



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Comercio y Finanzas Internacionales

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Previo a la obtención del título de:

Ing. En Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe

TEMA DEL PROYECTO

BANCO DE REPUESTOS COOPERATIVO

“BANRECOOP S.A.”

AUTORES:

Franco Zambrano Juan Modesto

Rodríguez Montoya Guillermo Humberto

TUTOR:

Ec. David Coello

Marzo 2011

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios ante toda las cosas por permitir desarrollar y terminar éste proyecto que tanto sacrificio y dedicación ha significado no solo para mí, sino para cada uno de las personas que me rodea, como son: mis padres, ya que sin esmero por darme la mejor educación no estuviera donde ahora estoy; mis hermanas, mis tíos, que con su apoyo incondicional me ha sido de soporte para seguir con tanto esfuerzo y entrega, también le agradezco a mis amigos más cercanos, ya que por medio de ellos me han ayudado mucho con la elaboración del proyecto, y a concretar ideas.

Agradezco también a mi tutor David Coello, ya que con todas sus experiencias me ha enseñado a lidiar con los inconvenientes para la realización y finalización del proyecto. Ha sido una prueba muy difícil en donde se mide el esfuerzo, esmero y dedicación por parte mía, de mi compañero y de mis allegados que hemos cumplido el objetivo de terminar la tesis. Gracias una vez más a todos.

JUAN FRANCO ZAMBRANO

AGRADECIMIENTO

Cuando las cosas se tornaron difíciles en la universidad y me encontraba al borde de no hacer nada, siempre recordaba las palabras de un amigo que me dijo que me admiraba, cosa que me sorprendió lo cual no había hecho nada memorable para que lo haga, me supo recalcar que lo hacía porque él se daba cuenta de algo que yo hacía inconscientemente el no rendirme, ya que en cada problema que se cruzo en el camino siempre luche, me prepare y trataba de sobresalir para seguir adelante y de esa manera sentirme augusto con mi superación. Por ese motivo agradezco a los duros momentos que me prepararon y seguirán preparándome para formarme como persona y profesional.

Les agradezco a mis padres que con sus esfuerzos me dieron la educación de la cual he sabido valorar, mis amigos que me han apoyado, los que me dieron la mano y los que no, aquellos profesores que dieron sus cátedras como se deben y la persona que nos dio la idea y que supo guiar y supervisarnos en la tesis para que todo se pueda realizar. Y para finalizar a la vida que se me ha dado día a día bajo la bendición de Dios

GUILLERMO RODRÍGUEZ MONTOYA

TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO 1.- INTRODUCCIÓN.....	- 1 -
1.1 ANTECEDENTES	- 1 -
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	- 2 -
1.3 BREVE DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.	- 2 -
CAPITULO 2.- OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	- 3 -
2.1 OBJETIVO GENERAL	- 3 -
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	- 3 -
CAPITULO 3.- METODOLOGÍA.	- 4 -
3.1 LA MANERA EN QUE SE DESARROLLARÁ EL PROYECTO.....	- 4 -
3.2 SON LOS PROCEDIMIENTOS QUE SE LLEVARÁN A CABO PARA LA PUESTA EN MARCHA.	- 4 -
CAPITULO 4.- ANÁLISIS DEL MERCADO.	- 5 -
4.1 CARACTERISTICAS GENERALES DEL MERCADO.....	- 5 -
4.2 SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS.....	- 5 -
4.3 ANÁLISIS SECTORIAL	- 8 -
4.4 LA PRODUCCIÓN ECUATORIANA DE REPUESTOS (AUTOPARTES) - 11 -	
4.5 EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE AUTOPARTES ...	- 12 -
4.6 OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR	- 13 -
4.6.1 REPUESTOS (AUTOPARTES) COMERCIALIZADOS DESDE Y HACIA EL ECUADOR	- 13 -
4.6.1.1 EXPORTACIONES DE AUTOPARTES (REPUESTOS) ECUATORIANOS.....	- 14 -
4.6.1.2 LAS IMPORTACIONES DE AUTOPARTES	- 15 -
4.7 PRINCIPALES PROVEEDORES DE REPUESTOS AUTOMOTRICES (PARA EL MERCADO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL)	- 16 -
4.8 MATRICES DE DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL	- 17 -
4.8.1 F.O.D.A.	- 17 -
4.8.2 FUERZA DE PORTER.....	- 19 -
4.9 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	- 22 -
4.9.1 Llantas.....	- 22 -
4.9.2 Repuestos	- 26 -
4.9.3 Lubricantes.....	- 28 -

4.9.4 Filtros.....	- 30 -
4.10 ANÁLISIS DE LOS CONSUMIDORES	- 30 -
4.11 SEGMENTO DE MERCADO	- 40 -
CAPITULO 5.- LA EMPRESA COMO TAL "BANRECOOP S.A."	- 42 -
5.1 VISIÓN.....	- 42 -
5.2 MISIÓN	- 43 -
5.3 VALORES.....	- 43 -
5.4 OBJETIVOS	- 43 -
5.4.1 <i>Objetivos Empresariales</i>	- 43 -
5.5 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	- 43 -
5.5.1 <i>FACTORES QUE CONDICIONAN LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO</i>	- 44 -
5.5.2 <i>SELECCIÓN DE LOCALIZACIÓN DE BANRECOOP S.A.</i>	- 45 -
5.6 INGENIERÍA DEL PROYECTO	- 46 -
5.6.1 <i>DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO</i>	- 46 -
5.6.2 <i>DISEÑO TÉCNICO DE LOS PROCESOS</i>	- 47 -
5.7 ESTRUCTURA INTERNA DE LA EMPRESA.....	- 58 -
5.7.1 <i>Tipo De Empresa</i>	- 58 -
5.7.2 <i>Organigrama Actual</i>	- 59 -
5.7.3 <i>Organigrama A Largo Plazo</i>	- 62 -
5.8 INSUMOS	- 63 -
5.9 EQUIPO NECESARIO:	- 64 -
5.10 MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN	- 65 -
5.10.1 <i>MARKETING MIX</i>	- 65 -
CAPITULO 7.- EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.	- 69 -
7.2 TABLA DE DEPRECIACIÓN.	- 70 -
7.3 TIPO DE FINANCIAMIENTO (PROPIO, DEUDA).	- 72 -
7.4 TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	- 73 -
7.5 DETALLE DE SUELDOS.	- 75 -
7.6 COSTOS Y VENTAS.....	- 78 -
7.7 BALANCE GENERAL (INICIAL Y FINAL)	- 83 -
7.9 ESTADO P Y G PROYECTADO (10 AÑOS).	- 86 -
7.10 FLUJO DE CAJA PROYECTADO (10 AÑOS), VAN Y TIR.	- 88 -
7.11 ÍNDICES FINANCIEROS	- 89 -
7.12 PUNTO DE EQUILIBRIO.	- 91 -

CAPITULO 8.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	- 92 -
8.1 CONCLUSIONES.....	- 92 -
8.2 RECOMENDACIONES.....	- 93 -
BIBLIOGRAFÍA.....	- 94 -
ANEXOS	- 97 -

INDICE DE TABLAS

TABLA 1. INFLACIÓN ANUAL.....	- 7 -
TABLA 2. PRODUCTOS MANUFACTURADOS (EN DÓLARES).....	- 11 -
TABLA 3. PRODUCTOS MANUFACTURADOS (EN DÓLARES).....	- 12 -
TABLA 4. IMPORTADORAS DE AUTOPARTES	- 16 -
TABLA 5. PRINCIPALES EMPRESAS DE IMPORTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE AUTOMOTORES Y REPUESTOS (REPRESENTACIÓN DE MARCAS) -	17 -
TABLA 6. RED DE DISTRIBUIDORES	- 23 -
TABLA 7. VENDEDORES LOCALES.....	- 24 -
TABLA 8. REENCAUCHADORAS DE LLANTAS EN GUAYAQUIL.....	- 25 -
TABLA 9. PRINCIPALES IMPORTADORAS DE REPUESTOS PARA BUSES MERCEDES Y UBICACIÓN	- 26 -
TABLA 10. PRINCIPALES IMPORTADORAS DE REPUESTOS PARA BUSES MITSUBISHI Y UBICACIÓN	- 27 -
TABLA 11. PRINCIPALES IMPORTADORAS DE REPUESTOS PARA BUSES CHEVROLET ISUZU Y UBICACIÓN.....	- 27 -
TABLA 12. PRINCIPALES IMPORTADORAS DE REPUESTOS PARA BUSES HINO Y UBICACIÓN.....	- 28 -
TABLA 13. PRINCIPALES IMPORTADORAS DE LUBRICANTES Y UBICACIÓN - 28 -	
TABLA 14. PRINCIPALES MARCAS DE LUBRICANTES	- 29 -
TABLA 15. PRINCIPALES IMPORTADORAS DE FILTROS Y UBICACIÓN... -	30 -
TABLA 16. PRINCIPALES MARCAS DE FILTROS.....	- 30 -
TABLA 17. NOMBRE DE LAS COOPERATIVAS	- 40 -
TABLA 18. INVERSIONES	- 69 -
TABLA 19. DEPRECIACIONES.....	- 71 -
TABLA 20. AMORTIZACION # 1.....	- 73 -
TABLA 21. AMORTIZACION # 2.....	- 74 -
TABLA 22. SUELDOS Y SALARIOS HASTA EL 5TO. AÑO	- 75 -
TABLA 23. SUELDOS Y SALARIOS DESDE EL 6TO. AÑO.....	- 77 -
TABLA 24. PRECIO, CANTIDAD Y DESCUENTO DE LLANTAS.....	- 79 -
TABLA 25. PRECIO, CANTIDAD Y DESCUENTO DE LUBRICANTES.....	- 80 -
TABLA 26. PRECIO, CANTIDAD Y DESCUENTO DE FILTROS.....	- 80 -
TABLA 27. VENTAS Y COSTOS BIMENSUALES.....	- 81 -
TABLA 28. VENTAS Y COSTOS ANUALES	- 82 -
TABLA 29. BALANCE INICIAL.....	- 83 -

TABLA 30. BALANCE GENERAL	- 84 -
TABLA 31. ESTADO DE RESULTADO	- 86 -
TABLA 32. FLUJO DE CAJA, VAN Y TIR.....	- 88 -
TABLA 33. INDICES AÑO 1.....	- 89 -
TABLA 34. INDICES AÑO 10.....	- 90 -

INDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1. PIB POR ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	- 6 -
ILUSTRACIÓN 2. TIPOS DE VEHÍCULOS MATRICULADOS EN EL ECUADOR EN 2010	- 9 -
ILUSTRACIÓN 3. COMPOSICIÓN DEL PARQUE AUTOMOTOR POR MARCA ..	- 10 -
ILUSTRACIÓN 4. MARCAS QUE IMPERAN EN EL PARQUE AUTOMOTOR-	- 11 -
ILUSTRACIÓN 5. PRODUCCIÓN DE AUTOPARTES Y DE NEUMÁTICOS ..	- 13 -
ILUSTRACIÓN 6. IMPORTACIONES DE AUTOPARTES.....	- 15 -
ILUSTRACIÓN 7. PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LLANTAS	- 26 -
ILUSTRACIÓN 8. PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LUBRICANTES	- 29 -
ILUSTRACIÓN 9. PREGUNTA # 1.....	- 32 -
ILUSTRACIÓN 10. PREGUNTA # 2.....	- 33 -
ILUSTRACIÓN 11. PREGUNTA # 3.....	- 34 -
ILUSTRACIÓN 12. PREGUNTA # 4.....	- 35 -
ILUSTRACIÓN 13. PREGUNTA # 5.....	- 36 -
ILUSTRACIÓN 14. PREGUNTA # 6.....	- 37 -
ILUSTRACIÓN 15. PREGUNTA # 7.....	- 38 -
ILUSTRACIÓN 16. PREGUNTA # 8.....	- 38 -
ILUSTRACIÓN 17. PREGUNTA # 9.....	- 39 -
ILUSTRACIÓN 18. PROCESO DE COMPRA AL EXTERIOR	- 48 -
ILUSTRACIÓN 19. TIPOS DE RECARGO	- 49 -
ILUSTRACIÓN 20. PROCESO DE COMPRAS LOCALES, RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO DE LOS REPUESTOS AUTOMOTRICES.....	- 51 -
ILUSTRACIÓN 21. PROCESO DE VENTAS EN LAS OFICINAS	- 53 -
ILUSTRACIÓN 22. PROCESO DE VENTA PUERTA A PUERTA.....	- 55 -
ILUSTRACIÓN 23. PROCESO DE VENTA VÍA TELEFÓNICA	- 56 -
ILUSTRACIÓN 24. PROCESO INTERNO DEL PRODUCTO A LARGO PLAZO ...	- 57 -
ILUSTRACIÓN 25. LOGO DE LA EMPRESA.....	- 58 -
ILUSTRACIÓN 26. ORGANIGRAMA ACTUAL	- 59 -
ILUSTRACIÓN 27. ORGANIGRAMA A LARGO PLAZO	- 62 -
ILUSTRACIÓN 28. % PRÉSTAMO PARA CAPITAL DE TRABAJO	- 78 -

CAPITULO 1.- INTRODUCCIÓN.

La Federación de Transportistas Urbanos del Guayas (F.E.T.U.G.) actualmente está en plan de agrupar las cooperativas del Guayas para que se pueda realizar un alza de los pasajes por los motivos que existe un descontento de parte de los choferes profesionales al momento de comprar algún repuesto o llantas cuando es el cambio, por los motivos de los altos impuestos a las importaciones de los repuesto de los vehículos y sus llantas respectivamente.

En las últimas décadas las cooperativas de transportes de la provincia del Guayas no han contado con un servicio que las puedan respaldar en la distribución de sus repuestos, o en el cambio de llantas semestrales como aplica la ley de transito para la seguridad de los usuarios. La propuesta de Banrecoop S.A. es poder brindar ese servicio, no como un medio de distribución en un lugar de venta al público, sino en cambio tener acceso directo en cada cooperativa que pertenece al gremio F.E.T.U.G.

Todas las cooperativas de transporte asociadas a la F.E.T.U.G., suman en su totalidad 4.600 (Taller Nestlac, 2009) unidades de transporte aproximadamente, ya sean buses, busetas, colectivos, entre otros. Todo este gran potencial de consumo es un mercado recurrente, cautivo y nunca se han puesto de acuerdo sus propietarios, por lo que, si unieran pensamientos y criterios en un bien común, podrían abaratar costos en la adquisición de los repuestos.

1.1 Antecedentes

Todas las cooperativas de transporte asociadas a la F.E.T.U.G., suman en su totalidad 4.600 (Taller Nestlac, 2009) unidades de transporte aproximadamente; ya sean buses, busetas, colectivos, etc. Todo este gran potencial de consumo es un mercado recurrente, cautivo y nunca se han puesto de acuerdo sus propietarios. Además tienen un alto arancel en las importaciones de los repuestos y especialmente a las llantas, ya que éste ha sido el mayor problema que tienen los propietarios de los buses con el Gobierno y la C.T.G. "Comisión de Transito del Guayas" ya que al momento de matriculación de los buses son rechazados y circulan sin permisos. Ellos decían que el pasaje popular iba a tener un incremento de 18 a 21 centavos y el pasaje ejecutivo de 25 a 42 centavos, esto representa un 17% para el popular y un 80% para el ejecutivo (Revista Vistazo, 2009). Por motivo de todo esto los transportistas se sienten perjudicados por la fijación del precio durante más de 6 años mientras que los repuestos y llantas tienen una variabilidad alta en el precio.

1.2 Justificación

Se ha escogido este tema "BANRECOOP S.A." ya que en la actualidad los dueños de los buses se quejan con las cooperativas por la difícil adquisición de los repuestos y llantas por motivo que ninguna cooperativa de la F.E.T.U.G. dispone de los servicios que brinda este proyecto y porque los neumáticos son la partes más primordiales de los buses.

1.3 Breve descripción de la propuesta.

La propuesta que realiza Banrecoop S.A. a las cooperativas afiliadas a la F.E.T.U.G. es que se desea llegar a los dueños de las unidades directamente sin intermediarios para que se sientan beneficiados en las compras de las llantas, lubricantes, filtros y repuestos; y estos le salgan a buenos precios y tener en buen estado las unidades de las cooperativas y así lograr tener un buen desempeño y sobre todo seguridad al transportar los pasajeros.

CAPITULO 2.- OBJETIVOS DEL PROYECTO.

2.1 Objetivo General

- Determinar la factibilidad económica técnica y financiera que tendría BANRECOOP S.A. que atienda a las cooperativas de la FETUG

2.2 Objetivos Específicos

- Establecer los requerimientos técnicos, físicos para la instalación de BANRECOOP S.A.
- Comprobar que tan factible es la implementación de este tipo de servicio en la F.E.T.U.G.
- Realizar un análisis económico y financiero para cerciorarnos de que tan rentable sería la realización del producto.
- Estudiar el mercado de vehículos automotores de la FETUG para tener un enfoque más específico de las necesidades que frecuentemente tienen.

CAPITULO 3.- METODOLOGÍA.

3.1 La manera en que se desarrollará el proyecto.

El método a desarrollar el proyecto es través de un censo vía telefónica por medio de las cuales se pudo constatar que la mayoría de los dirigentes y dueños de buses no cuentan con un proveedor fijo de los cuales puedan conseguir sus repuestos y/o mantenimientos. Estudio de los competidores yendo a preguntar los precios de cada uno y de esa manera poder analizar y estimar el precio más competitivo del mercado, y tener una referencia de los precios del mercado.

Todos esos datos son de apoyo para que la compañía Banrecoop S.A. tenga en conocimiento el mercado que podrá abarcar, las necesidades y sobre todo el confort de los transportistas al saber que cuentan con una empresa que los puede proveer de sus materiales de trabajo que son las llantas y de esta manera evitar ser amonestados por la ley y sobre todo poner en riesgo las vidas de los usuarios de transporte público.

3.2 Son los procedimientos que se llevarán a cabo para la puesta en marcha.

Se realizó un análisis financiero por medio de la cual se explica cómo será distribuido los gastos y costos de nuestros productos ya que través de esto se pudo evaluar el precio competitivo para el mercado, las encuestas realizadas fueron de ayuda para calcular nuestra demanda si en el mercado actual los transportistas constan con proveedores fijos o si se encuentran satisfechos con los precios. En el análisis de la competencia se pudo investigar qué cantidades de negocios trabajan directamente con los buses de los cuales casi nadie trabaja exclusivamente con ellos, estos negocios están más enfocados en la venta de llantas para vehículos livianos y si llega el caso que los distribuyan sus precios son elevados y por tal motivos los dueños de buses optan por continuar con sus llantas gastadas o reencauchar.

CAPITULO 4.- ANÁLISIS DEL MERCADO.

4.1 CARACTERISTICAS GENERALES DEL MERCADO

El ambiente competitivo en el que se desenvolverá el proyecto, puede adquirir una de las siguientes cuatro formas generales:

Competencia Perfecta: Se caracteriza porque existen muchos compradores y vendedores de un producto que, por su tamaño, no pueden influir en su precio; los productos son idénticos y homogéneos; existe movilidad perfecta de los recursos, y los agentes económicos están perfectamente informados de las condiciones del mercado.

Monopolio: Existe monopolio cuando un solo vendedor vende un producto para el que no hay sustitutos perfectos, y las dificultades para ingresar a esa industria son grandes.

Oligopolio: Existe cuando hay pocos vendedores de un producto homogéneo o diferenciado y el ingreso o salida de la industria es posible, aunque con dificultades.

La estructura de mercado de comercialización de llantas, aceite, filtros y repuestos, en la ciudad de Guayaquil, se encuentra dentro del mercado de **competencia perfecta**, al existir competidores claramente definidos y muchos clientes, siendo un servicio claramente homogéneo dentro del mercado.

4.2 SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS

La República del Ecuador, con una superficie de aproximadamente 250 mil km², y sus principales centros poblados y económicos en Quito (la capital), Guayaquil y Cuenca, y tiene como moneda oficial el dólar de los Estados Unidos de América desde el año 2000.

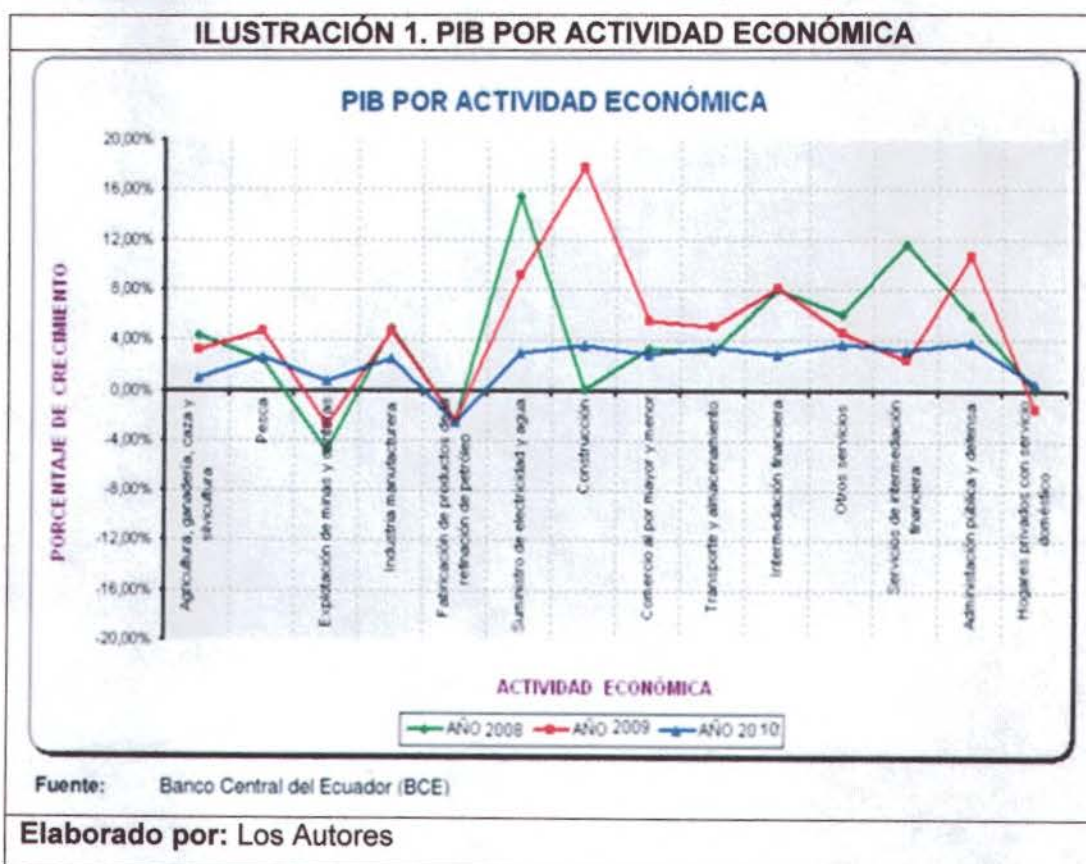
Según el censo del año 2001, Ecuador presentaba en ese momento una población de un poco más de 12 millones de habitantes, de la cual un 61% habitaba en las áreas urbanas, crecía a una tasa promedio del 2,1%, y mostraba un analfabetismo del 8,4%. A la fecha, y de acuerdo a datos estimativos del INEC, el número de habitantes registra 14.044.433 millones de ecuatorianos.

Es importante acotar que los datos obtenidos respecto al PIB, para los años 2008, 2009 y 2010 son provisionales y previstos por el Banco Central del Ecuador.

En la ILUSTRACIÓN 1, en el 2010, la Explotación de minas y canteras, la industria manufacturera y el Comercio al por mayor y menor fueron las

actividades de mayor contribución al PIB nacional. La Agricultura y Ganadería aportó con 1.959.410 millones de dólares, en igual proporción lo hizo también la Construcción con 2'197.620 millones de dólares al PIB nacional.

El crecimiento del PIB para el año 2010, según datos previstos por el BCE, registra 23'998.330, es decir un crecimiento de 3,15% respecto al año 2010 que 23'264.430 (5,32%). Las actividades de mayor representatividad en lo que respecta el año 2010 son Agricultura, ganadería, caza y silvicultura, Explotación de minas y canteras y Construcción. La representatividad de las distintas actividades económicas se presenta en el siguiente gráfico.



En el 2010, las exportaciones totales, que ascendieron a 13'852.364 millones de dólares, crecieron en 8,83% con relación al monto del año 2009. Las exportaciones petroleras (que representan el 59,77% del total del 2010) se incrementaron en 9,74% y las no petroleras en un 7,51%. Las exportaciones no petroleras de productos tradicionales (que representan el 17,23% del total del 2010) crecieron en un 8,50% respecto al año 2008, y las de productos no tradicionales: rosas frescas, flores y capullos frescos, palmito, arroz blanqueado, jugo de maracuyá, coliflores y brócoli, entre los principales (que constituyen el 23,0% del total del 2010), se incrementaron en 6,78%.

El banano y plátano son los productos de mayor representatividad dentro de los productos tradicionales, en lo que respecta al año 2010. Por su lado, las importaciones crecieron en un 11.76%, para el año 2008 respecto al año anterior, que incluye un incremento importante en bienes de capital, rubro en el cual se incluye los equipos de transporte, (que constituye el 25,11% del total de importaciones del 2009) y en materia prima (que constituye el 32,02% del total del 2009).

El precio del barril del petróleo en el mercado internacional (Sistema Nacional de Información, 2009) registra a la fecha USD 71,94; mientras que el precio del barril del petróleo ecuatoriano registra un valor de 65,27. El sector petrolero en general podría continuar presentando una dinámica interesante en lo que va del año 2011 frente a las condiciones económicas mundiales actuales, junto con el comercio, la industria y la construcción, que crecerán en menor medida.

En la TABLA 1, Ecuador tuvo una inflación anual de 3,33% en el 2010. En lo que va del año 2011 la inflación registra un 0,68%; esto de acuerdo a datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador (BCE).

FECHA	VALOR
Enero-31-2011	0.68 %
Diciembre-31-2010	3.33 %
Noviembre-30-2010	2.80 %
Octubre-31-2010	2.52 %
Septiembre-30-2010	2.26 %
Agosto-31-2010	2.00 %
Julio-31-2010	1.89 %
Junio-30-2010	1.87 %
Mayo-31-2010	1.88 %
Abril-30-2010	1.86 %
Marzo-31-2010	1.34 %
Febrero-28-2010	1.17 %
Enero-31-2010	0.83 %
Diciembre-31-2009	4.31 %
Noviembre-30-2009	3.71 %
Octubre-31-2009	3.37 %
Septiembre-30-2009	3.12 %
Agosto-31-2009	2.48 %
Julio-31-2009	2.79 %
Junio-30-2009	2.86 %
Mayo-31-2009	2.94 %

	Abril-30-2009	2.95 %
	Marzo-31-2009	2.28 %
	Febrero-28-2009	1.18 %
Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)		
Elaborado por: Los Autores		

El BCE, por el momento, mantiene la meta de registrar una inflación anual del 4,0% en este año (2011), aunque funcionarios de alto rango del organismo han advertido que estas perspectivas podrían ser golpeadas ya que la economía del país está experimentando una fuerte escalada de precios en los productos de primera necesidad.

Dada la actual situación económica mundial, que comenzó en el año 2008 originada en los Estados Unidos, varias de las actividades comerciales en el Ecuador y el mundo han sufrido un notable descenso, y por citar la industria automotriz un sector económico muy importante se ha visto afectado, sin embargo el servicio del transporte público ha sido atendido oportunamente, puesto que el Ministerio de Industrias y Productividad pone en marcha el Plan de Renovación Vehicular para apoyar a la industria ecuatoriana, garantizar un mejor servicio y seguridad a los usuarios que consiste en renovar las unidades previo la presentación de algunos requisitos y brindando al gremio la oportunidad de acceder a un crédito especial a través de la Corporación Financiera Nacional para adquirir la nueva unidad. Y sin duda esto también constituye un fortalecimiento al comercio de repuestos automotrices.

Es importante mencionar que muchos autores consideran que no se trata de una verdadera crisis, dado que el término crisis carece de definición técnica precisa, pero está vinculado a una profunda recesión; ésta, a su vez, se define como un decrecimiento económico. Por el momento, este fenómeno no se ha producido en la mayor parte de economías desarrolladas. De acuerdo a estos autores, la crisis podría finalizar en el año 2011.

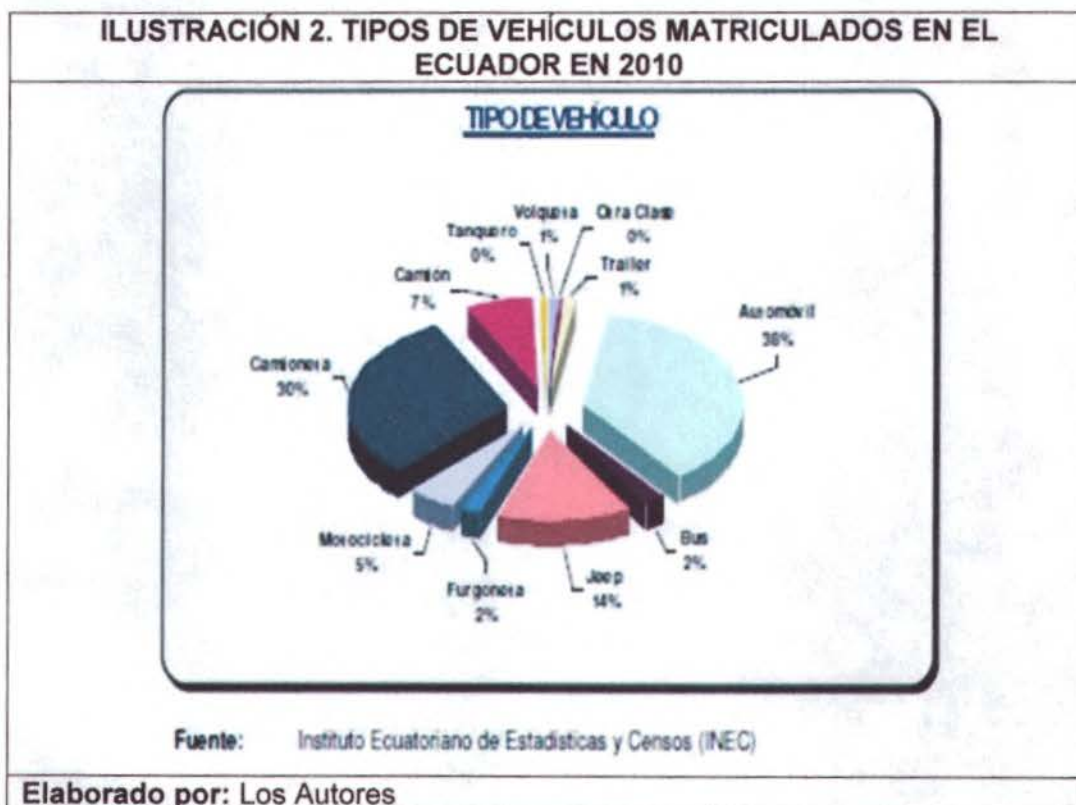
4.3 ANÁLISIS SECTORIAL

El parque automotor en el Ecuador está mostrando un comportamiento muy reciente en los últimos años. A partir del 2005 este crecimiento ha sido particularmente importante, y se ha debido, en su mayoría, a la gran entrada de remesas de dinero provenientes de los emigrantes, que ha generado recursos familiares que en general se han destinado a la compra de vehículos y propiedades inmuebles.

Según estimaciones de la Revista Récord del 19 de diciembre del 2005, editada por GM OBB (General Motors Ómnibus BB), en el año 2005 se habrían vendido 80 mil automóviles en el Ecuador, cifra que representaría un crecimiento en las ventas del sector del 33% con respecto al año anterior. De estas 80 mil unidades, GM OBB vendería 36 mil, que representan una participación de mercado de un poco más del 45%, cifra interesante que permite deducir que las estimaciones indicadas se acercan a la realidad del mercado.

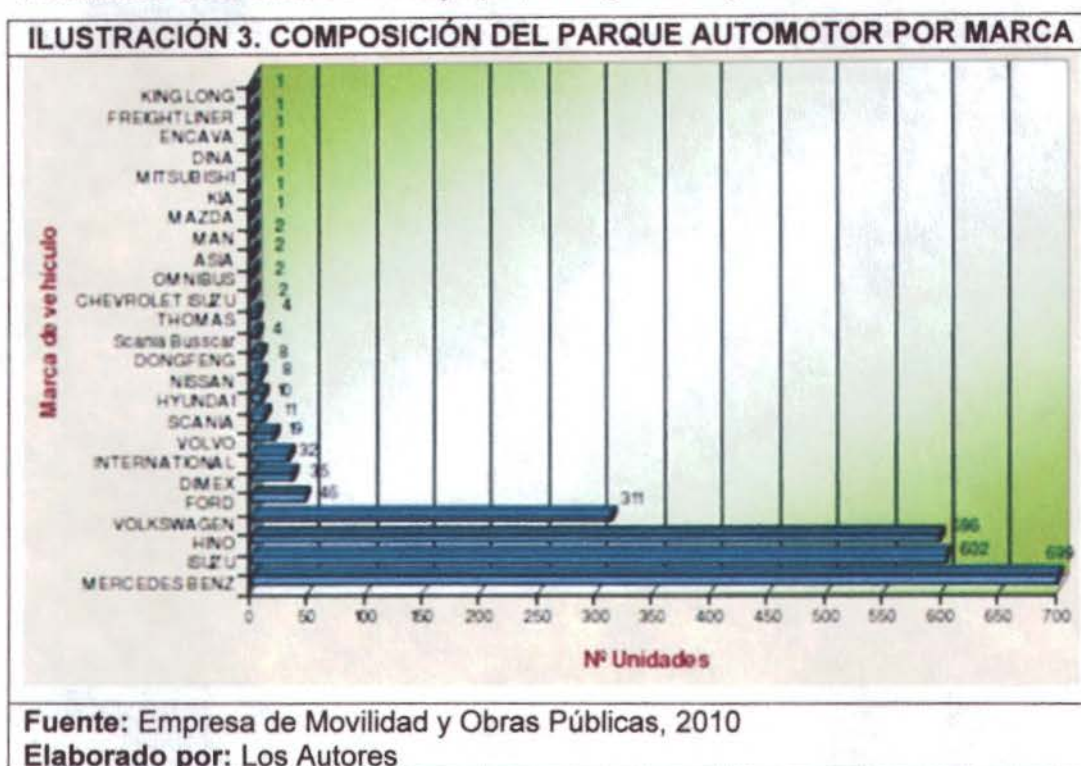
Estas informaciones confirman la percepción generalizada de forma empírica respecto del gran crecimiento de automóviles en el Ecuador, especialmente de la línea Chevrolet, comercializada por GM OBB, que produce actualmente 160 vehículos diarios en el Ecuador, y que se posiciona como el mayor proveedor de automotores en el país.

Los tipos de vehículos de mayor uso en el Ecuador, se presentan en la ILUSTRACIÓN 2:



Esta distribución permite conocer qué tipos de vehículos son los más frecuentes en el Ecuador, a fin de tener una mejor idea de los mercados principales de repuestos por tipo de automotor. Como se puede apreciar, los automóviles, camionetas y Jeeps suman más del 80% de vehículos del mercado ecuatoriano. En un porcentaje menor, pero no menos interesante, se encuentran los buses urbanos con un 2% de participación del total del parque automotor.

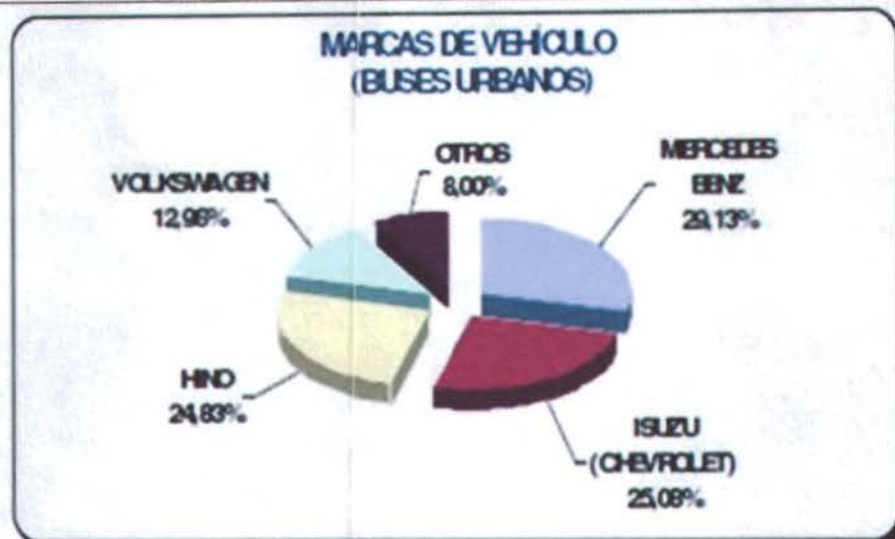
Es importante considerar también el total de la flota vehicular que corresponde al parque automotor del transporte urbano público en la ciudad de Guayaquil que es de 30.000 vehículos de servicio público (buses, taxis, de carga y tricimotos); datos proporcionados por la Empresa de Movilidad y Obras Públicas. Como complemento a esta información, se presenta también la composición del parque automotor por marca para los buses urbanos, localizados en la ciudad de Guayaquil, en el gráfico siguiente:



Es importante notar, con base a la ILUSTRACIÓN 3, que existen marcas de vehículos como Mercedes Benz, Chevrolet (Isuzu), Hino, Volkswagen que predominan más en cuanto a número de unidades, de igual forma estos vehículos son los que sobresalen en las compañías y cooperativas de transporte urbano público de pasajeros en la ciudad de Guayaquil.

La ILUSTRACIÓN 4, se puede apreciar de mejor manera aquellas marcas de vehículos que imperan en el parque automotor de los buses urbanos públicos en la ciudad de Guayaquil:

ILUSTRACIÓN 4. MARCAS QUE IMPERAN EN EL PARQUE AUTOMOTOR



Fuente: COMISION DE TRANSITO DEL GUAYAS

Elaborado por: Los Autores

La representatividad de ciertas marcas engloba el 90,17% del total del parque automotor, entre estas se encuentra Mercedes Benz, Hino, Chevrolet, Volkswagen; seguido por un 9,83% que corresponden a las demás marcas de buses urbanos para la ciudad de Quito.

4.4 LA PRODUCCIÓN ECUATORIANA DE REPUESTOS (AUTOPARTES)

La producción de repuestos representa alrededor del 1% del total de la manufactura en los tres últimos años de información disponible en la TABLA 2.

TABLA 2. PRODUCTOS MANUFACTURADOS (EN DÓLARES)

CONCEPTO	2008	2009	2010
Producción anual de la manufactura	2.752.169,00	2.987.260,00	3.125.613,00
Producción de autopartes	28.072,12	33.457,31	30.631,01
Producción de autopartes (relación)	1,02%	1,12%	0,98%

Fuente: I.N.E.C.

Elaborado por: Los Autores

COMPOSICIÓN DE LA PRODUCCIÓN: PRINCIPALES PRODUCTOS

En la TABLA 3 los neumáticos (identificados en cuatro partidas) concentran, en general, alrededor del 70% de la producción nacional de repuestos, en los años observados, particularmente, en los tres últimos.

TABLA 3. PRODUCTOS MANUFACTURADOS (EN DÓLARES)			
CONCEPTO	2008	2009	2010
Neumáticos de distintas clases	19.526,67	23.202,64	21.907,17
Total de autopartes	28.072,12	33.457,31	30.631,01
Neumáticos en relación total	69,56%	69,35%	71,50%
CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO			1,90%
Fuente: I.N.E.C.			
Elaborado por: Los Autores			

En el último año de información disponible, tres partidas contienen cerca del 13% de la producción anual, aunque sin diferenciación específica: "Otras partes, piezas y accesorios de carrocerías (incluso cabinas): cinturones de seguridad, techos (capotas), guardafangos, cubiertas de motor, flancos, puertas y sus partes, rejillas delanteras, tableros de instrumentos, etc." (6.82%) y "Otras partes, piezas y accesorios de vehículos automotores: amortiguadores de suspensión, radiadores, silenciadores y tubos de escape, embragues, platos, discos, volantes, cajas de dirección, bastidores de chasis, transmisiones mecánicas, etc." (6.12%).

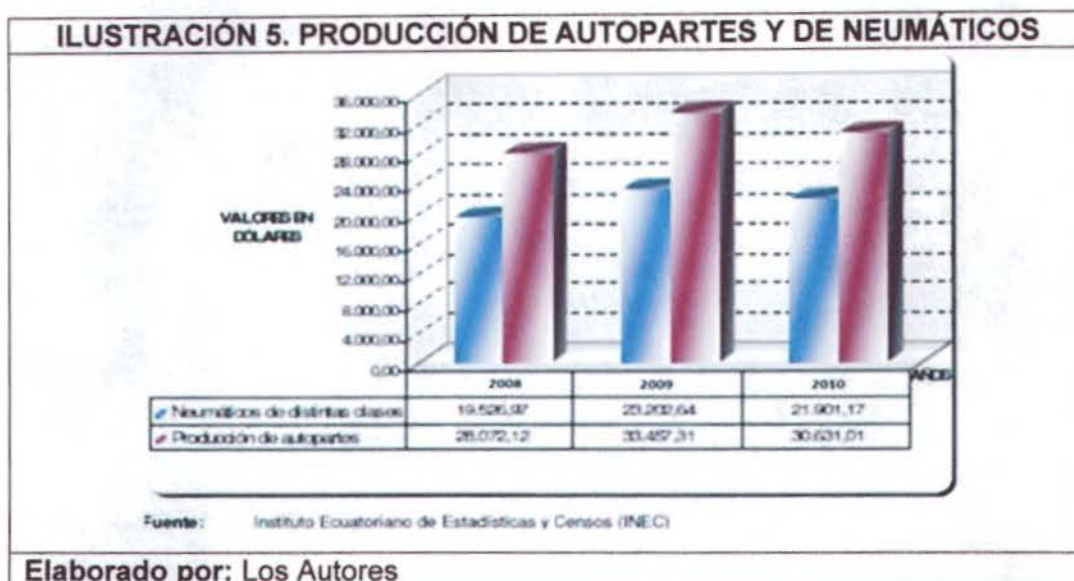
En el año 2009, otras partidas de alguna representatividad, aunque de mucha menor importancia que las referidas anteriormente, son los "Asientos del tipo utilizado para vehículos automotores, con armazón metálico, asientos tapizados para vehículos automotores" (6.05%), "Ejes, excepto los de transmisión, y sus partes y piezas: cubos, mangas de ejes, muñones de eje, etc." (2.82%), "Filtros de aceite o gasolina para motores de combustión interna" (2.40%) y "Materiales de fricción y sus manufacturas sin montar para frenos, embragues o aplicaciones análogas a base de asbesto u otras sustancias minerales o de celulosa, combinados o no con otros materiales: discos forros de frenos sin montar, etc."(2.07%).

4.5 EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE AUTOPARTES

Según el I.N.E.C., la producción de autopartes ha crecido a una tasa promedio anual de 4.89%, bastante inferior al promedio de la manufactura 14.11%. No obstante, las autopartes muestran un decrecimiento del 1.99% en el último año observado.

La producción de neumáticos que se encuentra en la ILUSTRACIÓN 5, muestra un mínimo crecimiento en el último año 1.05%, ha crecido a una tasa promedio anual de 1.90%, muy inferior al promedio de autopartes 4.89% y de la

manufactura 14.11%. Sin embargo de los crecimientos mínimos observados en la serie de análisis, la industria de autopartes ha experimentado incrementos sustantivos en los años 2008 y 2009, según informaciones de los productores y demandantes de este sector. Estos incrementos se han debido al significativo aumento del parque automotor.



Este comportamiento de la producción, no ha sido similar al del comercio internacional, que sobre todo en lo referente a las importaciones, se ha visto mucho más dinámico, tal y como se expresa en el acápite pertinente.

4.6 OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR

Este apartado hace referencia a las actividades de exportación e importación de repuestos automotrices, tomando como referencia bibliográfica datos proporcionados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) y datos del Banco Central del Ecuador (BCE).

4.6.1 REPUESTOS (AUTOPARTES) COMERCIALIZADOS DESDE Y HACIA EL ECUADOR

Las autopartes son piezas, conjuntos y subconjuntos (incluyendo neumáticos) necesarios para la producción de vehículos o destinadas al mercado de reposición o necesarias para la producción de otras autopartes.

La partida arancelaria correspondiente a autopartes, comúnmente y en adelante denominada simplemente "**repuestos**", es la número 8708. Esta gran partida tiene alrededor de 45 sub-partidas correspondientes a los distintos tipos de repuestos que se comercializan desde y hacia el mercado ecuatoriano, para

los distintos tipos de vehículos livianos, pesados, comerciales, familiares, de trabajo, y más.

Estas sub-partidas presentan distintos movimientos comerciales de importación y exportación que determinan al Ecuador como un importador neto de repuestos o autopartes.

4.6.1.1 EXPORTACIONES DE AUTOPARTES (REPUESTOS) ECUATORIANOS

Las exportaciones ecuatorianas de repuestos según el I.N.E.C., han mostrado movimientos comerciales ínfimos –comparados con el generado por las importaciones- como se muestra a continuación.

Salvo el año 2002, las exportaciones ecuatorianas de repuestos han decrecido a una tasa anual promedio de alrededor del 20%, con una muy pequeña recuperación en el año 2008.

En general en los últimos cinco años, el valor FOB de exportaciones de repuestos ha sido en promedio el 2,64% del valor de sus importaciones, valor que alcanzó su punto más alto en 2005 con 5,42%. A partir de este año este valor ha bajado hasta 1,67% en 2007 (estimado). Esto demuestra que el papel del Ecuador en el comercio internacional de repuestos es básicamente importador, y no exportador.

En 2008 fueron nueve países los compradores, en su orden: Colombia (64%), Estados Unidos (25%), Venezuela (8%), Perú (2%), Japón (1%), y Brasil, Alemania, Francia y Bolivia, con exportaciones mínimas correspondientes a menos del 0,5%. Los porcentajes representan la participación de las exportaciones hacia cada país con relación al total de exportaciones de repuestos en 2007.

Como ya se indicó, los principales mercados de exportación de los repuestos ecuatorianos fueron Colombia y Estados Unidos en 2007, aunque debe anotarse que este comportamiento fue nuevo en ese año, pues los años anteriores el mayor mercado para la exportación de repuestos ecuatorianos fueron los Estados Unidos, y la importancia de Colombia era casi nula.

Este cambio en la composición de exportaciones, que muestra a Colombia como el principal mercado de exportaciones de repuestos ecuatorianos, se puede deber a la exportación de vehículos General Motors desde el Ecuador hacia Colombia, que se ha incrementado en el último año.

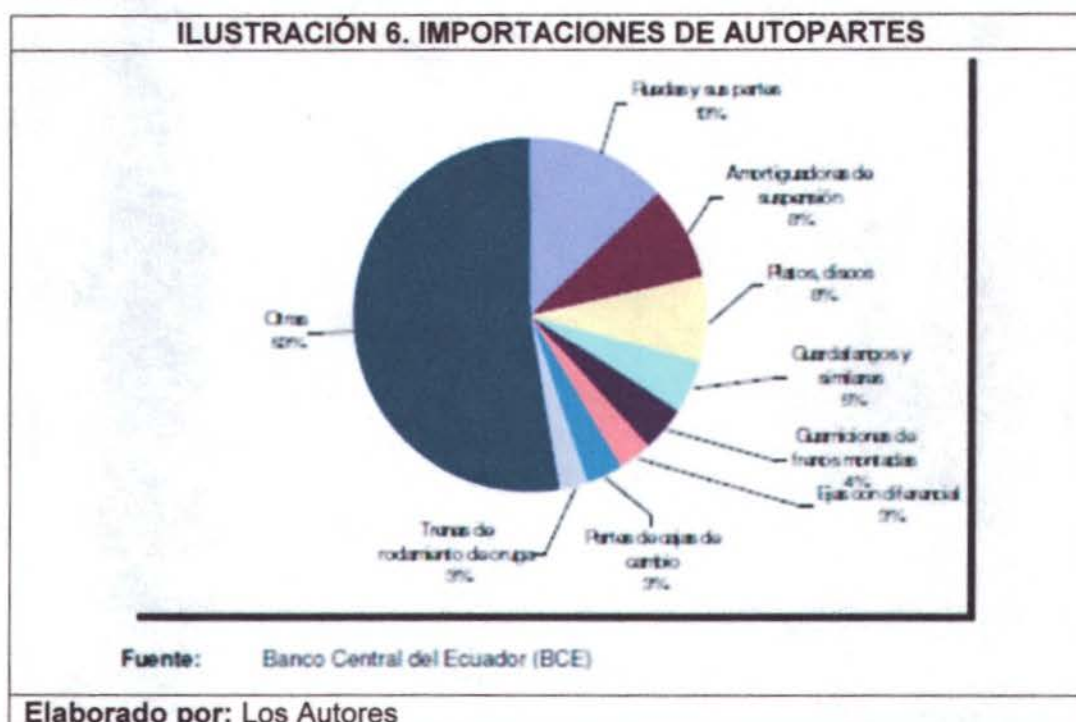
De cualquier forma, y tal como se había expresado, el papel del Ecuador en el mercado internacional de repuestos es principalmente de importador y no

de exportador, por lo cual se presenta a continuación un análisis de las características de las importaciones ecuatorianas de repuestos.

4.6.1.2 LAS IMPORTACIONES DE AUTOPARTES

- *Composición de las importaciones: principales productos*

En los últimos cinco años, Según EL Banco Central del Ecuador, los repuestos que mayores movimientos comerciales de importación han tenido en el Ecuador, han sido en general: "Ruedas y sus partes", "Amortiguadores de Suspensión", "Platos y Discos", "Guardafangos, Cubiertas de Motor, Flancos, Puertas y sus Partes", "Guarniciones de Frenos Montadas", "Ejes con Diferencial", "Trenes de rodamiento de oruga y sus partes", "Partes de Cajas de Cambios"



La ILUSTRACIÓN 6, el rubro del gráfico denominado "Otras", es la sumatoria de casi cuarenta otros tipos de producto, cuyas participaciones individuales son muy pequeñas (apenas superan el 1% del valor FOB de importaciones totales correspondientes al capítulo 8708 de partes y repuestos para automotores), por lo cual se las considera de menor importancia para este estudio.

Estas participaciones (con pequeñas variaciones), son muy similares en los años anteriores, del 2006 al 2008, en general, por lo que se puede afirmar que las principales autopartes o repuestos que se importan en el Ecuador son aquellas mostradas en el gráfico anterior.

4.7 PRINCIPALES PROVEEDORES DE REPUESTOS AUTOMOTRICES (PARA EL MERCADO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL)

En la TABLA 4, según la Autoridad Portuaria de Guayaquil, muchas de las empresas, que a continuación se mencionan, forman parte del comercio importador y distribuidor de repuestos automotrices en general para el transporte urbano en la ciudad de Guayaquil. Es importante notar que muchas de estas empresas no son importadores directos de repuestos automotrices, poseen una representación de ciertas marcas que son distribuidas por sus locales comerciales.

TABLA 4. IMPORTADORAS DE AUTOPARTES

<i>Nombre o Razón Social</i>	<i>Actividad Principal</i>	<i>Representación de marcas</i>
IMPOR Repuestos Automotrices	Importación y Distribución Automotriz de repuestos eléctricos en general.	Todas
Importadora Andina	Importación y Distribución de repuestos en general	Todas
SECOHI	Servicio técnico e Importación de repuestos originales	ISUZU, HINO, VOLVO, Mercedes Benz y Volkswagen
Distribuidora Garzón	Importación, Distribución y Venta de Repuestos automotrices y vehículos	Mercedes Benz y Volkswagen
DIESEL PART'S	Venta de repuestos originales a diesel	ISUZU, HINO, Chevrolet
JAPAN PARTS	Venta de repuestos originales	Nissan Diesel, ISUZU, HINO, Chevrolet
PRADI	Venta de repuestos automotrices	Mercedes Benz y Volkswagen
AUTOREPUESTOS TELSASAL CIA. LTDA.	Importador de repuestos automotrices	Todas
EMPRESHEDCOR CIA. LTDA.	Importador de repuestos automotrices	Todas
INDIMA S.A.	Importador de repuestos automotrices	Todas
MANSUERA S.A.	Importador de repuestos automotrices	Todas

Fuente: Autoridad Portuaria de Guayaquil. Documento: Directorio de Empresas.

Elaborado por: Los Autores

Complementando al cuadro anterior, en la TABLA 5, existen casas comerciales destinadas a la importación y distribución de automotores (línea de buses) a nivel nacional, como son:

TABLA 5. PRINCIPALES EMPRESAS DE IMPORTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE AUTOMOTORES Y REPUESTOS (REPRESENTACIÓN DE MARCAS)

<i>Nombre o Razón Social</i>	<i>Actividad Principal</i>			<i>Representación de marcas</i>
AUTEC S.A.	Distribuidor Automotores	Nacional	de	Mercedes Benz
STAR MOTRORS	Distribuidor Automotores	Nacional	de	Mercedes Benz
C.A. OMNIBRAS	Distribuidor Automotores	Nacional	de	Chevrolet
CHEVROLET	Distribuidor Automotores	Nacional	de	ISUZU
DINA	Distribuidor Automotores	Nacional	de	Volkswagen
PONCE YEPES CIA. DE COMERCIO S.A.	Distribuidor Automotores	Nacional	de	Chevrolet
HINO	Distribuidor Automotores	Nacional	de	HINO
MAVESA S.A.	Distribuidor Automotores	Nacional	de	HINO
TEOJAMA COMERCIAL S.A.	Distribuidor Automotores	Nacional	de	HINO

Fuente: Autoridad Portuaria de Guayaquil. Documento: Directorio de Empresas.

Elaborado por: Los Autores

4.8 Matrices de diagnóstico empresarial

4.8.1 F.O.D.A.

Fortalezas

- Negociación directa de compra de producción de llantas con la fábrica
- Convenio directo a las cooperativas de Guayaquil, principalmente con la F.E.T.U.G.
- Macro-Compra de productos desde la fábrica para la adquisición de llantas, lubricantes, filtros y repuestos a precios muy bajos.
- Amplia base de datos de las Cooperativas para la determinación de precio a las mismas.
- Sistema de afiliación de BANRECOOP S.A. para la obtención de beneficios (descuentos en compra de repuestos y mantenimientos).
- Alianza con talleres recomendados hacia las cooperativas (servicios).

Oportunidades

- Tasa de mercado baja para crédito comercial.
- Una vez posicionado expandir su mercado a otras Cooperativas de Transporte a largo plazo.
- Banrecoop S.A. se puede beneficiar con la Ley de Tránsito de la cual sigue cambios de llantas cada seis meses para la seguridad de los usuarios.

Debilidades

- Un solo inversionista financiero (Banco Pichincha C.A.)
- No llegar a tiempo la mercadería a las bodegas (falta de stocks)
- Incumplimiento de las cooperativas al momento de hacer cambios de los productos.

Amenazas

- Aumento de aranceles para las importaciones de los productos.
- Fábrica incumpla contrato vigente con Banrecoop S.A.
- El Gobierno, bajo la CFN (Corporación Financiera Nacional) se financie incorporando el mismo sistema de Banrecoop S.A. y resolver problemas con los Transportistas.
- Reencauchen las llantas de los buses por altos costos de las mismas.

Análisis F.O.D.A.

El análisis F.O.D.A. permite observar las ventajas y desventajas de Banrecoop S.A. ya sea a nivel interno y externo por motivo que se puede tener un conocimiento de todo el mercado que se pueda abarcar.

Las Fortalezas que posee Banrecoop S.A. principalmente son los convenios con la Fábrica y con la F.ET.U.G., creando una cadena de alianza, en el cual se tiene una base de datos de todas las cooperativas asociadas y por medio de Banrecoop S.A. establecer conexiones de negociación beneficiándose mutuamente, inclusive los usuarios se beneficiarían por la fijación actual del precio del pasaje. En el lado de las Debilidades, Banrecoop S.A. no pueda manejar un gran número de productos, además el incumplimiento de las cooperativas al momento del cambio de los productos.

Además de las Fortalezas Banrecoop S.A. cuenta con algunas oportunidades que se podría beneficiar, tales como: la Ley de Tránsito de la cual siquiere cambios de llantas cada seis meses para la seguridad de los usuarios. Y después de estar posesionado expandir el mercado a otras Cooperativas. Por otra parte en el lado de las amenazas, la Fábrica proveedora incumpla con el contrato vigente, reencauchen las llantas de los buses para abaratar costos, el aumento de los aranceles de los productos y gobierno bajo la CFN se financie incorporando el mismo sistema de Banrecoop y resolver problemas con los Transportistas.

4.8.2 Fuerza de Porter

Fuerza De Porter De Llantas

Rivalidad Entre Competidores Potenciales De Llantas.

En el mercado automotriz, principalmente en el área de las llantas encontramos como principales competidores a los establecimientos comercializadores de llantas dentro de la ciudad de Guayaquil, entre otros. El aumento de competidores hace que los precios sean muy competitivos y la competencia tenga que hacer por obligado su oferta, ya sea alineación, balanceo, etc. En el Ecuador hay muchos mercados en forma de oligopolios, ya que cuando uno se atreve por ejemplo a hacer una oferta o descuento, la competencia copia cada paso.

Amenaza De Entrada De Competidores Potenciales De Llantas.

Al entrar a este tipo de sector con fuerte competencia existe la posibilidad de que tenga barreras como por ejemplo: alta inversión, alto stock disponible, tarifas, impuestos, etc.

Por lo tanto Banrecoop tendrá un inversionista para tener capital para invertir, además contando también con el aporte de los accionistas.

Amenaza De Productos Sustitutos De Llantas.

En el sector de las llantas, los productos sustitutos y parte de la competencia indirecta son las reencauchadoras de llantas, el cual se encarga de tener más tiempo de uso, regularmente es de 2 meses. El uso de las reencauchadoras es por el simple motivo de que al momento de adquirir las llantas que compran son caras y no sienten una rentabilidad por el precio elevado.

Poder De Negociación De Proveedores De Llantas.

Los proveedores de llantas tienen un alto poder de negociación ya que ellos pueden acceder a un recurrente auge en este mercado. Además ya que se

trata de una empresa internacional que haría llegar las llantas a nuestras bodegas. Pero en fin ellos podrían cubrir una gran cantidad de demanda con sus producciones.

Poder De Negociación De Clientes De Llantas.

Hoy en día el cliente tiene la razón, ya que existen competidores formales e informales que tienden a bajar los precios y con esa circunstancia el cliente, en este caso las cooperativas de transporte de la F.E.T.U.G. piden cotizaciones a varias empresas, escogiendo la que mejor oferta les propongan.

Fuerza De Porter De Filtros

Rivalidad Entre Competidores Potenciales De Filtros

En este sector de mercado encontramos cualquier variedad de marcas tales como Hengst, Fleetguard, Tecfil, Fram, Mann, etc, que tienen las importadoras. En el cual es muy competitivo ya que la industria del automotor crece cada día más, esto hace que los precios sean muy competitivos y atractivos al mismo tiempo.

Amenaza De Entrada De Competidores Potenciales De Filtros.

La entrada a este tipo de sector lo hace dificultoso, ya que los filtros no solo se venden por vender, sino que solo cuando el carro necesita mantenimiento los clientes adquieren uno. Banrecoop S.A. tiene que tener un surtido stock, ya que los filtros para los buses no son iguales.

Amenaza De Productos Sustitutos De Filtros.

En el mercado actual de filtros no habría productos sustitutos. Y si los hubiese serían los mismos filtros ya que al no haber recurso para darle un mantenimiento adecuado los dueños de los buses solo harían limpieza de los filtros ya sea a través de un compresor de aire, pero que a su vez dejaría orificios en los filtros y haría que el consumo fuera mucho mayor.

Poder De Negociación De Proveedores De Filtros.

El poder de negociación de los proveedores es muy alto comprado al de los clientes ya que ellos pueden abarcar una gran demanda gracias a su producción y distribución de los mismos, dando por establecidos los precios y el manejo de los mismos.

Poder De Negociación De Clientes De Filtros.

En este mercado el poder de negociación de los clientes es relativamente bajo ya que es obligación de los dueños de buses hacer un mantenimiento respectivo ya que en él estaría ahorrando ya sea combustible o aceite. Pero de

tal manera como hay gran variedad y marca de los filtros el cliente acudirá al que mejor ahorro y rendimiento le genere.

Fuerza De Porter De Lubricantes

Rivalidad Entre Competidores Potenciales De Lubricantes.

En este sector de mercado encontramos cualquier variedad de marcas tales como PDV, Amalie, Lubricsa, Shell, Valvoline, etc. Que las lubricadoras tienen en su stock. En el cual es muy competitivo ya que la industria del automotor crece cada día más, esto hace que los precios sean muy competitivos y atractivos al mismo tiempo.

Amenaza De Entrada De Competidores Potenciales De Lubricantes.

La entrada a este tipo de sector no es dificultosa, ya que los lubricantes, dependiendo de precio y marca se puede comercializar y entrar al mercado rápidamente, por motivo de que el parque automotriz ha tenido un incremento significativo.

Amenaza De Productos Sustitutos De Lubricantes.

En el mercado no habría productos sustitutos para los lubricantes, ya que es una parte muy fundamental ya sea para el motor, caja de cambio, frenos, etc. Se piensa que no habría hasta el momento ninguno que lo pueda reemplazar. Por otra parte en Estados Unidos se usa lubricantes vegetales para no contaminar mucho el medio ambiente, pero actualmente en el Ecuador no está en el mercado, además es otro tipo de maquina comparado con otros países.

Poder De Negociación De Proveedores De Lubricantes.

El poder de negociación de proveedores es intermedio ya que existen muchos proveedores que establecen su precio según el mercado, para ser más competitivos.

Poder De Negociación De Clientes De Lubricantes.

Los clientes tienen un alto poder de negociación ya que existen diferentes marcas que tiene a su disposición y pueden elegir al que mayor oferta le ofrezca.

Fuerza De Porter De Repuestos

Rivalidad Entre Competidores Potenciales De Repuestos.

Existe una gran rivalidad en el mercado de repuestos, ya que vienen de todo tipo de países, principalmente de Asia, lo cual también se estará importando repuestos de este continente. Hay muchos vendedores formales e informales en

Guayaquil, por esto es necesario tener el respaldo de la fábrica ya que eso sería una gran plusvalía para Banrecoop.

Amenaza De Entrada De Competidores Potenciales De Repuestos.

Al entrar a este mercado se necesitaría de una fuerte inversión y respaldo ya sea por parte de la fábrica o por los consumidores (allegados). Este mercado es sumamente extenso ya que es preferible que se concentre en un tipo de marca de automóvil ya que es muy amplio este tipo de mercado.

Amenaza De Productos Sustitutos De Repuestos.

En los productos sustitutos sería en los productos genéricos, pero al igual no sería recomendable ya que tienen poco tiempo de uso y estropearía más el automotor. Otro método de sustituir los productos sería refaccionando el repuesto dañado y usarlo nuevamente, esto para que tenga un tiempo más largo de vida útil.

Poder De Negociación De Proveedores De Repuestos.

El poder de negociación de los proveedores es relativamente bajo ya que existe gran competencia en el mercado y esto genera limitaciones a la hora de negociar con el cliente. Lo único sería la garantía de los repuestos con lo cual los proveedores podrían negociar.

Poder De Negociación De Clientes De Repuestos.

En el mercado actual el cliente siempre tendrá la última palabra ya tiene poder de decisión en mercados tan concurridos como es el de los repuestos, el cliente busca respaldo, que se sienta protegido con el producto, por eso Banrecoop será de guía y confort a la hora de llegar a los clientes.

4.9 Análisis De La Competencia

4.9.1 Llantas

En el mercado ecuatoriano al estar poblada de vehículos y de transporte urbanos presenta que en su mercado hay gente que han visto esta oportunidad de la misma manera que lo ha hecho Banrecoop S.A, pero ellos no se han enfocados a un segmento en especial, ha distribuir su producto de la manera que los clientes vayan a ellos en vez de ir por ellos como plantea Banrecoop S.A., podrán haber competidores de los cuales ya estén en la mente de nuestros consumidores de los cuales solo acuden a ellos pero todo eso puede cambiar con este proyecto. Los distribuidores principales del guayas y de los cuales están encargados de la importación y venta en la mayor parte del mercado ecuatoriano son los que se muestran en la TABLA 6:

TABLA 6. RED DE DISTRIBUIDORES		
DISTRIBUIDOR	DIRECCIÓN	TIPO
TECNIGUAY S.A.	KM. 8.5 VIA A DAULE (JUNTO GASOLINERA)	CONTI TRUCK
IMPORTADORA ANDINA	KM. 7 1/2 VIA A DAULE	CONTI TRUCK
TECFARONI S.A.	MATRIZ.- AV. JUAN TANCA MARENGO KM 0.5 CDLA. ADACE CALLE C Y CALLE 4TA. JUNTO A GASOLINERA MOBIL	ERCO TIRES
TECFARONI S.A.	SUCURSAL 1.- LA 17 Y GOMEZ RENDON	ERCO TIRES
TECFARONI S.A.	SUCURSAL 2.- PLAZA DAÑIN Y AV. SAN JORGE	ERCO TIRES
TECFARONI S.A.	SUCURSAL 3.- LOS RÍOS Y AGUIRRE ESQ	ERCO TIRES
TECNIGUAY S.A.	AV. CARLOS LUIS PLAZA DAÑIN FRENTE AL BOLOCENTRO	ERCO TIRES
TECNIGUAY S.A.	6 DE MARZO 3000 Y GENERAL GOMEZ	ERCO TIRES
IMPORTADORA ANDINA	LOJA ENTRE B. MORENO Y MATEUS	ERCO TIRES
IMPORTADORA ANDINA	CDLA. ALBORADA II ETAPA-MZ. U VILLA # 11	ERCO TIRES
FRENOSEGURO CIA. LTDA.	AG. CENTRO: AV. MACHALA 1200 Y LUQUE	OTROS
FRENOSEGURO CIA. LTDA.	AG. NORTE: AV. JUAN TANCA MARENGO KM. 5,5	OTROS
FRENOSEGURO CIA. LTDA.	AG. SUROESTE: AV. PORTETE 3527 Y LA NOVENA	OTROS

FRENOSEGURO CIA. LTDA.	AG. VIA DAULE: VIA DAULE KM. 12,5	OTROS
IMPORTADORA ANDINA	AV. DE LAS AMERICAS S/N	TODA LLANTA
TECNIGUAY S.A.	LOS RIOS Y COLON	TODA LLANTA
IMPORTADORA ANDINA	CDLA. NAVAL NORTE	TODA LLANTA
IMPORTADORA ANDINA	AV.DE LAS AMERICAS S/N FRENTE ESTADIO MODELO	TODA LLANTA
AUTO EXPRESS	LA GARZOTA MZ. 102 SOLAR 17	AUTO EXPRESS
AUTO EXPRESS	LA GARZOTA (AV. HERMANO MIGUEL) A LADO DE CAFÉ DE TERE	AUTO EXPRESS

Fuente: (Erco Tires Ecuador, Inc, 2009)
Elaborado por: Los Autores

A su vez podemos encontrar los principales vendedores de llantas de Guayaquil en la TABLA 7, pero estos solo están enfocados en la venta de todo tipo de llantas y mantiene su stock muy limitado. Los principales consumidores son los vehículos livianos por tal motivos un dueño de bus al querer adquirir llantas para sus transportes se ven perjudicados por los precios que estos les imponen, sintiéndose estafados.

TABLA 7. VENDEDORES LOCALES	
VENDEDORES	DIRECCION
ANDRES BORBOR	Av. Plaza Dañín 810 y Pelicano Ëste
ANDRÉS PERDOMO E HIJOS	Av. de las Américas # 918 y C.L. Plaza Dañín
ANTONIO PINO ICAZA & CIA	Av. J Tanca Marengo 107 y J. Cornejo
AUTOCOSTA	Los Ríos 900
AUTOMOTORES SUZUKI S.A.	Garzota Mz 1 Solar 8 (A. Freire)
BAQ LLANTAS	La 29ava 1505
BRODMEN S.A.	Cdla. la Garzota Mz. 29 Solar 14 frente al Restaurante El Cantones

CÍA. BUENAS LLANTAS S.A.	Los Ríos 1708
COMERCIAL AMAZONAS	Vélez 1112

Fuente: (Paginas Amarillas, 2010)

Elaborado por: Los Autores

Aquellos dueños de buses al no poder adquirir las llantas a buenos precios, ellos optan por el reencauchado de sus llantas el cual no está permitido en la ley pero ellos la optan para no salir perjudicados, al realizar este procedimiento ellos simplemente están alargando el cambio, se perjudican en lo económico porque realizan doble gasto y sobre todo jugar con la seguridad de los pasajeros. De la misma manera se nombrara en la siguiente TABLA 8 cuáles son las principales compañías que realizan el reencauchado en Guayaquil:

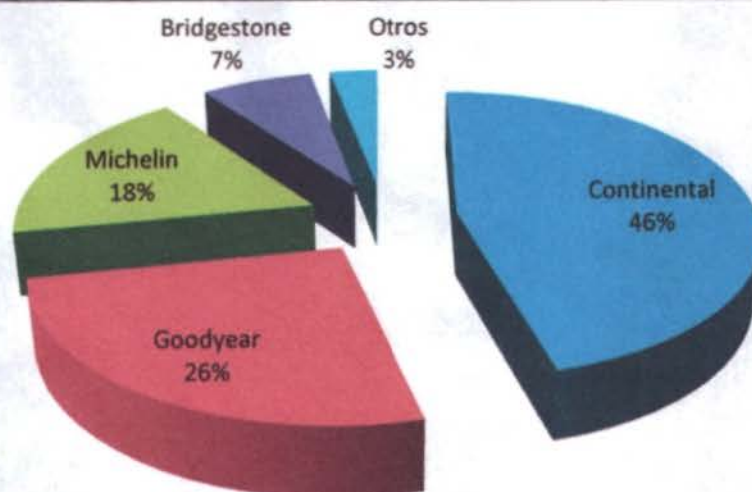
TABLA 8. REENCAUCHADORAS DE LLANTAS EN GUAYAQUIL	
Empresas	DIRECCIONES
· Andrés Perdomo E Hijos	Av. de las Américas # 918 y C.L. Plaza Dañín
· Baq Llantas	La 29ava 1505
· Cía. Buenas Llantas S.A.	La 29ava 1505
· Comercial Amazonas	Vélez 1112
· Comercial Carche	José de Antepara 1121
· Comercial la Rueda	Manabi 1509
· Comercial Mogro	Av. Quito 2018-2026 E/ Manabi y Huancavilca
· Deencauche en Frio	Btlón del Suburbio CI M
· Ecuatoriana de Llantas	La Alb Etp 12ava Mz 26 V2
· Grancolombiana de Negocios Cía. Ltda.	P Moncayo 2200 y Huancavilca (Esq)
· Imcofer Cía. Ltda.	C. Ballén 1713-1715 y José Mascote
· Imdecar del Ecuador	Av Fco de Orellana 218
· Importadora Andina S.A.	Vía a Daule Km.71/2
· Julio Guerra Accini	Quisquis 119 y Riobamba
· La Casa del Tubo	J Antepara 517 y Luis Urdaneta
· M&m "manuel Romero Pin"	Machalá 516 y Padre Solano
· Modelcarga S.A.	J de Antepara 519
· Org. Com. Escobar Triviño C.A.	L. de Garaycoa 2527 y Brasil
· Rimasu S.A.	Ximena 713 y V. M. Rendón
· Vulca Toda Llantas	J Mascote 1216

Fuente: (Guía Local, 2010)

Elaborado por: Los Autores

A continuación se detalla en la ILUSTRACIÓN 7, la participación de mercado de las llantas en el Ecuador. La marca de llantas Continental tiene la mayor participación de Mercado a nivel nacional con un 46%, le sigue Goodyear con el 26%, Michelin y Bridgestone con el 18 y 7%, y por último con un 3% Otros.

ILUSTRACIÓN 7. PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LLANTAS



Fuente: (Revista Líderes, 2010), (Diario El Comercio, 2010), (Diario El Hoy, 2010)

Elaborado por: Los Autores

4.9.2 Repuestos

En la ciudad de Guayaquil, a nivel de buses, los almacenes o empresas que ocupan un mejor posicionamiento de mercado son los siguientes:

En la TABLA 9, se encuentran las principales importadoras de repuestos para buses de Mercedes, ya que en el mercado de buses tiene una alta participación en Guayaquil.

TABLA 9. PRINCIPALES IMPORTADORAS DE REPUESTOS PARA BUSES MERCEDES Y UBICACIÓN	
1. Importadora Garzón	Matriz y sucursal en Guayaquil
2. Secohi Cía Ltda.	Matriz en Latacunga; Sucursales en: Quito, Ibarra, Ambato, Guayaquil, Cuenca y Machala
3. Autec S.A. (Original)	Matriz en Guayaquil y una sucursal en Machala
4. Impedi C.A.	Matriz en Guayaquil; Sucursales en: Guayaquil, Durán y Quito
5. Importadora José Rodas Jr.	Almacén en Guayaquil

Fuente: (Pachay, Principales Importadoras de Repuestos para Buses Mercedes, 2011), Páginas Amarillas y Sitio Web de las Empresas.
Elaborado por: Los Autores

Se puede apreciar en la tabla anterior que las principales importadoras de repuestos para buses de Mercedes Benz se encuentran ubicadas en Guayaquil, ya sea matriz y/o sucursal, otras sucursales están a nivel de la sierra, como por ejemplo Quito, Cuenca y Machala.

En la siguiente TABLA 10, se encuentran las principales importadoras para buses Mitsubishi.

TABLA 10. PRINCIPALES IMPORTADORAS DE REPUESTOS PARA BUSES MITSUBISHI Y UBICACIÓN	
1. Motransa C.A.	Matriz en Quito y sucursales en Guayaquil y Cuenca.
2. Importadora I.L.G.A.	Matriz en Guayaquil, sucursales en: Milagro, Babahoyo, Quito, Samborondón
3. Importadora Kimsa S.A.	Matriz y sucursal en Guayaquil.
Fuente: (Pachay, Principales Importadoras de Repuestos para Buses Mitsbishi, 2011), Páginas Amarillas y Sitio Web de las Empresas.	
Elaborado por: Los Autores	

Por el lado de los buses Mitsubishi se encuentran 3 principales importadoras, en las cuales todas tienen posicionamiento en la provincia del Guayas, como por ejemplo: Guayaquil, Daule, Milagro y Samborondón y parte de la sierra como Quito.

En la TABLA 11 se detalla los principales importadores de repuesto para buses Chevrolet Isuzu.

TABLA 11. PRINCIPALES IMPORTADORAS DE REPUESTOS PARA BUSES CHEVROLET ISUZU Y UBICACIÓN	
1. Autolasa	Matriz en Guayaquil, sucursales en Durán, Quevedo Guayaquil.
2. Induato	Se encuentran cuatro concesionarias en la ciudad de Guayaquil.
3. Automotores Continental	Matriz en Quito, sucursales en Guayaquil y Salinas.
4. Anglo Automotriz	Se encuentran cuatro concesionarias en la ciudad de Guayaquil.
5. Importadora Kimsa	Matriz y sucursal en Guayaquil
Fuente: (Pachay, Principales Importadoras de Repuestos para Buses Chevrolet Isuzu, 2011), Páginas Amarillas y Sitio Web de las Empresas.	

Elaborado por: Los Autores

Como todos saben la marca que lidera los vehículos son Chevrolet, por ende se encuentran numerosas concesionarias en Guayaquil, y otras en diferentes cantones de la provincia que comercializa repuestos y venta de autos.

En la TABLA 12, los principales importadores de repuestos para buses Hino son los siguientes:

1. Grupo Mavesa	Matriz y sucursal en Guayaquil, Quito y Ambato.
2. Teojama Comercial S.A.	Matriz en Quito, Sucursales en Guayaquil, Ambato, Manta u Cuenca
3. Importadora Quiroz	Matriz y sucursal en Guayaquil
Fuente: (Pachay, Principales Importadoras de Repuestos para Buses Hino, 2011), Páginas Amarillas y Sitio Web de las Empresas. Elaborado por: Los Autores	

En la tabla anterior se encuentra las importadoras con mayor importancia a nivel nacional. Todas éstas se encuentran también en Guayaquil y tienen un alto porcentaje de participación.

4.9.3 Lubricantes

A nivel nacional y de Guayaquil se encuentran en la siguiente TABLA 13 las importadoras con mayores ventas de lubricantes:

1. Inverneg S.A.	Matriz y sucursal en Guayaquil, Quito, Cuenca y Ambato.
2. Conauto C.A.	Matriz en Quito y Sucursal en Guayaquil, Cuenca, Ambato, Manta y
3. Frenoseguro	Matriz y sucursales en Guayaquil, Durán, Daule, La Libertad, Quito, Latacunga y Cuenca
4. Hivimar	Matriz y Sucursal en Guayaquil,

Quito y Cuenca.

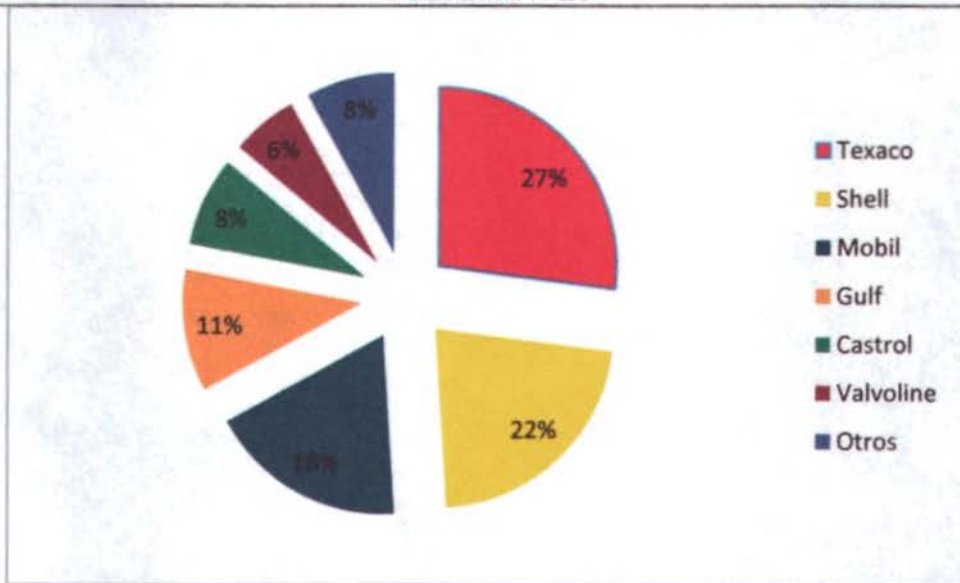
Fuente: (Pachay, Principales Importadoras de Lubricantes, 2011), Páginas Amarillas y Sitio Web de las Empresas.

Elaborado por: Los Autores

Todas éstas importadoras son las más reconocidas y las que mayores ventas tienen a nivel de Guayaquil, además tienen sucursales en la sierra como Quito, Cuenca, Ambato y Latacunga.

La siguiente ILUSTRACIÓN 8, trata sobre la participación de mercado a nivel nacional de los lubricantes: Texaco lidera la participación de mercado con el 27%, seguido de Shell con el 22% y Mobil con el 18%, después les sigue con muy baja participación Gulf, Castrol, Valvoline, entre otros.

ILUSTRACIÓN 8. PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LUBRICANTES



Fuente: (Explored Ecuador, 2009)

Elaborado por: Los Autores

A continuación, en la TABLA 14, se detalla las principales marcas que se distribuyen, importan y venden las principales empresas de la tabla anterior.

TABLA 14. PRINCIPALES MARCAS DE LUBRICANTES

- | | |
|---------------|---------------|
| • PDV | • Primax Lub. |
| • Golden Bear | • Havoline |
| • Castrol GTX | • Exxon |
| • Amalie | • Rimulac |
| • Quaker ST. | • Hunday Lub. |

Fuente: (Pachay, Principales Marcas de Lubricantes, 2011), Páginas Amarillas y Sitio Web de las Empresas.

Elaborado por: Los Autores

4.9.4 Filtros

En la TABLA 15, se detalla a continuación las principales empresas en erradicadas en la ciudad de Guayaquil.

TABLA 15. PRINCIPALES IMPORTADORAS DE FILTROS Y UBICACIÓN	
1. Inverneg S.A.	Matriz y sucursal en Guayaquil, Quito, Cuenca y Ambato.
2. Conauto C.A.	Matriz en Quito y Sucursal en Guayaquil, Cuenca, Ambato, Manta y
3. Imporfiltro Cía Ltda.	Matriz Guayaquil y sucursal
4. Filcomecs S.A.	Matriz en Guayaquil
5. Frenoseguro	Matriz y sucursales en Guayaquil, Durán, Daule, La Libertad, Quito, Latacunga y Cuenca
Fuente: (Pachay, Principales Importadoras de Filtros, 2011), Páginas Amarillas y Sitio Web de las Empresas. Elaborado por: Los Autores	

Tanto como Inverneg S.A., Conauto C.A. y Frenoseguro, además de importar y vender lubricantes se encarga también de los filtros. Los que se le une a la comercialización de filtros son: Imporfiltro S.A. y Filcomecs S.A., teniendo como principal ubicación la ciudad de Guayaquil. Ver TABLA 16.

Las marcas más importadas son las siguientes:

TABLA 16. PRINCIPALES MARCAS DE FILTROS	
<ul style="list-style-type: none">• Heng• Fram• Oro• Mann Filter• Onnuri	<ul style="list-style-type: none">• Shogun• Balwin• Champ• telfil
Fuente: (Pachay, Principales Marcas de Filtros, 2011), Páginas Amarillas y Sitio Web de las Empresas. Elaborado por: Los Autores	

4.10 Análisis de los consumidores

Los consumidores de Banrecoop son las principales cooperativas del perímetro guayaquileño que requieran de servicios como los que ofrece la organización.

En la ciudad de Guayaquil, cerca de 3 millones de ecuatorianos, 74 sectores y una superficie aproximada de 344.5 Km² (Municipalidad de Guayaquil, 2010) existen alrededor de 61 cooperativas las cuales constan de 4600 (Taller Nestlac, 2009) buses entre grandes y selectivos aproximadamente, tratando siempre de brindar el mejor servicio a los usuarios y procurando llevar a su destino de una forma segura y tratando de evitar accidentes por fallas mecánicas.

La zona específica de Guayaquil para determinar los posibles clientes es toda la ciudad, ya que las cooperativas tienen buses que llegan a todas las zonas urbanas y rurales de la ciudad, y mientras mejor sea la asistencia de Banrecoop S.A., aumentarán el número de choferes y dueños de cooperativas que requieran del servicio.

El cliente de Banrecoop S.A. debe conocer el nivel de estar especializado en mecánica y distribución de repuestos, filtros y llantas. Además de la distribución y suministro de piezas para el transporte, la organización brinda el servicio mercantil para las cooperativas que requieran en caso de no contar con un crédito directo en instituciones financieras para el abastecimiento de provisiones o expansión del negocio transportista.

La sugerencia de compra para los consumidores directos de Banrecoop S.A. es la necesidad de satisfacción del consumidor final o usuario del servicio de transporte, ya que ellos son los que realmente perciben la calidad y atención del transportista sin dificultades. Las cooperativas usualmente deben cotizar con varias empresas diferentes para el suministro de sus piezas y mantener sus vehículos en buen estado por evitar pérdidas millonarias, es por ello que Banrecoop S.A. ofrece un servicio múltiple y además integrando un complemento más a la cadena de valor de acuerdo a suministros para las cooperativas.

Adicional a la negociación que se mantiene con los consumidores directos, como cooperativas existentes en la F.E.T.U.G., se encuentran otras federaciones, todas ellas previo pedido de acuerdo al stock disponible. Por lo tanto la población interesada estaría en crecimiento dependiendo de los requerimientos, su comportamiento en el mercado es variable, es donde Banrecoop S.A. estará favorable para ofrecer una mejora continua en calidad y servicio.

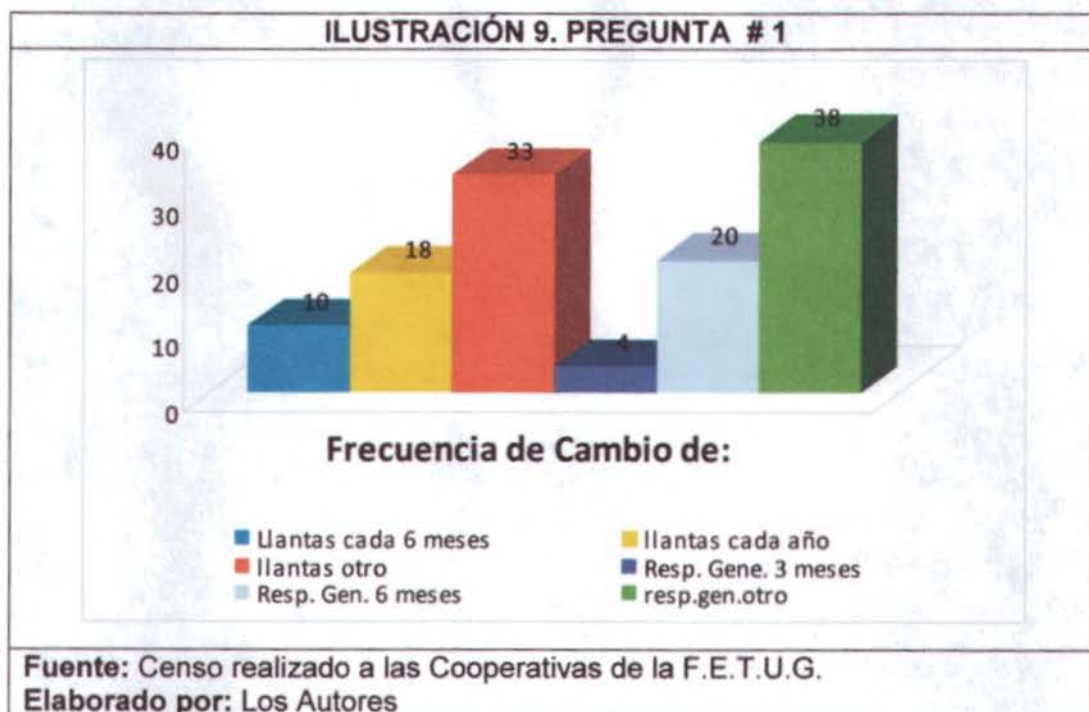
La realidad que viven los transportistas urbanos de Guayaquil al momento de poder adquirir alguna pieza o poder contar con un proveedor fijo de los cuales puedan contar con descuentos o promociones, son casi pocos los que

pueden decir que los poseen. Así, a su vez son la mayoría que buscan sentirse satisfecho con algún proveedor que les brinde muchos beneficios. Todos esos resultados los obtuvimos a través de un censo realizado a todas las Cooperativas asociadas a la F.E.T.U.G., de las cuales se pudo obtener los siguientes resultados de cada pregunta.

1. Con qué frecuencia cambia ustedes las:

Llantas: cada 6 meses _____ cada año _____ otro _____

Repuestos en general: cada 3 meses _____ cada 6 meses _____ otro _____



Con respecto a la primera pregunta, los datos expuestos en la ILUSTRACIÓN 9, dan a entender que con respecto a los cambios de llantas el 54.09% de los propietarios de los buses realizan los cambios en otras ocasiones, de las cuales pueden ser: Cada año, cuando sea necesario o simplemente realizan recauchado. Con el 29,50% realizan sus cambios cada año y con el 16,39% siguiendo las normas, lo cual es cada 6 meses. Los resultados dados por los repuestos en general no varían de las llantas por motivos que dueños en su mayoría cambia los repuestos cuando estos ameriten con el 62,29%, a su vez con el 32,78% realizan los cambios cada 6 meses y por ultimo con el 6,55% cada 3 meses.

2. ¿Trabajan con algún otro proveedor?

Si ___ No ___



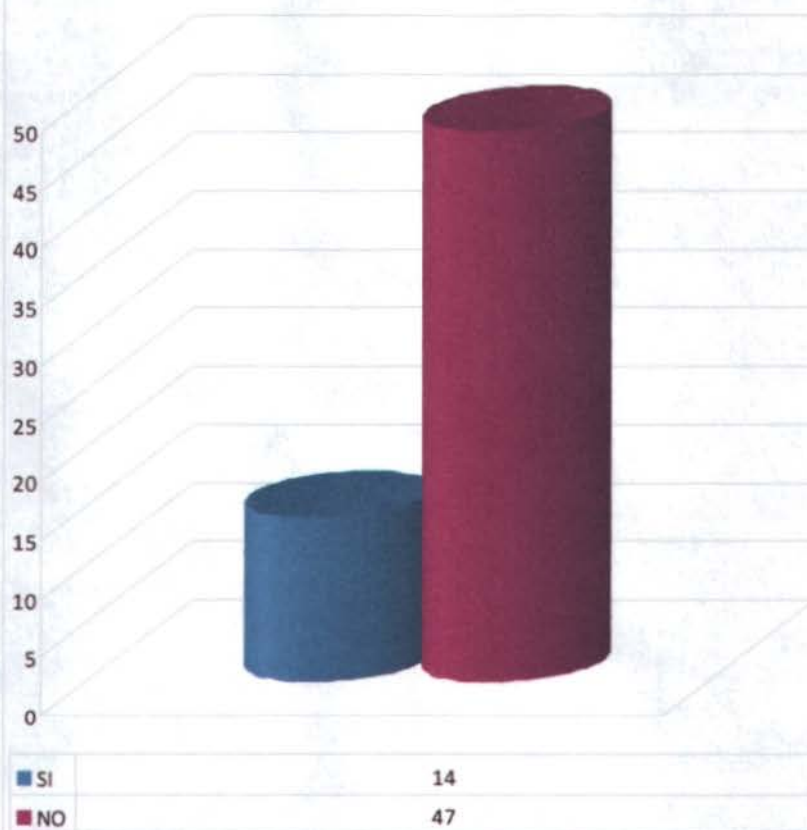
En la ILUSTRACIÓN 10, el 72% de los transportistas no poseen ningún proveedor por lo menos fijo para poder trabajar y poder adquirir los repuestos y/o llantas, pero a su vez, el 28% de los transportistas cuentan con un proveedor.

3. ¿Les brinda algún servicio?

Si ___ No ___

ILUSTRACIÓN 11. PREGUNTA # 3

Les Brinda Servicio

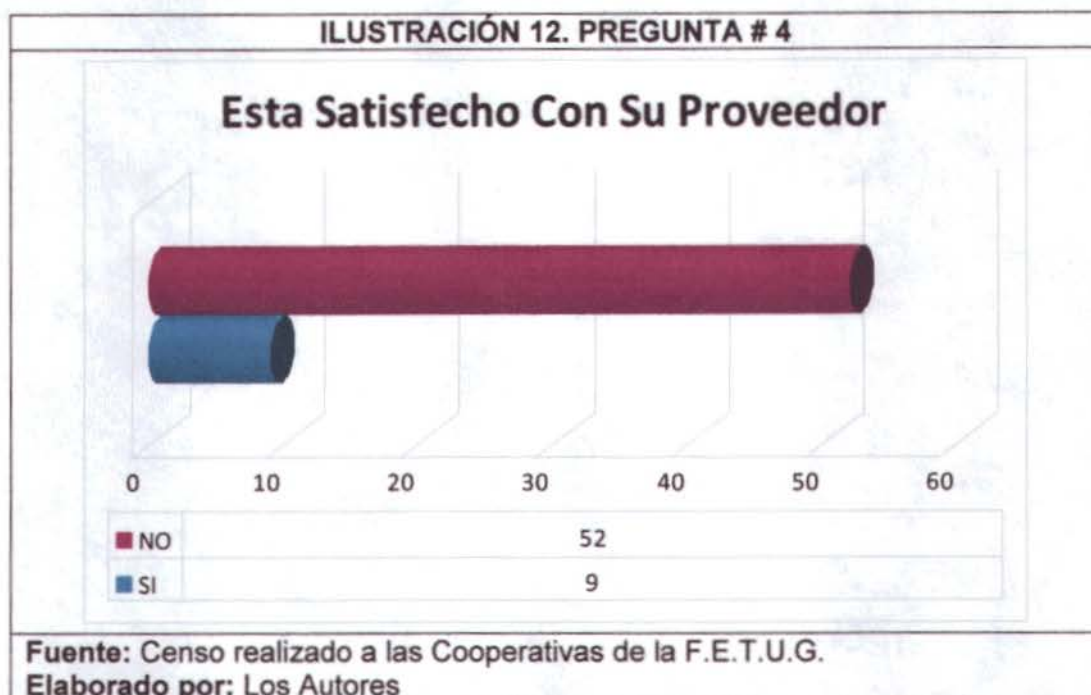


Fuente: Censo realizado a las Cooperativas de la F.E.T.U.G.
Elaborado por: Los Autores

Con relación a la pregunta anterior, en la ILUSTRACIÓN 11, el 22,95% de las personas que trabajan con algún proveedor son aquellas que si les brinda por lo menos un servicio. Los dueños de los buses que tienen por lo menos un solo proveedor son de tipo reencauchadoras, ya que para ellos les favorece para alargar más la vida útil de las llantas, y con el 77,05% no reciben ningún servicio por parte de ellos.

4. ¿Está satisfecho con su proveedor?

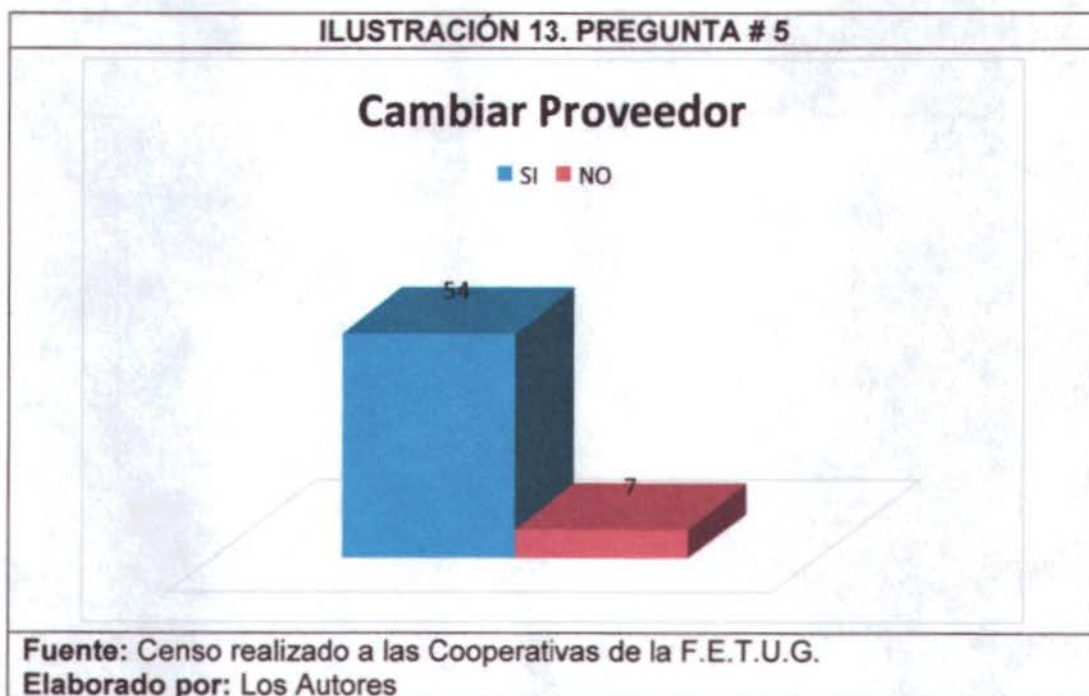
Si _____ NO _____



Con respecto a la ILUSTRACIÓN 12, el 85,24% de las Cooperativas, al no contar con un proveedor fijo y por ende no recibir un servicio, la mayoría de ellos no están satisfechos con sus proveedores, así sea por la incomodidad que tienen a la hora de comprar los productos en diferentes lugares, por los tratos, o porque no se ven beneficiados de ellos. Y un 14,76% de ellos sí lo están.

5. ¿Estaría de acuerdo en cambiar de proveedor? ¿de qué depende?

SI ___ NO ___



La ILUSTRACIÓN 13, se puede observar que el 88,52% de los transportistas que no se ven beneficiados por sus proveedores están completamente en la idea de cambiar de proveedor, esperando que este les pueda dar mejores ofertas y/o promociones. Por lo que el 11,48% se quiere mantener con su proveedor actual.

6. ¿Qué opina de un servicio a puerta de mantenimiento con repuestos a bajos costos y con la óptima calidad de fábrica?

Excelente___ Muy Bueno___ Bueno___ Regular___ Malo___



Al sentirse interesados en cambiar la propuesta, las opiniones de los encuestados en este servicio que está ofreciendo Banrecoop S.A. una vez expuesta cuales son, las respuestas vertidas en su mayoría con relación a la ILUSTRACIÓN 14, opinaron con el 55,73% que la idea es muy buena y con 42,62% que la idea que desea implementar Banrecoop S.A. es excelente. Por otro lado ninguna Cooperativa optó por las opciones de Regular y Mala.

7. ¿Estaría interesado con la pregunta 6?

Si _____ NO _____

ILUSTRACIÓN 15. PREGUNTA # 7



Fuente: Censo realizado a las Cooperativas de la F.E.T.U.G.
Elaborado por: Los Autores

En la ILUSTRACIÓN 15, el 100 % de todos los encuestados están absolutamente interesados en los servicios que Banrecoop S.A. les brindará si acceden a unirse a esta red, lo que significa que este negocio sería muy rentable y en constante movimiento.

8. ¿Qué servicios espera usted recibir de parte de Banrecoop?

Mantenimientos ___ Repuestos ___ Ambos ___ Otros ___

ILUSTRACIÓN 16. PREGUNTA # 8

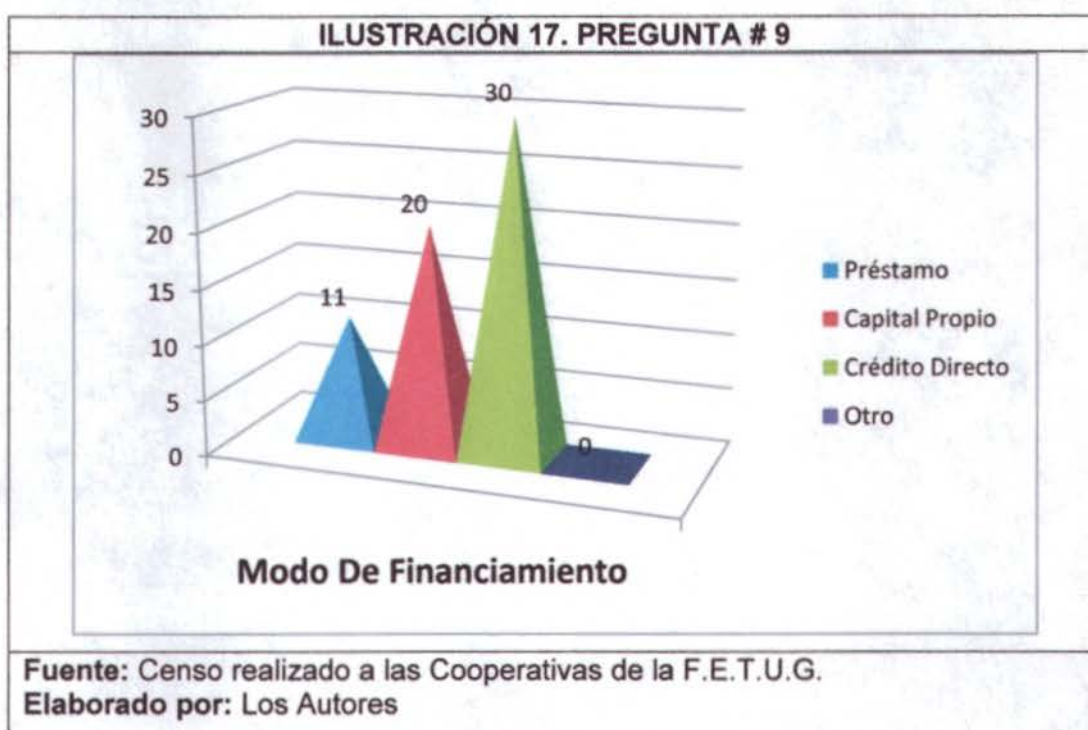


Fuente: Censo realizado a las Cooperativas de la F.E.T.U.G.
Elaborado por: Los Autores

El 59,01% de los encuestados en la ILUSTRACIÓN 16, espera recibir promociones, descuentos tanto en mantenimiento y repuestos; y con el 19,67% y el 11,47% respectivamente entre mantenimiento y repuestos ya que ellos consideran que es lo que más usan en sus unidades. Y con el 9,83% esperan recibir otras cosas relacionadas a sus carros tanto como mantenimiento de algunas partes y chequeo de los motores a profundidad

9. ¿Cómo podrían ustedes financiarse para conseguir los repuestos y llantas?

Prestamos___ Capital Propio ___ Crédito Directo ___ Otros: ___



El 49,18% de la ILUSTRACIÓN 17, son de las personas prefieren tener un crédito con Banrecoop S.A. porque creen que sería más conveniente o fácil para ellos. Con el 32,78% usarían capital propio y con el 18,03% se inclinan por hacer préstamos a instituciones bancarias.

10. ¿Qué alianza podemos formar con la cooperativa?

La mayoría de los Representantes de las Cooperativas no optó por una alianza, algunas de ellas se puede decir que iban a dar a conocer a Banrecoop S.A. por medio de la publicidad boca en boca, a cambio de que mantengamos unos descuentos especiales para ellos.

11. ¿Qué recomendación le daría a Banrecoop?

Como la pregunta anterior, ellos no prefirieron dar a conocer sus recomendaciones, pero en cambio una minoría dijo que se establezca siempre promociones para que ellos sean fieles a Banrecoop S.A. y a su vez daban su apoyo para que esta empresa pueda surgir y de esa manera poder ayudarlos a ellos siendo de proveedores principales y gracias a eso y la publicidad que se realice y los consejos a usar de nuestros servicios de los directivos realicen a otros pueda que esta empresa sea muy grande.

4.11 Segmento de Mercado

La TABLA 17, muestra la cantidad de buses con las que cuentan estas cooperativas del guayas de las cuales fueron encuestadas. Estas cooperativas nos facilitaron el dato para poder estimar el nicho de mercado que nos estamos apuntando a trabajar por medio de la cual Banrecoop S.A. trabajara con una cooperativa de comienzo para que a medida que crece puedan crecer los números de socios y de esa manera ser el proveedor principal de los buses del guayas asociadas a la F.E.T.U.G.

N°.	TABLA 17. NOMBRE DE LAS COOPERATIVAS	N°. BUSES
1	ASOCIACION DE COLECTIVOS GRUPO 5	150
2	COOP. ATAHUALPA	36
3	COOP. ALBOSAU Y ANEXOS	30
4	COOP. BRISAS DE SANTAY PANORAMA	30
5	COOP. CIUDAD DE MILAGRO	60
6	CIA. TRANSURTRES	149
7	COOP. CHONGON	30
8	COOP. CIUDADELAS UNIDAS	100
9	COOP. TRANSGUAYAS	62
10	COOP. DIEZ DE MARZO	30
11	COOP. DIECISEIS DE OCTUBRE	42
12	COOP. DE TRANSPORTE GUAYAQUIL	30
13	COOP. ECUADOR LATINO	59
14	COOP. EBENEZER	30
15	COOP. FAUSTINO SARMIENTO	30
16	COOP. GENERAL ELOY ALFARO	30
17	COOP. GRUPO 11	30
18	COOP. GRAN COLOMBIA	144
19	COOP. GUAYAQUIL LTDA	86
20	COOP. HERMANO MIGUEL	141
21	COOP. JUAN PABLO II	128

22	COOP. LOS CAMBERRAS	62
23	COOP. LIBERTADOR BOLIVAR	66
24	COOP. LA UNION 6-7	60
25	COOP. LA NUEVA UNION G-12	64
26	COOP. NUEVO ECUADOR	49
27	COOP. NUEVA UNION G-09	70
28	COOP. OCTAVIO CORDERO PALACIOS	38
29	COOP. PRESIDENTE ELOY ALFARO	43
30	COOP. PERLA DEL PACIFICO	30
31	COOP. PUERTO MARÍTIMO	30
32	COOP. PASCUALES	100
33	COOP. RUTA 77	60
34	COOP. SIMON BOLIVAR	30
35	COOP. SERVI NOR SUR	37
36	COOP. SANTIAGO DE GUAYAQUIL	103
37	COOP. PLAYICENT S.A.	33
38	COOP. PISO Y TECHO	30
39	COOP. DIEZ DE AGOSTO	100
40	COOP. RAFAEL MORAN VALVERDE DE A-C	30
41	COOP. ASES DEL VOLANTE	200
42	COOP. BARRIO LINDO	40
43	COOP. CAYETANO TARRUEL	60
44	COOP. CRISTAL CENTRO	50
45	COOP. CORAZÓN DE JESUS	60
46	COOP. CIUDAD DE GUAYAQUIL	49
47	COOP. CESAR SANDINO	50
48	COOP. DIEZ DE ENERO	80
49	COOP. DIEZ DE MAYO	120
50	COOP. DOS DE ENERO	95
51	COOP. EL CONQUISTADOR	80
52	COOP. FLECHA VERDE	30
53	COOP. FLORIDA NORTE	150
54	COOP. FLORIDA	30
55	COOP. INTIRUMUÑAHUI	120
56	COOP. POLICENTRO	48
57	COOP. RAFAEL MORAN VALVERDE DE T.	80
58	CIA. TRANSARMIENTO	30
59	COOP. TARQUI LTDA	123
60	COOP. UNIDOS VENCEREMOS	100
61	COOP. 24 DE ABRIL	143
	TOTAL	4200

Fuente: Señorita Ivis, Secretaria de la F.E.T.U.G.

Elaborado por: Los Autores

CAPITULO 5.- LA EMPRESA COMO TAL “BANRECOOP S.A.”

Banrecoop S.A., es el nacimiento de una gran empresa con un gran capital que respaldará el proyecto, así como también con una amplia base de datos, catálogos y una gran experiencia en la importación y ventas de llantas, lubricantes, filtros, repuestos, etc. Y los contactos con los fabricantes, distribuidores, exportadores de llantas, filtros, lubricantes, repuestos de países como Brasil, Alemania, Japón, Korea, India; Chin, Estados Unidos, etc.

Banrecoop S.A., estará ubicada en el Edificio Equilibrium en una de sus oficinas, y la bodega ubicada en Sai Baba I, junto a la Coca Cola.

Es una nueva modalidad de Mercado, en mejores términos para compradores y vendedores y está dirigido al abastecimiento de repuestos y servicios para el Transporte Público Urbano del Cantón Guayaquil de buses y colectivos en un número aproximado de 4.600 (Taller Nestlac, 2009) unidades, que les permitirá a cada propietario, obtener a precios preferenciales la adquisición de llantas, filtros, lubricantes, repuestos, etc., que necesitan para el mantenimiento de cada unidad.

La única manera de abaratar los precios de un producto es masificando las compras, la MACRO – COMPRA permite este milagro de abaratar los costos, no es lo mismo realizar una compra de 1.000 llantas, que hacer negocio con la fábrica y comprar una producción de 50.000 llantas, lo mismo se daría con los filtros, lubricantes, repuestos, etc. Esto permite obtener buenos descuentos y a su vez mejores precios y el beneficiario el socio afiliado a Banrecoop.

Por citar un ejemplo: Si una llanta 1.000 x 20 se compra normalmente a \$ 200,00, con el sistema Banrecoop la misma llanta se podría comprar a \$ 170,00 aproximadamente.

La Macro - Compra es la que puede permitir este milagro de bajar los precios y más vale a la inversa. La micro-compra o compra individualizada es la que da vida e incentiva la especulación del mercado

5.1 Visión

Cubrir las demandas de las Cooperativas de Guayaquil para prevenir inconvenientes, molestias o insatisfacción en los precios par que no esté involucrado el bienestar de los usuarios

5.2 Misión

Se especializaran en cubrir las necesidades de los choferes profesionales con la comodidad de brindarles todos los descuentos en sus repuestos, filtros, lubricantes y llantas en talleres aliados con Banrecoop para que se sientan más confortables a la hora de adquirir los productos.

5.3 Valores

Compartir nuestros paquetes de servicios con el más cordial trato a nuestros socios, proveedores, trabajadores y clientes para que de esta manera la empresa Banrecoop pueda sobresalir entre sus competidores.

5.4 Objetivos

5.4.1 Objetivos Empresariales

- Comercializar partes para vehículos que cumplan altos estándares de calidad y satisfagan las necesidades de los clientes.
- Establecer un liderazgo a nivel de todas las cooperativas de transportes.
- Ofrecer variedad beneficios para nuestros clientes
- Obtener rentabilidad para el almacén
- Ofrecer autopartes de buena calidad que satisfaga las necesidades y exigencias del cliente
- Establecer un posicionamiento en el mercado de autopartes.

5.5 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde se ubicará la empresa buscando una mayor utilidad o una minimización de costos para los inversionistas del proyecto.

Sin lugar a duda una adecuada localización de la empresa, será aquella que permita una cercanía a la infraestructura de transporte, mercados de consumo, proveedores, disponibilidad de mano de obra, servicios básicos, etc. En efecto, la decisión de localización del proyecto tendrá repercusiones de orden económico, social y ambiental a largo plazo, por lo tanto este estudio supone un análisis con otras variables inherentes al proyecto de inversión.

Un aspecto a ser tomado en cuenta, radica en que los inversionistas del proyecto requieren de un espacio físico apto para los fines comerciales (Almacén

de repuestos: llantas, filtros, aceite y repuestos) y para el área administrativa del almacén así como para las oficinas de BANRECOOP S.A. Para todas estas consideraciones, el proyecto requiere de un área de 1.000 m².

A futuro se tiene planeado contar con el espacio físico suficiente para el parqueo de las unidades de transporte y talleres mecánicos para uso de la compañía y la prestación de servicio a terceros.

5.5.1 FACTORES QUE CONDICIONAN LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

No es frecuente encontrar el espacio físico de ubicación que satisfaga todas y cada una de las necesidades específicas para un proyecto.

Todas las variables que son tomadas en cuenta para este estudio son consideradas como fuerzas de localización, las cuales determinan el lugar idóneo donde el proyecto logrará la máxima utilidad o el mínimo de costos unitarios. Estas fuerzas son las siguientes:

- *Facilidades de Transporte*

Este factor se encuentra dispuesto dado que el cliente pueda acudir a las instalaciones del almacén si mayor complicación.

- *Condicionamiento de los accionistas*

Ha sido petición de los socios de la compañía que las instalaciones de la empresa no sobrepasen los siguientes límites en la ciudad de Guayaquil: Al norte: hasta los límites del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo y Terminal Terrestre Jaime Roldós Aguilera. Al sur: hasta la Avenida 9 de Octubre.

No es frecuente encontrar instalaciones que satisfaga todas y cada una de las necesidades de la organización. Para decidir la ubicación definitiva es necesario evaluar comparativamente los sitios que se consideren convenientes.

- *Cercanía y disponibilidad del producto a ofertar*

En cuanto a este factor de localización, conviene decir que los puntos o fuentes de abastecimiento en la transportación del producto desde el proveedor hasta las instalaciones de la empresa, se encuentran ubicados en el norte de la ciudad, por lo que conviene establecer rutas que minimicen el tiempo de transportación del producto y que a su vez representen costos mínimos para la empresa.

- *Localización del mercado*

El mercado, es decir la localización de los potenciales compradores o usuarios, es un factor de importancia y de interés decisivo que debe considerarse de manera especial en la ubicación del proyecto. Por tratarse de un producto que va orientado al parque automotor del servicio público de transporte urbano de pasajeros, el mercado es disperso antes que concentrado en un solo lugar, por lo que es importante que el proyecto se sitúe en un lugar concurrido, comercial y que disponga de todas las vías de acceso.

- *Estructura Impositiva y Legal*

Las disposiciones legales o fiscales vigentes en las posibles localizaciones, orientan la selección a favor de algunas empresas, por lo tanto, dichas disposiciones para un almacén de repuestos busca aspectos a nivel que deben ser tomadas en cuenta antes de determinar la localización final para el proyecto.

- *Factores Ambientales*

Los procesos involucrados en la actividad comercial de la empresa no generan ningún tipo de impacto ambiental, pero si se debe considerar las diferentes regulaciones respecto al uso del suelo y afectaciones emitidas por la Dirección de Planificación Territorial del Municipio de Guayaquil.

- *Disponibilidad de servicios básicos*

La infraestructura mínima necesaria para la ubicación del proyecto está integrada por los siguientes elementos: Servicio de agua potable y alcantarillado, Disponibilidad de energía eléctrica y combustible, Servicio telefónico, Alumbrado público, Calles y vías de acceso, Seguridad pública

5.5.2 SELECCIÓN DE LOCALIZACIÓN DE BANRECOOP S.A.

Los promotores del proyecto, llegaron a la conclusión que las oficinas se ubicarán en la Ciudadela Luis Vernaza, Avenida Juan Tanca Marengo y Avenida José Joaquín Orrantía, Edificio Equilibrium, frente al Mall del Sol. Las bodegas ubicadas en Sai Baba I, junto a la Coca Cola, son las opciones que más se ajusta a los requerimientos de los inversionistas del proyecto, opciones que cuentan con todos los servicios básicos y cumple con los requerimientos del proyecto.

5.6 INGENIERÍA DEL PROYECTO

El presente estudio está orientado a buscar una función de realización que optimice la utilización de los recursos disponibles en la prestación del servicio de venta de llantas, aceite y filtros, en los dos primeros años, posteriormente repuestos.

Con el fin de clarificar los alcances e importancia de la ingeniería del proyecto, a continuación se presenta un esquema que recoge los elementos necesarios para la nueva unidad de operación de BANRECOOP S.A.

5.6.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El servicio a ofrecer, por la nueva unidad de operación, es la venta de repuestos llantas, aceite y filtros para las unidades que prestan servicio público de transporte urbano de pasajeros en la ciudad de Guayaquil.

Dentro de su sistema de comercialización, pretende ofrecer a sus clientes los siguientes atributos en la venta de los repuestos automotrices:

- Atención personalizada
- Exhibición del producto a través de stands
- Catálogos de los repuestos automotrices
- Disponibilidad inmediata del producto
- Atención sábados, domingos, feriados
- Servicio a domicilio
- Servicio post-venta

Además, conocedores de las características que deben poseer los repuestos automotrices al momento de adquirirlos y de la importancia que concede el comprador a las mismas; el producto debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Procedencia genuina
- Calidad
- Durabilidad
- Precio

En la venta de los repuestos automotrices es trascendental cumplir con ciertos elementos, con el objetivo de atraer al cliente, procurando convertirlo en un cliente cautivo a base de una adecuada operación comercial. Para ello se cuenta con tres elementos importantes que guiarán la venta de las autopartes:

- Crédito directo

- Descuentos especiales
- Garantía del producto

5.6.2 DISEÑO TÉCNICO DE LOS PROCESOS

- *PROCESO DE COMPRA AL EXTERIOR. IMPORTACIÓN.*

Antes de importar se debe de realizar los siguientes pasos que se encuentran en la página de la Aduana: (Aduana del Ecuador, 2010)

El primer paso que se tiene que realizar es sacar el RUC si no se cuenta con uno del cual lo podemos adquirir en el servicio de rentas internas, después de eso tenemos que registrarnos como importador en la Aduana del Ecuador por medio de la pagina y entrando al link de OCE's (Operadores de Comercio Exterior), menú: registro de datos. Una vez registrados contaremos con los servicios que nos brinda el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE).

Una vez ya hecho el ingreso debemos registrar la firma autorizada para la Declaración Andina de Valor (DAV), opción: Administración, Modificación de Datos Generales. Una vez realizados los pasos anteriores, ya nos encontraremos habilitado para realizar una importación; sin embargo, es necesario determinar que el tipo de producto a importar cumpla con los requisitos de Ley. Esta información se encuentra establecida en las Resoluciones N°. 182, 183, 184 y 364 del COMEXI en resoluciones.

ILUSTRACIÓN 18. PROCESO DE COMPRA AL EXTERIOR



Fuente: (Análisis y desarrollo de negocios internacionales, 2010)

Elaborado por: Los Autores

Documentos necesarios para la importación

El Agente de Aduana debe realizar la Declaración Aduanera Única (DAU); enviarla electrónicamente a través del SICE, y presentarla físicamente en el Distrito de Llegada de las mercancías; adjuntando los siguientes documentos exigidos por la Ley Orgánica de Aduanas (LOA):

- Original o copia negociable del Documento de Transporte.
- Factura Comercial.
- Declaración Andina de Valor (DAV).

- Póliza de seguro: Dependiendo del tipo de producto a importar, también se requerirá. (Verifique la partida ingresando al SICE):
- Certificados de Origen de los países con los que el Ecuador mantiene acuerdos comerciales. En caso de no presentar dicho certificado el producto no podrá acogerse a la liberación arancelaria.
- Documentos de Control Previo (puede ser al embarque o a la presentación de la declaración aduanera), exigidos por regulaciones del COMEXI y/o del Directorio de la Aduana del Ecuador.

DATOS IMPORTANTES:

- Una vez aceptada la transmisión electrónica de la DUA en el SICE, se determinará el canal de aforo mediante la aplicación de criterios de análisis de riesgo; pudiendo ser este: físico, documental, o automático (canal verde).
- Según la LOA: "En las importaciones, la declaración se presentará en la Aduana de destino, desde 7 días antes, hasta 15 días hábiles siguientes a la llegada de las mercancías". De no presentar la DAU dentro de este plazo, sus mercancías caerán en abandono tácito.
- Para aminorar el tiempo de desaduanización de sus mercancías, se recomienda hacer uso del Despacho Anticipado.

¿Qué impuestos debo pagar en la Aduana del Ecuador?

ILUSTRACIÓN 19. TIPOS DE RECARGO	
Código de Producto (TNAN)	0000
Antidumping	0 %
Advalorem	1 %
FDI	0.5 %
ICE	0 %
IVA	12 %
Salvaguardia por Porcentaje	0 %
Salvaguardia por Valor	
Aplicación Salvaguardia por Valor	
Techo Consolidado	0 %
Incremento ICE	0 %
Afecto a Derecho Específico	
Unidad de Medida	Unidades (UN)
	ADV 1%, \$USD
Observaciones	0.63/Kg , Dec. Ejec. 372 , R.O. 344 20/12/2010
Es Producto Perecible	NO

Fuente: (Aduana del Ecuador, 2010)
Elaborado por: Aduana del Ecuador

- El valor CIF de su mercancía, es la base imponible para el cálculo de los impuestos y comprende la suma de los siguientes valores.

Precio FOB

Flete

Seguro

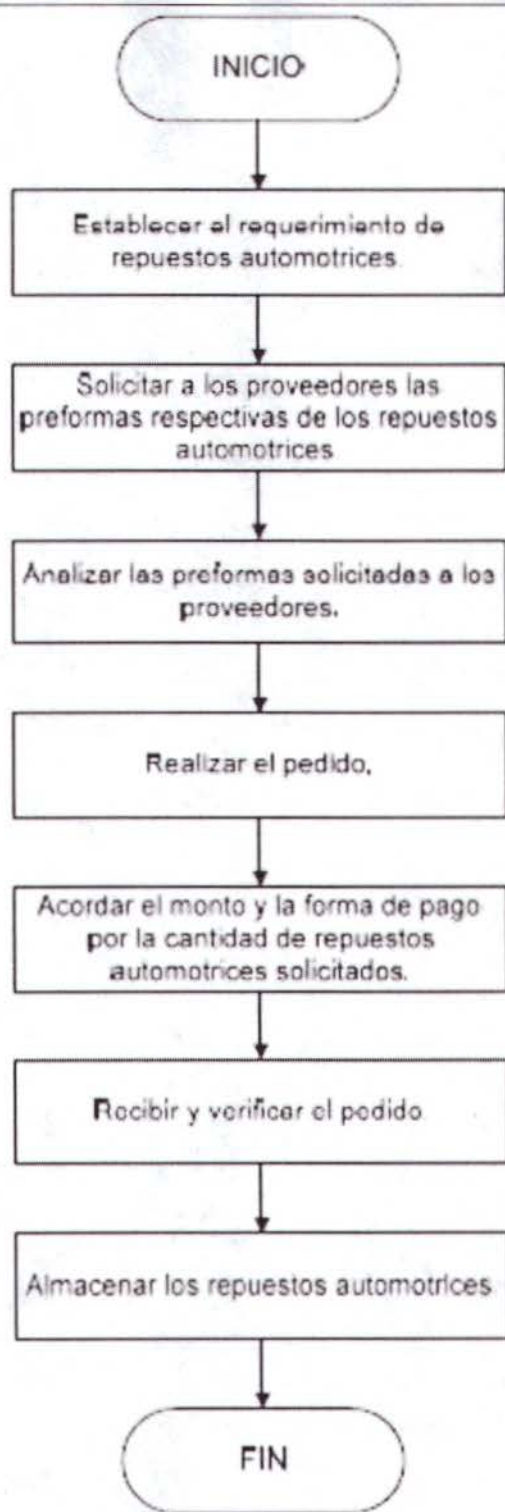
TOTAL: CIF

- Una vez obtenido el valor CIF, podrá hacer el cálculo de los siguientes impuestos:
 - AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías)
 - FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia)
 - ICE (Impuesto a los Consumos Especiales)
 - **SALVAGUARDIA POR BALANZA DE PAGOS**
 - En la ILUSTRACIÓN 19 se encuentran los 3 tipos:
 - Recargo Ad-Valorem, Recargo Arancelario Especial adicional al arancel vigente, y Restricción Cuantitativa de Valor - cupos
 - IVA (Impuesto al Valor Agregado)
 - Impuesto de salida de divisas

- *PROCESO DE COMPRAS LOCALES, RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO DE LOS REPUESTOS AUTOMOTRICES.*

1. Establecer el requerimiento de autopartes y aceites.
2. Solicitar a los proveedores las preformas respectivas acerca de precios y disponibilidad de las autopartes y de los aceites.
3. Analizar las preformas solicitadas a los proveedores.
4. Realizar el pedido.
5. Acordar el monto y la forma de pago por la cantidad de aceite y autopartes solicitados.
6. Recibir y verificar el pedido.
7. Almacenar las autopartes y aceite.

ILUSTRACIÓN 20. PROCESO DE COMPRAS LOCALES, RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO DE LOS REPUESTOS AUTOMOTRICES.



Fuente: Los Autores

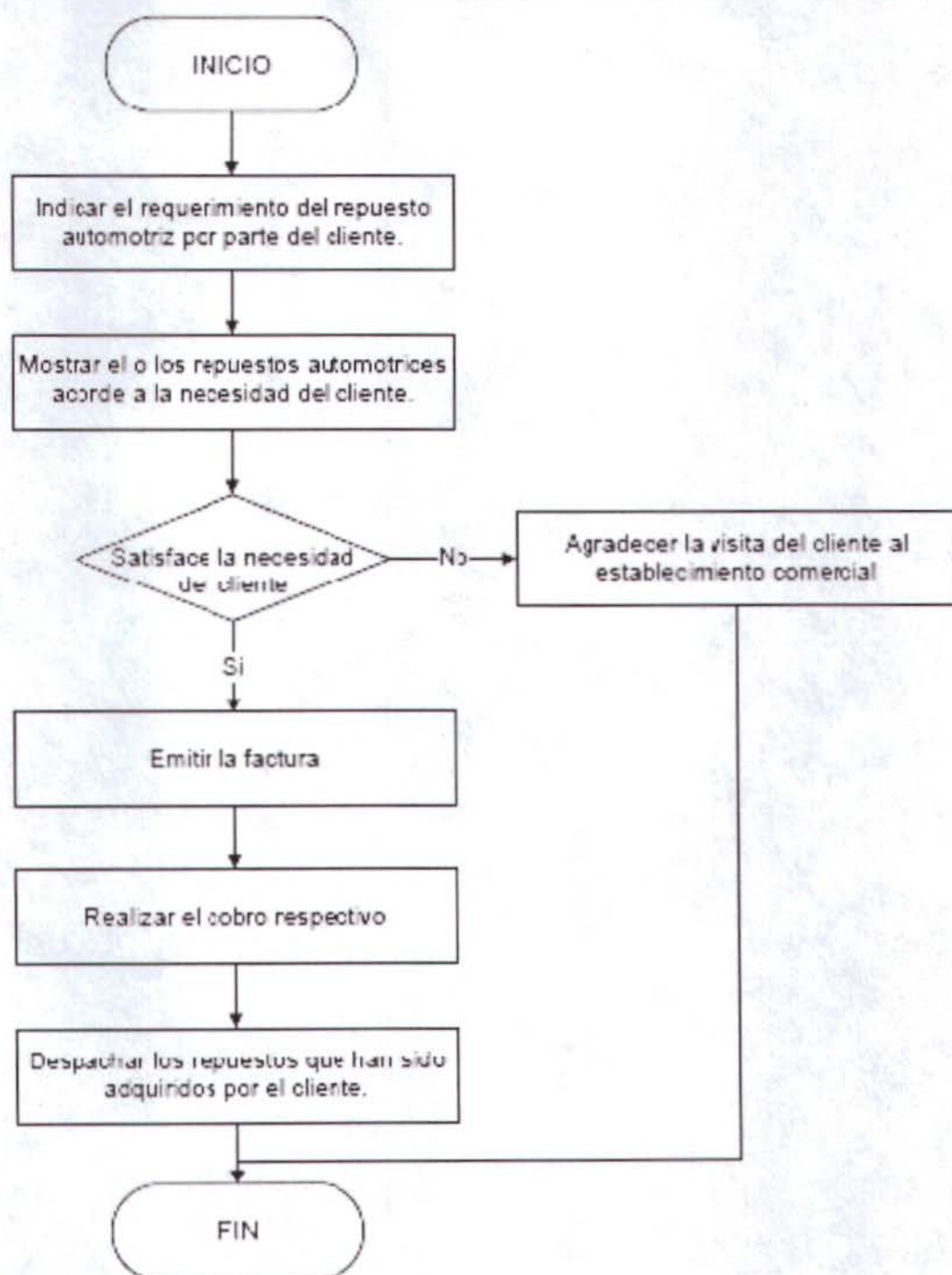
Elaborado por: Los Autores

- *PROCESOS DE VENTA DE LOS REPUESTOS AUTOMOTRICES*

a. Ventas realizadas en el establecimiento comercial.

1. Indicar el requerimiento del repuesto automotriz por parte del cliente.
2. Mostrar el o los repuestos automotrices acorde a la necesidad del cliente.
3. Consultar al cliente si el repuesto satisface su necesidad de precio, calidad, garantía, etc.
4. Emitir la factura en el caso de que el cliente accede a comprar el repuesto, de lo contrario se agradece su visita al establecimiento.
5. Realizar el cobro respectivo.
6. Despachar los repuestos que han sido adquiridos por el cliente.

ILUSTRACIÓN 21. PROCESO DE VENTAS EN LAS OFICINAS



Fuente: Los Autores

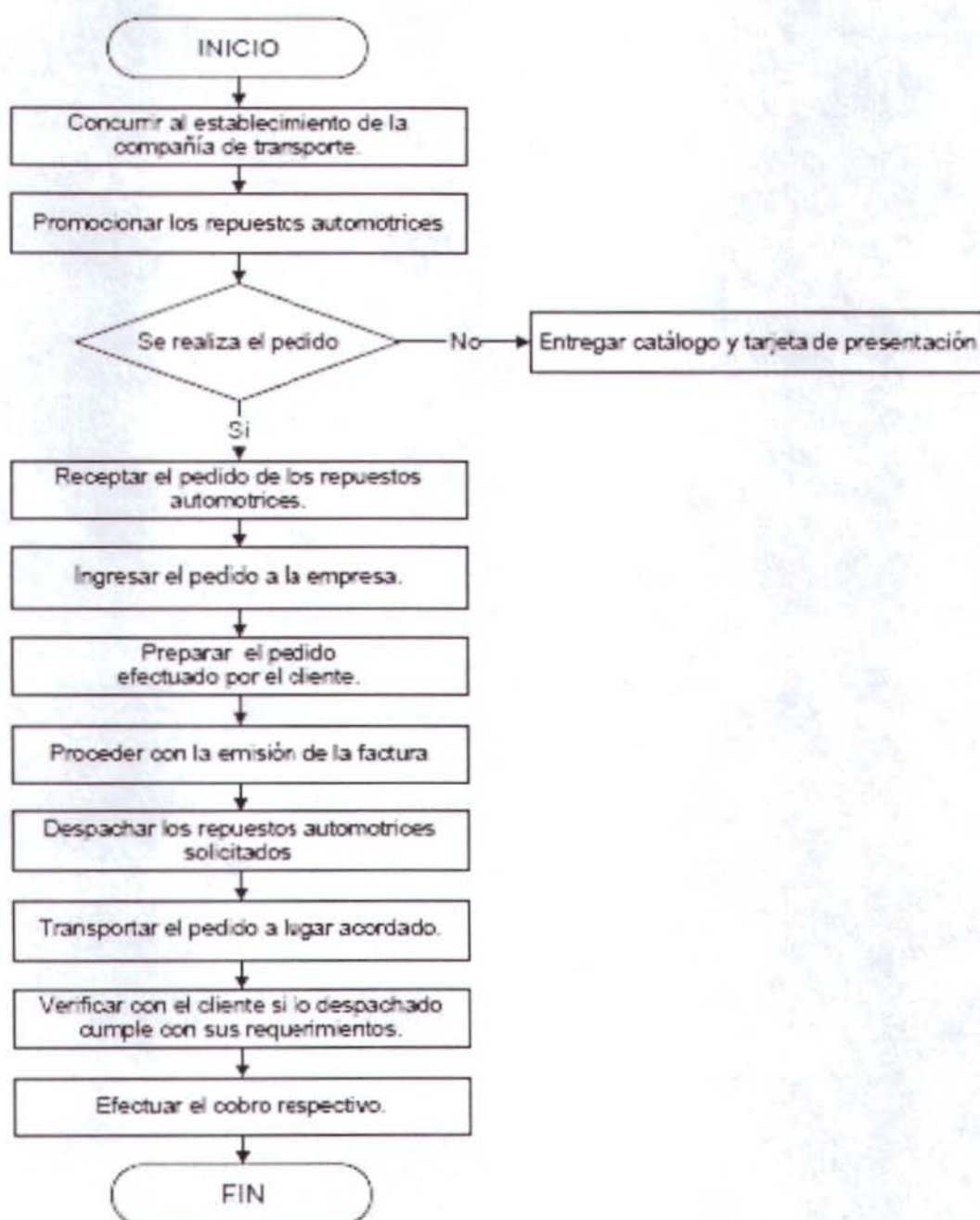
Elaborado por: Los Autores

b. Ventas a través de visitas a las cooperativas de transporte público urbano en la ciudad de Guayaquil.

1. Concurrir al establecimiento de la compañía de transporte.
2. Indicar al cliente el catálogo en el que se incluye el muestrario de las autopartes.
3. Consultar al cliente si desea realizar algún pedido.
4. Receptar el pedido de los repuestos automotrices.
5. Ingresar el pedido a la empresa.
6. Preparar el pedido efectuado por el cliente.
7. Proceder con la emisión de la factura
8. Despachar los repuestos automotrices solicitados.
9. Transportar el pedido a lugar acordado.
10. Verificar con el cliente si lo despachado cumple con sus requerimientos.
11. Efectuar el cobro respectivo.

Cuando el vendedor y la Cooperativa hayan formalizado un trato en el cual se ofrecieron los productos que dispone la empresa, ellos gozarán de descuentos y beneficios, que estén de acuerdo a la forma de pago. El vendedor les indicará de un beneficio extra que ellos podrían adquirir, el cual será de una tarjeta de descuento "Banrecoop S.A."

ILUSTRACIÓN 22. PROCESO DE VENTA PUERTA A PUERTA



Fuente: Los Autores

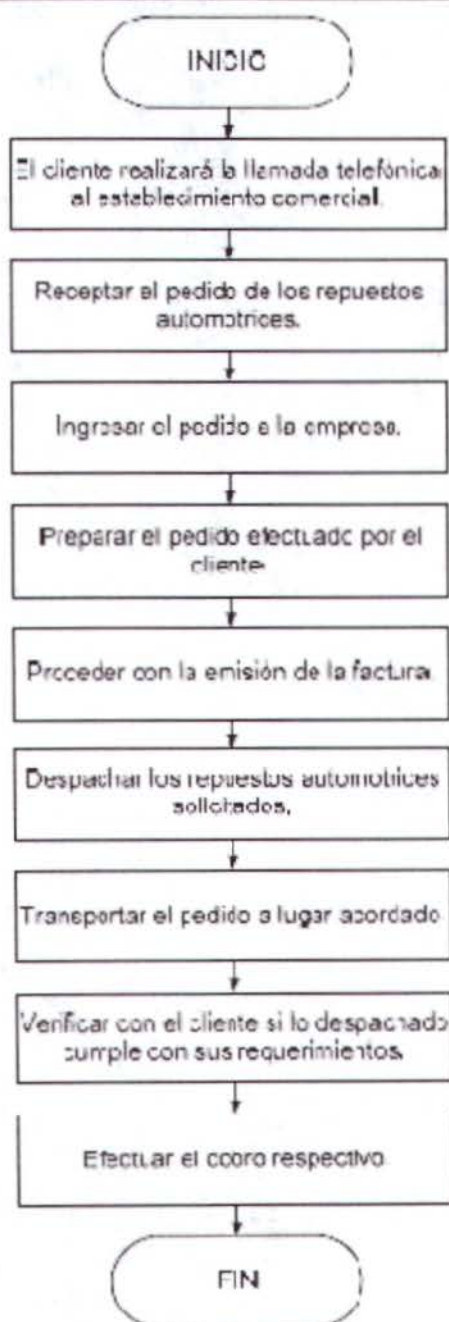
Elaborado por: Los Autores

c. Ventas efectuadas mediante vía telefónica.

1. El cliente realizará la llamada telefónica al establecimiento comercial.
2. Receptar el pedido de los repuestos automotrices.
3. Ingresar el pedido a la empresa.
4. Preparar el pedido efectuado por el cliente.

5. Proceder con la emisión de la factura.
6. Despachar los repuestos automotrices solicitados
7. Transportar el pedido a lugar acordado.
8. Verificar con el cliente si lo despachado cumple con sus requerimientos.
9. Efectuar el cobro respectivo.

ILUSTRACIÓN 23. PROCESO DE VENTA VÍA TELEFÓNICA



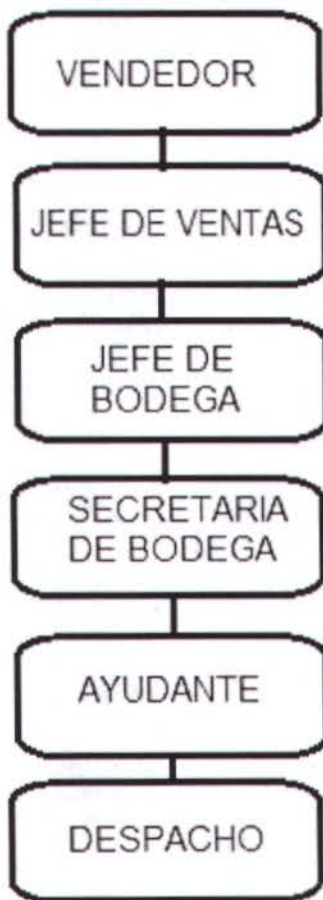
Fuente: Los Autores

Elaborado por: Los Autores

- *PROCESO INTERNO DEL PRODUCTO A LARGO PLAZO*

Para el siguiente proceso que será a largo plazo, se estima que la empresa crecerá, y será necesaria la contratación de más personal y por este motivo ellos entregaran sus pedidos al Jefe de Ventas, por lo tanto, él será el encargado de comunicarle a la secretaria de bodega que se encargue de realizar las respectivas facturas e informar al jefe de bodega las cantidades facturadas; éste, a su vez, da la orden al ayudante para su respectivo despacho del producto. En el proceso de informes semanales serán los jefes de cada área respectiva de presentarlos y para este tiempo se espera contar con un jefe de importación del cual también presentará los informes de importación con sus respectivos detalles.

ILUSTRACIÓN 24. PROCESO INTERNO DEL PRODUCTO A LARGO PLAZO



Fuente: Los Autores

Elaborado por: Aduana del Ecuador

5.7 Estructura Interna De La Empresa:

LOGO: ILUSTRACIÓN 25



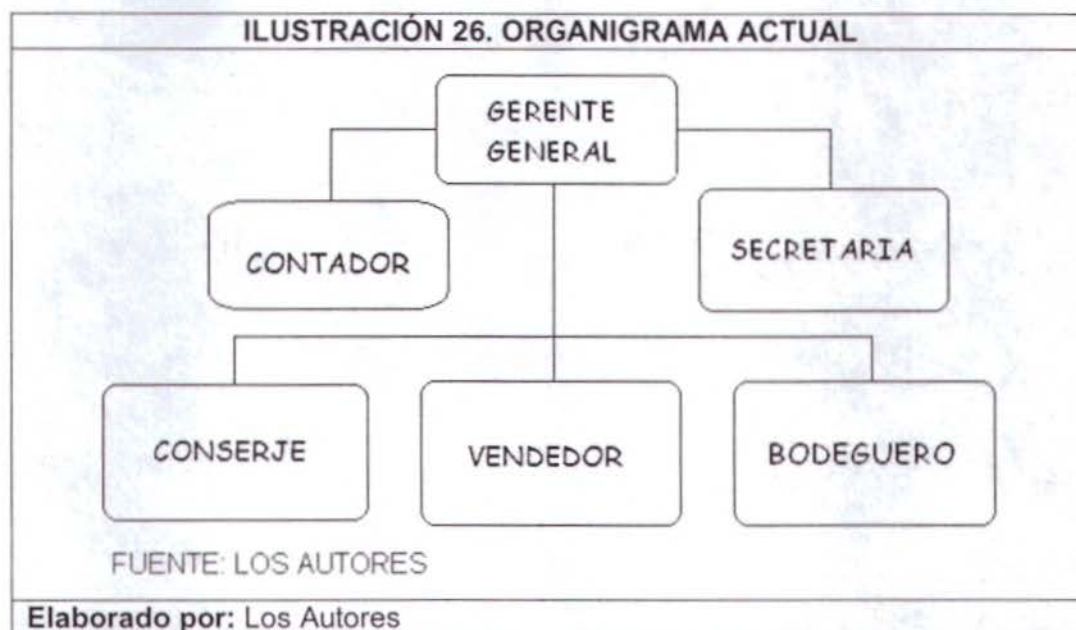
5.7.1 Tipo De Empresa

BANRECOOP S.A., será establecida como una sociedad anónima, donde las participaciones están resueltas en base al aporte de sus socios al constituir el capital, estará regida por la Superintendencia de Compañías y el control tributario a través del Servicio de Rentas Internas

Banrecoop S.A. al comenzar sus funciones no contará con todos los departamentos que una empresa requiera pero a un largo plazo esta empresa crecerá y podrá contar con más capital humano logrando tener varios departamentos para elaborar diferentes funciones. A continuación se demostrará el Organigrama Actual y el Organigrama a Largo Plazo. En los siguientes diagramas de flujo se detalla con precisión.

En este organigrama Actual detallado en la ILUSTRACIÓN 26 se detalla las personas con las que se va a trabajar inicialmente la empresa Banrecoop S.A. en el cual se espera tenga un buen funcionamiento con poco personal de trabajo.

5.7.2 Organigrama Actual



Gerente General:

- "Entre sus funciones pueden estar:
- Designar todas las posiciones gerenciales.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación del Presidente.
- Coordinar con el Agente de aduana y Bodeguero para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente
- Crear y mantener buenas relaciones con las cooperativas, dueños de los buses y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa".

Fuente tomada de: (John Jairo Ovalle, 2010)

Secretaria:

- Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento de servicio al cliente.
- Hacer una evaluación periódica de proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de estos.
- Recibir e informar asuntos que tenga que ver con Banrecoop para que todos estén informados y desarrollar bien el trabajo asignado.

- Atender y orientar a las cooperativas afiliadas y no afiliadas que soliciten los servicios de una manera cortés y amable para que la información sea más fluida y clara.
- Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.
- Obedecer y realizar instrucciones que le sean asignadas por su jefe

Bodeguero:

El cargo tiene como principales funciones:

- Recepción de productos y demás materiales que compra Banrecoop.
- Ingreso de productos al sistema informático de que dispone la empresa, así como ingreso de facturas para su contabilización
- Mantener el orden de la bodega y almacenamiento de los productos de manera de resguardar su integridad;
- Preparar y coordinar los despachos oportunos a las distintas cooperativas de la F.E.T.U.G.
- Ejercer el control de existencias por la vía de inventarios selectivos y programados, reportando su gestión directamente al Gerente General.
- Ordenar y mantener los productos en almacenamiento de acuerdo a las condiciones de cada uno de ellos; verificar la concordancia entre guías de despacho y órdenes de compra de los insumos y control oportuno para dar aviso de la poca disponibilidad de los insumos considerados como críticos para el funcionamiento de algunos departamentos y/o servicios.
- Responsable de receiptar toda la mercadería que entra a bodega; registrando los siguientes datos: guía de despacho o factura de proveedor, fecha de ingreso, firmar guía de transportista y fecha de vencimiento.

Vendedor:

- Visitar las cooperativas de transporte en Guayaquil las cuales estén asociadas a la F.E.T.U.G. para llevarles las gamas de productos y precios.
- Visitar las cooperativas que no estén afiliadas para que estas conozcan de la empresa y así puedan acceder a los beneficios.

- Pasar el informe de los pedidos al jefes de venta para que el a su vez haga el pedido al jefe de bodega.
- Tener conocimiento de las localidades de las cooperativas de transporte asociadas a la F.E.T.U.G.

Contador:

- "Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de Banrecoop.
- Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios, de conformidad con lo establecido por el SRI, IESS y Superintendencia de Compañías.
- Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de Banrecoop que exijan los entes de control y mensualmente entregar al Gerente, un balance de comprobación.
- Preparar y presentar las declaraciones tributarias del orden municipal y nacional, a los cuales esté obligado.
- Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.
- Asesorar a la Gerencia y a la Junta Directiva en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.
- Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas.
- Presentar los informes que requieran la Junta Directiva, el Gerente, el Presidente y los asociados, en temas de su competencia.
- Asesorar a los asociados en materia crediticia, cuando sea requerido".

Fuente tomada de: (Manual funciones de contador, 2009).

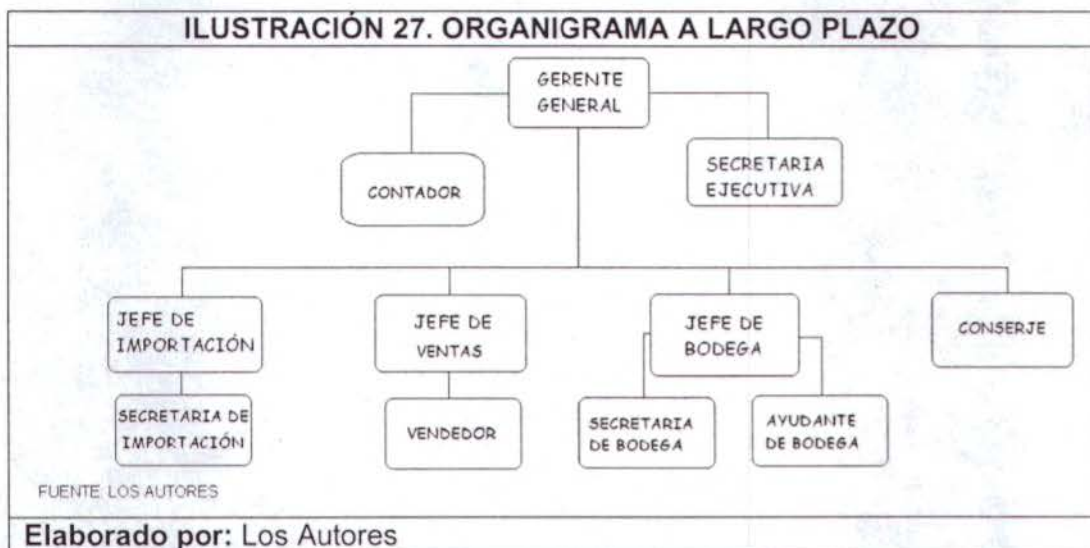
Conserje:

- Limpieza de los establecimientos
- Control de los turnos de los trabajadores y de las rotaciones.
- Inspección de las instituciones.

- Expositor de los informes.
- Encargado de llevar el inventario de los suministros de baño y limpieza.

En la siguiente ILUSTRACIÓN 27, se encuentra el organigrama en lo que se espera obtener en un largo plazo. Con sus respectivos departamentos y ayudantes, para así tener un mejor control ya que a largo plazo se prevé tener mucha más demanda

5.7.3 Organigrama A Largo Plazo



Jefe de importación:

- Llevará el control de arribo de los contenedores.
- Revisar todos los documentos necesarios para los procesos.
- Estar consientes de los requisitos que soliciten.
- Presentar informes al Gerente.
- Entregar documentos para que el Gerente firme todo trámite.

Jefe de ventas:

- "Este será itinerante, no de oficina tal como el vendedor. Que tendrá como función realizar contactos con los clientes y potenciales para lograr aumentar el uso de los productos y la satisfacción de los clientes. Su objetivo único será vender los productos de la institución.
- La selección y vinculación de clientes potenciales y la atención de clientes actuales para lograr la venta efectiva de los productos de la empresa y para mantener relaciones crecientes y de largo plazo, que sean rentable.
- Tendrá que tener conocimiento:

- De los clientes con sus características, tamaños, ubicación y sus necesidades.
- De los productos de la empresa y de los inventarios de los mismos.
- Análisis y prospección de clientes potenciales y preparación e planes de visita.
- Periódicamente debe preparar informes de ventas, competencia y clientela."

Fuente: (Mejía, 2000)

Secretaría del departamento de bodega:

- Pasar a limpio los informes que le entregue el jefe de bodega
- Ingresar los datos de inventarios.
- Tener toda la información actualizada con respecto a las entradas y salidas de productos almacenados en bodega.
- Informar de cualquier evento al jefe de importación.
- Abastecimiento de materiales de oficina
- Ingreso de productos al sistema informático de que dispone la empresa, así como ingreso de facturas para su contabilización

Secretaría del departamento de importación

- Hacer informes de los pedidos realizados.
- Hacer seguimiento del control de las fechas de pedidos y de entrega.
- Reclutar solicitudes del departamento de bodega.
- Evaluación periódica de los proveedores.
- Informar de cualquier evento al jefe de importación.
- Abastecimiento de materiales de oficina.

Fuente: (Mejía, 2000)

5.8 Insumos

Es importante definir los requerimientos en cuanto a los servicios básicos.

- Energía eléctrica Regulada con tarifa comercial
- Agua potable Abastecimiento normal
- Línea telefónica Regulada con tarifa comercial
- Servicio de Internet Regulada con tarifa comercial

Los valores correspondientes a los rubros de servicios básicos dependerán del desarrollo de la actividad comercial.

5.9 Equipo necesario:

DETALLE DE EQUIPO DE COMPUTACIONES Y OTROS

- Equipo de computación 3 COMPAC
- Procesador Intel P4.
- C.P.U. 2.8 Ghz
- Disco Duro 250 GB
- Memoria RAM 2 Gb
- Fax Modem 56 K
- Floppy Drive 3.5
- DVD Rom / RW
- Impresora 1 Epson XL - 300
- Matricial 9 agujas
- Imprime hasta 300 caracteres por segundo
- 8 fuentes internas para códigos de barras
- Vías de alimentación: Superior, inferior y posterior
- Teléfono – Fax 1 Panasonic KX – FP205
- Sistema de contestador automático.
- Fax de papel común.
- Amplía, reduce y compagina
- Identificador de llamadas.
- Teléfono 4 Panasonic
- Identificador de llamadas 2.4 Ghz
- Tecnología digital FHSS, reduce interferencias
- Calculadora 4 Casio _ Cálculos normales

DETALLE DE MUEBLES Y ENSERES

- Escritorios 3
- Sillas 6
- Archivador 2
- Mesa de Centro 1

5.10 Mercadeo y comercialización:

5.10.1 MARKETING MIX

PRODUCTO

BANRECOOP S.A ofrecerá al mercado automotriz, el servicio de venta de llantas, filtro, aceite y repuestos (objetivo a largo plazo).

PRECIO

El precio de las autopartes se estableció con relación a los precios de la competencia pero se les redujo el 10% ya que al ser éste un negocio en su etapa de introducción se desea ir ganando participación de mercado.

Así mismo para el precio de venta se tomaron en cuenta los gastos realizados en publicidad, salarios y la utilidad deseada por los inversionistas.

PLAZA

Las oficinas estarán ubicadas en la Ciudadela Luis Vernaza, Avenida Juan Tanca Marengo y Avenida José Joaquín Orrantia, Edificio Equilibrium, frente al Mall del Sol. Y las bodegas en Sai Baba I, junto a la Coca Cola.

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Cualquier acción de promoción o publicidad encaminada a hacer conocer o impulsar la adquisición de un bien o servicio, genera un valor agregado y supone desde luego la necesidad de asumir un costo por ese concepto que debe ser ponderado en los presupuestos correspondientes.

- ***Venta del producto***

Es fundamental en el crecimiento o desarrollo de una empresa contar con los elementos necesarios en el proceso de venta para que de este modo el producto llegue al usuario final. Estos elementos forman parte de una adecuada operación comercial para atraer al cliente.

Los productos que se venderán en los primeros años de Banrecoop S.A. serán las llantas, filtros y lubricantes. Luego de estar posesionado en el mercado se llegarán a vender los repuestos ya que se necesitaría de mayor capital para las adquisiciones de estos. Dichos repuestos serán adquiridos por Banrecoop S.A. al comienzo del sexto año con un nuevo préstamo que se realizará a futuro.

- LLANTAS

Dada la importancia de mantener los neumáticos de los buses en buen estado y garantizar no sólo la economía en el desempeño de los vehículos sino también de la seguridad personal e integridad física de los pasajeros, es recomendable seguir unos consejos que se anuncia a continuación:



- La rotación y rebalanceo de los neumáticos cada 6000 (Neumáticos y Llantas Del Pacífico, 2007) millas (9.650 Km) o cada seis meses maximizan su vida útil al tiempo que minimizan el desgaste de los amortiguadores.
- El control regular de la alineación y su ajuste una vez al año o cada 12000 (Neumáticos y Llantas Del Pacífico, 2007) millas (19.300 Km) maximizan la duración de los neumáticos.
- El control y ajuste regular de la presión de inflado prolongan la vida útil de los neumáticos.
- Mantener en perfecto estado la dirección y suspensión maximiza la duración de los neumáticos.
- Mantener en buen estado los amortiguadores y amortiguadores combinados con espiral prolonga la vida útil de los neumáticos.

Para garantizar la duración y resistencia de los neumáticos se da en una elección correcta de los mismos contando con la debida asesoría de expertos en la materia que indicarán los modelos y dimensiones adecuados para los buses que tienen las cooperativas, los talleres aliados se ocupará de la instalación debida y de la adecuación para su funcionamiento apropiado e darán las instrucciones correspondientes tanto a la conducción del bus como al mantenimiento periódico y debido de los neumáticos.

Fuente tomada de: (Neumáticos y Llantas Del Pacífico, 2007)

Se harán alianzas con talleres mecánicos, electromecánico, vulcanizadoras, lubricadoras, lavadoras con personal altamente calificado para brindar un servicio garantizado en beneficio de sus afiliados en lugares estratégicos de la ciudad de Guayaquil.

- *EQUIPAMIENTO DEL VEHÍCULO*

"El estilo y condiciones de conducción del bus determinan el tipo de llantas que su vehículo requiere para responder a las necesidades del conductor; de ahí la necesidad de buscar y seleccionar las llantas de diseño adecuado que satisfagan las necesidades de conducción.

Acuda a los servicios técnicos que Banrecoop tiene como aliados a las cooperativas de la F.E.T.U.G., donde personal experto le aconsejará en todo lo referente al equipamiento de los buses en materia de neumáticos y llantas para todo tipo de buses de las marcas más prestigiosas a nivel mundial, incluyendo. Adicionalmente se asesorará en materia de accesorios, frenos, lubricantes, repuesto y demás.

Los servicios técnicos de los talleres están equipados con la mejor tecnología en la industria automotriz, esto incluye:

- Instalación y mantenimiento de llantas y neumáticos
- Tren Delantero
- Alineación y Balanceo
- Afinamiento de Frenos"

Fuente tomada de: (Neumáticos y Llantas Del Pacífico, 2007)

La venta de los aceites y las autopartes se verá guiada por los siguientes mecanismos:

- *Información al cliente*

Tiene que ver con las especificaciones tanto garantías, durabilidad, marcas, beneficios, etc., de los distintos aceites y autopartes que se están ofertando, así como también los precios y los impuestos a cargo del cliente (I.V.A.)

- *Condiciones de venta*

Es importante que la empresa cuente con ciertas políticas comerciales que regulen la venta al cliente, tales como:

- Forma de pago (efectivo, cheque, tarjeta de crédito)
- Lugar de entrega del producto
- Los respectivos impuestos, como los que se gravan al cliente (I.V.A.), y los que el cliente aplicará a la empresa: retención en la fuente.
- *Descuentos en la venta del producto*, La empresa instaurará los respectivos descuentos y ofertas especiales: El descuento en función de la forma de pago (efectivo, cheque, tarjeta de crédito), Descuentos por promociones (La empresa contará con un plan de ventas

diseñado para ciertos repuestos automotrices en el que se incluya, descuentos por promociones. Este descuento lo que busca es atraer al cliente en la manera de entregar un obsequio en ocasiones especiales, brindar descuentos en compras de gran monto)

- Convenios con Cooperativas

Se firmara un convenio de venta de aceite, y autopartes, con las cooperativas de transporte que integran la F.E.T.U.G., con el objetivo de establecer las condiciones y términos generales aplicables al uso por parte de los transportistas de los servicios de venta que preste BANRECOOP S.A.

Banrecoop S.A., está planteando a sus afiliados un gran paquete de productos, que son Ventas y Servicios, Venta de llantas, filtros, lubricantes, repuestos, etc., y alianza de servicio de mecánica, electromecánica, lubricadoras, vulcanizadoras, grúas, etc., con la finalidad de que el cliente se sienta satisfecho con toda una gama, tanto de servicios como de productos.

- Ciclo de seminarios

Se dictaran seminarios por parte de BANRECOOP S.A., invitando a todos los Gerentes de las Cooperativas de la F.E.T.U.G. para que tengan conocimiento del plan a utilizarse con los productos y servicios aliados con talleres que se brindará.

• **Publicidad**

La publicidad, entre muchas cosas, es el medio de comunicación entre la empresa y el cliente que permite un nexo comercial a través del cual se da conocer el bien o el servicio ofertado.

La publicidad de BANRECOOP S.A será especializada y enfocada no pública ya que nuestro nicho de clientes es muy cerrado.

Para la empresa, la publicidad tiene como objetivo primordial dar a conocer a las compañías de transporte urbano público de la ciudad de Guayaquil el variado stock de autopartes y aceites con el que contará la empresa, así como los precios, calidad de los productos y el servicio de post-venta, a través de las visitas que se realicen a las instalaciones de las compañías.

- Medios de Comunicación: radio, volantes y banners

CAPITULO 7.- EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.

7.1 Inversiones

TABLA 18. INVERSIONES					
INVERSIONES EN ACTIVO FIJO					
ITEMS	DESCRIPCION	CANTIDAD	P. U	SUBTOTAL	TOTAL
EQUIPO DE COMPUTACIÓN					\$2.750,00
1	Computadoras	3,00	\$750,00	\$2.250,00	
3	Telefonos	4,00	\$30,00	\$120,00	
4	Fax y copiadora	1,00	\$250,00	\$250,00	
5	Impresoras	1,00	\$130,00	\$130,00	
MOBILIARIO					\$1.240,00
6	Escritorios	3,00	\$150,00	\$450,00	
7	Sillas	6,00	\$25,00	\$150,00	
8	Archiveros	2,00	\$110,00	\$220,00	
9	Mesa de Centro	1,00	\$120,00	\$120,00	
10	Adecuación de instalaciones			\$300,00	
11	Vehículo	1,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00
INVERSIONES					\$15.990,00
Capital de Trabajo					\$90.335,00
Total Inversiones					\$106.325,00

PLAN DE INVERSION		
	VALOR	TOTAL
Capital inversionistas 1	\$6.000,00	\$10.000,00
Capital inversionistas 2	\$2.000,00	
Capital inversionistas 3	\$2.000,00	

Fuente: Easy Comp S.A.
Elaborado por: Los Autores

Como se observa en la TABLA 18, Banrecoop S.A. requiere los siguientes ítems para su inicio como empresa. Entre los activos fijos se encuentran:

- Equipos de computación valorado en \$2.750,00
- Mobiliario valorado en \$1.240,00 y;
- Vehículo valorado en \$12.000,00

En total suman un valor de \$15.990,00 que estará exclusivamente para la oficina que Banrecoop S.A. tendrá. El Capital de trabajo que tendrá será de \$90.335,00 para las compras del año. Esto suma una inversión total de \$106.325,00 lo que significa un gran comienzo para la empresa sin grandes endeudamientos.

En la misma TABLA 18, el Plan de Inversión que obtendrá Banrecoop S.A. será por medio de 3 Capitales Inversionistas con lo que 60% (\$6.000,00) de uno de ellos va a ser el accionista mayor. Los dos restantes

tendrán un 20% (\$2.000,00) respectivamente; sumando un Capital propio de \$10.000,00 con lo que se estará manejando Banrecoop S.A. anualmente.

7.2 Tabla de Depreciación.

Como se expuso en la TABLA 18 de Inversiones en Activo Fijo los mismos ítems serán depreciados con su respectiva vida útil y valor con lo que se los compró. Por ejemplo, en la TABLA 19, tenemos lo siguiente: Equipo de Computo tiene un valor de \$2.750,00 y una vida útil de 3 años, por lo que la depreciación mensual es de \$75,63 y anualmente deprecia \$907,50. En Muebles y Enseres tiene un valor de \$1.240,00 por lo que mensualmente da un valor de \$10,33 y anualmente \$124,00. Y por último el vehículo tiene un valor de \$12.000,00 con 5 años de vida útil y mensual y anualmente tienen un valor de \$200,00 y \$2.400,00 respectivamente. Dando un total en el año 1 de \$3.431,50 y en el año 10 con un total de \$4.366,50 si se tiene en cuenta la fijación de los precios de cada ítem.

TABLA 19. DEPRECIACIONES				
DESCRIPCION	VALOR COMERCIAL	TIEMPO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION MENSUAL
EQUIPOS COMPUTO	2.750,00	3	907,50	75,63
MUEBLES Y ENSERES	1.240,00	10	124,00	10,33
VEHICULO	12.000,00	5	2.400,00	200,00
TOTAL	15.990,00	18	3.431,50	285,96

DESCRIPCION	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
EQUIPOS COMPUTO	2.750,00	907,50	907,50	907,50	1.842,50	907,50	907,50	1.842,50	907,50	907,50	1.842,50
MUEBLES Y ENSERES	1.240,00	124,00	124,00	124,00	124,00	124,00	124,00	124,00	124,00	124,00	124,00
VEHICULO	12.000,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	9.600,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
TOTAL	15.990,00	3.431,50	3.431,50	3.431,50	4.366,50	3.431,50	10.631,50	4.366,50	3.431,50	3.431,50	4.366,50

Fuente: Ec. Francisco Moscoso

Elaborado por: Los Autores

7.3 Tipo de financiamiento (propio, deuda).

El financiamiento con el que se va a obtener para la inversión es por intermedio de un inversionista, el cual será el Banco Pichincha C.A. El préstamo a realizar es de \$100.000,00, dando una garantía por el mismo valor, (ya sea una hipoteca) hasta el último pago del préstamo; y un pequeño capital de \$10.000,00 obtenido de los socios inversionistas, es por eso que Banrecoop S.A. estará dispuesto a trabajar en conjunto con éste banco para el financiamiento especialmente de compra de los productos, gracias al respaldo y seguridad que tienen. Además, después del Año 5 se requerirá de otro préstamo bancario por la suma de \$150.000,00 al mismo Banco, ya que este mismo año se trabajará con una nueva línea de producto que es la de repuesto en general, que funcionará con el modo: bajo pedido.

En referencia a la CFN (Corporación Financiera Nacional), ellos no dan crédito para éste tipo de negocio, el cual será comercial, ya que ellos dan más prioridad al sector de la producción. Solo con excepción de la parte comercial, se encuentra el de la construcción y en la de servicio, en la parte de restaurantes.

7.4 Tabla de amortización.

TABLA 20. AMORTIZACION # 1

Período	2011
Institución:	BANCO PICHINCHA C.A.
Tipo de Crédito:	Directo
Financiación:	100%
Fecha de Inicio:	03/01/2011
Monto:	\$ 100.000,00
Plazo:	1,5 años
Tasa Preferencial Neta:	11,2%
# Pago (mensual):	18
Pago:	\$ 6.061,11

Total de Interés Anual
\$ 7.940,92
\$ 1.159,02

Número de Pagos	Fecha	Pagos	Interes	Amortización de Capital	Saldo de Capital
0	03-ene-11				\$ 100.000,00
1	01-feb-11	\$ 6.061,11	\$ 933,33	\$ 5.127,77	\$ 94.872,23
2	01-mar-11	\$ 6.061,11	\$ 885,47	\$ 5.175,63	\$ 89.696,59
3	01-abr-11	\$ 6.061,11	\$ 837,17	\$ 5.223,94	\$ 84.472,65
4	01-may-11	\$ 6.061,11	\$ 788,41	\$ 5.272,70	\$ 79.199,95
5	01-jun-11	\$ 6.061,11	\$ 739,20	\$ 5.321,91	\$ 73.878,05
6	01-jul-11	\$ 6.061,11	\$ 689,53	\$ 5.371,58	\$ 68.506,47
7	01-ago-11	\$ 6.061,11	\$ 639,39	\$ 5.421,71	\$ 63.084,75
8	01-sep-11	\$ 6.061,11	\$ 588,79	\$ 5.472,32	\$ 57.612,44
9	01-oct-11	\$ 6.061,11	\$ 537,72	\$ 5.523,39	\$ 52.089,04
10	01-nov-11	\$ 6.061,11	\$ 486,16	\$ 5.574,94	\$ 46.514,10
11	01-dic-11	\$ 6.061,11	\$ 434,13	\$ 5.626,98	\$ 40.887,12
12	01-ene-12	\$ 6.061,11	\$ 381,61	\$ 5.679,49	\$ 35.207,63
13	01-feb-12	\$ 6.061,11	\$ 328,60	\$ 5.732,50	\$ 29.475,13
14	01-mar-12	\$ 6.061,11	\$ 275,10	\$ 5.786,01	\$ 23.689,12
15	01-abr-12	\$ 6.061,11	\$ 221,10	\$ 5.840,01	\$ 17.849,11
16	01-may-12	\$ 6.061,11	\$ 166,59	\$ 5.894,52	\$ 11.954,59
17	01-jun-12	\$ 6.061,11	\$ 111,58	\$ 5.949,53	\$ 6.005,06
18	01-jul-12	\$ 6.061,11	\$ 56,05	\$ 6.005,06	\$ 0,00

Fuente: Banco Pichincha C.A.

Elaborado por: Los Autores

A comienzo del Año 0 Banrecoop S.A. se podrá financiar del Banco Pichincha C.A., esto servirá para la adquisición de capital de trabajo. Con relación a la TABLA 20, lo cual será con un préstamo directo por un año y medio. Con una tasa preferencial del 11,20% anual y un pago de \$6.061.11 mensual. El total de interés anual que se deberá de pagar a esta institución financiera será de \$7.940,92, en el segundo año será de \$1.159.02.

En la siguiente TABLA 21, se establecerá otro préstamo de Banrecoop S.A. en el año 6, ya que se va a expandir la línea de productos que actualmente se estará vendiendo. Los repuestos en general, tienen un gran costo comparado con los otros productos que se venderá, por este motivo se financiará nuevamente con el Banco Pichincha C.A. con un monto de \$150.000,00 para la

compra de mercadería, estimamos que la tasa de interés tenga un pequeño incremento, es por eso que se le dio una tasa preferencial de 12%, así mismo de un crédito directo con un plazo de un año y medio, con pagos mensuales de \$9.147,31, pagando un interés anual de \$12.870,84, y el siguiente año con un valor de \$ 1.870,84.

TABLA 21. AMORTIZACION # 2

Periodo	2016
Institución:	BANCO PICHINCHA C.A.
Tipo de Crédito:	Directo
Financiación:	100%
Fecha de Inicio:	02/01/2016
Monto:	\$ 150.000,00
Plazo:	1,5 años
Tasa Preferencial Neta:	12,0%
# Pago (mensual):	18
Pago:	\$ 9.147,31

Total de Interes Anual
\$ 12.780,69
\$ 1.870,84

Número de Pagos	Fecha	Pagos	Interes	Amortización de Capital	Saldo de Capital
0	03-ene-16				\$ 150.000,00
1	01-feb-16	\$ 9.147,31	\$ 1.500,00	\$ 7.647,31	\$ 142.352,69
2	01-mar-16	\$ 9.147,31	\$ 1.423,53	\$ 7.723,78	\$ 134.628,91
3	01-abr-16	\$ 9.147,31	\$ 1.346,29	\$ 7.801,02	\$ 126.827,89
4	01-may-16	\$ 9.147,31	\$ 1.268,28	\$ 7.879,03	\$ 118.948,87
5	01-jun-16	\$ 9.147,31	\$ 1.189,49	\$ 7.957,82	\$ 110.991,05
6	01-jul-16	\$ 9.147,31	\$ 1.109,91	\$ 8.037,40	\$ 102.953,65
7	01-ago-16	\$ 9.147,31	\$ 1.029,54	\$ 8.117,77	\$ 94.835,88
8	01-sep-16	\$ 9.147,31	\$ 948,36	\$ 8.198,95	\$ 86.636,93
9	01-oct-16	\$ 9.147,31	\$ 866,37	\$ 8.280,94	\$ 78.355,99
10	01-nov-16	\$ 9.147,31	\$ 783,56	\$ 8.363,75	\$ 69.992,25
11	01-dic-16	\$ 9.147,31	\$ 699,92	\$ 8.447,38	\$ 61.544,86
12	01-ene-17	\$ 9.147,31	\$ 615,45	\$ 8.531,86	\$ 53.013,00
13	01-feb-17	\$ 9.147,31	\$ 530,13	\$ 8.617,18	\$ 44.395,83
14	01-mar-17	\$ 9.147,31	\$ 443,96	\$ 8.703,35	\$ 35.692,48
15	01-abr-17	\$ 9.147,31	\$ 356,92	\$ 8.790,38	\$ 26.902,10
16	01-may-17	\$ 9.147,31	\$ 269,02	\$ 8.878,29	\$ 18.023,81
17	01-jun-17	\$ 9.147,31	\$ 180,24	\$ 8.967,07	\$ 9.056,74
18	01-jul-17	\$ 9.147,31	\$ 90,57	\$ 9.056,74	\$ 0,00

Fuente: Banco Pichincha C.A.
Elaborado por: Los Autores

7.5 Detalle de sueldos.

TABLA 22. SUELDOS Y SALARIOS HASTA EL 5TO. AÑO						
EJECUTIVOS	SUELDO MENSUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	IESS-PATRONAL	TOTAL
GERENTE GENERAL	800,00	66,67	14,17	33,33	97,20	1.011,37
TOTAL DE SUELDOS	800,00	66,67	14,17	33,33	97,20	1.011,37

NO EJECUTIVOS	SUELDO MENSUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	IESS-PATRONAL	TOTAL
SECRETARIA	300	25,00	14,17	12,50	36,45	388,12
CONTADOR	500	41,67	14,17	20,83	60,75	637,42
VENDEDOR	400	33,33	14,17	16,67	48,60	512,77
CONSERJE	264	22,00	14,17	11,00	32,08	343,24
JEFE DE BODEGA	300	25,00	14,17	12,50	36,45	388,12
TOTAL DE SUELDOS	1.764,00	147,00	70,83	73,50	214,33	2.269,66

TOTAL DE SUELDOS MENSUALES	\$ 3.281,03
-----------------------------------	--------------------

TOTAL DE SUELDOS ANUALES	\$ 39.372,31
---------------------------------	---------------------

Fuente: Ec. Francisco Moscoso
Elaborado por: Los Autores

En la TABLA 22, se detalla los sueldos y salarios que va a tener Banrecoop. S.A. estará conformada por el Gerente General como único Ejecutivo; el sueldo será de \$ 800,00, más el décimo tercer y décimo cuarto, más vacaciones e IESS Patronal suman un valor de \$ 1.011,37. Por el lado de los No Ejecutivos se tendrá a:

➤ Secretaria	\$ 300,00
➤ Contador	\$ 500,00
➤ Vendedor	\$ 400,00
➤ Conserje	\$ 264,00
➤ Jefe de Bodega	\$ 300,00

Sumando todos estos valores más los beneficios dan un total de \$ 2.269,66. El total de sueldos mensual será de \$ 3.281,03. Esto si lo elaboramos anualmente da un total de \$ 39.372,31. Cabe recalcar que estos sueldos y salarios están establecidos hasta el año 5, ya que tendrá una expansión de otros departamentos, esto quiere decir más capital humano.

En la siguiente TABLA 23, se detalla los sueldos y salarios a partir del año 6 con sus respectivos departamentos. Los sueldos estarán incrementados ya que se está refiriendo al año 6 con nuevo personal. Los Ejecutivos son: el Gerente General y la Secretaria Ejecutiva con sueldos de \$1.200,00 y \$600,00 respectivamente, más los beneficios dan un total de \$2.334,36 mensualmente.

Por el lado de los No Ejecutivos son: Contador, Jefe de Importación, Secretaria de Importación, Jefe de Ventas, Vendedor, Conserje, Jefe de Bodega, Secretaria y Ayudante de Bodega. Sumando los sueldos y salarios dan un total de \$5.487,45. El total de sueldos mensual de Ejecutivos y No Ejecutivos son de: \$7.821,81, y anualmente de \$93.861,70

TABLA 23. SUELDOS Y SALARIOS DESDE EL 6TO. AÑO

EJECUTIVOS	SUELDO MENSUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	IESS-PATRONAL	TOTAL
GERENTE GENERAL	1.250,00	104,17	14,17	52,08	151,88	1.572,29
SECRETARIA EJECUTIVA	600,00	50,00	14,17	25,00	72,90	762,07
TOTAL DE SUELDOS	1.850,00	154,17	28,33	77,08	224,78	2.334,36

NO EJECUTIVOS	SUELDO MENSUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	IESS-PATRONAL	TOTAL
CONTADOR	500,00	41,67	14,17	20,83	60,75	637,42
JEFE DE IMPORTACIÓN	650,00	54,17	14,17	27,08	78,98	824,39
SECRETARIA DE IMPORTACIÓN	450,00	37,50	14,17	18,75	54,68	575,09
JEFE DE VENTAS	650,00	54,17	14,17	27,08	78,98	824,39
VENDEDOR	450,00	37,50	14,17	18,75	54,68	575,09
CONSERJE	350,00	29,17	14,17	14,58	42,53	450,44
JEFE DE BODEGA	500,00	41,67	14,17	20,83	60,75	637,42
SECRETARIA DE BODEGA	300,00	25,00	14,17	12,50	36,45	388,12
AYUDANTE DE BODEGA	450,00	37,50	14,17	18,75	54,68	575,09
TOTAL DE SUELDOS	4.300,00	358,33	127,50	179,17	522,45	5.487,45

TOTAL DE SUELDOS MENSUALES	\$ 7.821,81
-----------------------------------	--------------------

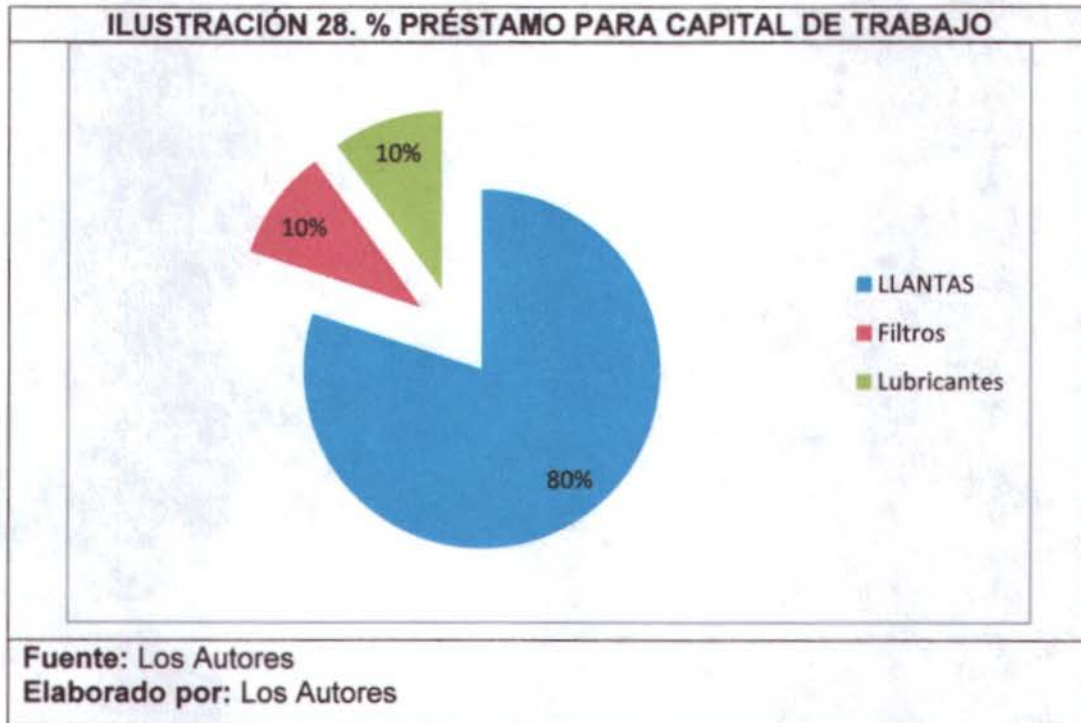
TOTAL DE SUELDOS ANUALES	\$ 93.861,70
---------------------------------	---------------------

Fuente: Ec. Francisco Moscoso

Elaborado por: Los Autores

7.6 Costos y Ventas

Antes de analizar los Costos y Ventas, en la siguiente ILUSTRACIÓN 28. % PRÉSTAMO PARA CAPITAL DE TRABAJOILUSTRACIÓN 28, se observa el porcentaje de la utilización del préstamo para el Capital de Trabajo.



El 80% de la ILUSTRACIÓN 28, va a estar distribuido para las llantas, ya que es nuestro principal producto a comercializar, y con el 10% con los filtros y lubricantes respectivamente. Es por eso que, con la adquisición de las llantas se trabajará desde el Año 0 con 25 buses aproximadamente, alrededor de unos 700 filtros en total de: aceites, combustible y aire; y por último los lubricantes con los que se contará para unos 95 buses aproximadamente. En los dos últimos productos se trabajará con mayores cantidades que las llantas, por el motivo de que los buses requieren por lo menos una vez al mes el cambio tanto de filtros como de lubricantes.

TABLA 24. PRECIO, CANTIDAD Y DESCUENTO DE LLANTAS

25 Buses						
	Precios	Descuento %	Desc. Unitario	Costo de LLanta	Cantidades	Total
Llantas 1100x20 pos. 16Pr	\$428.00	10%	\$42.80	\$385.20	100	\$38.520.00
Llantas 1100x20 del. 16Pr	\$398.00	10%	\$39.80	\$358.20	50	\$17.910.00
Llantas 750x16 pos. 14Pr	\$167.00	10%	\$16.70	\$150.30	100	\$15.030.00
Llantas 750x16 del. 14Pr	\$169.00	10%	\$16.90	\$152.10	50	\$7.605.00
Costos Totales bimensuales						\$79.065,00
Costos Anuales						\$ 948.780,00
	Precios	10%	Gan. Unitaria	P.V.P	Cantidades	Total
Llantas 1100x20 pos. 16Pr	\$428.00	10%	\$42.80	\$470.80	100	\$47.080.00
Llantas 1100x20 del. 16Pr	\$398.00	10%	\$39.80	\$437.80	50	\$21.890.00
Llantas 750x16 pos. 14Pr	\$167.00	10%	\$16.70	\$183.70	100	\$18.370.00
Llantas 750x16 del. 14Pr	\$169.00	10%	\$16.90	\$185.90	50	\$9.295.00
Ventas Totales bimensuales						\$96.635,00
Ventas Anuales						\$ 1.159.620
Total gastos						\$3.281,03
Total gastos						\$ 39.372
Utilidad bimensuales						\$ 14.289
Utilidad Anual						\$ 171.467,69

Fuente: Secohi Cía. Ltda.
Elaborado por: Los Autores

Tomando como referencia el primer tipo de llanta en la TABLA 24, a inicio se trabajará para un total de 25 buses, ya que la proyección de los costos es considerable. Las llantas 1100x20 pos. 16Pr tienen un valor de \$428,00 y la fábrica nos da un descuento del 10% tenemos un total de compra de dicha llanta a \$ 385,00, cabe recalcar que estos precios ya vienen incluido el gastos de importación y aduaneros. Banrecoop S.A. toma el precio de compra sin el descuento y le incrementa un 10%, así sacando una ganancia del primer tipo de llanta de \$42.80 esto por cada llanta vendida, de las cuales se importará 100 y 50 cantidades respectivamente con los tipos de llantas antes señaladas en la TABLA 24. Las llantas tipo 1100x20 pos. 16Pr y la de tipo 750x16 pos. 14Pr se comprarán 100 unidades correspondientemente ya que todos los buses utilizan 4 llantas en la parte trasera; mientras que las llantas tipo 1100x20 del. 16Pr y la de tipo 750x16 del. 14Pr se comprarán 50 unidades respectivamente por lo que se usan 2 llantas por cada bus en la parte delantera.

Los costos bimensuales que tendrán estas llantas serán de \$79.065,00; mientras que las ventas bimensuales serán de \$ 96.635,00. Como resultado, la utilidad bimensual de la línea de las llantas será de \$ 14.289,00.

TABLA 25. PRECIO, CANTIDAD Y DESCUENTO DE LUBRICANTES							
95 buses	precios x los 5 g	descuento %	Desc. Unitario	Costo de los galones	cantidades	total	
5 galones x bus	131	20%	\$ 26	\$ 105	95	\$ 9.956	
						Costos Anual	
Costos Totales						\$ 9.956	\$ 119.472
	precios	5%	Gan. Unitaria	P.V.P	cantidades	Total	
5 galones x bus	131	10%	\$ 13	\$ 144	95	\$ 13.690	
						ventas Anual	
Ventas Totales						\$ 13.690	\$ 164.274
						Utilidad Anual	
Utilidad						\$ 3.734	\$ 44.802

Fuente: Secohi Cía. Ltda.
Elaborado por: Los Autores

En los aceites, como se puede apreciar en la TABLA 25, está dirigido para 95 buses, por lo que el precio por los 5 galones es de \$ 131,00 incluido los gastos de importación y trámites aduaneros, de lo cual, se hará a Banrecoop S.A. un 20% de descuento por cada unidad, es decir que el costo por unidad es de \$ 105,00. El precio de venta para los buses será de \$ 144,00, generando una ganancia unitaria de \$ 13 x unidad. El costo de los lubricantes será de \$ 9.956,00, las ventas obtenidas tiene un total bimensual de \$ 13.690,00, como resultado habrá una utilidad bimensual de \$ 3.734,00.

TABLA 26. PRECIO, CANTIDAD Y DESCUENTO DE FILTROS							
	precios	descuento %	Desc. Unitario	Costo de filtro	cantidades	Total	
Filtro Aceite NPR CA/231	\$7.00	10%	\$0.70	\$6.30	700	\$4.410.00	
Filtro Gasolina PLFP588F	\$3.00	10%	\$0.30	\$2.70	700	\$1.890.00	
Filtro Aire 841	\$6.00	10%	\$0.60	\$5.40	700	\$3.780.00	
						Costos Anuales	
Costos Totales Bimensuales						\$10.080,00	\$ 120.960,00
	precios	5%	Gan. Unitaria	P.V.P	cantidades	Total	
Filtro Aceite NPR CA/231	\$7.00	40%	\$2.80	\$9.80	700	\$6.860.00	
Filtro Gasolina PLFP588F	\$3.00	40%	\$1.20	\$4.20	700	\$2.940.00	
Filtro Aire 841	\$6.00	40%	\$2.40	\$8.40	700	\$5.880.00	
						Ventas Anuales	
Ventas Totales Bimensuales						\$15.680,00	\$ 188.160
Total de gastos						\$3.281,03	\$ 39.372
						\$ 0	
						Utilidad Anual	
Utilidad Bimensuales						\$2.318.97	\$ 27.827,69

Fuente: Secohi Cía. Ltda.
Elaborado por: Los Autores

Para los filtros, la TABLA 26, la estimación que se le dio fue un 10% del financiamiento para la compra de los mismos, esto quiere decir que \$10.000,00 se invertirá en los filtros de: Aceite, Gasolina y Aire. Los filtros tienen un descuento de compra del 10%. Éstos un valor costo total de \$ 10.080,00. Banrecoop S.A. obtendrá un 40% de ganancia por cada filtro vendido de

cualquier tipo. Las ventas estarán en \$15.680,00, teniendo una utilidad bimensual de \$2.318,97

TABLA 27. VENTAS Y COSTOS BIMENSUALES				
VENTAS Y COSTOS				
PROYECCION BIMENSUAL				
VENTAS				TOTAL
				126.004,50
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL	
Llantas 1100x20 pos. 16Pr	100	\$470,80	\$47.080,00	
Llantas 1100x20 del. 16Pr	50	\$437,80	\$21.890,00	
Llantas 750x16 pos. 14Pr	100	\$183,70	\$18.370,00	
Llantas 750x16 del. 14Pr	50	\$185,90	\$9.295,00	
Acete Motor 5G	95	\$144,10	\$13.689,50	
Filtro Acete NPR CA/231	700	\$9,80	\$6.860,00	
Filtro Gasolina PLFPS88F	700	\$4,20	\$2.940,00	
Filtro Aire 841	700	\$8,40	\$5.880,00	
COSTOS DE VENTAS				90.335,00
Llantas 1100x20 pos. 16Pr	100	\$342,40	\$34.240,00	
Llantas 1100x20 del. 16Pr	50	\$318,40	\$15.920,00	
Llantas 750x16 pos. 14Pr	100	\$133,60	\$13.360,00	
Llantas 750x16 del. 14Pr	50	\$135,20	\$6.760,00	
Acete Motor 5G	95	\$105,00	\$9.975,00	
Filtro Acete NPR CA/231	700	\$6,30	\$4.410,00	
Filtro Gasolina PLFPS88F	700	\$2,70	\$1.890,00	
Filtro Aire 841	700	\$5,40	\$3.780,00	
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO				35.669,50

Fuente: Secohi Cía. Ltda.
Elaborado por: Los Autores

En la TABLA 27 están las ventas y los costos de las llantas que tendrá Banrecoop S.A. serán para 25 buses proyectados bimensualmente. En la parte superior de la TABLA 27 están las ventas bimensuales dando un total de \$ 126.004,50, mientras que en la mitad de la tabla se encuentran los costos con un total de \$90.335,00. La utilidad que se obtendrá por las ventas de todos los productos generará un total de \$ 35.669,50 bimensual.

La mayor utilidad que representa esto, es por las ventas de llantas, ya que se está invirtiendo mucho más que en los aceites y filtros.

Como indica la TABLA 28, estas cantidades se multiplicarán por seis ya que la importación de los productos será bimensual. Los costos anuales tienen un total de \$542.010,00, mientras que las ventas tendrán un valor de \$756.027,00. La utilidad anual de estos productos es de \$ 214.017,00

TABLA 28. VENTAS Y COSTOS ANUALES

PROYECCION ANUAL				
VENTAS				TOTAL
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL	756.027,00
Llantas 1100x20 pos. 16Pr	600	\$470,80	\$282.480,00	
Llantas 1100x20 del. 16Pr	300	\$437,80	\$131.340,00	
Llantas 750x16 pos. 14Pr	600	\$183,70	\$110.220,00	
Llantas 750x16 del. 14Pr	300	\$185,90	\$55.770,00	
Acete Motor 5G	570	\$144,10	\$82.137,00	
Filtro Acete NPR CA/231	4200	\$9,60	\$41.160,00	
Filtro Gasolina PLFPS88F	4200	\$4,20	\$17.640,00	
Filtro Aire 841	4200	\$8,40	\$35.280,00	
COSTOS DE VENTAS				542.010,00
Llantas 1100x20 pos. 16Pr	600	\$342,40	\$205.440,00	
Llantas 1100x20 del. 16Pr	300	\$318,40	\$95.520,00	
Llantas 750x16 pos. 14Pr	600	\$133,60	\$80.160,00	
Llantas 750x16 del. 14Pr	300	\$135,20	\$40.560,00	
Acete Motor 5G	570	\$105,00	\$59.850,00	
Filtro Acete NPR CA/231	4200	\$6,30	\$26.460,00	
Filtro Gasolina PLFPS88F	4200	\$2,70	\$11.340,00	
Filtro Aire 841	4200	\$5,40	\$22.680,00	
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO				214.017,00

Fuente: Secohi Cía. Ltda.
Elaborado por: Los Autores

7.7 Balance General (Inicial y Final)

TABLA 29. BALANCE INICIAL		
BALANCE INICIAL		
ACTIVOS		
ACTIVO CORRIENTE		
Caja	2.000,00	
Bancos	8.000,00	
Mercaderías	<u>92.738,90</u>	
TOTAL ACT. CORRIENTE		102.738,90
ACTIVO FIJO		
Muebles de Oficina	1.240,00	
Equipos de Computo	2.750,00	
Vehículo	<u>12.000,00</u>	
TOTAL FIJO		15.990,00
ACTIVO NO CORRIENTE		
Gastos de Constitución	<u>500,00</u>	
TOTAL DE ACT. NO COR		500,00
TOTAL ACTIVO		<u>119.228,90</u>
PASIVOS		
PASIVO CORRIENTE		
Ctas. Por Pagar	<u>9.228,90</u>	
TOTAL P. CORRIENTE		9.228,90
PASIVO NO CORRIENTE		
Hipoteca por Pagar	<u>100.000,00</u>	
TOTAL P. NO CORRIENT		100.000,00
TOTAL PASIVO		109.228,90
PATRIMONIO		
Capital	<u>10.000,00</u>	
TOTAL PATRIMONIO		10.000,00
TOTAL PAS. + PATRIM.		<u>119.228,90</u>

Fuente: Ec. Francisco Moscoso
Elaborado por: Los Autores

El balance de la TABLA 29, nos muestra los activos y pasivo y patrimonio que tiene Banrecoop S.A. en el año 0 con un total de Activos y Pasivos + Patrimonio de \$ 119.228,90. Éste balance también está proyectado para 25 buses en llantas, 95 buses en lubricantes y 700 unidades de filtros.

Se detalla un total de Activos Corrientes de \$102.738,90, un total de Activo Fijo de \$15.990,00, y Total de Activos de \$ 119.228,90. Por el lado de los Pasivos en los corrientes hay un total de \$ 9.228,90; en los pasivos no corrientes hay una hipoteca con el Bco. Pichincha de \$100.000,00; dando un total de Pasivos de \$ 109.228,90. Mientras que el capital de la Banrecoop S.A. es de \$ 10.000,00. El total de Pasivo más Patrimonio da un total de \$ 119.228,90.

TABLA 30. BALANCE GENERAL

ESTADO DE BALANCE GENERAL											
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ACTIVOS											
ACTIVOS CORRIENTES											
Caja	2.500,00	2.625,00	2.756,25	2.894,06	3.038,77	3.190,70	3.350,24	3.517,75	3.693,64	3.878,32	4.072,24
Bancos	68.016,45	100.448,00	88.751,72	126.842,77	64.848,31	75.036,86	100.202,75	103.427,79	106.130,43	101.016,79	95.912,31
Mercadería	94.593,68	94.053,05	103.403,08	113.743,39	125.117,73	137.629,50	151.392,45	166.531,69	183.184,86	201.503,35	221.653,69
Cuentas x Cobrar	102.941,77	126.321,00	131.772,13	132.188,65	183.322,37	317.634,75	481.404,82	196.462,26	176.347,04	262.596,33	274.703,28
Total Activos Corrientes	268.053,90	323.447,05	326.683,18	375.668,87	396.327,17	533.693,81	736.350,26	469.939,51	469.355,97	566.996,79	600.341,51
ACTIVO FIJO											
Muebles de Oficina	1.240,00	1.240,00	1.240,00	1.240,00	1.240,00	1.240,00	1.240,00	1.240,00	1.240,00	1.240,00	1.240,00
Equipos de Computo	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00
Vehículo	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
-Depreciación Acumulada	3.431,50	6.863,00	10.294,50	14.661,00	18.092,50	26.724,00	33.090,50	36.522,00	39.953,50	44.320,00	44.320,00
Total Activo Fijo	12.558,50	9.127,00	17.157,50	24.955,50	32.753,50	46.816,50	61.814,50	69.612,50	76.475,50	84.273,50	88.640,00
ACTIVO NO CORRIENTE											
Gastos de Constitución	500,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Activo No Corriente	500,00										
TOTAL ACTIVOS	281.112,40	332.574,05	343.840,68	400.624,37	429.080,67	580.510,31	798.164,76	539.552,01	545.831,47	653.272,29	688.981,51
PASIVOS											
PASIVO CORRIENTE											
Ctas. Por Pagar	70.717,99	187.545,39	230.395,00	283.591,03	307.118,54	333.236,33	313.579,40	127.129,58	171.122,05	265.604,52	282.575,05
ESS por Pagar	3.736,31	4.879,41	4.977,00	5.076,54	5.178,07	9.800,40	9.996,40	10.196,33	10.400,26	10.608,26	10.820,43
Sueldo por Pagar	39.372,31	40.159,76	40.962,95	41.782,21	42.617,86	80.661,70	82.274,93	83.920,43	85.596,84	87.310,82	89.057,03
Publicidad por Pagar	3.500,00	3.570,00	3.641,40	3.714,23	3.788,51	3.864,28	3.941,57	4.020,40	4.100,81	4.182,82	4.266,48
-15% Util. Trabajador	10.786,56	11.777,14	12.673,96	13.284,79	14.206,52	33.634,73	34.255,87	37.690,84	39.691,43	41.334,88	43.839,38
-25% Impuesto a la Renta	15.280,95	16.684,28	17.954,78	18.820,12	20.125,90	47.649,20	48.529,15	53.395,36	56.229,52	58.557,75	62.105,78
Total Pasivos Corrientes	117.328,61	236.154,56	279.976,35	334.164,01	358.702,98	427.562,71	409.792,31	225.266,75	271.221,96	367.706,43	386.718,99
PASIVO NO CORRIENTE											
Hipoteca por Pagar	100.000,00	35.207,63	0,00	-	-	-	150.000,00	53.013,00	0,00	-	-
Intereses por Pagar	7.940,92	1.159,02	-	-	-	-	12.780,69	1.870,84	-	-	-
Total Pasivos No Corrientes	107.940,92	36.366,65	0,00	-	-	-	150.000,00	53.013,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL PASIVOS	225.269,54	272.521,21	279.976,35	334.164,01	358.702,98	427.562,71	559.792,31	278.279,75	271.221,96	367.706,43	386.718,99
PATRIMONIO											
Capital	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
-10% Reserva Legal	4.584,29	5.005,28	5.386,43	5.648,04	6.037,77	14.294,76	228.372,46	251.272,26	264.609,51	275.565,86	292.262,51
Utilidad del Ejercicio	41.258,58	45.047,55	48.477,89	50.814,33	54.339,93	128.652,85	131.028,70	144.167,46	151.819,71	158.105,91	167.685,62
TOTAL PATRIMONIO	55.842,86	60.052,84	63.864,33	66.460,37	70.377,70	152.947,61	238.372,46	261.272,26	274.609,51	285.565,86	302.262,51
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	281.112,40	332.574,04	343.840,68	400.624,38	429.080,67	580.510,32	798.164,76	539.552,01	545.831,47	653.272,29	688.981,51
	0,00	0,00	- 0,00	- 0,00	- 0,00	- 0,00	- 0,00	- 0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: Ec. Francisco Moscoso
Elaborado por: Los Autores

En la TABLA 30, están las descripciones de los Activos, Pasivos y Patrimonio proyectados a 10 años; en el Activo Corriente se refleja la cuenta Caja en la que va a tener un incremento del 5% anualmente, la cuenta Bancos tiene un incremento alrededor del 1% al igual que la cuenta Ctas. Por Cobrar. En el Activo Fijo, se evalúa la compra de los bienes muebles e inmuebles con su respectiva depreciación. Solo habrá un Activo No Corriente en el año 0 por la constitución de la empresa, de ahí en adelante no aparecerá más ese gasto.

En los Pasivos Corrientes se encuentra la cuenta Ctas. Por Pagar, va a tener un incremento de 1.2% ya que a mayor compra mayor crédito a pagar a la fábrica, además se establece la afiliación al IESS, sueldo y publicidad, menos el 15% de utilidad. Trabajador y menos el 25% del Impuesto a la Renta. Por el lado de los Pasivos No Corrientes, se encuentra la Hipoteca por Pagar y los Intereses Financieros, haciendo referencia que en el año 6 se harán un nuevo préstamo al banco por el valor de \$ 150.000,00 ya que en ese año se comenzará a importar repuestos en general para los buses afiliados a la F.E.T.U.G.

El Capital de la empresa se mantendrá en \$10.000,00 por lo menos hasta el año 10. A comienzos de años tendrá una gran variabilidad, pero en el año 6 en adelante, tendrá un porcentaje del 1,9% con un leve incremento.

7.9 Estado P y G proyectado (10 años).

TABLA 31. ESTADO DE RESULTADO

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTAS	756.027,00	786.268,08	817.718,80	850.427,56	884.444,66	1.547.778,15	1.609.689,28	1.674.076,85	1.741.039,92	1.810.681,52	1.883.108,78
-Transporte de Ventas	15.000,00	15.300,00	15.606,00	15.918,12	16.236,48	16.561,21	16.892,44	17.230,29	17.574,89	17.926,39	18.284,92
-Descuentos en Ventas	37.801,35	38.557,38	39.328,52	40.115,10	40.917,40	41.735,74	42.570,46	43.421,87	44.290,31	45.176,11	46.079,63
-Devolución de Ventas	15.120,54	15.422,95	15.731,41	16.046,04	16.366,96	16.694,30	17.028,18	17.368,75	17.716,12	18.070,44	18.431,85
VENTAS NETAS	688.105,11	716.987,75	747.052,87	778.348,30	810.923,82	1.472.786,90	1.533.198,20	1.596.055,95	1.661.458,60	1.729.506,57	1.800.312,37
COSTO DE VENTAS	542.010,00	564.774,42	588.494,95	613.211,73	638.966,63	1.118.191,60	1.165.155,64	1.214.092,18	1.265.084,05	1.318.217,58	1.373.582,72
MARGEN BRUTO	146.095,11	152.213,33	158.557,92	165.136,57	171.957,19	354.595,30	368.042,55	381.963,77	396.374,55	411.290,99	426.729,65
GASTOS ADMINISTRATIVOS											
Sueldos	34.572,31	40.159,76	40.962,95	41.782,21	42.617,86	80.661,70	82.274,93	83.920,43	85.598,84	87.310,82	89.057,03
Luz	300,00	306,00	312,12	318,36	324,73	331,22	337,85	344,61	351,50	358,53	365,70
Telefono	720,00	734,40	749,09	764,07	779,35	794,94	810,84	827,05	843,59	860,47	877,68
Material de Oficina	1.200,00	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,82	1.324,90	1.351,39	1.378,42	1.405,99	1.434,11	1.462,79
Alquiler de Oficina, agua y Bodega	13.000,00	13.260,00	13.525,20	13.795,70	14.071,62	14.353,05	14.640,11	14.932,91	15.231,57	15.536,20	15.846,93
Internet	420,00	428,40	436,80	445,71	454,62	463,71	472,99	482,45	492,10	501,94	
Movilización	3.000,00	3.060,00	3.121,20	3.183,62	3.247,30	3.312,24	3.378,49	3.446,06	3.514,98	3.585,28	3.656,98
Depreciación	3.431,50	3.431,50	3.431,50	4.366,50	3.431,50	10.631,50	4.366,50	3.431,50	3.431,50	4.366,50	-
Total de Gastos Administrativos	56.643,81	62.604,06	63.778,94	65.920,89	66.216,98	111.864,17	107.623,83	108.753,97	110.860,42	113.944,00	111.769,05
GASTOS DE VENTAS											
Sueldo de Vendedor	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43	13.200,00	13.860,00	14.553,00	15.280,65	16.044,68	16.846,92
Publicidad	3.500,00	3.570,00	3.641,40	3.714,23	3.788,51	3.864,28	3.941,57	4.020,40	4.100,81	4.182,82	4.266,48
Total de Gastos de Ventas	8.300,00	8.610,00	8.933,40	9.270,83	9.622,94	17.064,28	17.801,57	18.573,40	19.381,46	20.227,51	21.113,40
GASTOS FINANCIEROS											
Gastos de interés	7.940,92	1.159,02	-	-	-	-	12.780,69	1.870,84	-	-	-
Total Gastos Financieros	7.940,92	1.159,02	-	-	-	-	12.780,69	1.870,84	-	-	-
OTROS GASTOS	1.300,00	1.326,00	1.352,52	1.379,57	1.407,16	1.435,31	1.464,01	1.493,29	1.523,16	1.553,62	1.584,69
TOTAL GASTOS	74.184,74	73.699,08	74.064,86	76.571,29	77.247,08	130.363,76	139.670,10	130.691,50	131.765,04	135.725,13	134.467,14
UTILIDAD DEL EJERCICIO	71.910,37	78.514,25	84.493,06	88.565,28	94.710,11	224.231,54	228.372,46	251.272,26	264.609,51	275.565,86	292.262,51
-15% Util Trabajador	10.786,56	11.777,14	12.673,96	13.284,79	14.206,52	33.634,73	34.255,87	37.690,84	39.691,43	41.324,88	43.839,38
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	61.123,82	66.737,12	71.819,10	75.280,49	80.503,59	190.596,81	194.116,59	213.581,42	224.918,09	234.230,98	248.423,14
-25% Impuesto a la Renta	15.280,95	16.684,28	17.954,78	18.820,12	20.125,90	47.649,20	48.529,15	53.395,36	56.229,52	58.557,75	62.105,78
Util Antes Reserva	45.842,86	50.052,84	53.864,33	56.460,37	60.377,70	142.947,61	145.587,44	160.186,07	168.688,56	175.673,24	186.317,35
-10% Reserva Legal	4.584,29	5.005,28	5.386,43	5.646,04	6.037,77	14.294,76	14.558,74	16.018,61	16.868,86	17.567,32	18.631,74
UTILIDAD NETA	41.258,58	45.047,55	48.477,89	50.814,33	54.339,93	128.652,85	131.028,70	144.167,46	151.819,71	158.106,91	167.685,62

Fuente: Ec. Francisco Moscoso
Elaborado por: Los Autores

La TABLA 31 indica que las compras y costos cada año habrá un incremento relativo del 1,04%, pero al inicio del año 6 tendrá un incremento de 1,53%, por motivo de los repuestos que se va a adquirir a largo plazo una nueva línea de producto, el cual se trata de los repuestos. Los Gastos Administrativos tendrán un incremento del 1.11% al termino del año 10, así mismo los costos de ventas tendrán un porcentaje fijo del 1,04% anual.

Los Gastos Financieros tendrán dos pagos de intereses, a partir del Año 0 y el Año 1, y otros dos más en el Año 6 y Año 7. El valor correspondiente para el Año 0 es de \$7.940,92 y en la mitad del primero el valor de \$1.159,02. A principios de años la utilidad neta tendrá un alza de 1,2%, mientras que después del año 6 va a tener un 1,09%, tomando en cuenta que para este año se ha incrementado las ventas y las compras.

7.10 Flujo de caja proyectado (10 años), VAN y TIR.

TABLA 32. FLUJO DE CAJA, VAN Y TIR											
FLUJO DE CAJA											
	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9	ANO 10
VENTAS	\$ 756.027,00	\$ 786.268,08	\$ 817.718,80	\$ 850.427,56	\$ 884.444,66	\$ 1.547.778,15	\$ 1.609.689,28	\$ 1.674.076,85	\$ 1.741.039,92	\$ 1.810.681,52	\$ 1.883.108,78
-Trasporte de Ventas	\$ 15.000,00	\$ 15.300,00	\$ 15.606,00	\$ 15.918,12	\$ 16.236,48	\$ 16.561,21	\$ 16.892,44	\$ 17.230,29	\$ 17.574,89	\$ 17.926,39	\$ 18.284,92
-Descuentos en Ventas	\$ 37.801,35	\$ 38.557,38	\$ 39.328,52	\$ 40.115,10	\$ 40.917,40	\$ 41.735,74	\$ 42.570,46	\$ 43.421,87	\$ 44.290,31	\$ 45.176,11	\$ 46.079,63
-Devolución de Ventas	\$ 15.120,54	\$ 15.422,95	\$ 15.731,41	\$ 16.046,04	\$ 16.366,96	\$ 16.694,30	\$ 17.028,18	\$ 17.368,75	\$ 17.716,12	\$ 18.070,44	\$ 18.431,85
MARGEN BRUTO	\$ 688.105,11	\$ 716.987,75	\$ 747.052,87	\$ 778.348,30	\$ 810.923,82	\$ 1.472.786,90	\$ 1.533.198,20	\$ 1.596.055,95	\$ 1.661.458,60	\$ 1.729.508,57	\$ 1.800.312,37
GASTOS											
Egresos	\$ 608.253,81	\$ 637.314,48	\$ 662.559,81	\$ 689.783,02	\$ 716.213,71	\$ 1.248.555,36	\$ 1.292.045,05	\$ 1.342.912,84	\$ 1.396.849,09	\$ 1.453.942,71	\$ 1.508.049,86
Intereses	\$ 7.940,92	\$ 1.159,02	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12.780,69	\$ 1.870,84	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS	\$ 616.194,74	\$ 638.473,50	\$ 662.559,81	\$ 689.783,02	\$ 716.213,71	\$ 1.248.555,36	\$ 1.304.825,74	\$ 1.344.783,68	\$ 1.396.849,09	\$ 1.453.942,71	\$ 1.508.049,86
Utilidad Antes Del Impuesto	\$ 71.910,37	\$ 78.514,25	\$ 84.493,06	\$ 88.565,28	\$ 94.710,11	\$ 224.231,54	\$ 228.372,46	\$ 251.272,26	\$ 264.609,51	\$ 275.565,86	\$ 292.262,51
Total de Impuestos	\$ 45.842,86	\$ 50.052,84	\$ 53.864,33	\$ 56.460,37	\$ 60.377,70	\$ 142.947,61	\$ 145.587,44	\$ 160.186,07	\$ 168.688,56	\$ 175.673,24	\$ 186.317,35
UTILIDAD NETA	\$ 26.067,51	\$ 28.461,42	\$ 30.628,73	\$ 32.104,91	\$ 34.332,42	\$ 81.283,93	\$ 82.785,02	\$ 91.086,19	\$ 95.920,95	\$ 99.892,63	\$ 105.945,16
CAPITAL DE TRABAJO	\$ -93.510,00	\$ 26.067,51	\$ 28.461,42	\$ 30.628,73	\$ 32.104,91	\$ 34.332,42	\$ 81.283,93	\$ 82.785,02	\$ 91.086,19	\$ 95.920,95	\$ 99.892,63
VAN	\$ 477.059,60										
TIR	39,45%										

Fuente: Ec. Francisco Moscoso
Elaborado por: Los Autores

La TABLA 32, en el Flujo de Caja se basa en las ventas, menos los gastos, sacando la utilidad y el Capital de Trabajo. Las ventas son tomadas de cada año, generando en sí un incremento significativo, así mismo los costos y la utilidad obviamente. El Capital de Trabajo del año 0 siempre será negativo ya que no hay muchas ventas, y por lo general después del año 0 generará una mínima de ganancia, hasta el transcurrir de los años

El VAN es de \$ 477.059.60, lo cual significa que el valor futuro, trasladándolo al actual es muy rentable establecer el negocio. Adicional el T.I.R. es del 39,45%, y comparando con la tasa del VAN también dice ser un negocio muy rentable.

7.11 Índices Financieros

TABLA 33. INDICES AÑO 1	
ANALISIS DE LOS INDICES FINANCIEROS DEL AÑO 1	
Indice de solvencia =	Activo Corriente / Pasivo Corriente
Indice de solvencia =	2,28
Indice de liquidez =	(Activo Corriente - Inventario) / Pasivo Corriente
Indice de liquidez =	1,48
Margen de Utilidad Neta =	Utilidad Neta / Ventas
Margen de Utilidad Neta =	6%
ROA =	Utilidad neta / Total Activos
ROA =	13,55%
ROE =	Utilidad neta / Total Pasivos
ROE =	16,53%

Fuente: Ec. Francisco Moscoso
Elaborado por: Los Autores

En la TABLA 33, se encuentran los índices financieros, para ver la solvencia, liquidez, Margen de Utilidad Neta, y la rentabilidad de Banrecoop S.A. El índice de solvencia es de \$2,28, por lo que significa que por cada \$1 que tiene Banrecoop S.A. va a tener \$2,28 para cubrir cualquier gasto a corto plazo. La liquidez que genera la empresa es de 1,48, lo cual significa que está al margen

de la liquidez, ya que lo recomendable es de 1,8. El margen de utilidad es del 6%, quiere decir que es la rentabilidad que tiene de patrimonio Banrecoop S.A., ya que éste porcentaje es muy bueno a la hora de generar ganancia los activo. El rendimiento de los activos es positivo ya que tiene ingresos del 13.55%, al igual que el ROE genera rentabilidad con un 16.53%.

Comparado con la TABLA 34, en el año 10 el índice de solvencia es de 1,55, menor al año 1, pero igual sigue siendo rentable a la hora de cubrir gastos a corto plazo. La liquidez es baja a la del año 1 con un 1,41 lo que significa que en este tipo de mercado se trabaja más con crédito directo. En los índices de rendimiento, tanto el margen de utilidad neta, el ROA y el ROE tiene un incremento de porcentaje significativo con el año 1 aumentando su rendimiento a un 10%, 24,34% y un 55,98% respectivamente, lo cual dice que es muy rentable el negocio, con un buen capital.

TABLA 34. INDICES AÑO 10	
ANALISIS DE LOS INDICES FINANCIEROS DEL AÑO 10	
Indice de solvencia =	Activo Corriente / Pasivo Corriente
Indice de solvencia =	1,55
Indice de liquidez =	(Activo Corriente - Inventario) / Pasivo Corriente
Indice de liquidez =	1,12
Margen de Utilidad Neta =	Utilidad Neta / Ventas
Margen de Utilidad Neta =	9%
ROA =	Utilidad neta / Total Activos
ROA =	24,34%
ROE =	Utilidad neta / Total Pasivos
ROE =	55,98%
Fuente: Ec. Francisco Moscoso	
Elaborado por: Los Autores	

7.12 Punto de equilibrio.

Para obtener el punto de equilibrio tomamos como ejemplo una de las llantas que Banrecoop S.A. venderá, el cual es la llanta tipo 1100x20 pos. 16Pr. En el año 0 es necesario vender 2.846 unidades de llantas, para que tenga un valor neutro. En los siguientes años se ve un incremento de alrededor del 1.01% siendo en el año 10 una cantidad de 5.617 llantas para obtener el punto equilibrio. Se escogió como referencia un producto tipo llanta ya que es fuerte en ventas y la que da mayor utilidad representa para la empresa.

CAPITULO 8.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

8.1 Conclusiones.

En el cumplimiento de los objetivos para el proyecto tenemos:

- Desde el punto de vista del estudio de mercado el proyecto es viable, puesto que realizadas las entrevistas a los representantes de las compañías de transporte reflejan una gran disposición en contar con una nueva alternativa en lo que respecta a la incorporación de una almacén de repuestos automotrices.
- Desde el punto de vista del estudio financiero el proyecto es viable, en virtud de que se mantienen moderados niveles de endeudamiento adicional para la adquisición de la infraestructura necesaria, lo que permite generar un valor presente neto positivo.
- Los resultados del análisis financiero además señalan que el proyecto brinda a los directivos y accionistas de BANRECOOP S.A. la posibilidad de obtener excelentes resultados; teniendo así un valor actual neto \$477.059,60 que demuestra la viabilidad del proyecto.
- Al contemplar en forma general el proyecto con todos los indicadores financieros estos revelan que el proyecto es muy rentable a largo plazo y representa para la compañía una excelente decisión no solo para cumplir con sus expectativas de expansión, sino también como una inversión que le permite a la empresa crecer y lograr diversificar sus ingresos reduciendo riesgos para el inversionista.
- El presente proyecto de inversión debe estar enfocado en ayudar a mejorar la calidad del servicio de transporte y la satisfacción del cliente, ya que con esto se logrará obtener no solo una ventaja competitiva sino que también se está aportando a que las unidades de transporte trabajen de acuerdo a los planes de la municipalidad para mejorar la transportación pública en general.

8.2 Recomendaciones

Las recomendaciones finalizada la investigación son:

El presente proyecto de inversión para BANRECOOP S.A., es viable desde el punto de vista mercado, técnico y financiero, sin embargo, debe ponerse atención en los siguientes puntos:

- El personal que la empresa contrate debe poseer las capacidades necesarias para realizar las actividades a ellos encomendadas logrando así reducir el tiempo de las actividades y recursos usados para las mismas.
- Observar con detenimiento los resultados financieros del proyecto que constituye una guía en la toma de decisiones por parte de los inversionistas.
- En la ciudad de Guayaquil existen diversos almacenes dedicados a la venta de repuestos automotrices, por lo que cuando una empresa decide incursionar en este segmento, la competencia puede saturar con cierta rapidez los nichos de mercado.
- BANRECOOP S.A. debe realizar un monitoreo permanente y cuidadoso de sus balances financieros respecto a la nueva unidad de operación, dado el caso de llevar a cabo el proyecto de inversión, así como los movimientos de inventarios.
- Se debe buscar una sincronización adecuada entre cliente y proveedor para de este modo tener un mejor control en la venta de los repuestos automotrices y un excelente manejo de las relaciones comerciales.

BIBLIOGRAFÍA

- Aduana del Ecuador. (Diciembre de 2010). *Aduana del Ecuador*. Recuperado el Enero de 2011, de <http://sice1.aduana.gov.ec/ied/arancel/index.jsp>
- Aduana del Ecuador. (Abril de 2010). *Aduana del Ecuador*. Recuperado el Septiembre de 2010, de <http://www.aduana.gov.ec/contenido/proclmportar.html>
- Análisis y desarrollo de negocios internacionales. (Septiembre de 2010). *Comexpanda*. Recuperado el 22 de Enero de 2011, de <http://www.comexpanda.com/es/portafolio-flujograma-simple-importacion/>
- Diario El Comercio. (15 de Septiembre de 2010). *Diario El Comercio*. Recuperado el 17 de Diciembre de 2010, de <http://www4.elcomercio.com/2010-09-15/Noticias/Negocios/Noticia-Principal/EC100915P6ERCO.aspx>
- Diario El Hoy. (21 de Julio de 2010). *Diario El Hoy*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2010, de <http://www4.elcomercio.com/2010-09-15/Noticias/Negocios/Noticia-Principal/EC100915P6ERCO.aspx>
- Erco Tires Ecuador, Inc. (Septiembre de 2009). *Erco Tires Ecuador, Inc.* Recuperado el Mayo de 2010, de <http://www.erco.com.ec/distribuidores/index.php>
- Explored Ecuador. (28 de Agosto de 2009). *Explored*. Recuperado el 17 de Enero de 2011, de <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/23-millones-de-galones-de-lubricantes-se-venden-al-ano-243818-243818.html>
- Guía Local. (2010). *Guía Local*. Recuperado el Noviembre de 2010, de <http://www.guialocal.com.ec/guayaquil/tag/reencauchadoras-de-llantas>
- John Jairo Ovalle. (20 de Septiembre de 2010). Recuperado el Diciembre de 2010, de Calameo: <http://www.calameo.com/books/000083019c81dad9bd30>
- Manual funciones de contador. (02 de 2009). *fbarreiro*. Recuperado el 11 de 2010, de <http://www.fbarreiro.com/feconcal/funcontador.html>
- Mejía, C. (Julio de 2000). *Documentos Planning*. Recuperado el 10 de enero de 2011, de <http://www.planning.com.co/bd/archivos/Julio2000.pdf>
- Municipalidad de Guayaquil. (2010). *Guayaquil*. Recuperado el 2011, de Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil: http://www.guayaquil.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=82

- Neumáticos y Llantas Del Pacífico. (25 de Septiembre de 2007). *Neumáticos y Llantas Del Pacífico*. Recuperado el 19 de Enero de 2011, de <http://sice1.aduana.gov.ec/ied/arancel/index.jsp>
- Pachay, H. X. (9 de Febrero de 2011). Principales Importadoras de Filtros. (J. M. Franco Zambrano, & G. H. Rodríguez Montoya, Entrevistadores)
- Pachay, H. X. (9 de Febrero de 2011). Principales Importadoras de Lubricantes. (J. M. Franco Zambrano, & G. H. Rodríguez Montoya, Entrevistadores)
- Pachay, H. X. (9 de Febrero de 2011). Principales Importadoras de Repuestos para Buses Chevrolet Isuzu. (J. M. Franco Zambrano, & G. H. Rodríguez Montoya, Entrevistadores)
- Pachay, H. X. (9 de Febrero de 2011). Principales Importadoras de Repuestos para Buses Hino. (J. M. Franco Zambrano, & G. H. Rodríguez Montoya, Entrevistadores)
- Pachay, H. X. (9 de Febrero de 2011). Principales Importadoras de Repuestos para Buses Mercedes. (J. M. Franco Zambrano, & G. H. Rodríguez Montoya, Entrevistadores)
- Pachay, H. X. (9 de Febrero de 2011). Principales Importadoras de Repuestos para Buses Mitsbishi. (J. M. Franco Zambrano, & G. H. Rodríguez Montoya, Entrevistadores)
- Pachay, H. X. (9 de Febrero de 2011). Principales Marcas de Filtros. (J. M. Franco Zambrano, & G. H. Rodríguez Montoya, Entrevistadores)
- Pachay, H. X. (9 de Febrero de 2011). Principales Marcas de Lubricantes. (J. M. Franco Zambrano, & G. H. Rodríguez Montoya, Entrevistadores)
- Paginas Amarillas. (2010). *Paginas Amarillas*. Recuperado el Noviembre de 2010, de http://www.paginasamarillas.com/Llantas/Ecuador/1_2.aspx
- Revista Líderes. (Enero de 2010). *Revista Líderes Ecuador*. Recuperado el Octubre de 2010, de <http://www.revistalideres.ec/2009-05-18/Mercados/Noticia-Principal/LD090518P18MERCADOSLLANTAS.aspx>
- Revista Vistazo. (24 de Junio de 2009). *Vistazo*. Recuperado el 11 de Enero de 2011, de <http://www.vistazo.com/webpages/pais/?id=6611>
- Sistema Nacional de Información. (Febrero de 2009). *SENPLADES ECUADOR*. Recuperado el 18 de Enero de 2011, de http://www.senplades.gov.ec/c/document_library/get_file?uuid=fe83d5a1-d677-45f5-9738-b6c525eb26d0&groupId=18607

- Taller Nestlac. (Diciembre de 2009). *Sistema Integrado de Transporte Masivo Urbano de la Ciudad de Guayaquil*. Recuperado el Agosto de 2010, de http://nestlac.org/TallerProyecto1/MetroviaGuayaquil_von%20Buchwald.pdf

ANEXOS

Guayaquil, 09 de Junio 2010

Señor.-
Augusto Aguirre
Presidente de la FETUG

De nuestra consideraciones

Nosotros, Guillermo Rodríguez Montoya con C.I. 0923047583 y Juan Franco Zambrano con C.I. 0926484502, Egresados de la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, nos dirigimos a usted para solicitar su colaboración y ayuda, ya que para obtener nuestro título, tenemos que realizar nuestra tesis de grado, y el tema o proyecto que hemos escogido, es la creación del Banco de Repuestos Cooperativo "BANRECOOP" el cual pretende solucionar los problemas que hay en la actualidad y que tienen los propietarios de buses y colectivos, por los altos costos de los precios de las llantas, lubricantes y repuestos y por consecuencia la baja rentabilidad del negocio del transporte.

Nuestro proyecto consiste en ejecutar Macrocompras, directamente con los fabricantes de llantas, lubricantes y repuestos, para obtener mejores descuentos ya que no es lo mismo comprar 1.000 llantas, que comprar una producción de 10.000 llantas, y el beneficio trasladarlo directamente a nuestros afiliados al sistema BANRECOOP.

Para poder desarrollar este proyecto, le solicitamos a usted, nos pueda proporcionar el listado de las cooperativas afiliadas a la FETUG, para poder elaborar un banco de datos y las encuestas respectivas, para obtener los datos de cada uno de los socios y en su momento poder exponer nuestro proyecto y analizar sus ventajas y desventajas y si estarían de acuerdo en los servicios que queremos brindar como futura empresa.

Si necesita confirmar cualquier dato nos pueden contactar a los números telefónicos de Guillermo Rodríguez 099541576 y Juan Franco 093413938 o los e-mails: guillermorodri_2403@hotmail.com y juankis_11@hotmail.com

Agradeciendo de antemano su colaboración,

Atentamente,

Guillermo Rodríguez Montoya
0923047583

Juan Franco Zambrano
0926484502

CENSO

Nombre de la Cooperativa: _____

Ruta que cubre: _____

Tipo de Cooperativa: _____

Número de Socios: _____

Cantidad de vehículos: _____

Principales Marcas: _____

Nombre del Presidente: _____

Nombre del Gerente: _____

Dirección de la Sede: _____

Teléfonos: _____

Ciudad: _____ Cantón: _____ Provincia: _____

Lugar, Día y Hora que sesionan: _____

Dirección de la Estación: _____

1. Con qué frecuencia cambia ustedes las:

Llantas: cada 6 meses _____ cada año _____ otro _____

Repuestos en general: cada 3 meses _____ cada 6 meses _____ otro _____

2. ¿Trabajan con algún otro proveedor?

Si _____ No _____ ¿Cuál? _____

3. ¿Les brinda algún servicio?

Si _____ No _____ ¿Cuál? _____

4. ¿Está satisfecho con su proveedor?

Si _____ NO _____ ¿Por qué? _____

5. ¿Estaría de acuerdo en cambiar de proveedor? ¿de qué depende?

SI ___ NO ___ Depende _____

6. ¿Qué opina de un servicio a puerta de mantenimiento con repuestos a bajos costos y con la óptima calidad de fábrica?

Excelente ___ Muy Bueno ___ Bueno ___ Regular ___ Malo ___

7. ¿Estaría interesado con la pregunta 6?

Si ___ NO ___

8. ¿Qué servicios espera usted recibir de parte de Banrecoop?

Mantenimientos ___ Repuestos ___ Ambos ___ Otros _____

9. ¿Cómo podrían ustedes financiarse para conseguir los repuestos y llantas?

Prestamos ___ Capital Propio ___ Crédito Directo ___ Otros: _____

10. ¿Qué alianza podemos formar con la cooperativa?

11. ¿Qué recomendación le daría a Banrecoop?

Marcas Representativas de Neumáticos.



Fuente: Varias

A collection of logos for major lubricant brands. The brands shown are Japanparts, YPF, Wynn's, MEGA, Valvoline, Fram, Mann Filter, STP, Penzol, Shell, LUBRAX, Molykote, Motul, Total, Texaco, and Agip. The text 'Principales marcas de Lubricantes' is centered in the middle of the arrangement.

Fuente: Varias

Marcas Representativas de Filtros



Fuente: Varias

Tipos Representativos de Filtros



Fuente: Varias

Autopartes de Buses



Fuente: Varias

Marca de Buses



HINO



CHEVROLET



Mercedes-Benz



MITSUBISHI
TRUCKS



Fuente: Varias