utilizado el concepto de familia de productos, considerando 3 tipos de productos ya conocidos: Bodykits, Aros de Llanta y Acc. Internos. El incremento del precio de compra estará alrededor del 5%, el cual es la inflación proyectada para nuestro país en cada uno de los próximos años.

Cuadro 4.2: Proyección de compras anuales.

(Detalles Anexo 9)

	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007
Bodykits			
Cantidad A Comprar	154	178	213
Costo Unitario	\$ 1.232,50	\$ 1.294,13	\$ 1.358,83
Costo Total	\$ 189.541,10	\$ 230.064,98	\$ 289.881,88
Aros de Llanta			
Cantidad A Comprar	154	178	213
Costo Unitario	\$ 507,50	\$ 532,88	\$ 559,52
Costo Total	\$ 78.046,33	\$ 94.732,64	\$ 119.363,13
Acc. Internos			
Cantidad A Comprar	229	265	317
Costo Unitario	\$ 290,00	\$ 304,50	\$ 319,73
Costo Total	\$ 66.360,19	\$ 80.548,00	\$ 101.490,48
Costo Total de las compras	\$ 333.947,62	\$ 405.345,62	\$ 510.735,48
Egreso Contado	\$ 200.368,57	\$ 243.207,37	\$ 306.441,29
Cuentas por Pagar Proveedores	\$ 133.579,05	\$ 162.138,25	\$ 204.294,19
Pago Cuentas Por Pagar	\$ 122.447,46	\$ 159.758,32	\$ 200.781,20
Egresos Efectivos	\$ 322.816,03	\$ 402.965,69	\$ 507.222,49
TOTAL CUENTAS POR PAGAR	\$ 11.131,59	\$ 13.511,52	\$ 17.024,52

Elaborado por Moreno-Valle



5.- ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

5.1 Grupo empresarial y personal ejecutivo

La empresa será una compañía anónima conformada por dos accionistas fundadores, Ing. Ivonne Moreno Aguí e Ing. Carlos Valle Lascano. Ambos con título de pregrado de Ingenieros Comerciales en la Universidad Católica y en la Universidad de Guayaquil, respectivamente y uno de ellos con una Maestría en Economía y Dirección de Empresas en la Universidad de Chile.

La gerencia de Marketing, Distribución y Servicios al cliente, estarán a cargo del accionista Carlos Valle, que comprende ventas, publicidad, promoción, distribución y atención post-venta a los clientes.



La Gerencia Financiera Administrativa y la Representación Legal estarán a cargo de la accionista Ivonne Moreno, incluyendo también obligaciones laborales, tributarias y con terceros,

Los accionistas Ing. Ivonne Moreno e Ing. Carlos Valle tendrán al momento de la constitución de la empresa y en los primeros periodos de funcionamiento el 100% de participación accionaria, y a futuro se piensa cambiar la estructura del negocio con un 51% de participación de los



accionistas fundadores y el 49% restante pasará a la Bolsa de Valores de Guayaquil, para su respectiva comercialización.

Los accionistas mayoritarios tienen experiencia dentro del sector financiero, bancario y educativo. Tienen la suficiente solidez económica así como prestigio profesional y moral.

5.2 Organización

La estructura básica de Ultra Tuning está especificada en el organigrama que se expone a continuación. Las líneas de autoridad están determinadas por niveles jerárquicos.

El primer nivel jerárquico esta representado por la junta general de accionistas. Dentro del segundo nivel jerárquico está la Gerencia General. Ocupan el tercer nivel jerárquico los accionistas fundadores, y dentro del cuarto nivel tenemos vendedores, mecánico, contador y secretaria recepcionista, y un último nivel jerárquico representado por ayudantes.



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL



Organigrama de Ultratuning s.a.



El horario de atención de la compañía será de martes a domingo. Desde las 10h00 hasta las 18h00 de martes a viernes, y de 11h00 a 17h00 los sábados y domingos.

Cumpliremos con nuestras obligaciones con la Superintendencia de Compañías y con las disposiciones del Servicio de Rentas Internas. Se realizará el pago mensual y cumplido del 12% del Impuesto sobre el Valor Agregado a las Ventas, así mismo las retenciones pertinentes del Impuesto a la Renta, pagos del 25% del Impuesto a la Renta sobre las Utilidades, el 15% de las Utilidades Operativas a los trabajadores, así como también velaremos por el cumplimiento de las relaciones contractuales que tengamos con empleados y terceros.



5.3 Empleados

La Ing. Moreno tendrá a su cargo la representación legal de Ultra Tuning, cumplimiento de obligaciones laborales, tributarias y con terceros. También se encargará del control contable financiero.

Dentro de las funciones del Ing. Valle se encuentran el coordinar visitas a clientes potenciales, manejo de presupuesto de ventas para el vendedor, búsqueda de nuevos modelos de artículos tuning mediante reuniones periódicas con los representantes de los proveedores en el país, actualización periódica y constante de accesorios en stock.



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

Se contratará un vendedor experimentado en el campo de venta de vehículos y accesorios, también se deberá reclutar un mecánico especialista en instalación de accesorios de vehículos y con conocimientos sobre tuning.

El mecánico y el ayudante tendrán la labor de efectuar las modificaciones e instalación de accesorios a los autos, con todos los procesos que esta labor implica.

El contador tendrá las funciones del manejo contable del negocio, y por ultimo, la secretaria recepcionista realizará las funciones de: recepción y



direccionamiento a clientes, recepción de documentos, y atención telefónica a los clientes.

Tomaremos en consideración las prestaciones sociales de los trabajadores como Bono Navideño, Bono Educativo, Vacaciones, pagos al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social), al IECE (Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo) y el SECAP (Servicio Ecuatoriano de Capacitación).

El sueldo estimado para cada uno de los gerentes será de \$1,500.00, para el vendedor un salario fijo de \$300.00 y comisiones del 2% sobre las ventas. El mecánico tendrá un sueldo aproximado de \$400.00, el contador un sueldo de \$600.00 y la secretaria \$300.00, y por ultimo el ayudante de mecánico \$200.00 mensuales. (Anexo #10).

5.4 Organizaciones de apoyo

El Banco del Pichincha será nuestro apoyo en lo referente a préstamos para la conformación de la compañía, y esperamos contar con el apoyo de las empresas extranjeras donde vamos a importar, para que nos concedan créditos a plazos convenientes.

El club de fans, también será nuestro apoyo y motivador de la gestión empresarial.



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL



6. - ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL

6.1 Aspectos Legales

El esquema legal propuesto para Ultra Tuning es el de una Sociedad Anónima. Hemos optado por este esquema por las facilidades del manejo legal en caso de que se desee ampliar el capital con la emisión de nuevas acciones y consecuentemente la participación de nuevos accionistas.

La inversión que necesitamos para la constitución de la empresa será en partes equitativas entre los accionistas fundadores y ascenderá a la suma de \$18,000.00



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

El ente regulador y fiscalizador que vigilará las actividades de esta empresa es la Superintendencia de Compañías, la cual se regirá según lo que disponga la Ley de Compañías y el Código de Comercio.

La decisión de constituir a Ultra Tuning en una Compañía Anónima esta basada en las características especiales de este tipo de empresas (Anexo 6).

Los pasos para la constitución legal de una compañía anónima así como los permisos necesarios para el funcionamiento de nuestro negocio están detallados en el (Anexo 7.)



6.2 Análisis Ambiental

Nuestro proyecto ha contemplado todas las Ordenanzas que dictamina la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil por intermedio de su Departamento de Medio Ambiente. Se dará un fiel cumplimiento a todas las ordenanzas vigentes y futuras. Los desperdicios y desechos que son producto del trabajo serán correctamente eliminados de manera que no provoque algún tipo de contaminación, contribuyendo de esta manera a preservar el medio ambiente de una forma sustentable.



Respecto a la pintura que se realizará con los artículos tuning es importante mencionar que el mecánico y el ayudante tendrán sus mascarillas de protección, así como también su uniforme apropiado. Además se los capacitará para el manejo adecuado de este tipo de producto.

BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

Otro punto a mencionarse es que el área donde se hará la personalización de los vehículos (Taller Tuning) tendrá la ventilación adecuada de tal forma que le permitan al trabajador laborar en un ambiente adecuado y propicio para las labores a efectuarse.

6.3 Análisis Social

Un proyecto innovador no solamente genera beneficios para sus creadores o para la nación, sino que también proporciona una serie de aspectos positivos para la sociedad en su conjunto.



Este proyecto generará siete nuevas fuentes de empleo para los ecuatorianos, acotándose también de que existe la oportunidad de que estos trabajadores se desarrollen en un campo no común en nuestro medio por lo que deberán tener la respectiva capacitación, consiguiéndose de esta forma tener personal especializado en nuestro país.

Otro aspecto importante es que al crearse nuevos negocios, también se generan nuevas relaciones comerciales con lo que se contribuye a la reactivación de la producción y comercialización en nuestro medio lo que a su vez genera otros beneficios adicionales para la sociedad



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL



7.- ANÁLISIS ECONÓMICO

7.1 Inversión en activos fijos

Vamos a utilizar equipos de computación que ascienden a la cantidad de \$3,315.00 Los gastos que realizaremos en muebles y enseres, incluido un cartel luminoso con el nombre del local serán de \$1,750.00

La elaboración de la página Web será realizada por uno de los familiares de los accionistas cuyo costo ascenderá a \$1,200.00, la cual será amortizada en tres años, ascendiendo el total de la inversión en activos fijos a \$6,265.00. De acuerdo a lo que dispone la Ley de Régimen Tributario Interno del Ecuador, los activos fijos serán depreciados por el método de línea recta. Los equipos de computación se depreciarán durante 3 años y los equipos de oficina durante 10 años.

**CUADRO 7.1
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS**

EQUIPOS	CANTIDAD	VR.UNITARIO	VALOR TOTAL	CATEGORIA	PERIODO
			AÑO 0		
EQUIPOS DE COMPUTACION					
Computador Oficina Pentium 4	1	900	900	Depreciable	3
Computador Oficina Celeron	1	700	700	Depreciable	3
Impresora Láser a color	1	500	500	Depreciable	3
Impresora a Inyeccion de tinta	1	200	200	Depreciable	3
Ups	1	200	200	Depreciable	3
Estabilizador	1	45	45	Depreciable	3
Caja Registradora	2	385	770	Depreciable	3
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION			3.315		
MUEBLES Y ENSERES					
Cartel luminoso con nombre de local	1	250	250	Depreciable	10
Escritorio	4	100	400	Depreciable	10
Muebles para computador	2	60	120	Depreciable	10
Silla Para Escritorio	4	50	200	Depreciable	10
Archivador	3	100	300	Depreciable	10
Calculadora	2	30	60	Depreciable	10
Extintor	2	35	70	Depreciable	10
Refrigeradora	1	150	150	Depreciable	10
Estante para bodega	1	200	200	Depreciable	10
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			1.750		
INVERSION AMORTIZABLE					
Pagina Web	1	1.200	1.200	Amortizable	3
TOTAL INVERSION AMORTIZABLE			1.200		
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			6.265		
GASTOS INICIALES					
Gastos de Constitucion			361		
Permisos Municipales			130		
TOTAL GASTOS			491		
TOTAL INVERSION FIJA			6.756		

Elaborado por Moreno-Valle



7.2 Inversión en capital de trabajo.

El sistema de ventas, de acuerdo a nuestras políticas de crédito, será el 60% del valor del contrato en efectivo. Siendo los costos de los productos inferiores a ese porcentaje, y considerando que los proveedores de los materiales nos exigen el 60% a la compra de estos, otorgándonos 30 días para el pago del resto de la factura, consecuentemente no hay necesidad de capital de trabajo para cubrir las necesidades de cartera.



Los productos son solicitados contra pedido, por lo que no hay necesidad de dedicar capital de trabajo para procesos de inventario.

BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

CUADRO No 7.2				
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES				
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ACTIVOS DEPRECIABLES 3 AÑOS				
EQUIPOS DE COMPUTACION	3.315	3.315	3.315	3.315
Depreciación	0	1.105	1.105	1.105
Depreciación acumulada	0	1.105	2.210	3.315
Valor neto	3.315	2.210	1.105	0
ACTIVOS DEPRECIABLES 10 AÑOS				
MUEBLES Y ENSERES	1.750	1.750	1.750	1.750
Ajuste valor activo	0	0	0	0
Depreciación	0	175	175	175
Depreciación acumulada	0	175	350	525
Valor neto	1.750	1.575	1.400	1.225
TOTAL ACTIVOS DEPRECIABLES				
Total valor activos fijos	5.065	5.065	5.065	5.065
Total depreciación	0	1.280	1.280	1.280
Total depreciación acumulada	0	1.280	2.560	3.840
Total valor neto	5.065	3.785	2.505	1.225
TOTAL ACTIVOS AMORTIZABLES				
Total activo Intangible	1.200	1.200	1.200	1.200
Amortización	0	400	400	400
Amortización acumulada	0	400	800	1.200
Valor neto	1.200	800	400	0
TOTAL ACTIVOS				
Total Activos Fijos: Tangibles e Intangibles	6.265	6.265	6.265	6.265
Deducciones tributarias	0	1.680	1.680	1.680
Deducciones tributarias acumulada	0	1.680	3.360	5.040
Valor neto	6.265	4.585	2.905	1.225

Elaborado por Moreno-Valle



7.3 Presupuesto de ingresos.

Se refiere a las ventas proyectadas a tres años, considerando los bodykits, aros de llantas y accesorios internos. De acuerdo a nuestras políticas de crédito, las ventas se efectuarán al 60% de contado, al momento de la suscripción del contrato y el 40% a la entrega del producto, por lo que tendremos ingresos en efectivo y cuentas por cobrar relacionadas con esta política, los detalles los podremos observar en el Anexo # 8 (Proyección de Ventas).

7.4 Presupuesto de costos.

En cuanto a los **Costos de Operación** incluimos arriendos, gastos de servicios públicos, seguros así como las depreciaciones y amortizaciones correspondientes, lo que se encuentra detallado en el cuadro 7.2 (Presupuesto de Gastos de Operación). Todos estos gastos de operación constituyen Costos Fijos.

CUADRO No 7.3
PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACION

	MES	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007
Arriendo	\$ 1.000	\$ 12.000	\$ 12.600	\$ 13.230
Servicios Públicos	400	4.800	5.040	5.292
Seguros	130	1.560	1.638	1.720
Depreciacion	0	1.105	1.105	1.105
Amortizacion	0	400	400	400
Total de Gastos de Operación		19.865	20.783	21.747
Total de Gastos de Operación (Fijos)		\$ 19.865	\$ 20.783	\$ 21.747
Total de Gastos de Operación (Variables)		0	0	0

Elaborado por Moreno-Valle



7.3 Presupuesto de ingresos.

Se refiere a las ventas proyectadas a tres años, considerando los bodykits, aros de llantas y accesorios internos. De acuerdo a nuestras políticas de crédito, las ventas se efectuarán al 60% de contado, al momento de la suscripción del contrato y el 40% a la entrega del producto, por lo que tendremos ingresos en efectivo y cuentas por cobrar relacionadas con esta política, los detalles los podremos observar en el Anexo # 8 (Proyección de Ventas).



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

7.4 Presupuesto de costos.

En cuanto a los **Costos de Operación** incluimos arriendos, gastos de servicios públicos, seguros así como las depreciaciones y amortizaciones correspondientes, lo que se encuentra detallado en el cuadro 7.2 (Presupuesto de Gastos de Operación). Todos estos gastos de operación constituyen Costos Fijos.

CUADRO No 7.3
PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACION

	MES	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007
Arriendo	\$ 1.000	\$ 12.000	\$ 12.600	\$ 13.230
Servicios Públicos	400	4.800	5.040	5.292
Seguros	130	1.560	1.638	1.720
Depreciacion	0	1.105	1.105	1.105
Amortizacion	0	400	400	400
Total de Gastos de Operación		19.865	20.783	21.747
Total de Gastos de Operación (Fijos)		\$ 19.865	\$ 20.783	\$ 21.747
Total de Gastos de Operación (Variables)		0	0	0

Elaborado por Moreno-Valle



A continuación se detallan los **Gastos Administrativos y de Ventas**, los cuales comprenden los Gastos de Publicidad y Promoción, la comisión del 2% sobre las ventas para el vendedor, Gastos de suministro y la Depreciación de muebles y enseres.

Hemos incluido a su vez la clasificación de los Gastos administrativos y de ventas en costos fijos y variables. Para mayor detalle observar cuadro 7.3 (Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas)

CUADRO No 7.4
PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS

	MES	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007
Gastos de Publicidad y Promoción.	\$ 0	\$ 32.243	\$ 27.955	\$ 35.223
Comision Vendedor 2% sobre ventas	0	9.212	11.182	14.089
Gastos de Suministros	150	1.800	1.890	1.985
Depreciación Muebles y Enseres		175	175	175
TOTAL GASTOS DE ADMIN Y VTAS		43.431	41.202	51.472
GASTOS DE ADMINISTRACION (FIJOS)		1.975	2.065	2.160
GASTOS ADMINISTRACION (VARIABLES)		\$ 41.456	\$ 39.137	\$ 49.312

Elaborado por Moreno-Valle

En cuanto al **Presupuesto de Sueldos y Salarios**, Ultra Tuning tendrá en su nómina a siete personas, las prestaciones sociales ascienden a un 37,72% e incluyen Componente Salarial, Bono Navideño, Bono Educativo, Vacaciones, Fondó de Reserva, Aportes Patronales y aportes al IECE y SECAP. Por lo tanto el valor de la nómina total durante el primer año ascenderá a \$69,727.00. Para los años dos y tres, los incrementos serán de 5%. Detalles en el Cuadro 7.5 (Presupuesto de Sueldos y Salarios).

Procederemos a hacer el **Análisis del Punto de Equilibrio**, el cual se encuentra detallado en el Cuadro 7.6 En este cuadro observamos la



clasificación de los gastos en Costos Fijos y Costos Variables, constituyendo el Costo Total la suma de ellos.



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

CUADRO No 13				
PRESUPUESTO DE SUELDOS Y SALARIOS				
CARGO	CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ivonne Moreno	Salario básico mensual	1.500	1.575	1.654
	Salario anual	18.000	18.900	19.845
	Prestaciones soc.37.72%	6.790	7.129	7.486
Carlos Valle	Salario básico mensual	1.500	1.575	1.654
	Salario anual	18.000	18.900	19.845
	Prestaciones soc.37.72%	6.790	7.129	7.486
Contador	Salario básico mensual	600	630	662
	Salario anual	7.200	7.560	7.938
	Prestaciones soc.37.72%	2.716	2.852	2.994
Vendedor	Salario básico mensual	300	315	331
	Salario anual	3.600	3.780	3.969
	Prestaciones soc.37.72%	1.358	1.426	1.497
Secretaria	Salario básico mensual	300	315	331
	Salario anual	3.600	3.780	3.969
	Prestaciones soc.37.72%	1.358	1.426	1.497
Ayudante de Mecanica	Salario básico mensual	200	210	221
	Salario anual	2.400	2.520	2.646
	Prestaciones soc.37.72%	905	951	998
Mecanico	Salario básico mensual	400	420	441
	Salario anual	4.800	5.040	5.292
	Prestaciones soc.37.72%	1.811	1.901	1.996
	TOTAL SALRS MENSL	4.800	5.040	5.292
	TOTAL SALRS ANUALES	48.000	50.400	52.920
	TOTAL PRESTNS ANUAL	21.727	22.813	23.954
	TOTAL SUELD Y SALRS	69.727	73.213	76.874
PAGOS OTROS MESES		69.727	73.213	76.874
PAGO FIJO MENSUAL		5.811	6.101	6.406

Elaborado por Moreno-Valle

Se ha calculado el costo de venta unitario y el costo variable unitario de los productos en promedio, es decir, representativo de los tres tipos de productos que venderemos, por lo que obtenemos el punto de equilibrio contable para cada año; observándose que en el primer año es de 580 unidades y que sin embargo nuestras ventas ascienden a 537 unidades, por lo que tenemos resultados negativos en el primer año, pero evidenciándose valores positivos en los siguientes años. Detalles en cuadro 7.6 (Punto de Equilibrio).



CUADRO No. 16
PUNTO DE EQUILIBRIO

COSTOS FIJOS	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007
Total de Sueldos y Salarios	\$ 69.726,72	\$ 73.213,06	\$ 76.873,71
Gastos de Operación.	19.865	20.783	21.747
Gastos Administrativos y de Ventas	1.975	2.065	2.160
Gastos Diferidos	491	0	0
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 92.057,72	\$ 96.061,06	\$ 100.780,11
COSTOS VARIABLES			
Compras	\$ 333.947,62	\$ 405.345,62	\$ 510.735,48
Gastos Administrativos y de Ventas	41.456	39.137	49.312
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 375.403,19	\$ 444.482,44	\$ 560.047,88
COSTO TOTAL	\$ 467.460,91	\$ 540.543,50	\$ 660.827,98
Volumen Estimado de Ventas (Unidades)	536	620	744
Costo Promedio Unitario	\$ 871	\$ 872	\$ 888
Costo Variable Promedio Unitario	\$ 700	\$ 717	\$ 753
Precio Promedio Unitario	\$ 859	\$ 902	\$ 947
Margen de contribucion promedio unitario	\$ 158,86	\$ 184,84	\$ 194,08
Punto de Equilibrio (Unidades)	580	520	520
COSTO TOTAL DESEMBOLSABLE	\$ 465.289,91	\$ 538.863,50	\$ 659.147,98
COSTO PROMEDIO DESEMBOLSABLE	\$ 867,43	\$ 869,02	\$ 885,84

Elaborado por Moreno-Valle



8. - ANÁLISIS FINANCIERO

8.1 Flujo de Caja

Para el proyecto de Ultra Tuning, se realizó durante el primer año un detalle mensual del flujo de caja, para el segundo y tercer año, el análisis se realizó de forma anual. Detalles en Anexo #12. En éste observamos los ingresos obtenidos a través de la vida del proyecto, así como los gastos correspondientes.



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

8.2 Estado de Resultados

En este estado incluimos los ingresos y los gastos causados en el periodo de operación del negocio, así como lo relativo al pago del impuesto a la renta y reservas legales correspondientes. El Anexo # 13 presenta el esquema de elaboración del estado de resultados, donde el primer año iniciamos con una pérdida, para en los dos siguientes años generar utilidades.

8.3 Balance General

El balance general muestra la posición financiera de la empresa al final de cada uno de los periodos de análisis. Detalles en el anexo # 14.



8.4 Flujo de caja neto.

Para elaborar el flujo de caja neto utilizamos la utilidad antes de la reserva legal, a la que le sumamos las depreciaciones y amortizaciones de cada periodo para luego obtener los flujos de caja totalmente netos, lo que nos sirven para determinar la Tasa Interna de Retorno y el Valor Presente Neto del 39% y de \$10,443.00 respectivamente, obteniendo un proyecto rentable en el tiempo. Detalles Anexo #15.



9.- ANÁLISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES

9.1.- Riesgos de Mercado

Dentro de los riesgos de mercado se encuentra el hecho de que el tuning es una actividad bastante nueva en el país, la cual esta dirigida hacia un segmento muy específico de mercado, que depende mucho del nivel económico, y de su interés hacia realizar modificaciones a sus vehículos.

Adicionalmente los productos sustitutos existentes y la entrada de nuevos competidores potenciales achican aun más el nicho de mercado hacia el cual tenemos que dirigirnos.

9.2.- Riesgos Técnicos

En el desarrollo de nuestro proyecto hemos establecido algunos riesgos técnicos que se pudieran presentar y sus respectivas prevenciones:

- Podría presentarse el caso de que el producto ofrecido no exista o este discontinuado, en cuyo caso esta parte tan dedicada debe de estar a cargo de los accionistas, quienes deberán de cerciorarse de que los productos solicitados estén dentro del stock del proveedor, lo que se facilita mediante los medio de comunicación adecuados.
- Podría también suceder que exista demora en el arribo de la mercadería importada debido principalmente a variables exógenas



(huelga en aduanas, problemas en el arribo). En estos casos trataremos de llegar a un acuerdo con nuestros clientes y solucionar el inconveniente en el menor tiempo posible.

9.3 Riesgos Económicos

El riesgo más alto que corremos en la parte económica se da al momento de que aumente el precio de los productos que son importados. Lo cual traería como consecuencia una disminución de nuestra rentabilidad y una disminución de la demanda.

Otro riesgo sería el incremento arancelario, el cual consideramos secundario, debido a que en la globalización de los negocios se tiende a la reducción de barreras impositivas como lo son los aranceles.

9.4 Riesgos Financieros

El riesgo financiero mayor que correríamos sería si nos redujeran el periodo de pago a los proveedores, pues nosotros trabajamos en función de este plazo, el cual a su vez se lo otorgamos a nuestros clientes. De suceder este problema, tendríamos que suscribir cartas de crédito.



10.- EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO

10.1 Evaluación de contado.

Analizando el proyecto y haciendo las proyecciones financieras y luego los flujos de caja totalmente netos obtuvimos para tres años un valor presente neto (VPN) positivo, calculado a la tasa mínima de retorno deseada por el grupo empresarial, que en este caso asciende al 20%. El periodo de pago descontado a la TMAR del 20% es de 4,67 años produciendo una Tasa Interna de Retorno (TIR) atractiva para los accionistas del 39%.

10.2 Evaluación con financiación.

La financiación de este proyecto la hemos realizado con recursos propios, sin la necesidad de recurrir a recursos financieros externos. En el futuro, cuando se produzca la expansión del negocio, esperamos aprovechar la ventaja del escudo fiscal de los intereses, con la obtención de préstamos a terceros.

10.3 Análisis de Sensibilidad

Para realizar el análisis de sensibilidad del proyecto se han variado 3 factores, el precio de compra, el precio de venta, y el volumen o unidades vendidas, ya que estos influyen directamente en el flujo neto de efectivo y en consecuencia varían el VAN y la TIR (Anexo #16).



Escenarios Optimistas. ($TIR > TMAR$)

- Si disminuyen los precios de compra en un 5%; 10%; 13%, el ingreso se incrementa lo que trae como consecuencia que se incremente el VAN y la TIR a 97%; 140% y 184% respectivamente.
- Si aumenta el precio de venta en un 5%; 9%; y 13% el ingreso se incrementa, aumentando la TIR espectacularmente en un 112%; 167% y 223%.
- Si aumentamos el volumen de unidades vendidas en 4%, 6% y 8%, se incrementa el VAN y la TIR en un 54%, 61% y 68%.
- Si disminuye el volumen de unidades vendidas, en un 4% y un 6%, la TIR queda aun superior a la TMAR, con valores de 27% y de 21%.

Escenarios Pesimistas. ($TIR < TMAR$)

- Si aumentan los precios de compra en un 5%; 9%; y 13%, el ingreso disminuye lo que trae como consecuencia que el VAN se torne negativo, por lo que no podría calcularse la TIR.



- Si disminuye el precio de venta en un 5%, 9%, y 13%, el ingreso disminuye lo que trae como consecuencia que el VAN se torne negativo, por lo que no podría calcularse la TIR.
- Y por último, con una disminución del volumen de unidades vendidas en un 8% la TIR alcanza un valor de 15%, el cual es menor al de 20% el cual es la TMAR.

10.4 Análisis de la Estructura Financiera

Con respecto a la estructura financiera de Ultra Tuning, indicamos que del 100% de sus activos totales, el 35% debe a terceros, específicamente a proveedores y por gastos acumulados, el 65% restante son aportaciones de sus accionistas y las utilidades generadas en los ejercicios económicos constituyéndose en un negocio sólido, libre de deudas y manejado con mucha prudencia por parte de sus propietarios y accionistas.

10.5 Análisis Integral del Proyecto.

Finalizando, en la evaluación integral del proyecto logramos una Tasa de Retorno del 39%, es decir los flujos generados por el proyecto son capaces de recuperar la inversión de \$18,000.00 y de dar cada año una rentabilidad del 39%. Esta rentabilidad es superior al 20% anual, que los accionistas han definido como su Tasa Mínima de Retorno, por consiguiente el proyecto es económicamente factible.



El VAN asciende a \$10,443.00 y el balance del proyecto indica que después de 4,67 años se logra el periodo de pago descontado. Con respecto al punto de equilibrio económico, este se logra, con las ventas de 520 unidades.



11.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

- ▶ Luego del análisis efectuado del proyecto “Creación de la Empresa Ultra Tuning”, podemos deducir que esta propuesta es viable, de acuerdo a nuestros resultados financieros, lo que le permitirá al inversionista estar seguro de que su capital está correctamente invertido y a los acreedores le da el respaldo de que la deuda será cancelada en el tiempo pactado.
- ▶ Los beneficios que genera a la sociedad y a la nación en general son numerosos entre ellos: nuevas fuentes de empleo y el considerable aporte a la reactivación de la producción.
- ▶ El impacto ambiental que producirá es mínimo, sin embargo, se tomarán todas las medidas necesarias de seguridad y capacitación para los trabajadores para una correcta utilización de materiales e insumos.
- ▶ La carga de la deuda y los bajos precios de los productos de consumo impulsan el crecimiento lento de muchos países en vías de desarrollo, como Ecuador, que tendrán que presionar más a los países industrializados para que abran sus mercados y poder satisfacer la demanda latente, constituyéndose la creación de Ultra Tuning un empuje para impulsar la economía ecuatoriana.
- ▶ La economía global se encuentra en crecimiento estimulada por la actuación de los mercados emergentes como América Latina, lo cual asegura que el clima de negocios internacional mejorará debido a la integración económica, la liberalización del mercado y la privatización por lo que constituye una oportunidad la inserción de Ultra Tuning en el mercado ecuatoriano.
- ▶ Por último podríamos acotar que al tratarse el tuning de una afición sana, cuyo propósito final es el de unir a un grupo de amigos en torno a un pasatiempo común y original, y por tratarse de un proyecto económicamente viable,



alentamos a los inversionistas locales y extranjeros a unirse a nosotros, a nuestra empresa, con el propósito de hacer del tuning el pasatiempo mas realizado y conocido en el Ecuador.

- La principal recomendación la efectuamos al gobierno, en el sentido de que se deben bajar los impuestos a la importación de auto partes, ya que este arancel encarece el costo de los artículos que vamos a importar, por lo que nuestros precios de venta estarían por encima de el presupuesto de mucho de nuestros clientes.



12.- BIBLIOGRAFÍA

- ▶ *Rodrigo Varela Villegas.* **Innovación Empresarial.** Prentice Hall, Pearson Educación de Colombia, 2ª Edición, 2001
- ▶ *Nassir Sapag Chain.* **Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa.** Prentice Hall, Buenos Aires, 1ª Edición, 2001
- ▶ *Nassir Sapag Chain.* **Evaluación de Proyectos,** McGraw Hill, Chile, 4ª Edición, 2000
- ▶ *Gabriel Baca Urbina.* **Evaluación de Proyectos.** McGraw Hill, México, 3ª Edición, 1996
- ▶ *Aura Bavaresco de Prieto.* **Las Técnicas de la Investigación.** South-Western Publishing, U.S.A., 5ª Edición, 1999
- ▶ *Paul Krugman, Maurice Obstfeld.* **Economía Internacional.** Addison Wesley, Pearson Educación, 5ª Edición, Madrid, 2001
- ▶ *Charles Hill.* **Negocios Internacionales.** McGraw Hill, México, 3ª Edición, 2001
- ▶ *James Van Horne.* **Administración Financiera.** Prentice Hall, Bogotá, 10ª Edición, 2002



- ▶ *Schott Besley y Eugene F. Brigham. Fundamentos de Administración Financiera.* McGraw Hill, 12ª Edición, México, 2000
- ▶ *Michael Porter. Ventaja Competitiva.* Editorial Rei Argentina, S. A., Argentina, 1999
- ▶ *Phillip Kotler, Gary Armstrong. Marketing.* Prentice Hall, Pearson Educación, 8ª Edición, México, 2001
- ▶ *Gary Dessler. Administración de Personal.* Prentice Hall, Pearson Educación, 8ª Edición, México, 2001

▶ ***Direcciones de Internet:***

<http://www.transportesyturismo.com.mx/acciones>

<http://www.comunidadandina.org/políticas/auto.htm>

http://www.tuning_zone.com

<http://www.metanol.com.ar>

<http://www.xtreme-tuning.com>

<http://www2.terra.com/autos/articulo>

<http://www.cideiber.com/infopaises/Ecuador/Ecuador-05-04.html>

<http://www.infopyme.com.co/Boletines/infopyme80.htm>



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL



ANEXOS

ANEXO #1
COMISION DE TRANSITO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS
DIRECCION TECNICA DE INFORMATICA.

AÑO 1999

CLASE TIPO	PARTICULARES	ALQUILERES	CONS. PROV.	MUNICIPAL	ESTATAL	TOTAL
AUTOMOVILES	61.561	7.822	0	0	30	69.413
CAMIONETAS	55.529	669	31	168	366	56.763
BUSES	429	3.592	0	1	52	4.074
CAMIONES	13.066	244	0	52	107	13.469
FURGONETAS	759	258	0	1	22	1.040
TRACTORES	3	0	0	0	4	7
JEEPS	18.150	1	1	4	361	18.517
ESPECIALES	5	0	0	0	0	5
MOTOS	9.507	0	0	8	60	9.575
TOTAL GENERAL	159.009	12.586	32	234	1.002	172.863

AÑO 2000

CLASE TIPO	PARTICULARES	ALQUILERES	CONS. PROV.	MUNICIPAL	ESTATAL	TOTAL
AUTOMOVILES	66.099	8.593	0	0	73	74.765
CAMIONETAS	58.958	591	27	233	388	60.197
BUSES	424	4.220	0	2	47	4.693
CAMIONES	14.832	239	0	89	88	15.248
FURGONETAS	825	788	0	4	17	1.634
TRACTORES	2	0	0	0	0	2
JEEPS	20.642	1	1	4	314	20.962
ESPECIALES	8	0	0	0	0	8
MOTOS	10.574	0	0	7	80	10.661
TOTAL GENERAL	172.364	14.432	28	339	1.007	188.170

AÑO 2001

CLASE TIPO	PARTICULARES	ALQUILERES	CONS. PROV.	MUNICIPAL	ESTATAL	TOTAL
AUTOMOVILES	52.222	4.528	0	0	71	56.821
CAMIONETAS	45.552	295	25	252	352	46.476
BUSES	304	2.762	0	1	43	3.110
CAMIONES	12.732	160	0	102	84	13.078
FURGONETAS	583	743	0	5	16	1.347
TRACTORES	2	0	0	0	0	2
JEEPS	19.159	2	1	5	264	19.431
ESPECIALES	6	0	0	0	0	6
MOTOS	7.280	0	0	15	71	7.366
TOTAL GENERAL	137.840	8.490	26	380	901	147.637

AÑO 2002

CLASE TIPO	PARTICULARES	ALQUILERES	CONS. PROV.	MUNICIPAL	ESTATAL	TOTAL
AUTOMOVILES	58.887	6.723	18	0	0	65.628
CAMIONETAS	48.674	351	392	264	27	49.708
BUSES	355	3.242	39	1	0	3.637
CAMIONES	13.349	135	107	105	0	13.696
FURGONETAS	650	797	15	6	0	1.468
TRACTORES	2	0	0	0	0	2
JEEPS	21.829	2	279	6	1	22.117
ESPECIALES	10	0	0	0	0	10
MOTOS	7.542	0	56	9	0	7.607
TOTAL GENERAL	151.298	11.250	906	391	28	163.873

AÑO 2003

CLASE TIPO	PARTICULARES	ALQUILERES	CONS. PROV.	MUNICIPAL	ESTATAL	TOTAL
AUTOMOVILES	68.251	7.895	70	0	0	76.216
CAMIONETAS	53.949	330	451	298	30	55.058
BUSES	468	3.217	48	1	0	3.734
CAMIONES	14.597	228	115	121	0	15.061
FURGONETAS	738	828	14	5	0	1.585
TRACTORES	2	0	0	0	0	2
JEEPS	24.202	1	323	5	1	24.532
ESPECIALES	10	0	0	0	0	10
MOTOS	9.020	0	70	12	0	9.102
TOTAL GENERAL	171.237	12.499	1.091	442	31	185.300

ANEXO # 2

SELECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Hemos utilizado la formula descrita donde:

Z^2 = es el estadístico de la distribución normal estándar para un nivel de confianza del 95%.

e^2 = es el error del 5%

N = el total de automóviles sedan matriculados en la provincia del Guayas en el año 2003. Es la población (68,251 automóviles registrados en el SRI y en la Comisión de Transito del Guayas)

p = 50%, probabilidad de que se desee el servicio

q = 50% probabilidad de que no deseen el servicio

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + z^2 p q} = \frac{1.96^2 \times 68,251 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 (68,251 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} = 382$$

ANEXO # 3
INVESTIGACIÓN DE MERCADO
(Vehículo sedán, sexo masculino)

Buenos días caballero, estamos investigando la preferencia de los propietarios de vehículos sedan en lo relacionado a modificaciones tuning. (Cambios en la apariencia de vehículos). Podría ayudarnos respondiendo las siguientes preguntas

1.- Es usted propietario del vehículo?

si _____

no _____

(Si contesta SI, continúe con la siguiente pregunta, si contesta NO, ha terminado la encuesta)

2.- Le gustaría hacer mejoras en la apariencia de su vehículo?

si _____

no _____

(Si contesta SI, continúe con la siguiente pregunta, si contesta NO, ha terminado la encuesta)

3.- Que tipo de mejoras estaría dispuesto a realizar?

3.1 Body kits (parachoques delanteros, traseros, spoilers, rollbars).....()

3.2 Aros de llantas.....()

3.3 Accesorios internos (palanca de cambios, volantes, espejos retrovisores, pedales).....()

3.4 Cualquier combinación anterior.....()

4.- Cual de los siguientes recursos económicos estaría dispuesto a destinar para efectuar los cambios

Tipos	menos de\$200	de \$201 a \$400	de \$401 a \$600	de \$601 a \$800	de \$801 a \$1000	\$1001 a \$1500
Body Kits						
Aros de llanta						
Acces Internos						

5.- Conoce algún lugar donde hagan las modificaciones descritas anteriormente?

si _____

no _____

6.- Nombre del negocio conocido

7.- Si existiera en la ciudad un local que realice los servicios descritos anteriormente, usted estaría dispuesto a efectuar los cambios?

7.1 Definitivamente.....()

7.2 Probablemente.....()

7.3 No esta seguro.....()

7.4 Probablemente no.....()

7.5 Definitivamente no.....()

Le agradecemos por su colaboración

Datos del encuestado.

(Datos que llena el encuestador)

Fecha: _____

Hora: _____

Sitio de la encuesta: _____

Edad: _____

1 De 20 a 29 años.....()

2 De 30 a 39 años.....()

3 De 39 a 40 años.....()

4 Mas de 40 años.....()

ANEXO#4

CATALOGO DE PRECIOS DE PRODUCTOS

VOLKSWAGEN

BORA 112100 Spoiler delantero 255,00 €
BORA 112200 Spoiler trasero 229,00 €
BORA 112300 Juego de taloneras 230,00 €
BORA 888511 Alerón de maltero EVO 272,00 €
GOLF III 810100 Spoiler delantero 243,00 €
GOLF III 810200 Spoiler trasero 243,00 €
GOLF III 810300 Juego de taloneras 226,00 €
GOLF III 810400 Alerón de techo 243,00 €
GOLF III 810800 Lámina DTM spoiler delantero 134,00 €
GOLF IV 800100 Spoiler delantero 242,00 €
GOLF IV 800200 Spoiler trasero 224,00 €
GOLF IV 800300 Juego de taloneras 232,00 €
GOLF IV 800400 Alerón de techo 280,00 €
GOLF IV 800800 Lámina DTM spoiler delantero 134,00 €
GOLF IV NUEVO 112300 Juego de taloneras 244,00 €
GOLF IV NUEVO 202100 Spoiler delantero 256,00 €
GOLF IV NUEVO 202200 Spoiler trasero 230,00 €
GOLF IV NUEVO 202400 Alerón de techo 219,00 €
GOLF IV NUEVO EXH002 Escape de doble salida instalable sobre el original 153,00 €
POLO 2000 104100 Paragolpes delantero 231,00 €
POLO 2000 104200 Paragolpes trasero 254,00 €
POLO 2000 104300 Juego de taloneras 236,00 €
POLO 2000 104400 Alerón de techo 233,00 €
POLO 2000 540800 Lámina DTM spoiler delantero 97,00 €
POLO 6N 97 105100 Paragolpes delantero 342,00 €
POLO 6N 97 105200 Paragolpes trasero 368,00 €
POLO 6N 97 105300 Juego de taloneras 236,00 €
POLO 6N 97 105400 Alerón de techo 233,00 €
POLO 6N 97 540800 Lámina DTM spoiler delantero

BMW

BMW 3 E30 700100 Spoiler delantero 346.00 €
BMW 3 E30 700200 Parachoques trasero 303.00 €
BMW 3 E30 700300 Juego taloneras 219.00 €
BMW 3 E30 700500 Alerón de maletero M3-LOOK 243.00 €
BMW 3 E30 700501 Alerón de maletero M3-LOOK con luz stop 275.00 €
BMW 3 E30 700510 Alerón de maletero EVO 264.00 €
BMW 3 E30 700511 Alerón de maletero EVO con luz stop 338.00 €
BMW E36 M3 Replica 710100 Spoiler delantero 346.00 €
BMW E36 M3 Replica 710200 Parachoques trasero tipo M3 346.00 €
BMW E36 M3 Replica 710300 Juego taloneras tipo M3 236.00 €
BMW 3 E36 103100 Paragolpes delantero 363.00 €
BMW 3 E36 103200 Paragolpes trasero 363.00 €
BMW 3 E36 103300 Juego taloneras 248.00 €

BMW 3 E36 103600 Visera cristal trasero - Coupé 114.00 €
 BMW 3 E36 103601 Visera cristal trasero - Berlina 114.00 €
 BMW 3 E36 103900 Máscaras de faro Berlina 68.00 €
 BMW 3 E36 103901 Máscaras de faro Coupé 68.00 €
 BMW 3 E36 888510 Alerón Maletero tipo EVO 272.00 €
 BMW 3 E46 208100 Spoiler delantero 502.00 €
 BMW 3 E46 208200 Spoiler trasero 502.00 €
 BMW 3 E46 208300 Juego taloneras 301.00 €
 BMW 3 E46 208500 2 piezas adaptadoras BMW3 E46 para EVO III Spoiler 87.00 €
 BMW 3 E46 888519 Alerón maletero EVO 2 (Alternativo a 999503 + 208500)
 BMW 3 E46 999503 Alerón maletero EVO 3 (montaje junto con 208500) 339.00 €
 BMW 3 E46 999601 Visera cristal trasero 142.00 €
 BMW 3 E46 999804 Cornersplitters 2 piezas 97.00 €

CITROEN

SAXO FASE I+II 109001 Paso de rueda - delantero derecho (visto desde parte trasera) 75,00 €
 SAXO FASE I+II 109002 Paso de rueda - trasero derecho 75,00 €
 SAXO FASE I+II 109003 Paso de rueda - trasero izquierdo 75,00 €
 SAXO FASE I+II 109004 Paso de rueda - delantero izquierdo 75,00 €
 SAXO FASE I+II 109005 Tira lateral - derecha 43,00 €
 SAXO FASE I+II 109006 Tira lateral - izquierda 43,00 €
 SAXO FASE I+II 109100 Paragolpes delantero Fase I (96-99) 402,00 €
 SAXO FASE I+II 109101 Paragolpes delantero Fase II (99-) 357,00 €
 SAXO FASE I+II 109200 Paragolpes trasero 349,00 €
 SAXO FASE I+II 109300 Juego taloneras 230,00 €
 SAXO FASE I+II 109400 Alerón de techo 313,00 €
 XSARA FASE I 108300 Juego de taloneras 241,00 €
 XSARA FASE I 108500 Alerón de maletero tipo EVO 233,00 €
 XSARA FASE I 205100 Paragolpes delantero 402,00 €
 XSARA FASE I 205200 Paragolpes trasero 374,00 €
 XSARA FASE II COUPE 108100 Spoiler delantero 255,00 €
 XSARA FASE II COUPE 108200 Spoiler trasero 244,00 €
 XSARA FASE II COUPE 108300 Juego taloneras 241,00 €
 XSARA FASE II COUPE 108500 Alerón de maletero tipo EVO 233,00 €
 XSARA FASE II COUPE 108700 Parrilla 72,00 €
 XSARA FASE II COUPE 108901 Máscaras de faro 70,00 €.



BIBLIOTECA
 ESPAÑOLA-ESPOL

FORD

FOCUS FASE I 445100 Spoiler delantero 226,00 €
 FOCUS FASE I 445200 Spoiler trasero 208,00 €
 FOCUS FASE I 445300 Juego taloneras 226,00 €
 FOCUS FASE I 445400 Alerón de techo 3 piezas 215,00 €
 FOCUS FASE I 445901 Máscaras de faro 45,00 €
 FOCUS FASE I+II 203100 Paragolpes delantero 402,00 €
 FOCUS FASE I+II 203200 Paragolpes trasero 374,00 €
 FOCUS FASE I+II 203300 Juego taloneras 346,00 €
 FOCUS FASE I+II 445400 Alerón de techo 3 piezas 215,00 €
 FOCUS FASE I+II 445901 Máscaras de faro 45,00 €

PUMA 444100 Spoiler delantero 226,00 €
PUMA 444200 Spoiler trasero 208,00 €
PUMA 444300 Juego de taloneras 226,00 €
PUMA 444500 Alerón de maletero 215,00

HONDA

CRX 16V V-TEC 600100 Paragolpes delantero 356,00 €
CRX 16V V-TEC 600101 Paragolpes delantero V-TEC 356,00 €
CRX 16V V-TEC 600200 Paragolpes trasero 313,00 €
CRX 16V V-TEC 600300 Juego de taloneras 306,00 €
CRX 16V V-TEC 600500 Alerón de maletero tipo F1 189,00 €
CRX 16V V-TEC 600501 Alerón de maletero tipo F1 + STOP 234,00 €
CRX 16V V-TEC 600510 Alerón maletero Honda CRX II 227,00 €
CRX 16V V-TEC 600511 Alerón maletero Honda CRX II+ STOP 297,00 €
CIVIC '96 610100 Spoiler delantero - Modelo 2/3 puertas 204,00 €
CIVIC '96 610200 Spoiler trasero 156,00 €
CIVIC '96 610901 Máscaras de faro 70,00 €
CIVIC COUPE 610100 Spoiler delantero - Modelo 2/3 puertas 204,00 €
CIVIC COUPE 620200 Spoiler trasero 156,00 €
CIVIC COUPE 620600 Visera de cristal trasero 108,00 €
CIVIC COUPE 999500 Alerón de maletero tipo Racing I 263,00 €
CIVIC 96-2000 201100 Paragolpe delantero 98-2000 402,00 €
CIVIC 96-2000 201101 Paragolpes delantero EJ 9 / 96 - 98 402,00 €
CIVIC 96-2000 201200 Paragolpes trasero 366,00 €
CIVIC 96-2000 201300 Juego de taloneras 327,00 €
CIVIC 96-2000 201500 Alerón de maletero 233,00 €
CIVIC 96-2000 EXH004 Escape de doble salida instalable sobre el original 153,00 €

CHEVROLET.

ASTRA G 101100 Spoiler delantero 261,00 €
ASTRA G 101200 Spoiler trasero 261,00 €
ASTRA G 101300 Juego de taloneras 263,00 €
ASTRA G 101500 Alerón de maletero 219,00 €
ASTRA G 101901 Máscaras de faro 70,00 €
CORSA B 102100 Paragolpes delantero 310,00 €
CORSA B 102200 Paragolpes trasero 334,00 €
CORSA B 102300 Juego de taloneras 277,00 €
CORSA B 102400 Alerón de techo 226,00 €
CORSA C 111100 Paragolpes delantero 396,00 €
CORSA C 111200 Paragolpes trasero 374,00 €
CORSA C 111300 Juego de taloneras 324,00 €
CORSA C 111400 Alerón de techo 219,00 €
CORSA C 111900 Máscaras de piloto trasero 70,00 €

PEUGEOT.

106 206001 Paso de rueda 75,00 €
106 206002 Paso de rueda 75,00 €
106 206003 Paso de rueda 75,00 €

106 206004 Paso de rueda 75,00 €
 106 206005 Tiras laterales 43,00 €
 106 206006 Tiras laterales 43,00 €
 106 206100 Paragolpes delantero 357,00 €
 106 206200 Paragolpes trasero 349,00 €
 106 206300 Juego de taloneras 230,00 €
 106 206400 Alerón de techo 191,00 €
 206 000100 Paragolpes delantero 291,00 €
 206 000200 Paragolpes trasero 291,00 €
 206 000300 Juego de taloneras - 3 puertas 291,00 €
 206 000301 Juego de taloneras - 5 puertas 291,00 €
 206 000400 Alerón de techo - grande 231,00 €
 206 000410 Alerón de techo - pequeño 167,00 €
 206 000800 Lámina DTM delantera 128,00 €
 206 000900 Máscaras de faro 70,00 €
 206 NUEVO 301100 Paragolpes delantero 355,00 €
 206 NUEVO 301200 Paragolpes trasero 332,00 €
 206 NUEVO 301300 Juego de taloneras - 3/5 puertas 233,00 €
 206 NUEVO 301500 Alerón de Maletero
 222,00 €
 206 NUEVO 301700 Rejilla 67,00 €
 306 FASE II 001100 Paragolpes delantero 299,00 €
 306 FASE II 001200 Paragolpes trasero 352,00 €
 306 FASE II 001300 Juego de taloneras 291,00 €
 306 FASE II 001400 Alerón de techo 231,00 €
 306 FASE II 001800 Lámina DTM delantera 128,00 €



BIBLIOTECA
 ESPAE-ESPOL

RENAULT

CLIO FASE I+II 106100 Paragolpes delantero - Fase I 332,00 €
 CLIO FASE I+II 106101 Paragolpes delantero - Fase II (Facelift) 393,00 €
 CLIO FASE I+II 106200 Paragolpes trasero 352,00 €
 CLIO FASE I+II 106300 Juego de taloneras 327,00 €
 CLIO FASE I+II 106400 Alerón de techo 313,00 €
 LAGUNA 100500 Alerón de maletero 222,00 €
 LAGUNA 100501 Alerón de maletero + Stop 272,00 €
 MEGANE BERLINE 110100 Spoiler delantero A-B-C-E 204,00 €
 MEGANE BERLINE 110220 Spoiler trasero 156,00 €
 MEGANE BERLINE 110310 Juego de taloneras B-C 215,00 €
 MEGANE BERLINE 110400 Alerón de techo 136,00 €
 MEGANE BERLINE 110510 Alerón de maletero 204,00 €
 MEGANE BERLINE 110700 Parrila A-B-C-D-E 112,00 €
 MEGANE CABRIO 110100 Spoiler delantero A-B-C-E 204,00 €
 MEGANE CABRIO 110250 Spoiler trasero 156,00 €
 MEGANE CABRIO 110330 Juego de taloneras 215,00 €
 MEGANE CABRIO 110520 Alerón de maletero 285,00 €
 MEGANE CABRIO 110700 Parrila A-B-C-D-E 112,00 €
 MEGANE CLASSIC 110100 Spoiler delantero A-B-C-E 204,00 €
 MEGANE CLASSIC 110230 Spoiler trasero 156,00 €
 MEGANE CLASSIC 110310 B - C Juego de taloneras 215,00 €

MEGANE CLASSIC 110700 Parrila A-B-C-D-E 112,00 €
MEGANE COUPE 110100 Spoiler delantero A-B-C-E 204,00 €
MEGANE COUPE 110200 Spoiler trasero - 1 salida 156,00 €
MEGANE COUPE 110210 Spoiler trasero - 2 salidas 156,00 €
MEGANE COUPE 110300 Juego de taloneras 215,00 €
MEGANE COUPE 110500 Alerón de maletero 224,00 €
MEGANE COUPE 110600 Visera de cristal trasero 108,00 €
MEGANE COUPE 110700 Parrila A-B-C-D-E 112,00 €
MEGANE SCENIC 110110 Spoiler delantero 204,00 €
MEGANE SCENIC 110240 Spoiler trasero 156,00 €
MEGANE SCENIC 110320 Juego de taloneras 215,00 €
MEGANE SCENIC 110700 Parrila A-B-C-D-E 112,00 €

TOYOTA.

CELICA AT 180 200100 Spoiler delantero 204,00 €
CELICA AT 180 200200 Spoiler trasero 332,00 €
CELICA AT 180 200300 Juego de taloneras 291,00 €
CELICA AT 180 200400 Alerón de techo 176,00 €
CELICA AT 180 200500 Alerón de maletero 324,00 €
CELICA AT 180 200501 Alerón de maletero + Stop 379,00 €
CELICA ZTT 230 220100 Spoiler delantero 247,00 €
CELICA ZTT 230 220200 Spoiler trasero 291,00 €
CELICA ZTT 230 220300 Juego de taloneras 236,00 €
CELICA ZTT 230 220400 Alerón de techo 176,00 €
CELICA ZTT 230 999501 Alerón de maletero Racing 2 280,00 €
COROLLA 204100 Spoiler delantero 277,00 €
COROLLA 204200 Spoiler trasero 238,00 €
COROLLA 204300 Juego de taloneras 319,00 €
COROLLA 204400 Alerón de techo 252,00 €
COROLLA 204700 Parrilla 74,00 €
COROLLA EXH001 Escape de doble salida instalable sobre el original 191,00 €
YARIS 210100 Paragolpes delantero 356,00 €
YARIS 210200 Paragolpes trasero 321,00 €
YARIS 210300 Juego de taloneras 306,00 €
YARIS 210400 Alerón de techo 207,00 €
YARIS 210600 Visera de cristal delantero - no montar con derivabrisas 108,00 €
YARIS 210900 Base de retrovisor 90,00 €
YARIS 210901 Máscaras de faro 70,00 €

ANEXO#5

ULTRA TUNING ESLOGAN



ULTRATUNING

Revalorize su vehiculo, convirtiendolo en unico en su clase.

ANEXO#6

CARACTERÍSTICAS DE LAS COMPAÑIAS ANÓNIMAS

- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.
- El capital estará dividido en cuotas o partes llamadas acciones incorporadas al título de fácil transmisibilidad. La acción es un título de valor que se lo puede negociar, a diferencia de las participaciones que caracterizan a las compañías de Responsabilidad Limitada y que solamente pueden ser transferidas por escritura pública y con el consentimiento unánime de todos los socios integrantes. La acción se la puede vender, se anota en el libro talonario, se recoge la firma del cedente y del cesionario y se informa a la Intendencia de Compañías.
- Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrán constituirse o subsistir con UNO o más accionistas. En los demás casos, si sólo participan personas naturales o de derecho privado, se requiere para constitución de la compañía por lo menos DOS accionistas. Puede funcionar y subsistir con un accionista. El número máximo de accionistas integrantes es indefinido



- Existen dos formas de constitución: en una sólo acto (constitución simultánea) por convenio entre los que otorguen la escritura, o en forma sucesiva, por suscripción pública de acciones.
- La compañía tendrá un capital suscrito mínimo de \$800 dólares. El monto mínimo de capital pagado será la cuarta parte, por lo menos, del capital suscrito por cada accionista.
- La existencia de órganos internos de fiscalización o comisarios, es obligatoria. Las compañías anónimas que cuenten con activos que excedan los quince mil salarios mínimos vitales, para el ejercicio de la función fiscalizadora deberán contratar a profesionales que sean contadores públicos autorizados.

ANEXO#7

PASOS PARA LA CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA.

Los pasos para constituir la empresa son los siguientes:

- 1) Aprobación de la denominación por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías. El plazo normal para la aprobación es de cinco días.
- 2) Aporte numerario, se lo hace en un banco local
- 3) Elaboración de la escritura pública en una Notaría
- 4) Afiliación a la Cámara de Comercio de Guayaquil. El tiempo que demora el proceso es aproximadamente de dos días.
- 5) Ingreso de la escritura pública a la Superintendencia de Compañías
- 6) Aprobación de la escritura de constitución por parte de la Superintendencia de Compañías. El plazo normal para la aprobación es de quince días.
- 7) Anotaciones Marginales en una Notaria.
- 8) Publicación en un diario



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

- 9) Inscripción del trámite de constitución en el Registro Mercantil. La inscripción tiene un plazo normal de seis días.
- 10) Pago de la tasa de nombramiento en el Municipio y la H. Junta de Defensa Nacional
- 11) Inscripción del nombramiento en el Registro Mercantil. El proceso toma aproximadamente cinco días.
- 12) Obtención del número de registro en la Superintendencia de Compañías. La consecución del número tiene un plazo normal de cuatro días.
- 13) Obtención del RUC (Registro Único de Contribuyente) en el SRI (Servicio de Rentas Internas) en un lapso de dos días aproximadamente.

PERMISOS NECESARIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL LOCAL

- a) Matrícula de Comercio: Ante el Juez de lo Civil. Código de Comercio
- b) Ley de Régimen Municipal-Intendencia: Permiso de funcionamiento o tasa de habilitación de locales
- c) Pago al Benemérito Cuerpo de Bomberos

- d) Ministerio de Salud: Permiso Sanitario y Certificado Sanitario de los empleados del local.
- e) Pago anual a Ministerio de Gobierno y Policía
- f) Registro al Ministerio de Turismo para obtener la "Licencia Única Anual del Establecimiento.
- g) Municipio de Guayaquil: Dirección Ambiental. Acta de Compromiso para limpieza de Trampa de Grasa.

OTRAS CONSIDERACIONES LEGALES

La tasa de Impuesto a la Renta vigente en el Ecuador de acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno es del 25% sobre las utilidades

ANEXO # 8 PROYECCION DE VENTAS

	1er. TRIMESTRE			2do. TRIMESTRE			3er. TRIMESTRE			4to. TRIMESTRE			MES 12	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11						
VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS																	
Bodykits	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	257	257	314	374
Precio de Venta (\$/Und)	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.819,00	\$ 1.946,33
Aros de Llantas	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	257	257	314	374
Precio de Venta (\$/Und)	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 749,00	\$ 801,43
Accesorios Internos	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	382	382	468	557
Precio de Venta (\$/Und)	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 428,00	\$ 457,96
VALOR TOTAL DE VENTAS (\$)	\$ 63.974,64	\$ 63.974,64	\$ 63.974,64	\$ 63.974,64	\$ 63.974,64	\$ 63.974,64	\$ 64.189,32	\$ 64.189,32	\$ 64.189,32	\$ 64.189,32	\$ 64.189,32	\$ 64.189,32	\$ 64.189,32	\$ 769.198,44	\$ 769.198,44	\$ 1.007.403,81	\$ 1.282.727,27
Ventas al contado	\$ 38.384,78	\$ 38.384,78	\$ 38.384,78	\$ 38.384,78	\$ 38.384,78	\$ 38.513,59	\$ 38.513,59	\$ 38.513,59	\$ 38.513,59	\$ 38.513,59	\$ 38.513,59	\$ 38.513,59	\$ 38.513,59	\$ 461.519,06	\$ 461.519,06	\$ 604.442,29	\$ 769.636,36
Ventas a plazos	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.675,73	\$ 25.675,73	\$ 25.675,73	\$ 25.675,73	\$ 25.675,73	\$ 25.675,73	\$ 25.675,73	\$ 25.675,73	\$ 307.679,38	\$ 307.679,38	\$ 402.961,53	\$ 513.090,91
Ingresos por ventas de Contado	\$ 38.384,78	\$ 38.384,78	\$ 38.384,78	\$ 38.384,78	\$ 38.384,78	\$ 38.513,59	\$ 38.513,59	\$ 38.513,59	\$ 38.513,59	\$ 38.513,59	\$ 38.513,59	\$ 38.513,59	\$ 38.513,59	\$ 461.519,06	\$ 461.519,06	\$ 604.442,29	\$ 769.636,36
Recuperacion de Cartera	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 282.003,65	\$ 282.003,65	\$ 395.057,13	\$ 503.913,46
Ingresos Efectivos	\$ 38.384,78	\$ 63.974,64	\$ 63.974,64	\$ 63.974,64	\$ 63.974,64	\$ 64.103,45	\$ 64.189,32	\$ 64.189,32	\$ 64.189,32	\$ 64.189,32	\$ 64.189,32	\$ 64.189,32	\$ 64.189,32	\$ 743.522,71	\$ 743.522,71	\$ 909.499,41	\$ 1.273.549,83
Cuentas por Cobrar	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.589,86	\$ 25.675,73	\$ 25.675,73	\$ 25.675,73	\$ 25.675,73	\$ 25.675,73	\$ 25.675,73	\$ 25.675,73	\$ 25.675,73	\$ 25.675,73	\$ 25.675,73	\$ 33.580,13	\$ 42.757,58



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

ANEXO #9

PRESUPUESTO DE COMPRAS

	1er. TRIMESTRE			2do. TRIMESTRE			3er. TRIMESTRE			4to. TRIMESTRE			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES12	Año 1	Año 2	Año 3
Bodykits															
Cantidad A Comprar	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	257	314	374
Costo Unitario	\$ 1.207,00	\$ 1.207,00	\$ 1.207,00	\$ 1.207,00	\$ 1.207,00	\$ 1.207,00	\$ 1.207,00	\$ 1.207,00	\$ 1.207,00	\$ 1.207,00	\$ 1.207,00	\$ 1.207,00	\$ 1.207,00	\$ 1.291,49	\$ 1.381,89
Costo Total	\$ 25.780,49	\$ 25.780,49	\$ 25.780,49	\$ 25.780,49	\$ 25.780,49	\$ 25.867,01	\$ 25.867,01	\$ 25.867,01	\$ 25.867,01	\$ 25.867,01	\$ 25.867,01	\$ 25.867,01	\$ 309.971,51	\$ 405.963,49	\$ 516.913,31
Aros de Llanta															
Cantidad A Comprar	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	257	314	374
Costo Unitario	\$ 497,00	\$ 497,00	\$ 497,00	\$ 497,00	\$ 497,00	\$ 497,00	\$ 497,00	\$ 497,00	\$ 497,00	\$ 497,00	\$ 497,00	\$ 497,00	\$ 497,00	\$ 531,79	\$ 569,02
Costo Total	\$ 10.615,50	\$ 10.615,50	\$ 10.615,50	\$ 10.615,50	\$ 10.615,50	\$ 10.651,12	\$ 10.651,12	\$ 10.651,12	\$ 10.651,12	\$ 10.651,12	\$ 10.651,12	\$ 10.651,12	\$ 127.635,33	\$ 167.161,44	\$ 212.846,66
Acc. Internos															
Cantidad A Comprar	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	382	468	557
Costo Unitario	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 303,88	\$ 325,15
Costo Total	\$ 9.026,00	\$ 9.026,00	\$ 9.026,00	\$ 9.026,00	\$ 9.026,00	\$ 9.056,29	\$ 9.056,29	\$ 9.056,29	\$ 9.056,29	\$ 9.056,29	\$ 9.056,29	\$ 9.056,29	\$ 108.524,05	\$ 142.131,78	\$ 180.976,40
Costo Total de las compras	\$ 45.421,99	\$ 45.421,99	\$ 45.421,99	\$ 45.421,99	\$ 45.421,99	\$ 45.574,42	\$ 45.574,42	\$ 45.574,42	\$ 45.574,42	\$ 45.574,42	\$ 45.574,42	\$ 45.574,42	\$ 546.130,89	\$ 715.256,71	\$ 910.736,37
Costo Total de las compras	\$ 45.421,99	\$ 45.421,99	\$ 45.421,99	\$ 45.421,99	\$ 45.421,99	\$ 45.574,42	\$ 45.574,42	\$ 45.574,42	\$ 45.574,42	\$ 45.574,42	\$ 45.574,42	\$ 45.574,42	\$ 546.130,89	\$ 715.256,71	\$ 910.736,37
Egreso Contado 60%	\$ 27.253,20	\$ 27.253,20	\$ 27.253,20	\$ 27.253,20	\$ 27.253,20	\$ 27.344,65	\$ 27.344,65	\$ 27.344,65	\$ 27.344,65	\$ 27.344,65	\$ 27.344,65	\$ 27.344,65	\$ 327.678,54	\$ 429.154,02	\$ 546.441,82
Cxp Proveedores Periodo 40%	\$ 18.168,80	\$ 18.168,80	\$ 18.168,80	\$ 18.168,80	\$ 18.168,80	\$ 18.229,77	\$ 18.229,77	\$ 18.229,77	\$ 18.229,77	\$ 18.229,77	\$ 18.229,77	\$ 18.229,77	\$ 218.452,36	\$ 286.102,68	\$ 364.294,55
Pago Cuentas Por Pagar	\$ -	\$ 18.168,80	\$ 18.168,80	\$ 18.168,80	\$ 18.168,80	\$ 18.168,80	\$ 18.229,77	\$ 18.229,77	\$ 18.229,77	\$ 18.229,77	\$ 18.229,77	\$ 18.229,77	\$ 200.222,59	\$ 280.490,56	\$ 357.778,56
Egresos Efectivos	\$ 27.253,20	\$ 45.421,99	\$ 45.421,99	\$ 45.421,99	\$ 45.421,99	\$ 45.513,45	\$ 45.574,42	\$ 45.574,42	\$ 45.574,42	\$ 45.574,42	\$ 45.574,42	\$ 45.574,42	\$ 527.901,13	\$ 709.644,58	\$ 904.220,38
TOTAL CUENTAS POR PAGAR	\$ 18.168,80	\$ 18.168,80	\$ 18.168,80	\$ 18.168,80	\$ 18.168,80	\$ 18.229,77	\$ 18.229,77	\$ 18.229,77	\$ 18.229,77	\$ 18.229,77	\$ 18.229,77	\$ 18.229,77	\$ 18.229,77	\$ 23.841,89	\$ 30.357,88

Anexo #10

SUELDOS Y SALARIOS										
Sueldo Basico										
NOMINA DE EMPLEADOS										
\$ 135,62										
Sueldo										
Ing. Ivonne Moreno.	\$ 1.500,00	\$ 8,00	\$ 125,00	\$ 11,30	\$ 62,50	\$ 125,00	\$ 167,25	\$ 15,00	\$ 2.014,05	
Ing. Carlos Valle.	1.500,00	8,00	125,00	11,30	62,50	125,00	167,25	15,00	2.014,05	
Contador	600,00	8,00	50,00	11,30	25,00	50,00	66,90	6,00	817,20	
Mecanico	400,00	8,00	33,33	11,30	16,67	33,33	44,60	4,00	551,24	
Vendedor	300,00	8,00	25,00	11,30	12,50	25,00	33,45	3,00	418,25	
Secretaria	300,00	8,00	25,00	11,30	12,50	25,00	33,45	3,00	418,25	
Ayudante.	200,00	8,00	16,67	11,30	8,33	16,67	22,30	2,00	285,27	
TOTALES	\$ 4.800,00	\$ 56,00	\$ 400,00	\$ 79,11	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 535,20	\$ 48,00	\$ 6.518,31	

ANEXO#11

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

PREGUNTA 1.- ES USTED PROPIETARIO DEL VEHÍCULO?

(Si contesta SI, continúe con la siguiente pregunta, si contesta NO, ha terminado la encuesta)

si _____

no _____



Elaborado por Moreno-Valle



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

Objetivo de la pregunta 1.- Se busca determinar si el encuestado es o no propietario del vehículo sedán.

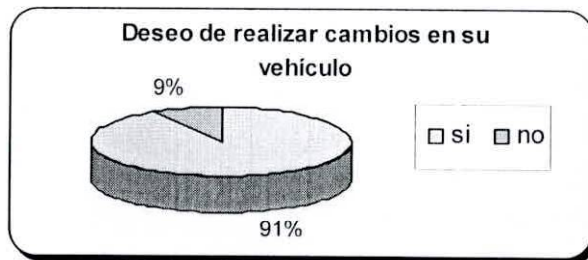
Resultado.- Se obtuvo que el 94% de los encuestados era propietario de los vehículos y el 6% restante no lo era.

PREGUNTA 2.- LE GUSTARÍA HACER MEJORAS EN LA APARIENCIA DE SU VEHÍCULO?

si _____

no _____

(Si contesta SI, continúe con la siguiente pregunta, si contesta NO, ha terminado la encuesta)



Elaborado por Moreno-Valle

Objetivo de la pregunta 2.- Se busca determinar si el propietario del vehículo sedán estaría dispuesto a realizar mejoras en la apariencia de su vehículo.

Resultado.- Se obtuvo que el 91% de los encuestados estarían dispuestos a hacer cambios para mejorar la apariencia de su vehículo, mientras el 9% no están interesados.

PREGUNTA 3.- QUE TIPO DE MEJORAS ESTARÍA DISPUESTO A REALIZAR?

3.1 Body kits (parachoques delanteros, traseros, spoilers, rollbars)

()

3.2 Aros de llantas?

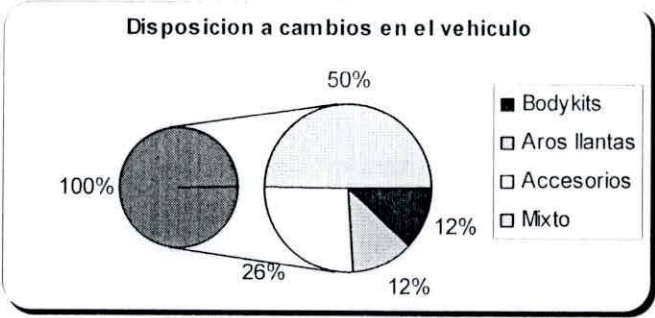
()

3.3 Accesorios internos (palanca de cambios, volantes, espejos retrovisores, pedales)?

()

3.4 Cualquier combinación anterior

()



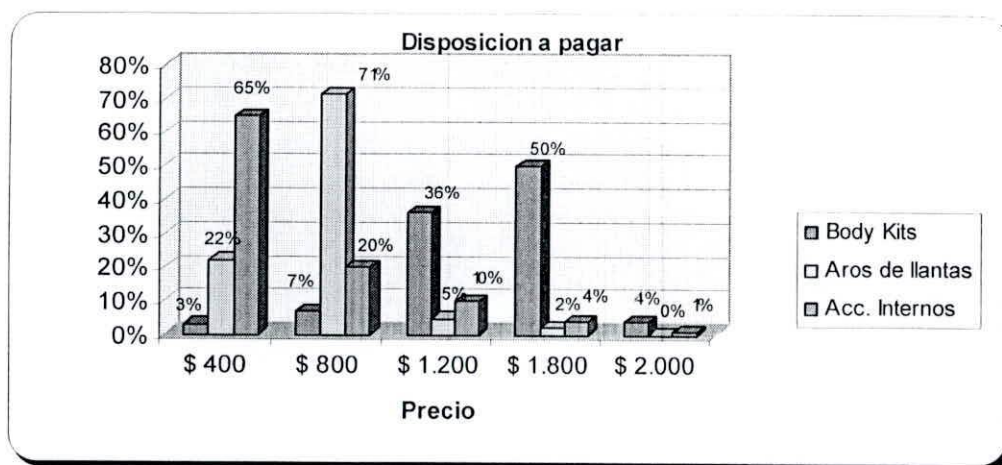
Elaborado por Moreno-Valle

Objetivo 3.- Con la pregunta 3 se desea conocer que tipo de mejoras estaría dispuesto a efectuar, lo que se traducirá en el volumen de ventas.

Resultado.- Se obtuvo que el 12% de los encuestados les gustaría comprar bodykits solamente, a el 12% les agradaría comprar aros de llanta exclusivamente, el 26% desearían adquirir accesorios internos, y al 50% les agradaría diferentes combinaciones de productos.

PREGUNTA 4.- CUAL DE LOS SIGUIENTES RECURSOS ECONÓMICOS ESTARÍA DISPUESTO A DESTINAR PARA EFECTUAR LOS CAMBIOS?

Tipos	de \$50 a \$400	de \$401 a \$800	\$801 a \$1200	\$1201 a \$1800	\$1801 a \$2000
Body Kits					
Aros de llanta					
Acc. Internos					



Elaborado por Moreno-Valle

Objetivo 4.- Con la pregunta 4 se desea conocer los recursos económicos, que estaría dispuesto a destinar al cambio de apariencia del vehículo, lo cual representan los posibles ingresos del negocio.

Resultado.- De acuerdo a la encuesta el 86% de los entrevistados, estarían dispuestos a pagar entre \$801 y \$1800 dólares por los Bodykits. Lo cual nos ubicaría en el rango de precios para este tipo de producto, ya que apenas un 10% están entre \$50 y \$800. Un 4% estaría dispuesto a pagar más de \$1800.

Con respecto a los aros de llanta, el 71% de los entrevistados se inclina a pagar por ellos en el Rango de \$401 a \$800. Un 22% hasta \$400, y un 10% hasta \$1200.

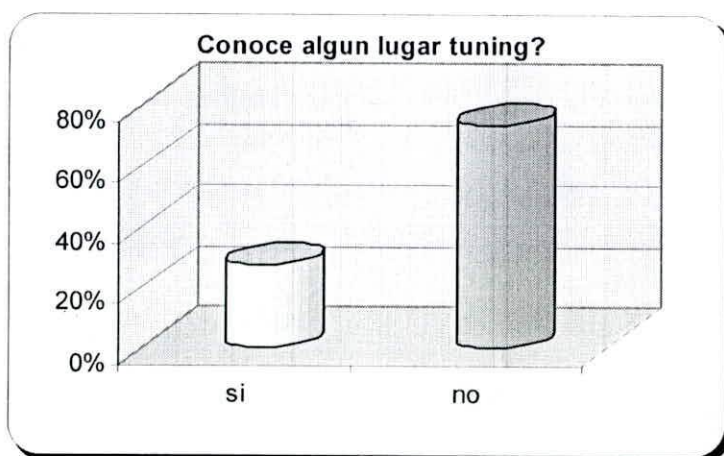
Y en cuanto a los accesorios internos el 65% de los encuestados estaría dispuesto a pagar en el rango de \$50 hasta \$400, y un 20% hasta \$800.

PREGUNTA 5.- CONOCE ALGÚN LUGAR DONDE HAGAN LAS MODIFICACIONES DESCRITAS ANTERIORMENTE?

si _____

no _____

(Si contesta SI, continúe con la siguiente pregunta, si contesta NO, ha terminado la encuesta)



Elaborado por Moreno-Valle

Objetivo 5.- Con la pregunta 5 se busca conocer si el entrevistado conoce algún lugar que le ofrezca este tipo de servicios o no, lo que permitirá determinar la parte de mercado que podríamos captar.

Resultado. El 73% de los encuestados no conocían sitios concretos donde se haga este tipo de modificaciones, por lo que podemos deducir que este es un mercado cautivo, lo que nos da una visión concreta de la oportunidad de negocio, puesto que la competencia aun no ha incursionado en él. El 27% contesto que si conocía sitios tuning, por lo que se les formulo la pregunta siguiente.

PREGUNTA 6.- NOMBRE DEL NEGOCIO CONOCIDO?

Objetivo 6.- Con esta pregunta buscamos conocer quien es nuestra competencia.

Resultado.- Con estos resultados tratamos de corroborar la veracidad de las respuestas a la pregunta anterior, al decirnos que si conocían sitios de modificaciones tuning, en un 27%. Las respuestas fueron muy variadas e incluían empresas extranjeras y unos cuantos de la escasa competencia que tenemos.

**PREGUNTA 7.- SI EXISTIERA EN LA CIUDAD UN LOCAL QUE
REALICE LOS SERVICIOS DESCRITOS ANTERIORMENTE USTED
ESTARÍA DISPUESTO A HACER LOS CAMBIOS?**

- | | |
|------------------------|-----|
| 7.1 Definitivamente | () |
| 7.2 Probablemente | () |
| 7.3 No esta seguro | () |
| 7.4 Probablemente no | () |
| 7.5 Definitivamente no | () |



Elaborado por Moreno-Valle

Objetivo 7.- Con la pregunta 7 buscamos conocer la verdadera intención de compra del encuestado.

Resultado.- El 25% de los encuestados respondió que definitivamente estaría dispuesto a realizar cambios, 30% que probablemente los haría, un 25% que no esta seguro, y actualmente no estarían dispuestos a realizar ningún cambio un 20% de los encuestados. De estos resultados podemos deducir que nuestro mercado objetivo es del 25% del mercado global.

Anexo # 12
FLUJO DE CAJA

ITEM	1er. TRIMESTRE			2do. TRIMESTRE			3er. TRIMESTRE			4To. TRIMESTRE			Mes 12	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11				
Caja Inicial	\$ -	\$ 11.244,00	\$ 6.632,30	\$ 6.242,92	\$ 5.853,55	\$ 5.464,17	\$ 5.074,80	\$ 4.685,42	\$ 4.296,05	\$ 3.906,67	\$ 3.517,30	\$ 3.127,92	\$ 2.738,55	\$ 11.244,00	\$ 2.349,17	\$ 18.897,27
Ingresos Netos		23.031	38.385	38.385	38.385	38.385	38.385	38.385	38.385	38.385	38.385	38.385	38.385	445.263	555.815	699.617
TOTAL DISPONIBLE	0	34.275	45.017	44.628	44.238	43.849	43.460	43.070	42.681	42.291	41.902	41.513	41.123	456.507	558.164	718.514
Inversiones en activos fijos	6.265	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos compra de productos	0	16.697	27.829	27.829	27.829	27.829	27.829	27.829	27.829	27.829	27.829	27.829	27.829	322.816	402.966	507.222
Egresos sueldos y salarios	0	5.811	5.811	5.811	5.811	5.811	5.811	5.811	5.811	5.811	5.811	5.811	5.811	69.727	73.213	76.874
Egresos gastos operativos		1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	18.360	19.278	20.242
Egresos gastos administ. Y de ventas		3.605	3.605	3.605	3.605	3.605	3.605	3.605	3.605	3.605	3.605	3.605	3.605	43.256	41.027	51.297
Egresos gastos diferidos	491															
Egresos iva	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos retefuente		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos impuestos locales		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos impuesto de renta		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos por Rep.Utilidades a Trabajadores		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3.943
TOTAL EGRESOS	6.756	27.643	38.774	38.774	38.774	38.774	38.774	38.774	38.774	38.774	38.774	38.774	38.774	454.158	539.267	666.123
NETO DISPONIBLE	-6.756	6.632	6.243	5.854	5.464	5.075	4.685	4.296	3.907	3.517	3.128	2.739	2.349	2.349	18.897	52.392
Aporte de Socios	18.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Distribucion de Excedentes																
CAJA FINAL	\$ 11.244,00	\$ 6.632,30	\$ 6.242,92	\$ 5.853,55	\$ 5.464,17	\$ 5.074,80	\$ 4.685,42	\$ 4.296,05	\$ 3.906,67	\$ 3.517,30	\$ 3.127,92	\$ 2.738,55	\$ 2.349,17	\$ 2.349,17	\$ 18.897,27	\$ 46.643,12

0



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

Anexo #13

ESTADO DE RESULTADOS

ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS NETAS	\$ 460.617,41	\$ 559.097,41	\$ 704.462,74
Costo de Productos Vendidos.	333.948	405.346	510.735
Utilidad Bruta	126.670	153.752	193.727
Gastos en Sueldos y Salarios	69.727	73.213	76.874
Gastos Operativos	19.865	20.783	21.747
Gastos Administrativos y de Ventas.	43.431	41.202	51.472
Gastos diferidos	491		
Corrección Monetaria	0	0	0
UTILIDAD OPERATIVA	-6.843	18.554	43.635
Reparto de Utilidades a Trabajadores	0	2.783	6.545
Utilidad antes de Impuesto a la Renta	-6.843	15.771	37.090
Menos: Impuesto de Renta	0	3.943	9.272
UTILIDAD antes de la Reserva Legal	-6.843	11.828	27.817
RESERVA LEGAL	0	1.183	2.782
UTILIDAD PERIODO	\$ -6.843,50	\$ 10.645,31	\$ 25.035,44

Anexo #14

BALANCE GENERAL

ACTIVO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ACTIVO CORRIENTE				
Caja y Bancos	\$ 11.244,00	\$ 2.349,17	\$ 18.897,27	\$ 46.643,12
Cuentas por Cobrar- Clientes	0	15.354	18.637	23.482
Anticipo para Impuesto de Renta (RETEFUENTE)	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	11.244	17.703	37.534	70.125
ACTIVO FIJO				
Activos depreciables	5.065	5.065	5.065	5.065
Depreciación acumulada	0	1.280	2.560	3.840
Activos amortizables	1.200	1.200	1.200	1.200
Amortización acumulada	0	400	800	1.200
Gastos diferibles	491	0	0	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	6.756	4.585	2.905	1.225
TOTAL ACTIVOS	\$ 18.000,00	\$ 22.288,09	\$ 40.438,85	\$ 71.350,21
PASIVO				
PASIVO CORRIENTE				
Prestaciones Sociales por Pagar		0	0	0
Cuentas por pagar- Proveedores		11.132	13.512	17.025
Impuesto de Renta por Pagar		0	3.943	9.272
IMPUESTOS LOCALES POR PAGAR		0	0	0
Iva por pagar		0	0	0
TOTAL PASIVO CORRIENTE		11.132	17.454	26.297
PATRIMONIO				
Capital	18.000	18.000	18.000	18.000
Revalorización del Patrimonio				
Resultados de Ejercicios Anteriores		0	-6.843	-1.947
Utilidades o Pérdidas del Ejercicio		-6.843	10.645	25.035
Reserva Legal		0	1.183	3.965
TOTAL PATRIMONIO	18.000	11.157	22.985	45.053
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 18.000,00	\$ 22.288,09	\$ 40.438,85	\$ 71.350,21

Anexo # 15

FLUJO DE CAJA NETO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Utilidad Neta	\$ -	\$ -6.843,50	\$ 11.828,12	\$ 27.817,15
Total Depreciación	0	1.280	1.280	1.280
Total Amortización	0	400	400	400
Correccion Monetaria		0	0	0
1. FLUJO DE FONDOS NETO DEL PERIODO		-5.163	13.508	29.497
Inversiones en Activos Fijos del Período	6.265	0	0	0
GASTOS PREOPERATIVOS	491			
Colchon de efectivo	11.244	562	590	
2. INVERSIONES NETAS DEL PERIODO	18.000	562	590	0
3. LIQUIDACION DEL NEGOCIO				12.397
4. (=1-2+3) FLUJOS DE CAJA TOTALMENTE NETOS	-18.000	-5.726	12.918	41.894
Tasa interna de retorno	39%	ANNUAL		
Valor presente neto	10.443			
Tasa mínima de retorno	20,00%	ANNUAL		
Balance de proyecto	\$ -18.000,00	\$ -27.325,70	\$ -19.873,03	\$ 18.046,03
Periodo de pago descontado	4,67			

Anexo #16

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Valores actuales:											
			Aum PrComp 5%	Aum PrComp 9%	Aum PrComp 13%	Dism PrComp 5%	Dism PrComp 10%	Dism PrComp 13%			
Celdas cambiantes:											
Precio de Compra Bodykits	850		892,5	926,5	960,5	807,5	773,5	739,5			
Precio de Compra Aros	350		367,5	381,5	395,5	332,5	318,5	304,5			
Precio de Compra Acc Int.	200		210	218	226	190	182	174			
Precio de Venta Bodykits	\$ 1.700,00	\$	1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$		
Precio de Venta Aros	\$ 700,00	\$	700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$		
Precio de Venta Acc. Internos	\$ 400,00	\$	400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$		
Volumen del Mercado Total	298		298	298	298	298	298	298			
Celdas de resultado:											

Valores actuales:											
			Aum PrVent 5%	Aum PrVent 9%	Aum PrVent 13%	Dism PrVent 5%	Dism PrVent 9%	Dism PrVent 13%			
Celdas cambiantes:											
Precio de Compra Bodykits	850		850	850	850	850	850	850			850
Precio de Compra Aros	350		350	350	350	350	350	350			350
Precio de Compra Acc Int.	200		200	200	200	200	200	200			200
Precio de Venta Bodykits	\$ 1.700,00	\$	1.785,00	\$ 1.853,00	\$ 1.921,00	\$ 1.615,00	\$ 1.547,00	\$ 1.479,00	\$		
Precio de Venta Aros	\$ 700,00	\$	735,00	\$ 763,00	\$ 791,00	\$ 665,00	\$ 637,00	\$ 609,00	\$		
Precio de Venta Acc. Internos	\$ 400,00	\$	420,00	\$ 436,00	\$ 452,00	\$ 380,00	\$ 364,00	\$ 348,00	\$		
Volumen del Mercado Total	298		298	298	298	298	298	298			298

Valores actuales:											
			Aum Volumen 4%	Aum Volumen 6%	Aum Volumen 8%	Dism Volumen 4%	Dism Volumen 6%	Dism Volumen 8%			
Celdas cambiantes:											
Precio de Compra Bodykits	850		850	850	850	850	850	850			850
Precio de Compra Aros	350		350	350	350	350	350	350			350
Precio de Compra Acc Int.	200		200	200	200	200	200	200			200
Precio de Venta Bodykits	\$ 1.700,00	\$	1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$	1.700,00	\$ 1.700,00
Precio de Venta Aros	\$ 700,00	\$	700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$	700,00	\$ 700,00
Precio de Venta Acc. Internos	\$ 400,00	\$	400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$	400,00	\$ 400,00
Volumen del Mercado Total	298		311	317	323	287	281	275			275