



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE ECONOMÍA

Proyecto Integrador, previo a la obtención del Título de Economista.

Tema:

“Estudio de factibilidad para la apertura de una sucursal de la empresa
Representaciones Gallo-Porras del cantón Ambato”

Autor: Acosta Solís, William Fernando

Tutor: Dr. Viteri Medina, José Luis

Ambato – Ecuador

2021

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dr. José Luis Viteri Medina, con cédula de ciudadanía N.º 180219247-4, en mi calidad de Tutor del proyecto integrador referente al tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA REPRESENTACIONES GALLO-PORRAS DEL CANTÓN AMBATO”**, desarrollado por William Fernando Acosta Solís, de la carrera de Economía, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y que corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, septiembre 2021

TUTOR



Dr. José Luis Viteri Medina

C.C. 180219247-4

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, William Fernando Acosta Solís, con cédula de ciudadanía N. ° 180445374-2 tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto integrador, bajo el tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA REPRESENTACIONES GALLO-PORRAS DEL CANTÓN AMBATO”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este Proyecto Integrador.

Ambato, septiembre 2021

AUTOR



.....
William Fernando Acosta Solís

C.C. 180445374-2

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto integrador, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto integrador con fines de discusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto integrador, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, septiembre 2021

AUTOR



William Fernando Acosta Solís

C.C. 180445374-2

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto Integrador con el tema: “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA REPRESENTACIONES GALLO-PORRAS DEL CANTÓN AMBATO**”, elaborado por William Fernando Acosta Solís, estudiante de la Carrera de Economía, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, septiembre 2021



Dra. Mg. Tatiana Valle

PRESIDENTE



Eco. Elsy Álvarez

MIEMBRO CALIFICADOR



Eco. Juan Villacís

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Este logro personal se lo dedico a mis padres por brindarme su apoyado incondicional y haberme convertido en una persona de bien. A toda mi familia por aportarme con sus consejos, a mis maestros que siempre y a mis amigos por su apoyo incondicional durante mis estudios.

Fernando Acosta

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por estar en los momentos buenos y malos de mi vida; a mis familiares por ser un ejemplo importante en mi vida universitaria; a mis maestros por transmitirme sus conocimientos y a mis amigos por su apoyo incondicional.

Fernando Acosta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE ECONOMÍA

TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA REPRESENTACIONES GALLO-PORRAS DEL CANTÓN AMBATO”

AUTOR: William Fernando Acosta Solís

TUTOR: Dr. José Luis Viteri Medina

FECHA: Septiembre, 2021

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto integrador atiende la necesidad de Representaciones Gallo-Porras de realizar un análisis para la apertura de una sucursal de la empresa. Se realizó un análisis de factibilidad con la finalidad de medir y establecer los indicadores que intervienen en la apertura de una sucursal de Representaciones Gallo-Porras. En primera instancia se aplicó un estudio de mercado que consistió en primera instancia aplicar un cuestionario a los clientes de la empresa en las ciudades de Ambato y Riobamba, esto permitió a continuación determinar el tamaño del mercado de la comercialización de repuestos automotrices de carga pesada objetivo de Representaciones Gallo-Porras. Una vez que se estableció el estudio de mercado se realizó el estudio financiero que permitió identificar los gastos y costos que intervienen en la apertura de una sucursal de la empresa; además se realizaron los presupuestos proyectados para las ventas y crecimiento de la empresa; se termina el estudio financiero con el cálculo de los indicadores económicos como la Tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Actual Neto (VAN), Beneficio Costo y recuperación de la inversión. Finalmente se procedió a realizar el análisis legal que comprende identificar todos los elementos y requisitos necesarios para la apertura de una nueva sucursal de Representaciones Gallo-Porras.

PALABRAS DESCRIPTORAS: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, ESTUDIO DE MERCADO, ESTUDIO FINANCIERO, ESTUDIO LEGAL.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDIT
ECONOMICS CAREER

TOPIC: “FEASIBILITY STUDY FOR THE OPENING OF A BRANCH OF THE COMPANY REPRESENTATIONS GALLO-PORRAS OF AMBATO”

AUTHOR: William Fernando Acosta Solís

TUTOR: Dr. José Luis Viteri Medina

DATE: September, 2021

ABSTRACT

This integrating project addresses the need of Representations Gallo-Porras to carry out an analysis for the opening of a branch of the company. A feasibility analysis was carried out in order to measure and establish the indicators involved in the opening of a branch of Representations Gallo-Porras. In the first instance, a market study was applied that consisted in the first instance applying a questionnaire to the company's clients in the cities of Ambato and Riobamba, this then allowed to determine the size of the market for the commercialization of objective heavy load automotive parts of Representations Gallo-Porras. Once the market study was established, the financial study was carried out that allowed identifying the expenses and costs involved in opening a company branch; In addition, the projected budgets for the sales and growth of the company were made; The financial study is completed with the calculation of economic indicators such as the Internal Rate of Return (IRR), Net Present Value (NPV), Benefit, Cost, and investment recovery. Finally, the legal analysis was carried out, which includes identifying all the elements and requirements necessary for the opening of a new branch of Representations Gallo-Porras.

KEYWORDS: FEASIBILITY STUDY, MARKET STUDY, FINANCIAL STUDY, LEGAL STUDY

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO	1
1.1. Introducción.....	1
1.1.1. Antecedentes del proyecto integrador.....	1
1.1.2. Descripción del entorno	5
1.1.3. Justificación.....	8
1.1.4. Objetivos	9
1.2. Revisión de la literatura.....	10
1.2.1. Antecedentes investigativos	10

CAPÍTULO II	17
METODOLOGÍA	17
2.1. Descripción de la metodología	17
2.1.1. Estudio de mercado	17
2.1.2. Estudio financiero	21
2.1.3. Estudio legal.....	26
CAPÍTULO III.....	27
DESARROLLO.....	27
3.1. Estudio de mercado	27
3.2. Estudio financiero.....	37
3.3. Estudio legal	45
CAPÍTULO IV	46
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	46
4.1. Conclusiones	46
4.2. Recomendaciones	47
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	
BIBLIOGRAFÍA	48
ANEXOS	50

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1. Ventas en Ambato de Representaciones Gallo-Porras.....	6
Tabla 2. Ventas en Riobamba de Representaciones Gallo-Porras	6
Tabla 3. Ventas en Latacunga de Representaciones Gallo-Porras	7
Tabla 4. Ventas totales de Representaciones Gallo-Porras	7
Tabla 5. Diseño de la encuesta aplicada a clientes.....	18
Tabla 6. Diseño de la tabla de ventas del mercado automotor de carga pesada.....	19
Tabla 7. Diseño de la tabla de análisis de la competencia	21
Tabla 8. Diseño de la tabla resumen de inversiones	21
Tabla 9. Diseño de la tabla de costos	22
Tabla 10. Diseño de la tabla de gastos	23
Tabla 11. Diseño del Estado de resultados proyectado.....	23
Tabla 12. Diseño del flujo de caja proyectado.....	24
Tabla 13. Diseño del período de la Recuperación de la Inversión (PRI).....	24
Tabla 14. Repuestos anuales utilizados por un automotor de carga pesada.....	34
Tabla 15. Estadísticas mercado automotor de carga pesada de Tungurahua	34
Tabla 16. Estadísticas mercado automotor de carga pesada de Chimborazo.....	34

Tabla 17. Proyección del mercado de Tungurahua	35
Tabla 18. Proyección del mercado de Chimborazo.....	35
Tabla 19. Análisis de la competencia de Representaciones Gallo-Porras	36
Tabla 20. Inversión en construcción y adecuación de la sucursal.....	37
Tabla 21. Financiamiento para la construcción de Representaciones Gallo-Porras .	38
Tabla 22. Proyección de los ingresos	39
Tabla 23. Inventario general para la sucursal.....	39
Tabla 24. Gastos administrativos y de ventas sucursal	40
Tabla 25. Estado de Resultados proyectado	40
Tabla 26. Flujo de Caja proyectado	41
Tabla 27. Período de Recuperación de la Inversión (PRI).....	41
Tabla 28. Costos fijos y variables	42
Tabla 29. Requisitos y costos para construcción	45
Tabla 30. Requisitos y costos de funcionamiento	45

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico 1: Rango de edad de los clientes de Representaciones Gallo-Porras.....	27
Gráfico 2: Determinación del sexo de los clientes de la empresa Gallo-Porras	28
Gráfico 3: Determinación del tipo de clientes de Representaciones Gallo-Porras ..	28
Gráfico 4: Determinación del tiempo de clientes de la empresa Gallo-Porras	29
Gráfico 5: Comportamiento de las marcas de Representaciones Gallo-Porras	30
Gráfico 6: Canales de venta de Representaciones Gallo-Porras	30
Gráfico 7: Visita al local de Representaciones Gallo-Porras.....	31
Gráfico 8: Dificultades al visitar las instalaciones de la empresa Gallo-Porras	32
Gráfico 9: Percepción de los clientes a la apertura de una sucursal	32
Gráfico 10: Requerimientos de los clientes para una sucursal.....	33
Gráfico 11: Tipo de inversión para la sucursal de Representaciones Gallo-Porras .	38

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Introducción

1.1.1. Antecedentes del proyecto integrador

En el año de 1991 nace la empresa Representaciones Gallo-Porras en la ciudad de Ambato, la organización inicia sus actividades bajo este nombre debido a sus fundadores los esposos Fausto Gallo y Guadalupe Porras. La empresa incursiona en la comercialización de repuestos automotrices netamente para camiones de carga pesada de las marcas Mercedes Benz, Man, Scania y Volvo. En el año 2010 la empresa Representaciones Gallo-Porras ingresa a ser parte de una asociación de comercializadores de repuestos automotrices de todo tipo, esto permitió a la empresa mejorar su competitividad debido a que esta asociación tenía la finalidad de importar directamente de fábrica los repuestos para así poder competir con los grandes importadores de la ciudad y el país.

Representaciones Gallo-Porras ha logrado consolidarse en el mercado del centro del país gracias a su red de vendedores internos y externos, que diariamente se enfocan en la comercialización de los productos al por mayor y menor a locales comerciales, cooperativas de transporte pesado y talleres automotrices en las provincias de Tungurahua, Cotopaxi, Chimborazo y Bolívar.

La empresa Representaciones Gallo-Porras ha establecido a través de su dirección la misión, visión y valores institucionales que se citan a continuación:

Misión

Comercializar y distribuir repuestos automotrices para camiones de carga pesada de las principales marcas del patio automotor del Ecuador. Brindando una excelente y personalizada atención al cliente, que permita día a día fomentar y fortalecer una relación comercial sólida.

Visión

En el año 2025 Representaciones Gallo-Porras será una de las cinco grandes importadoras y comercializadora de repuestos automotrices de carga pesada del centro del país, en base a la comunicación efectiva con los clientes que permita generar el mejor canal de comunicación de sus necesidades y expectativas; logrando así consolidar su liderazgo en el mercado.

Valores institucionales

Responsabilidad

Representaciones Gallo-Porras siempre velará por el cumplimiento con los compromisos adquiridos con sus clientes internos y externos. Esto permitirá a la empresa lograr confiabilidad en el mercado.

Ética

Representaciones Gallo-Porras comprometido a fortalecer su crecimiento empresarial ha construido todas sus políticas en base a fuertes principios ideológicos de honradez, honestidad y compromiso. Esto con la finalidad de cumplir códigos que no perjudiquen ni a sus clientes ni a la empresa.

Honestidad

Representaciones Gallo Porras ha fomentado como uno de sus principales valores la honestidad de cada uno de sus colaboradores, esto con la finalidad de fortalecer siempre la verdad y honradez que permita establecer un alto nivel de confianza por parte de los clientes externos e internos.

Liderazgo

Representaciones Gallo-Porras trabaja arduamente día a día para caracterizarse por ser una empresa pionera en procesos de comercialización y atención al cliente. Esto permitirá a la empresa consolidar el trabajo permanente en busca del mejoramiento continuo para lograr los objetivos planificados.

Aspectos legales

Representaciones Gallo-Porras es una organización constituida bajo la figura de persona natural del régimen de microempresas, por lo que es controlada por el Servicio de Rentas Internas (SRI). La empresa se encuentra bajo la responsabilidad legal del Lic. Fausto Rafael Gallo Zurita quien es su Gerente General y la Ing. Miriam Tamayo registrado como su contadora general.

Estructura orgánica

Gerente General: es el responsable administrativo y legal de Representaciones Gallo-Porras. Su primera función es vigilar el correcto funcionamiento de toda la empresa a través del cumplimiento de todas las políticas de la organización. Además, es el responsable de dirigir el consejo de dirección que lo compone él en conjunto con los jefes departamentales y la contadora de la empresa. Es la persona responsable de la toma de decisiones en base a los informes entregados en el consejo de dirección para establecer la planificación estratégica de la empresa.

Contadora: su función principal es levantar la información contable necesaria para la realización de los estados financieros de la empresa. Además, se encarga de realizar los cálculos y análisis de los indicadores financieros de la empresa con la finalidad de evaluar la gestión y el cumplimiento de los objetivos de cada uno de los departamentos de la empresa. Vigilar y controlar el comportamiento de las cuentas por cobrar, cuentas por pagar, control de facturación y verificación de inventarios. Todo esto con el objetivo de realizar informes para ser presentados al gerente y al consejo de dirección.

Jefe de ventas: es el colaborador encargada de organizar las rutas de ventas de los vendedores externos y de asignar los clientes de los vendedores internos. Controlar permanentemente la cartera de la empresa. Vigilar la correcta facturación y evitar el sobreendeudamiento de un cliente. Realizar informes semanales de su gestión realizada para ser presentados al Gerente General y al consejo de dirección.

Jefe de compras: es el colaborador responsable del control del stock necesario en bodega de los repuestos automotrices para cumplir con la demanda de la empresa. Además, de buscar los mejores proveedores para la empresa, gestionar las cuotas de compra, negociar promociones y períodos de pago. Realizar informes de su gestión para ser presentados al Gerente y al consejo de dirección.

Vendedores externos: son los colaboradores encargadas de salir a las rutas dispuestas por el jefe de ventas para negociar con potenciales nuevos clientes principalmente cooperativas de transporte pesado, talleres automotrices de carga pesada y minoristas. Tomar los pedidos y realizar las gestiones de cobranza de los clientes asignados.

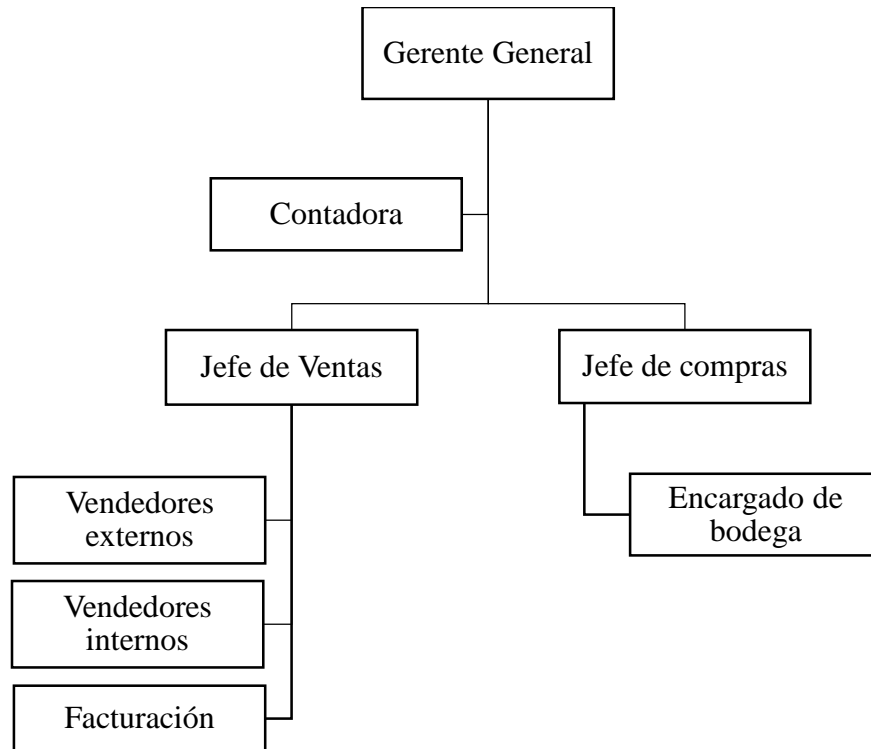
Vendedores internos: son los colaboradores encargados de realizar las ventas en el local, además de realizar las gestiones de venta por vía telefónica con los clientes asignados por parte del jefe de ventas.

Facturación: es el colaborador encargado de facturar los pedidos de los vendedores externos e internos, con especial cuidado de las ventas a crédito, ya que esta prohibida la sobrefacturación sin autorización y totalmente restringida la facturación en caso de existir una deuda vencida.

Encargado de bodega: es el colaborador encargado de controlar las entradas y salidas de la mercadería de la bodega. Además, verificar el correcto estado de los productos que se recibe y se entrega en bodega. Debe realizar informes detallados de los movimientos del inventario, señalando los productos con bajo stock para que tome las medidas necesarias el jefe de compras.

A continuación, se presenta de forma gráfica el organigrama de Representaciones Gallo-Porras.

Gráfico 1: Organigrama de Representaciones Gallo-Porras



Elaborado por: Acosta, F. (2021)

Fuente: Representaciones Gallo-Porras

1.1.2. Descripción del entorno

Representaciones Gallo-Porras nació debido a la necesidad de cubrir un nicho de mercado vacante dentro de la ciudad de Ambato referente a la comercialización de repuestos automotrices de camiones de carga pesada. La empresa decide ser ubicada en sus inicios en la Av. Los Andes y Av. El Rey, debido a que este sector se ha caracterizado por ser la sede de distintas empresas dedicadas a la venta de toda clase de repuestos automotrices. Con el paso del tiempo la empresa comenzó a extender su cartera de clientes en toda la ciudad de Ambato e inició la comercialización de los productos de la empresa en la ciudad de Riobamba y Latacunga.

Representaciones Gallo-Porras presenta las siguientes estadísticas referentes a ventas anuales y clientes promedios mensuales por cada una de las ciudades en las que se comercializa los repuestos automotrices de carga pesada por parte de la empresa.

Tabla 1. Ventas en Ambato de Representaciones Gallo-Porras

Ambato			
Año	Nº Clientes	Ventas anuales	%Variación
2016	71	24471,65	-
2017	74	25705,51	0,05
2018	77	26776,57	0,04
2019	85	29834,27	0,11
2020	73	25695,12	-0,14
2021-06	78	14349,11	0,12

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Fuente: Representaciones Gallo-Porras

Al revisar las ventas realizadas por la empresa Representaciones Gallo-Porras en la ciudad de Ambato, se observa que desde el año 2016 se ha registrado un crecimiento en sus ventas anuales constante; siendo el año 2019 con el registro de mayor aumento con el 11%. En el año 2020 debido a la emergencia sanitaria se produce una reducción de las ventas del 14%, siendo marzo, abril y mayo los meses de mayor afectación para los ingresos de la empresa. Sin embargo, en el primer semestre del año 2021 se registra una recuperación de las ventas del 12% respecto al período anterior. Esta recuperación se debe principalmente a la acertada implementación de un sistema de atención al cliente.

Tabla 2. Ventas en Riobamba de Representaciones Gallo-Porras

Riobamba			
Año	Nº Clientes	Ventas anuales	%Variación
2016	69	23769,94	-
2017	72	24708,88	0,04
2018	75	25900,29	0,05
2019	80	27320,99	0,05
2020	70	23965,78	-0,12
2021-06	77	13470,66	0,12

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Fuente: Representaciones Gallo-Porras

Representaciones Gallo-Porras desde el año 2016 obtiene crecimientos constantes en sus ventas anuales en la ciudad de Riobamba. El incremento de las ventas a clientes de la ciudad de Riobamba hasta el año 2019 fue del 5%. En el 2020 debido a la crisis sanitaria a causa del Covid-19 las ventas en la ciudad de Riobamba disminuyen en

12%. Sin embargo, en el primer semestre del año 2021 se registra una recuperación de las ventas en clientes de Riobamba con un aumento del 12% con respecto al mismo período del año anterior.

Tabla 3. Ventas en Latacunga de Representaciones Gallo-Porrás

Latacunga			
Año	Nº Clientes	Ventas anuales	%Variación
2016	56	19139,84	-
2017	58	19752,16	0,03
2018	60	20532,39	0,04
2019	62	21522,421	0,05
2020	57	19745,34	-0,08
2021-06	60	11244,77	0,14

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Fuente: Representaciones Gallo-Porrás

Representaciones Gallo-Porrás registra el menor volumen de ventas en la ciudad de Latacunga. Sin embargo, es importante señalar que se produce un incremento constante del 4% en las ventas en esta ciudad hasta el año 2019. En el año 2020 como consecuencia de la crisis sanitaria del Covid-19 se produce una reducción de las ventas en esta ciudad del 8%. Es importante señalar que en el primer semestre del 2021 se produce un incremento de las ventas en Latacunga del 14% con respecto al mismo periodo del año anterior.

A continuación, se realiza un análisis general de la empresa

Tabla 4. Ventas totales de Representaciones Gallo-Porrás

Total			
Año	Nº Clientes	Ventas anuales	%Variación
2016	196	67381,43	-
2017	204	70166,55	0,04
2018	212	73209,25	0,04
2019	227	78677,68	0,07
2020	200	69406,24	-0,12
2021-06	215	39064,54	0,14

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Fuente: Representaciones Gallo-Porrás

Representaciones Gallo-Porras constantemente ha demostrado un crecimiento sostenido en sus ventas; a excepción del año 2020 que se presentó en Ecuador debido al Covid-19. Sin embargo, en el 2021 se logró recuperar el nivel de ventas debido a las correctas políticas de ampliación de mercado. Las ventas de la empresa se concentran en 37% en la ciudad de Ambato, 34% en Riobamba y el 29% en Latacunga.

Con la estadística general de la empresa se observa que existe un gran número de ventas que se concentra en la zona sur de la ciudad de Ambato. Debido a esto y el gran porcentaje de ventas en la ciudad de Riobamba es necesario la planificación de una sucursal en la zona sur de la ciudad de Ambato que se encuentre ubicado estratégicamente para ampliar la cartera de clientes, facilitar la distribución hacia Riobamba y facilitar el proceso de compra a clientes que se les complica el acceso a la matriz. La empresa cuenta con un terreno en la zona del Terminal Sur de Ambato, sitio propicio para esta actividad económica debido a la poca competencia existente en la zona y el alto nivel de transurrencia de camiones, buses y automotores de carga pesada.

1.1.3. Justificación

Todas las empresas sin importar su actividad económica atraviesan a lo largo de su vida distintas etapas de crecimiento, estabilidad y recesión. Las estrategias que adoptan las organizaciones para cada una de las fases mencionadas, permite determinar la supervivencia a largo plazo de la empresa o su desaparición del mercado en el que interviene. Toda organización económica en primera instancia atraviesa la etapa de nacimiento, esta se caracteriza generalmente por un alto nivel de incertidumbre de éxito debido a la modalidad de prueba y error. Además, en esta etapa la gran mayoría de nuevas empresas no destinan recursos para la investigación en torno a su giro de negocio. Una vez que se ha superado exitosamente la etapa inicial de la empresa, se procede a la fase de crecimiento empresarial. Esta se caracteriza por el fortalecimiento y madurez de la empresa; se consolida la marca dentro del mercado, existe una cartera de clientes establecida, se establecen las distintas políticas para el correcto funcionamiento de la empresa, comienza la apertura de nuevas rutas de mercadeo, se

incorpora valor agregado al servicio entregado a los clientes, se conoce el comportamiento del mercado y se consolida confiabilidad en los clientes y proveedores. La etapa de crecimiento es muy importante analizarla con cuidado, debido a que cualquier decisión errónea tomada por parte de los directivos de la empresa puede ocasionar una crisis que comprometa seriamente el presente y el futuro de la empresa. Otra etapa importante para las empresas es la de estabilidad, en esta la organización debe ser estratégica en la planificación de sus objetivos, debido a que en esta etapa la empresa forma sus planes de contingencia en caso de que se presente una crisis o una oportunidad.

Representaciones Gallo-Porras se encuentra actualmente en una etapa de recuperación, esto debido principalmente a las correctas estrategias aplicadas en momentos de crecimiento y de estabilidad empresarial, que le permitieron afrontar adecuadamente la crisis a causa del Covid-19. Lo que le ha permitido en el 2021 recuperar sus niveles de ventas. Además, planificar la apertura de una sucursal para brindar un mejor servicio a los clientes, aprovechar la oportunidad generada por el cierre de varias empresas de repuestos automotrices, el crecimiento hacia el sur de Ambato y la apertura del Terminal Sur de la ciudad.

Debido a esto es necesario para Representaciones Gallo-Porras la realización de un estudio que permita determinar los beneficios y los costos de la apertura de una nueva sucursal. Así también, analizar y determinar el nivel de crecimiento para la empresa principalmente en la zona sur de Ambato y en la provincia de Chimborazo al disponer de un lugar más amplio y cercano a esta provincia que permite fortalecer la fuerza de ventas en esta provincia.

1.1.4. Objetivos

Objetivo general

Realizar un estudio para la determinación de la factibilidad de la apertura de una agencia sucursal de la empresa Representaciones Gallo-Porras en la ciudad de Ambato.

Objetivos específicos

- Ejecutar un estudio de mercado adecuado para la apertura de una agencia sucursal de la empresa Representaciones Gallo-Porras en el sector sur de la ciudad de Ambato.
- Realizar un estudio financiero con enfoque de PYMES para la apertura de una agencia sucursal de la empresa Representaciones Gallo-Porras en el sector sur de la ciudad de Ambato.
- Elaborar un estudio de los requisitos legales para la apertura de una agencia sucursal de la empresa Representaciones Gallo-Porras en el sector sur de la ciudad de Ambato.

1.2. Revisión de la literatura

1.2.1. Antecedentes investigativos

Según Herrera & Lazo (2014), en su investigación enfocada hacia el incremento de productividad en la empresa “Fashion Jeans” mencionan que existe una determinada cantidad de habitantes insatisfechos en la ciudad de Cuenca por el hecho de no poseer de una alta gama de productos con diversos colores, tipos y tallas que satisfagan sus respectivas necesidades, es por ello que el estudio tiene como objeto implementar un análisis financiero que sirva de apoyo a la ampliación de productividad en la fabricación de los bienes, por ello es de gran necesidad conocer qué tipo de moda juvenil es la que más llama la atención a los clientes ya que a lo largo del tiempo se puede observar como dicha moda va cambiando de acuerdo a las respectivas necesidades que poseen los habitantes, lo que conlleva a tener la idea de incrementar su comercialización y productividad en la empresa Fashion Jeans de la ciudad de Cuenca, llegando a la conclusión que es de vital importancia conocer el proceso de fabricación ya que realizarse con recursos de calidad y una mano de obra calificada el resultado sería altamente positivo y que el estudio es completamente viable de acuerdo

a los criterios financieros obtenidos por el estudio de mercado y consigo posibilitando que la empresa pueda incrementar su producción sin ningún problema.

De acuerdo a una investigación elaborada por Latorre (2014), señala que la empresa Distribuciones José Luis Civera S. A que se encuentra ubicada en La Población se enfoca a la comercialización de bebidas alcohólicas y refrescos de diversas marcas y sabores hacia diferentes puntos de venta y tiene como objetivo implementar una alta línea de producción en su lista de distribución, es por ello que se optó por saber si la idea de implementar plan empresarial que ayude a incrementar dicha línea y que sea factible o simplemente no posea de viabilidad suficiente, ya que durante cinco años la empresa ha experimentado una tendencia negativa en relación a sus ventas debido a la crisis que atraviesa el país y más que todo por el hecho de que los habitantes desean obtener un nivel de vida más sano, obteniendo como resultado que la empresa puede incorporar una nueva línea de bebida pero debe tener presente que tiene que ser perseverante y trabajar en contra de un gran mercado que mientras pase el tiempo sus exigencias también lo harán, a más de que tiene que adquirir mayor publicidad ya sea por internet, radio o televisión de sus respectivos productos que ayude a conseguir una gran cantidad de clientes, y de esta forma la empresa podría sobrevivir a los tipos de cambios que se desea implementar.

En la investigación de Cortés y Ocampo (2015), explican que la necesidad y la oportunidad son motivos básicos que se requiere para poder establecer una empresa, es por ello que su estudio tiene como propósito crear una sucursal de la empresa de servicios temporales (TOLIATIVOS) localizado en Bogotá y dedicada a cubrir las necesidades laborales de en período de tiempo determinado, a continuación se realizó diversos estudios tanto descriptivos como explicativos para proseguir a escoger el que sea más factible de elaborar, finalmente se obtuvo como resultado que la creación de dicha sucursal se la puede realizar sin ningún problema ya que posee de una estabilidad financiera moderada además de contar con los recursos necesarios.

Una investigación realizada por Parra & Vizúete (2018), correspondiente a un estudio de factibilidad que tiene como fin; engrandecer la fábrica de procesamiento de la empresa VISET ubicada en Riobamba dedicada al comercio y fabricación de vidrio

templado y de esta forma pueda percibir mayores ingresos económicos y por ende un incremento en relación a su producción, es por ello que se procedió a estudiar los factores de gran relevancia como el tipo de bien que producen, cantidad de mano de obra y maquinaria que sean de apoyo para mejorar los métodos de fabricación de dicha empresa y proponer un estudio de mercado innovador, de tal manera se pudo concluir que en relación a la contratación del personal no poseen un adecuado proceso de selección, mientras que por otra parte se pudo determinar que la calidad de su producto es muy buena en relación a otras fábricas y es por ello que se pudo manifestar que la empresa es completamente factible para ejecutar el estudio de mercado propuesto por los investigadores y consigo pueda incrementar su productividad.

Fundamentos teóricos

Sectores de la economía

Sector primario

En la antigüedad el sector primario era conocido como una actividad que se debía realizar como prioridad para transformarlo en alimento un gran ejemplo es la recolección de los frutos, agricultura y ganadería. Dicho así el sector primario se refiere al conjunto de actividades económicas que tienen como finalidad exprimir la gran cantidad de recursos ambientales o naturales con el propósito de poder intercambiarlos por materia prima y enviarlos hacia el sector secundario, cabe mencionar que dicho sector es sumamente importante ya que su función principal es distribuir los suministros hacia la población (Gaytán Alfaro & Ramos Mallarino, 2016).

Sector secundario

Para Edvinsson & Malome (2000), el sector secundario o también denominado agropecuaria tiene como fin transformar los recursos naturales obtenidos del sector primario a materia prima con el propósito de enviarlas al proceso productivo que sirvan como base en la elaboraciones de bienes finales que se encarguen de satisfacer las

necesidades de la sociedad, en este tipo de sector se incorpora la pesca, ganadería y agricultura, cabe mencionar que posee de dos subsectores como:

Industrial extractivo: Se refiere a los sectores dedicados a la minería y petrolífera

Industrial de transformación: Se dirige hacia el proceso de fabricación de un producto como puede ser el envasado, embotellamiento.

Sector terciario

El sector terciario apareció en el siglo XX siendo constituido como aquellos servicios que se caracterizan por realizar diversas actividades como: Transporte, administración financiera, sanidad, comercio y comunicación de la productividad, es por ello que dicho sector clasifica todo tipo de actividades mencionadas anteriormente y de esta forma incrementar el bienestar de los clientes satisfaciendo sus necesidades, sin embargo para que dicho bien pueda ser entregado al consumidor será necesario acudir a servicios complementarios como el de poseer un adecuado sistema financiero, legal y de recursos humanos (Torres Rivas, 2006).

Actividad económica

Según Labega (1995), la actividad económica es considerada como el conjunto de operaciones que se debe realizar para la fabricación de un determinado producto con el objetivo de ofertarlo a los consumidores y obtener un ingreso económico por dicho bien, a más de que se dividen en tres fases como la producción, distribución y el consumo del mismo a cambio de un bien monetario, cabe mencionar que dentro de la actividad económica se ejecutan tres agentes económicos como:

Familia: se encargan de contribuir en la elaboración de los productos

Empresa: tiene la función de manejar la producción industrial.

Estado o gobierno: generará producción de sector público y consiga proporcionando empleo para sus habitantes

Comercio

El comercio es una actividad económica perteneciente al sector terciario de la economía. En la época neolítica el comercio era denominado como el trueque ya que al descubrir la agricultura iniciaron con el intercambio de un producto por otro que posea rasgos diferentes pero que tenga el mismo valor con el fin de satisfacer diversas necesidades, en la actualidad el comercio se identifica como una actividad económica que tiene como fin comprar o vender un bien o servicio ya sea para su uso personal, venta o transformación del mismo (SCIANTO, 2002).

El comercio se clasifica en dos ejes fundamentales como

Comercio al por mayor

- Manejan el sistema mediante una oficina de ventas
- No exhiben sus productos en
- Consiguen clientes mediante otros medios como: celular, internet, ferias de emprendimiento, publicidad, etc.
- Ofertan sus bienes en grandes cantidades

Comercio al por menor

- La ubicación y diseño del local es de suma importancia
- Exhiben completamente toda la mercancía que poseen
- La publicidad es un ente fundamental para dar a conocer de sus productos

Comercialización de repuestos automotrices de carga pesada

La comercialización de repuestos automotrices de carga pesada se refiere a la compra y venta de una gran gama de marcas y tipos de repuestos con el fin de poder distribuirlos a diferentes compradores con el propósito de recibir a cambio un ingreso monetario. Los repuestos que se comercializan están enfocados a los distintos automotores de carga pesada que son los siguientes: camiones, buses, volquetas, maquinaria pesada y cabezales.

Proyectos de inversión

El proyecto de inversión según Andina (2010), es conocido como una forma intermediaria de apoyo o sustento para solucionar problemas que poseen diversos medios y conseguir un cambio significativo, sus principales características son que interceden durante un período determinado, interceden en una área geográfica y su tiempo de intervención no debe ser muy largo.

Estudio de factibilidad

Según Chavez (2001), es conocido como el estudio analítico de una o varias empresas con el propósito de determinar si el negocio puede generar ganancias significativas o si se puede implementar un incremento en relación a su productividad o activos fijos, el estudio de factibilidad también permite realizar un análisis de estudio en el cual especifique si la creación de una nueva empresa sería viable a futuro, cabe mencionar que posee de varios objetivos como los siguientes:

- Conocer si es factible producir un bien o servicio
- Determinar si el producto puede ser ofertado
- Conocer si la empresa obtendrá algún beneficio económico
- Establecer si se desarrollará el estudio o si examinan otra alternativa que genere un gran beneficio
- Tener presente las coacciones que pueden ocurrir

Estudio de mercado

En palabras de Pesántez (2012), menciona que el estudio de un mercado tiene referencia a la agrupación de antecedentes investigativos para determinar si se procede o no a ofertar un bien o servicio en el mercado, incluyendo a entidades importantes como la competencia, compradores, proveedores y restricciones políticas, sociales y legales.

Estudio legal

El estudio legal explica al análisis de reglas y normas que existen para determinar la viabilidad de una actividad económica en el mercado, ya que existen impedimentos como las patentes, permisos, impuestos y otras normas legales que retrasan el desarrollo de una empresa (Guerrero López & Sntacruz Coneo , 2016).

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1. Descripción de la metodología

La metodología para el proyecto integrador se basó en investigaciones previas realizadas en distintas empresas del Ecuador y Latinoamérica. Estas fueron consideradas altamente confiables debido a su sustento en revistas de catálogo indexadas en Latindex y con procedimientos detalladas en libros académicos referentes a estudios económicos y financieros para empresas.

La información es confiable y veraz ya que fue entregada por la gerencia general y los jefes departamentales de Representaciones Gallo-Porras sin ningún tipo de censura o impedimento. A continuación, se presenta el detalle de cada uno de las operaciones realizadas para el cumplimiento de cada uno de los objetivos específicos del proyecto integrador.

2.1.1. Estudio de mercado

Con la finalidad de desarrollar el primer objetivo específico se procedió a realizar el estudio de mercado que consiste de los siguientes componentes: análisis del consumidor, tamaño y crecimiento del mercado y el análisis de la competencia (Horta Abreu, 2010).

Análisis del consumidor

Para la realización del análisis del consumidor en primera instancia se procede a aplicar una encuesta a los clientes del sur de la ciudad de Ambato y de Riobamba. Se presenta la siguiente información por parte de Representaciones Gallo-Porras:

Sur de Ambato: 47 clientes frecuentes

Riobamba: 77 clientes frecuentes

Esto permite definir un total de 124 clientes encuestados para el respectivo análisis.

La encuesta está basada en la propuesta realizada por Henríquez Fuentes, Rada Llanos, & Uffre (2016).

Tabla 5. Diseño de la encuesta aplicada a clientes

N°	Pregunta	Finalidad
1	¿Cuál es su rango de edad?	Determinar el rango de edad más común dentro de nuestros clientes en la ciudad de Ambato y Riobamba
2	¿Cuál es su sexo?	Determinar el nivel de clientes femeninos y masculinos de la empresa en Ambato y Riobamba
3	Elija el tipo de cliente que es usted	Definir el porcentaje en Ambato y Riobamba de clientes minoristas, talleres, locales de repuestos y asociaciones de transporte pesado
4	¿Cuántos años es cliente de Representaciones Gallo-Porras?	Determinar la fidelidad de los clientes de la empresa en Ambato y Riobamba
5	¿Cuál de nuestras marcas es la que adquiere en mayor cantidad?	Determinar el porcentaje de ventas por marcas realizadas en Ambato y Riobamba
6	¿Por cuál canal de ventas realiza sus compras en representaciones Gallo-Porras?	Conocer la forma de atención que reciben los clientes en la ciudad de Ambato y Riobamba
7	¿Ha visitado el establecimiento de Representaciones Gallo-Porras en la ciudad de Ambato?	Determinar el porcentaje de clientes en la ciudad de Ambato y Riobamba que han visitado la matriz de la empresa
8	¿Ha presentado alguna de las siguientes dificultades al visitar las instalaciones de Representaciones Gallo-Porras?	Definir las principales dificultades presentadas para los clientes en las instalaciones de la empresa
9	En su apreciación ¿Sería beneficioso para usted la apertura de una sucursal de Representaciones Gallo-Porras en el sector del Terminal Sur de Ambato?	Conocer la apreciación de los clientes de Ambato y Riobamba referente a la apertura de una agencia de la empresa
10	En su apreciación ¿Cuál de los siguientes aspectos considera importantes en una agencia de Representaciones Gallo-Porras?	Conocer las necesidades de los clientes de Ambato y Riobamba al visitar una agencia de la empresa

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Una vez que se han aplicado las encuestas a los clientes de Representaciones Gallo-Porras se procede a la tabulación con el objetivo de realizar el análisis gráfico y descriptivo del perfil del consumidor.

Tamaño y crecimiento del mercado

Un aspecto importante dentro del estudio de mercado es determinar el tamaño y crecimiento del mercado. Para lo cual fue necesario extraer los datos del INEC de la ciudad de Ambato y Riobamba referente a los ciudadanos que poseen un automotor de carga pesada. Además, determinar el número de compras promedio de repuestos que realiza un propietario de un automotor de carga pesada. Con la siguiente fórmula se procede a calcular el tamaño del mercado:

$$\text{Tamaño Mer.} = \text{Propi automoto} * \text{número prom compras de repuestos}$$

Este cálculo se lo realizó con información de los últimos 5 años con la finalidad de establecer la proyección del mercado para los próximos 3 años. Para esta proyección se aplica el método de mínimos cuadrados explicado por Terrazas Pastor (2006) quién establece el siguiente procedimiento:

1. Elaborar una tabla con los datos de ventas de repuestos automotrices en el período 2016-2020

Tabla 6. Diseño de la tabla de ventas del mercado automotor de carga pesada

Año	Número promedio de repuestos comprados	Valor promedio de los repuestos comprados
2017	1234	1234
2018	1234	1234
2019	1234	1234
2020	1234	1234
2021	1234	1234

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

2. Realizar los cálculos necesarios para obtener los valores proyectados de los próximos 3 años. Para lo cual se utiliza la siguiente fórmula del método de mínimos cuadrados:

$$y = a + bx$$

Donde:

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N}$$

3. Reemplazar los valores obtenidos en la fórmula de proyección para definir las proyecciones para los 3 próximos años del mercado automotor de carga pesada.

Análisis de la competencia

Una vez que se desarrolló el análisis del consumidor y el tamaño y crecimiento del mercado se procedió a realizar un análisis de las principales importadoras de repuestos automotrices de la ciudad de Ambato que comercializan sus productos en toda la zona centro del Ecuador. Estas empresas según la Superintendencia de Compañías son: Importadora Alvarado, Importadora JARAL y Autorepuestos Universal Importaciones.

Para el análisis de la competencia se extrajeron los estados financieros de los principales competidores y se procedió a realizar un cuadro comparativo de sus ingresos, activos, pasivos y puntos de venta registrados en los últimos 3 años.

Tabla 7. Diseño de la tabla de análisis de la competencia

Año	Cuenta	Importadora Alvarado	Importadora Jaral	Autorepuestos Universal
2018	Ingresos	2567	2567	2567
	Activos	2567	2567	2567
	Pasivos	2567	2567	2567
	Puntos de venta	2567	2567	2567
2019	Ingresos	2567	2567	2567
	Activos	2567	2567	2567
	Pasivos	2567	2567	2567
	Puntos de venta	2567	2567	2567
2020	Ingresos	2567	2567	2567
	n	2567	2567	2567

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

2.1.2. Estudio financiero

Para dar cumplimiento al objetivo específico dos se procedió a realizar los respectivos análisis, cálculos y proyecciones de las cuentas e indicadores que intervienen en el giro de negocio de la empresa Representaciones Gallo-Porras.

Inversiones

Se procedió a determinar las inversiones realizadas para la construcción y adecuación de la nueva agencia de Representaciones Gallo-Porras. Para lo cual se estimó el siguiente modelo de tabla resumen para las inversiones:

Tabla 8. Diseño de la tabla resumen de inversiones

Cantidad	Descripción del artículo	Precio
1	Construcción	5698
2	Adecuación	47895
n	n	n

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Una vez que se ha determinado la inversión necesaria se procedió a identificar la inversión diferida y la inversión propia para la construcción y adecuación de la agencia de Representaciones Gallo-Porras.

Ingresos

En base a las ventas registradas por Representaciones Gallo-Porras y las proyecciones del crecimiento del mercado automotor de carga pesada de las ciudades de Ambato y Riobamba se procedió a proyectar las ventas esperadas en la nueva sucursal de la empresa. Para lo cual se emplea la siguiente fórmula:

$$\text{Ventas} = \text{ventas clientes} + \% \text{ participación del mercado esperado}$$

Esta información se calculará para los tres años próximos proyectados en el apartado anterior.

Costos y gastos

Costos

Una vez que se han determinado los niveles de inversión y se estiman los ingresos para la apertura de la agencia de Representaciones Gallo-Porras, se procedió a realizar los cálculos para el inventario necesario para el nuevo local de la empresa. Para lo cual se presenta la siguiente tabla.

Tabla 9. Diseño de la tabla de costos

Cantidad	Descripción del costo	Valor Unitario	Valor Total
10	Repuesto	569	5690
15	Repuesto	257	3855
11	repuesto	145	1595

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Gastos

Otro de los puntos importantes que se procedió a calcular son los gastos que intervienen en la apertura de la nueva sucursal de Representaciones Gallo-Porras. Los gastos que intervienen son: administrativos, de ventas y adecuaciones.

Tabla 10. Diseño de la tabla de gastos

Cantidad	Descripción del costo	Sueldo mensual ind.	Aportación IESS	Total mensual a desembolsar
1	Administrador	800	98,80	898,80
1	Facturador	400	49,40	449,40
3	Vendedores internos	500	61,75	1685,25
n	n	n	n	n

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Estado de resultados proyectado

Con la finalidad de determinar la utilidad en los próximos años de Representaciones Gallo-Porras en su nueva sucursal se procedió a realizar la proyección de los estados de resultados.

Tabla 11. Diseño del Estado de resultados proyectado

Descripción	2022	2023	2024
INGRESOS OPERACIONALES			
Ventas anteriores			
Ventas proyectadas			
(-) COSTOS Y GASTOS			
Costo de ventas			
Gastos administrativos			
Gastos de ventas			
UTILIDAD ANTES DE UTILIDADES			
15% Trabajadores			
UTILIDAD NETA			

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Flujo de caja proyectado

A continuación, se desarrolló la proyección del flujo de caja que permitió conocer la capacidad de la empresa para saldar sus deudas.

Tabla 12. Diseño del flujo de caja proyectado

Descripción	2021	2022	2023	2024
Ventas anteriores				
Ventas proyectadas				
TOTAL				
Inversión				
Gasto administrativos				
Gasto de ventas				
15% trabajadores				
TOTAL				
SALDO NETO				

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Evaluación financiera

Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

Una vez que se ha culminado de realizar las respectivas proyecciones de la nueva sucursal de la empresa Representaciones Gallo-Porras se procedió a realizar el cálculo del tiempo estimado para la recuperación de la inversión. Para lo cual se estima el indicador PRI.

Tabla 13. Diseño del período de la Recuperación de la Inversión (PRI)

Año	Inversión	Flujo de caja	Flujo de caja acumulado
2021			
2022			
2023			
2024			

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Punto de equilibrio

A continuación, se realizó el cálculo del punto de equilibrio necesario para los tres próximos años. Este punto de equilibrio es importante para determinar el punto de

ventas necesarias para no registrar pérdidas ni ganancias. Se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \left(\frac{\text{Costos variables}}{\text{Ingresos totales}} \right)}$$

Valor actual neto (VAN)

Con la finalidad de identificar el nivel de utilidad o pérdida del proyecto de abrir una nueva sucursal de Representaciones Gallo-Porras se realizó el cálculo del VAN para lo cual se utilizó la siguiente ecuación:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F^t}{(1+k)^t}$$

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Una vez que se determinó el Valor Neto Actual (VAN) se procede a calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR) que permite identificar el porcentaje de utilidad de la inversión realizada para la apertura de una sucursal de Representaciones Gallo-Porras. Se utilizó la siguiente fórmula:

$$TIR = \% inferior + diferencia \% * \left(\frac{VAN inferior}{Diferencia VAN} \right)$$

Relación Beneficio-Costo

Para culminar con el estudio financiero se procedió a calcular la relación Beneficio/Costo que permite identificar si los beneficios son mayores a los costos. Es decir, si el valor del beneficio/costo es mayor a 1 se registra un beneficio sobre los costos. La interpretación de este indicador permite identificar el beneficio por cada

dólar invertido en el proyecto de aperturar una sucursal de Representaciones Gallo-Porras. Para lo cual se utilizó lo siguiente fórmula:

$$RelaciónB/C = \frac{\sum Flujo de caja}{\sum inversión}$$

2.1.3. Estudio legal

Finalmente, se procedió a cumplir con el objetivo específico número tres del proyecto integrador que busca identificar los requisitos legales y tributarios para el funcionamiento sin ningún por menor de la nueva sucursal de Representaciones Gallo-Porras. Para lo cual se indagó en el GAD de Ambato para determinar los permisos necesarios y sus requisitos respectivos para obtener la autorización de funcionamiento por parte de las instituciones del GAD de Ambato. También se acudió a las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI) para obtener los requisitos necesarios para la apertura de una nueva sucursal de la empresa. Además, fue necesario consultar las obligaciones necesarias para cumplir con instituciones públicas como los bomberos y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

CAPÍTULO III

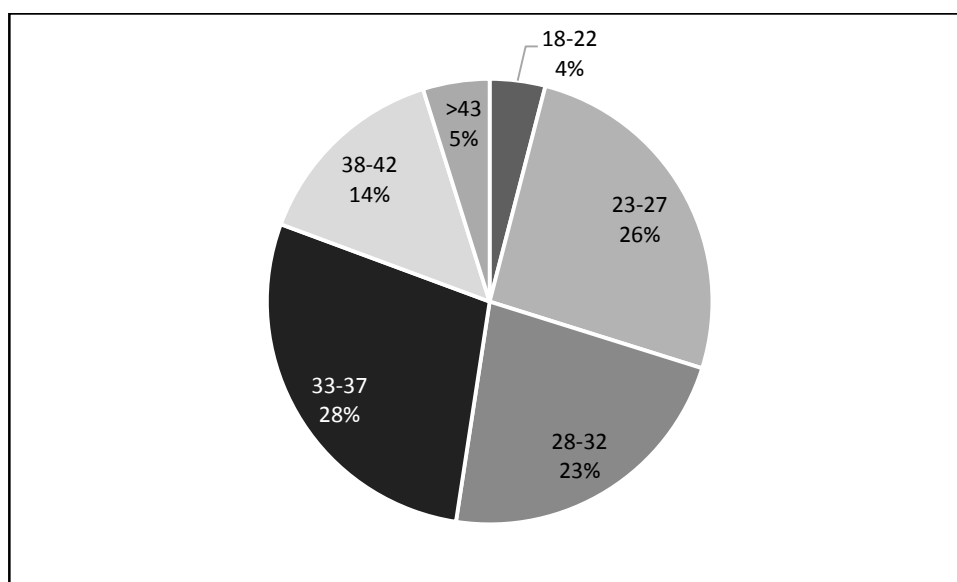
DESARROLLO

3.1. Estudio de mercado

Análisis del consumidor

Al aplicar el instrumento se determinaron 124 personas encuestadas vía telefónica, correo electrónico y visitas en la empresa; se obtuvieron los siguientes resultados:

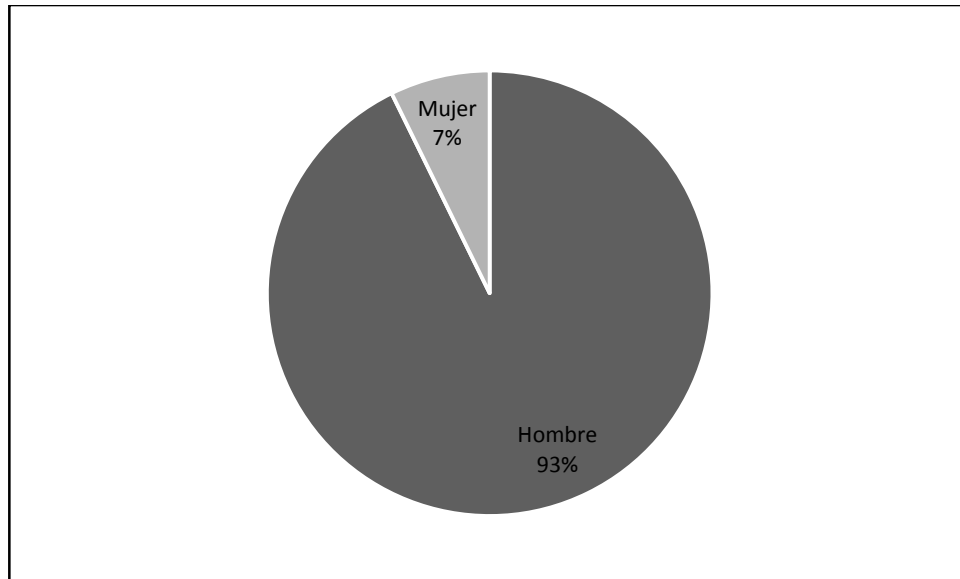
Gráfico 1: Rango de edad de los clientes de Representaciones Gallo-Porras



Elaborado por: Acosta, W. (2021)

La encuesta permite identificar que el grupo mayoritario de los clientes de Representaciones Gallo-Porras de la ciudad de Ambato y Riobamba se concentra en el rango de edad de los 23 y 37 años el 77%. Otro grupo importante para la empresa son los clientes entre los 38 y 42 años con una concentración del 14%. Esto es importante identificar para determinar las mejores opciones de publicidad y promociones de la empresa para conseguir un aumento del número de clientes de la empresa.

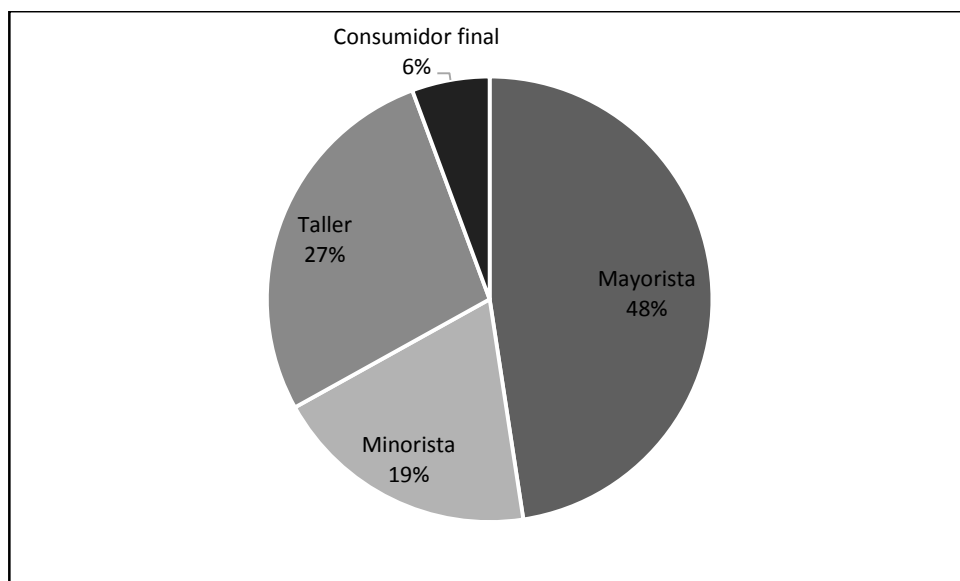
Gráfico 2: Determinación del sexo de los clientes de Representaciones Gallo-Porras



Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Representaciones Gallo-Porras registra el 93% de sus clientes en la ciudad de Riobamba y Ambato en el sexo hombres. Este dato permite identificar que la gran mayoría de clientes es masculino por lo que se debe enfocar las estrategias de mercadeo a este grupo para lograr conseguir mayor número de clientes. Sin embargo, no se puede descuidar al grupo de clientes mujeres que en los últimos años han incrementado su participación en el mundo automotriz.

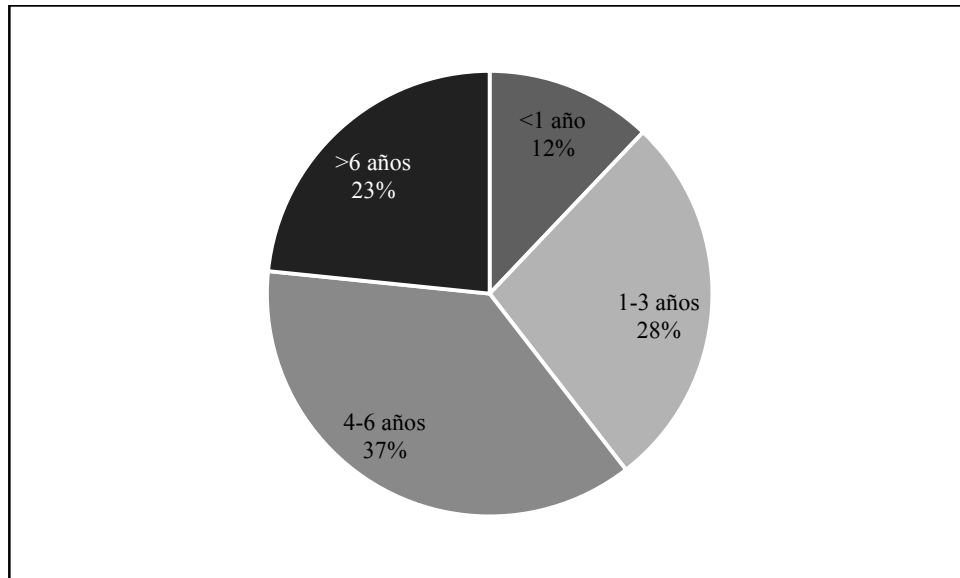
Gráfico 3: Determinación del tipo de clientes de Representaciones Gallo-Porras



Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Al aplicar la encuesta se determina que el 48% de los clientes de Representaciones Gallo-Porras de la ciudad de Ambato y Riobamba corresponden a mayoristas, el 27% a talleres automotrices de camiones y carga pesada el 19% minoristas o locales comerciales pequeños y solo el 6% corresponde a dueños de automotores de carga pesada.

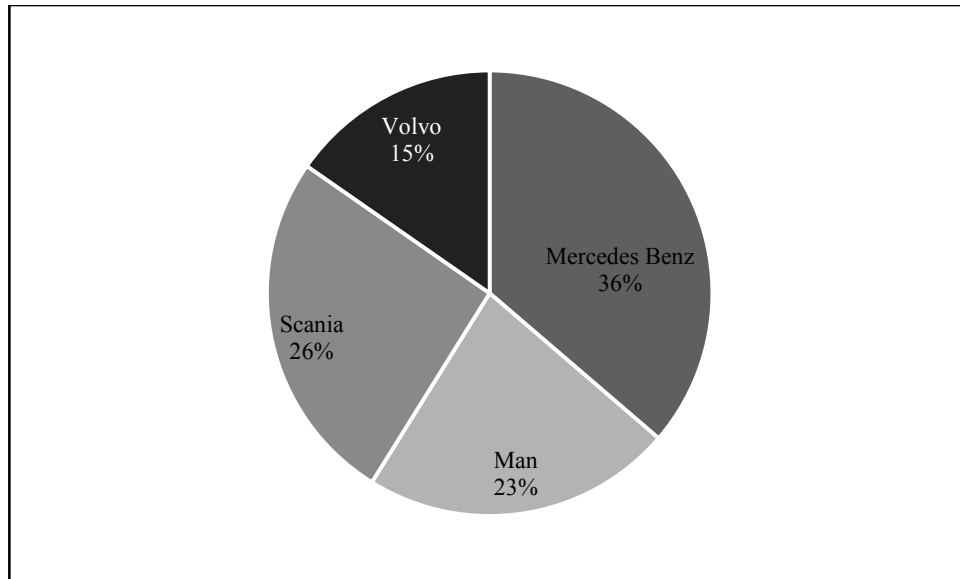
Gráfico 4: Determinación del tiempo de clientes de Representaciones Gallo-Porras



Elaborado por: Acosta, W. (2021)

El instrumento aplicado a los clientes de Ambato y Riobamba de Representaciones Gallo-Porras permite determinar que el 37% son clientes de la empresa entre 4 a 6 años, el 28% entre 1 a 3 años, el 23% más de 6 años y el 12% menos de un año. Esto permite identificar que existe una buena fidelidad por parte de los clientes a la empresa Representaciones Gallo-Porras.

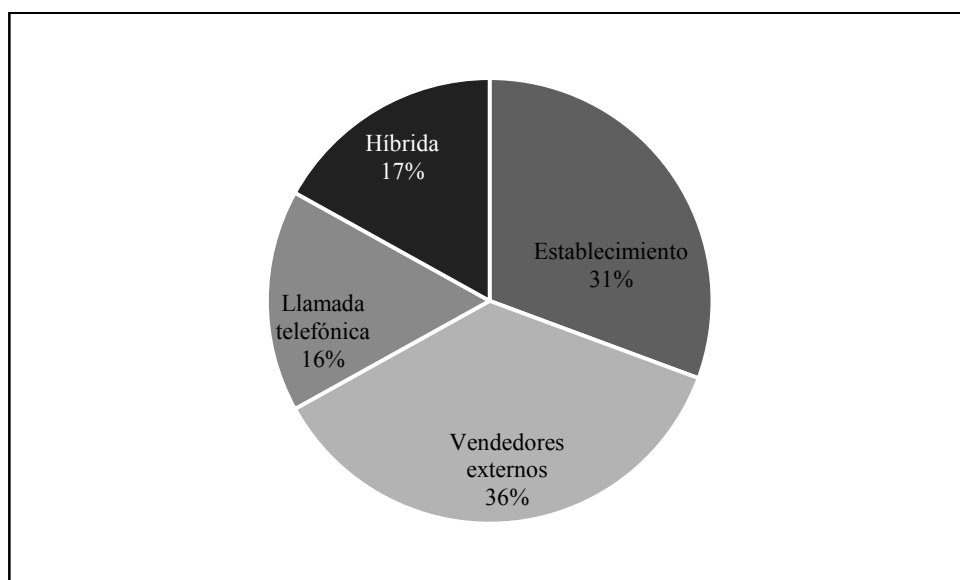
Gráfico 5: Comportamiento de las marcas de Representaciones Gallo-Porras



Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Al aplicar la encuesta se determina que la principal marca vendida por Representaciones Gallo-Porras es Mercedes Benz con el 36% del total de ventas, el 26% corresponde a Scania, el 23% a la marca Man y el 15% a Volvo. Esta información es importante para la construcción de inventario necesario para la empresa.

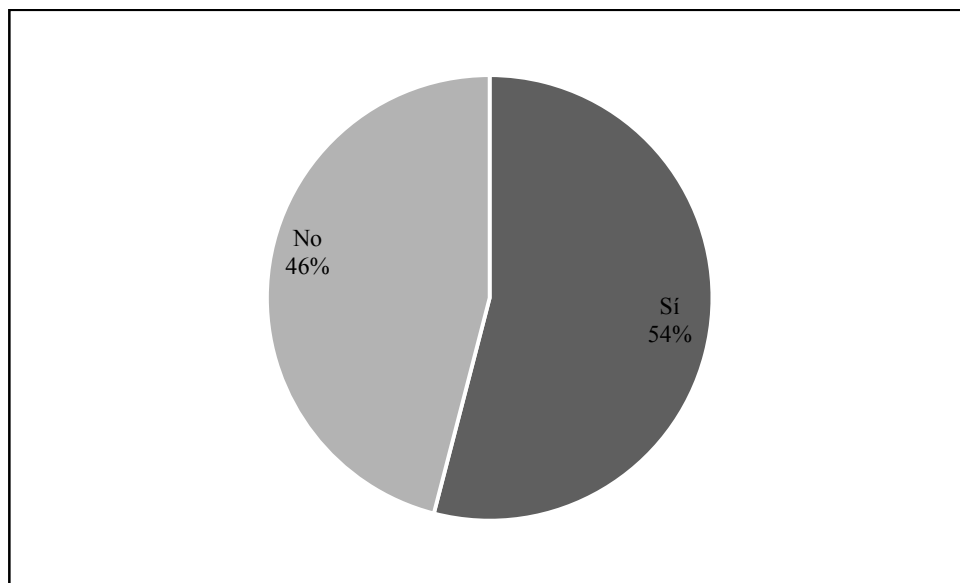
Gráfico 6: Canales de venta de Representaciones Gallo-Porras



Elaborado por: Acosta, W. (2021)

La encuesta permite identificar que el 36% de las ventas se concentra en los vendedores externos, el 31% en el establecimiento de la empresa, el 16% por llamada telefónica y el 17% lo realiza de forma híbrida (establecimiento y visita o llamada telefónica). Esto es importante para identificar las preferencias de los clientes al momento de realizar un pedido a la empresa y la agilidad en la atención al cliente para mantener su cuenta abierta.

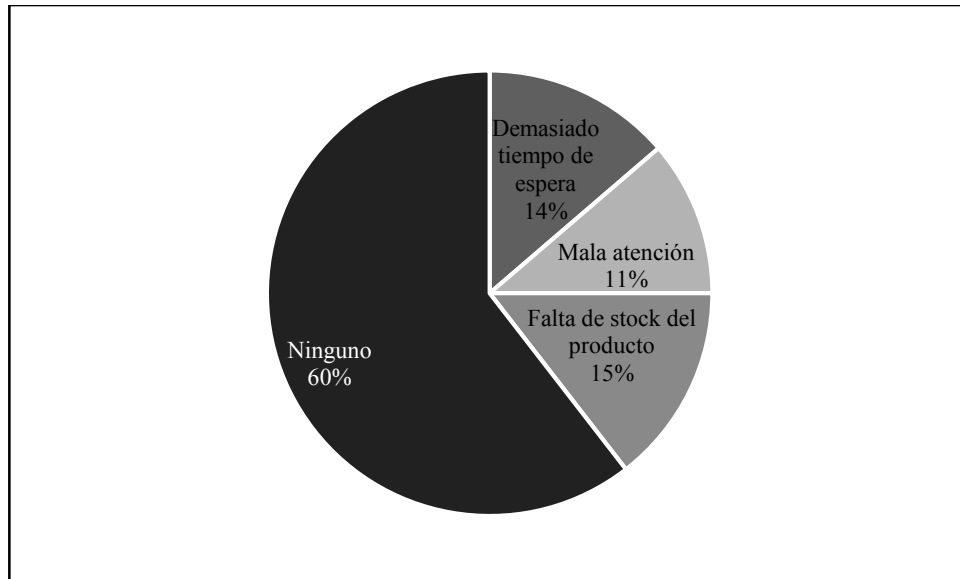
Gráfico 7: Visita al local de Representaciones Gallo-Porras



Elaborado por: Acosta, W. (2021)

La encuesta permite identificar que el 54% de los clientes de Riobamba y Ambato han visitado las instalaciones de Representaciones Gallo-Porras. Esto es importante ya que se observa que para un gran número de clientes es importante asistir a las instalaciones de la empresa a realizar compras o solicitar atención al cliente.

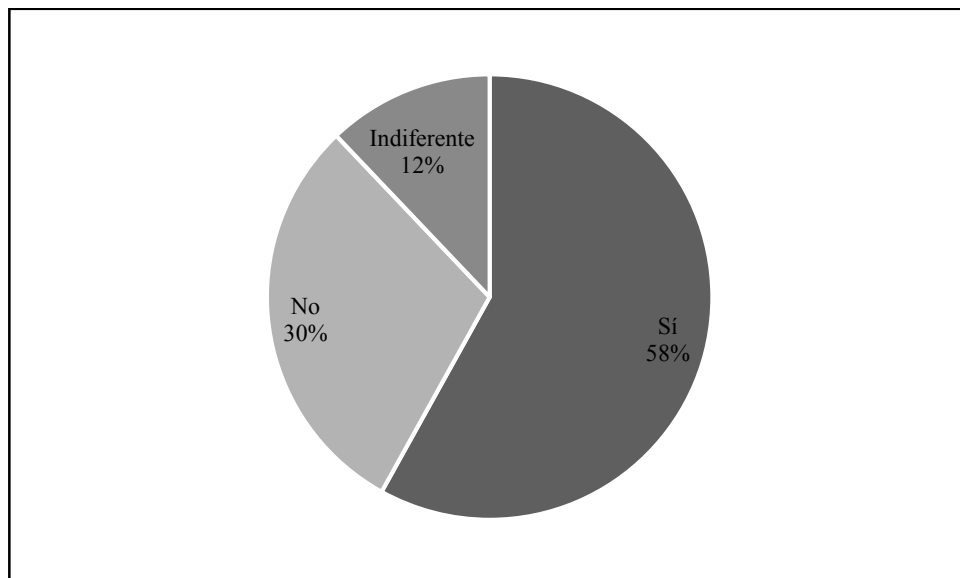
Gráfico 8: Dificultades al visitar las instalaciones de Representaciones Gallo-Porras



Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Al tabular las encuestas se puede determinar que si bien el 60% de los clientes de Riobamba y Ambato no presentaron ningún inconveniente al visitar las instalaciones de la empresa. Sin embargo, el 40% presentó problemas de demasiado tiempo de espera, mala atención o no existía el producto requerido por el cliente.

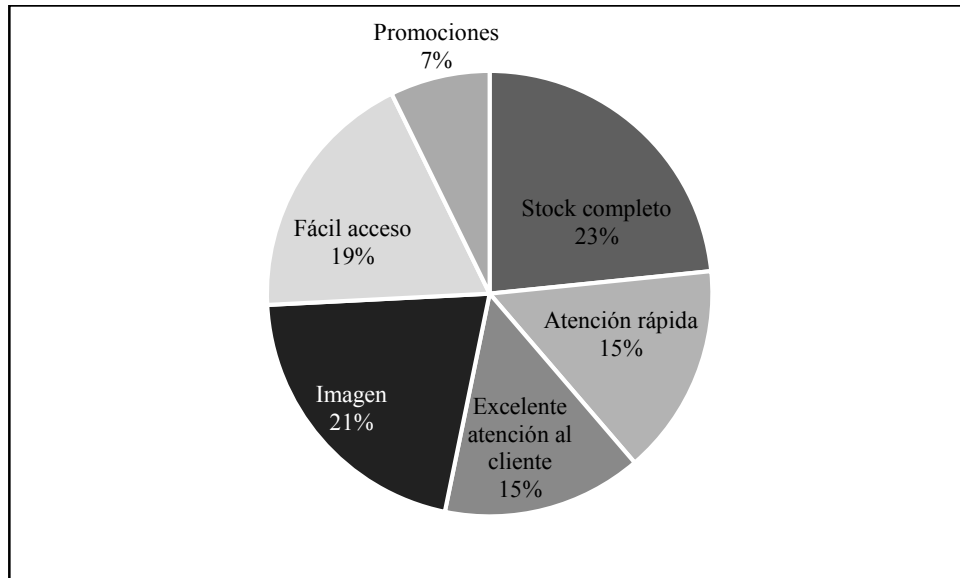
Gráfico 9: Percepción de los clientes a la apertura de una sucursal de Representaciones Gallo-Porras



Elaborado por: Acosta, W. (2021)

La encuesta permite identificar que en la apreciación del 58% de los clientes de Representaciones Gallo-Porras de la ciudad de Riobamba y Ambato sería beneficiario para ellos y la empresa la apertura de una sucursal en el sector del Terminal Sur en Ambato, para el 30% no sería beneficiario y para el 12% es indiferente.

Gráfico 10: Requerimientos de los clientes para una sucursal de Representaciones Gallo-Porras



Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Al encuestar a los clientes de Riobamba y Ambato de Representaciones Gallo-Porras se observa que para el 23% el principal requerimiento para una sucursal de la empresa es contar con el stock completo, para el 21% la imagen de la sucursal, para el 19% el acceso y facilidad de parqueadero, para el 15% la excelencia en la atención al cliente, de igual forma para el 15% es necesario la rapidez en la atención y para el 7% las promociones en el establecimiento.

Tamaño y crecimiento del mercado

A continuación, se procede a realizar el cálculo de los repuestos automotrices de carga pesada comercializados en la ciudad de Ambato y Riobamba.

$$Tamaño\ Mer. = Propi\ automoto * número\ prom\ compras\ de\ repuestos$$

Para establecer el número promedio de repuestos comprados se realiza bajo la siguiente ficha técnica de un automotor de carga pesada en un año y el valor promedio con los precios registrados por la empresa Representaciones Gallo-Porras.

Tabla 14. Repuestos anuales utilizados por un automotor de carga pesada

Kilometraje	Repuestos a cambiarse
5.000 Km	Filtro de aceite
10.000 Km	Filtro de aceite y filtro de combustible
20.000 Km	Filtro de aceite, filtro de aire, zapatas de freno y refrigerantes
30.000 Km	Filtro de aceite, bujías, aceite en caja de cambios y aceite diferencial
50.000 Km	Aceite dirección hidráulica, aceite de diferencias y de caja de cambios, banda, embrague y filtro de aire

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Fuente: Revista Transporte

Se prosigue a aobtener los datos entregados por el informe INEC Transporte para las provincias de Tungurahua y Chimborazo.

Tabla 15. Estadísticas mercado automotor de carga pesada de Tungurahua

Año	Número de automotores de carga pesada	Número promedio de repuestos comprados	Valor promedio de los repuestos comprados	Valor total del mercado
2016	4.417	13	1.660	7'332.220
2017	4.806	13	1.694	8'141.364
2018	5.164	13	1.729	8'928.556
2019	4.967	13	1.764	8'761.788
2020	4.743	13	1.800	8'537.400

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Fuente: INEC (2020)

Tabla 16. Estadísticas mercado automotor de carga pesada de Chimborazo

Año	Número de automotores de carga pesada	Número promedio de repuestos comprados	Valor promedio de los repuestos comprados	Valor total del mercado
2016	3.048	13	1.660	5'059.680
2017	3.316	13	1.694	5'617.304
2018	3.563	13	1.729	6'160.427
2019	3.427	13	1.764	6'045.228
2020	3.273	13	1.800	5'891.400

Fuente: INEC (2020)

Una vez que se han calculado los valores del tamaño de mercado en el período 2016-2020 se procede a realizar la proyección para los próximos 3 años para los mercados de Tungurahua y Chimborazo.

Tabla 17. Proyección del mercado de Tungurahua

Año	Número de automotores de carga pesada	Valor promedio de los repuestos comprados	Valor total del mercado
2021	5.063	1.854	9'386.802
2022	5.145	1.910	9'826.950
2023	5.226	1.967	10'279.542

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Tabla 18. Proyección del mercado de Chimborazo

Año	Número de automotores de carga pesada	Valor promedio de los repuestos comprados	Valor total del mercado
2021	3.494	1.854	6'477.876
2022	3.550	1.910	6'780.500
2023	3.606	1.967	7'093.002

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Al haber realizado las proyecciones para el mercado de las provincias de Tungurahua y de Chimborazo que concentran su mayor cantidad de automotores en las capitales de las provincias mencionadas. Se observa que existe un mercado muy dinámico que se puede aprovechar por Representaciones Gallo-Porras al significar un mercado entre las dos provincias de USD 17 millones de dólares.

Análisis de la competencia

A continuación, se procede a realizar el análisis de los principales competidores en la ciudad de Ambato y Riobamba de Representaciones Gallo-Porras para medir su captación de mercado.

Tabla 19. Análisis de la competencia de Representaciones Gallo-Porras

Año	Cuenta	Importadora Alvarado	Autorepuestos Universal	Importadora Jaral
2018	Ingresos	30'102.285	2'788482	1'888.290
	Activos	22'846.810	2'438.968	858.838
	Pasivos	10'910.254	2'247.095	327.478
	Puntos de venta	2	3	2
2019	Ingresos	30'345.752	5'626.799	1'931.715
	Activos	21'746.505	3'753.441	1'076.972
	Pasivos	9'619.822	3'418.390	522.106
	Puntos de venta	2	3	2
2020	Ingresos	22'902.726	4'743.172	1'249.030
	Activos	20'755.482	3'901.538	834.415
	Pasivos	8'019.382	3'504.051	356.926
	Puntos de venta	2	3	2

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

El análisis de la competencia nos permite evidenciar que Importadora Alvarado es la empresa más grande del centro del país y una de las principales empresas en la actividad de comercialización de repuestos automotrices de carga pesada del Ecuador. Abarca todo el territorio nacional y registra dos puntos de venta, uno en Ambato y otro en Duran. La empresa registra en el año 2020 una reducción en sus ventas de USD 8 millones de dólares debido a la crisis sanitaria a causa del Covid-19. Sin embargo, la empresa logró superar la crisis debido a la reducción de sus activos y pasivos para salvaguardar el patrimonio.

El segundo competidor importante en la zona centro del país es Autorepuestos Universal Importaciones. Esta empresa centra sus ventas en la zona centro del Ecuador y en la provincia de Pichincha, debido a esto registra un punto de venta y las oficinas de importaciones en Ambato y dos puntos de venta en Quito. A diferencia de Importadora Alvarado, esta empresa desde el 2018 registra ingresos significativos, sin embargo, en términos de Activos y Pasivos registra menor diferencia lo que se traduce en menor capacidad financiera para enfrentar sus obligaciones.

Finalmente, el tercer competidor importante para Representaciones Gallo-Porras es Importadora JARAL que centra sus ventas en la zona centro del Ecuador. Registra dos puntos de venta en la ciudad de Ambato con un crecimiento de sus ventas en el 2018

y 2019 que se vieron reducidas en el año 2020. Sin embargo, es importante señalar el correcto manejo económico al registrar activos superiores en más del 50% con respecto a los pasivos, lo que le permitió resistir la grave crisis económica a causa de la pandemia del Covid-19.

3.2. Estudio financiero

Inversiones

La primera instancia del estudio financiero consiste en determinar las cuentas para la construcción y adecuación de la sucursal de Representaciones Gallo-Porras.

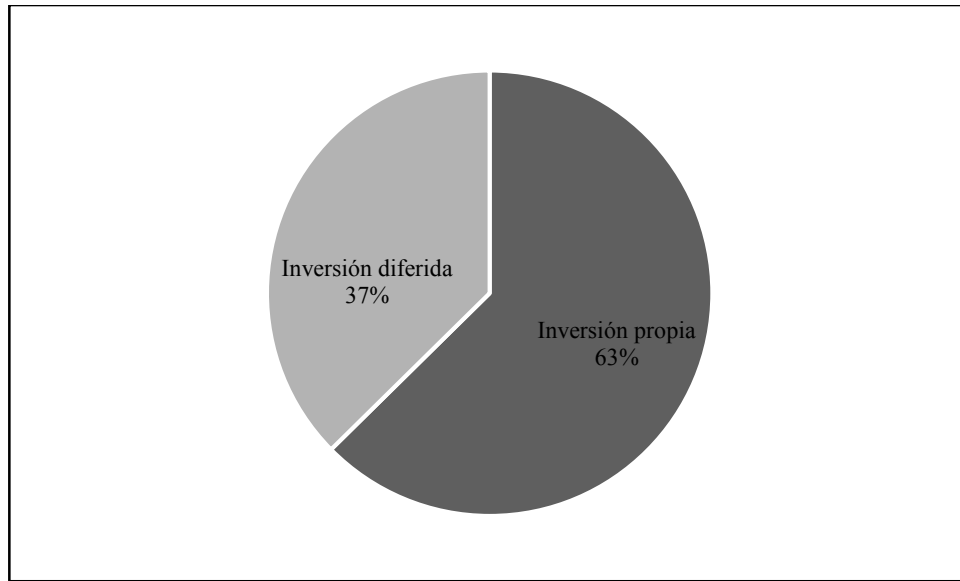
Tabla 20. Inversión en construcción y adecuación de la sucursal de Representaciones Gallo-Porras

Cantidad	Descripción del artículo	Precio
1	Planos	1.400
2	Permisos municipales y planimetría	700
3	Obra gris	50.096
4	Acabados	75.000
5	Adecuaciones	22.500
	Total	159.696

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Al solicitar cotización para la construcción de la sucursal de Representaciones Gallo-Porras se estima el costo de USD 159.696 dólares en un terreno aprobado para la construcción de un establecimiento de 250m².

Gráfico 11: Tipo de inversión para la sucursal de Representaciones Gallo-Porras



Elaborado por: Acosta, W. (2021)

En el gráfico se observa que se empleará una inversión propia de USD 100.000 y se solicitará un crédito de USD 60.000 para completar el monto de inversión necesaria para la construcción de la sucursal de la empresa.

A continuación, se presenta la tabla del financiamiento por medio del Banco del Pichincha.

Tabla 21. Financiamiento para la construcción de Representaciones Gallo-Porras

Nº	Descripción del artículo	Precio
1	Monto solicitado	60.000
2	Contribución lucha contra el cáncer	300,00
3	Monto líquido	59.700
4	Seguro desgravamen (mensual)	32,91
5	Seguro de incendio (mensual)	15,00
6	Cuota financiera	1.216,59
7	Cuota total	1.264,50
8	Número de cuotas	60
9	Tasa de interés nominal (%)	8,95%
10	Carga Financiera	14.702,33
11	Total a pagar	76.719,36

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Se elige al Banco del Pichincha al ser una institución en la que se cuenta por parte de la empresa por un crédito pre aprobado debido a la relación laboral y además registra la tasa de interés más baja en comparación a las otras instituciones financieras consultadas.

Ingresos

Una vez que se calculó el tamaño del mercado se estima que se desea captar el 1,5% del mercado de Tungurahua y Chimborazo en los próximos tres años.

Tabla 22. Proyección de los ingresos

Año	Ventas clientes antiguos	Proyección Ambato	Proyección Riobamba	Total
2022	78.129,08	140.802,03	97.168,14	316.099,25
2023	80.472,95	147.404,25	101.707,50	329.584,70
2024	82.887,14	154.193,13	106.395,00	343.475,27

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

La empresa en los tres próximos años se estima consolidar las ventas en la ciudad de Ambato y Riobamba con estrategias que permitan consolidar ingresos que permitan sostener la empresa para en la próxima planificación se determine las estrategias para expansión de mercado.

Costos y gastos

Tabla 23. Inventario general para la sucursal

Descripción de la marca	Valor Total
Repuestos Mercedes Benz	7.586,38
Repuestos Scania	5.479,05
Repuestos Man	4.846,86
Repuestos Volvo	3.160,99
Total	21.073,28

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

En base al instrumento aplicado a los clientes se construye el inventario necesario para la apertura de la sucursal de Representaciones Gallo-Porras, estimando los porcentajes comprados por los distintos clientes de Ambato y Riobamba.

Tabla 24. Gastos administrativos y de ventas sucursal Representaciones Gallo-Porras

Cantidad	Descripción del costo	Sueldo mensual	Aportación IESS	Décimos	Total
1	Administrador	800	98,80	100,00	998,80
1	Facturador	450	55,58	70,83	576,41
1	Vendedor interno	500	61,75	75,00	636,75
				Total	2211,96

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Adicionalmente a estos gastos es necesario aumentar los gastos por concepto de papelería (USD 50), depreciación de muebles y enseres (USD 101,56), depreciación equipos de cómputo (USD 101,56), gastos tributarios (USD 50) y gastos de servicios básicos (USD 60). Obteniendo un total de USD 363,13.

Estado de resultados proyectado

Tabla 25. Estado de Resultados proyectado

Descripción	2022	2023	2024
INGRESOS OPERACIONALES	316.099,25	329.584,70	343.475,27
Ventas proyectadas	316.099,25	329.584,70	343.475,27
(-) COSTOS Y GASTOS	223.844,57	230.196,95	241.706,79
Costo de ventas	192.943,49	197.750,82	207.638,36
Gastos administrativos	23.260,08	24.423,08	25.644,23
Gastos de ventas	7.641,00	8.023,05	8.424,20
UTILIDAD ANTES DE UTILIDADES	92.254,68	99.387,75	101.768,48
15% Trabajadores	13.838,20	14.908,16	15.265,27
UTILIDAD NETA	78.416,48	84.479,59	86.503,21

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Al proyectar el estado de resultados proyectado se puede observar que se puede generar utilidad neta en todos los años proyectados al captar la cuota de mercado planificada.

Flujo de caja proyectado

Tabla 26. Flujo de Caja proyectado

Descripción	2021	2022	2023	2024
Ventas proyectadas	0,00	316.099,25	329.584,70	343.475,27
TOTAL	0,00	316.099,25	329.584,70	343.475,27
Inversión	159.696,00	0,00	0,00	0,00
Costo de ventas	0,00	192.943,49	197.750,82	207.638,36
Gasto administrativos	0,00	23.260,08	24.423,08	25.644,23
Gasto de ventas	0,00	7.641,00	8.023,05	8.424,20
15% trabajadores	0,00	13.838,20	14.908,16	15.265,27
Créditos bancarios	0,00	15.174,00	15.174,00	15.174,00
TOTAL	159.696,00	252.856,77	260.279,11	272.146,06
Flujo de efectivo	-159.696,00	63.242,48	69.305,59	71.329.21

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Al realizar la proyección del flujo de caja de Representaciones Gallo-Porras se establece que se registran flujos de caja positivos en todos los años, es decir, existen mayores ingresos de dinero que salidas.

Evaluación financiera

Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

Tabla 27. Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

Año	Inversión	Flujo de caja	Flujo de caja acumulado
2021	159.696,00	-159.696,00	-159.696,00
2022	0,00	63.242,48	-96.453,52
2023	0,00	69.305,59	-27.147,93
2024	0,00	71.329.21	44.181.28

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Al realizar la tabla del PRI se ha establecido que el nivel de inversión es recuperado a los tres años de funcionamiento de la nueva sucursal de Representaciones Gallo-Porras.

Punto de equilibrio

Se procede a realizar los cálculos de los costos fijos y variables de la sucursal de la empresa para poder calcular el punto de equilibrio.

Tabla 28. Costos fijos y variables

Año	2022	2023	2024
Ingresos	316.099,25	329.584,70	343.475,27
Costos fijos	46.075,08	47.620,13	49.242,43
Costos variables	192.943,49	197.750,82	207.638,36
Costos totales	239.018,57	245.370,95	256.880,79

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Con la determinación de los costos se procede a realizar el cálculo del punto de equilibrio con la aplicación de la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \left(\frac{\text{Costos variables}}{\text{Ingresos totales}}\right)}$$

Se obtiene el siguiente punto de equilibrio para el año 2022:

$$PE_{2022} = \frac{46.075,08}{1 - \left(\frac{192.943,49}{316.099,25}\right)}$$

$$PE_{2022} = 118.262,53$$

Se obtiene el siguiente punto de equilibrio para el año 2023:

$$PE_{2023} = \frac{47.620,13}{1 - \left(\frac{197.750,82}{329.584,70}\right)}$$

$$PE_{2023} = 119.050,33$$

Se obtiene el siguiente punto de equilibrio para el año 2024:

$$PE_{2024} = \frac{49.242,43}{1 - \left(\frac{207.638,36}{343.475,27}\right)}$$

$$PE_{2024} = 124.506,78$$

Para que la nueva sucursal de Representaciones Gallo-Porras no presente ganancias ni pérdidas se debe registrar ingresos en los tres años de USD 361.819,64

Valor Actual Neto (VAN)

Para el cálculo del VAN se procede a consultar al Banco Central del Ecuador (BCE) las tasas de descuento recomendadas que son: 4.99% y 6%.

Con esto se procede a aplicar el cálculo del VAN con la aplicación de la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F^t}{(1+k)^t}$$

$$VAN = -159.696,00 + \frac{63.242,48}{(1+0.0499)} + \frac{69.305,59}{(1+0.0499)^2} + \frac{71.329,21}{(1+0.0499)^3}$$

$$VAN = 25.049,32$$

A una tasa de descuento de 4.99% se obtiene un VAN de 25.049,32 lo que permite determinar que el valor actualizado de los ingresos y egresos generará beneficios para la inversión.

$$VAN = -159.696,00 + \frac{63.242,48}{(1+0.06)} + \frac{69.305,59}{(1+0.06)^2} + \frac{71.329,21}{(1+0.06)^3}$$

$$VAN = 21.537,83$$

A una tasa de descuento de 6% se obtiene un VAN de 21.537,83 lo que permite determinar que el valor actualizado de los ingresos y egresos generará beneficios para la inversión.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

$$TIR = \% inferior + diferencia \% * \left(\frac{VAN inferior}{Diferencia VAN} \right)$$

$$TIR = 0,0499 + 0,0101 * \left(\frac{25.049,32}{3.511,49} \right)$$

$$TIR = 12,20\%$$

Con el cálculo de la TIR se proyecta un beneficio anual del 12% para los tres próximos años con la apertura de una sucursal de Representaciones Gallo-Porras.

Relación Beneficio-Costo

Finalmente, se procede a calcular la relación Beneficio-Costo aplicando la siguiente fórmula:

$$RelaciónB/C = \frac{\sum Flujo de caja}{\sum inversión}$$

$$RelaciónB/C = \frac{203.877,28}{159.696,00}$$

$$RelaciónB/C = 1,28$$

La construcción y apertura de una sucursal de Representaciones Gallo-Porras prevee un índice Beneficio/Costo de 1,28. Es decir, que por cada dólar que se invierta en la sucursal de la empresa se estima un rendimiento de USD 0,28 ctvs.

3.3. Estudio legal

Para el cumplimiento del objetivo específico tres del proyecto integrador se procede a realizar el estudio de los requisitos necesarios para la construcción y funcionamiento de la sucursal de Representaciones Gallo-Porras.

En primer lugar se procede a exponer los requisitos y costos para comenzar con la construcción de la sucursal de Representaciones Gallo-Porras.

Tabla 29. Requisitos y costos para construcción

Descripción	Costo
Planimetría	150,00
Planos	200,00
Permiso de construcción 250m ²	150,00
Total	500,00

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Una vez construido el local comercial se establecen los siguientes costos por funcionamiento:

Tabla 30. Requisitos y costos de funcionamiento

Descripción	Costo
Apertura en el RUC de un nuevo establecimiento	0,00
Documentos contables	100,00
Permiso de rótulo GADMA	200,00
Patente	80,00
Uso de suelo	40,00
Bomberos	25,00
Intendencia	30,00
Sanitarios del personal	400,00
Total	875,00

Elaborado por: Acosta, W. (2021)

Al haber realizado el estudio legal necesario para la construcción y funcionamiento de una sucursal de Representaciones Gallo-Porras se determina una inversión necesaria de USD 1.375 para no obtener ningún tipo de impedimento para la libre construcción y funcionamiento de la empresa y así evitar que se generen pérdidas de recursos y tiempo en la planificación.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- El estudio de mercado realizado para Representaciones Gallo-Porras se obtiene entre las principales características de los consumidores que la principal marca que compran es Mercedes Benz con el 36%. El principal rango de edad son hombres de 33 a 37 años y esperan visitar un establecimiento con el stock necesario, excelente atención al cliente y fácil acceso al local. Mientras que en torno a la competencia se determina como principales competidores a Importadora Alvarado, Autorepuestos Universal Importaciones y JARAL Autoparts.
- El estudio financiero permite identificar que la nueva sucursal de Representaciones Gallo-Porras necesita una inversión de USD 159.696, la misma que será cubierta con USD 100.000 propio y con un crédito al Banco del Pichincha de USD 60.000. Además, se estimó un punto de equilibrio en las ventas en el periodo 2022-2024 de USD 361.819,64. Así también se proyecta una recuperación de la inversión al tercer año de funcionamiento de la sucursal, una Tasa Interna de Retorno del 12% y un índice de Beneficio-Costo de 1.28.
- El estudio legal permite identificar que en primera instancia es necesario tramitar el permiso de construcción, para lo cual se debe realizar la planimetría y planos del local comercial de la empresa; esta etapa tiene un costo de USD 500,00 al haber cotizado con la Constructora López de amplia experiencia en la actividad constructora. Posteriormente para la apertura de la sucursal es necesario tramitar la apertura en el RUC de un nuevo establecimiento, generar los documentos contables de la empresa, permiso de rótulo, patente, permiso de bomberos, uso de suelo, intendencia y permisos sanitarios; con un costo total de USD 875,00

4.2. Recomendaciones

- Al revisar el estudio de mercado se recomienda que Representaciones Gallo-Porras realice cada dos años un estudio de mercado y que trabaje en sostener sus clientes tradicionales que se centra en los hombres pero con campañas publicitarias específicas enfocadas a captar el grupo de clientes mujeres que tiene gran crecimiento dentro del mundo automotriz. Mientras que con el análisis de la competencia se recomienda se enfoque en primer lugar en competir con JARAL debido a que es la tercera empresa en importancia de comercialización de repuestos de carga pesada sin alejarse mucho de la proyección establecida para Representaciones Gallo-Porras, captando principalmente clientes de la provincia de Chimborazo que es la provincia con menor cobertura por parte de JARAL que concentra sus ventas en Tungurahua.
- El estudio financiero permitió proyectar una recuperación de la inversión al tercer año, por tal motivo se recomienda a Representaciones Gallo Porras realizar las proyecciones año tras año del Estado de Resultados, del Flujo de Caja, proyección de ventas por provincia y el cálculo de los indicadores de rendimiento y beneficio costo con la finalidad de identificar el comportamiento de la utilidad que puede generar la inversión realizada en la empresa.
- Con la realización del estudio legal se determina que Representaciones Gallo Porras al estar registrada en el SRI como persona natural debe cumplir con los requisitos referentes a esta clase de contribuyentes. Se recomienda que para el año 2022 se aproveche la existencia de una contadora de planta para que se comience la constitución de una empresa bajo la modalidad de Sociedad por Acciones Simplificadas que le brindaría mayor beneficios en términos de tributación, mejor manejo de la información contable y salvaguardar el patrimonio del propietario de la empresa en caso de problemas financieros.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIBLIOGRAFÍA

- Cortés, D. P., & Ocampo Montenegro, E. (2015). *Estudio de factibilidad para la apertura de una sucursal de la empresa de servicios temporales toliactivos, en la ciudad de Bogotá*. Bogotá: universidad de la Sabana.
- Andia Valencia, W. (2010). Proyectos de inversión: Un enfoque diferente de análisis. *Industrial Data revista de investigación* , Perú .
- Damaris Chaves, R. L. (2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Guatemala.
- Edvinsson , L., & Malone , M. S. (2000). *El Capital Intelectual : como identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa*. Barcelona : Intelectual Capital .
- Gaytán Alfaro, E. D., & Ramos Mallarino, J. C. (2016). Articulación de sectores y crecimiento económico en colombia: un enfoque multivariado de detección de clusters. *Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 18.
- Guerrero López , V. Y., & Sntacruz Coneo , A. J. (2016). *Estudio de mercado. administrativo, legal, para la constitución de un centro de acopio de productos agrícolas en el municipio de puerto wilches* . España: Universidad Industrial de Santander .
- Henríquez Fuentes, G., Rada Llanos, J. Á., & Uffre, E. J. (2016). Análisis del comportamiento del consumidor: medición cuantitativa del servicio en estudiantes de Administración de una universidad acreditada en Barranquilla. *Resultado de Investigación*, 266-283.
doi:<http://doi.org/10.17081/psico.19.36.1297>
- Herrera Garnica , V. M., & Lazo Suquinagua, J. M. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de la empresa de producción y comercialización de jeans "Fashion Jeans", en la ciudad de Cuenca*. Cuenca: Universidad Politecnica Salesiana .

- Horta Abreu, R. (2010). Investigación de mercado para una estrategia de desarrollo del comercio minorista de la corporación CIMEX en Jaguey grande. *Ciencia en su PC*, 31-43. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181317869003>
- Labega Mendiola, J. (1995). *Actividades Económicas*. Bogotá.
- Latorre Estivalis, C. (2014). *Plan de empresa para la expansión de negocio de una empresa de distribución de bebidas*. Valencia : Universidad Politécnica de Valencia .
- Parra Naranjo, C. M., & Vizúete Valle, C. (2018). *Estudio de factibilidad para la ampliación de la planta de producción empresa viset fabricante y comercializadora de vidrio templado, en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Pesántes Angulo , V. F. (2012). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de entretenimiento con vehículos monoplace (Karting) en el cantón Rumiñahui*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana de Quito .
- Puerta, F., & Vergara, J. (2018). Análisis financiero: enfoques en su evolución. *Criterio Libre*, 16(28), 85-104. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6676021.pdf>
- SCIAN . (2002). *Principales conceptos del sector comercio*. México .
- Terrazas Pastor, R. (2006). La linealización de curvas para la proyección de la demanda. *Perspectivas*, 73-100. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942516003>
- Torres Rivas, E. (2006). Evolución del Empleo en el Sector Terciario en Venezuela. *Visión Gerencial*, 24.

Anexos

Anexo 1: Carta de aceptación



CARTA DE COMPROMISO

Ambato, 16/06/2021

Doctor
Tito Mayorga
Presidente de la Unidad de Titulación
Carrera de Economía
Facultad de Contabilidad y Auditoría
Presente

De mi consideración:

Yo, Econ. Daniel Gallo Porras en mi calidad de Coordinador de la Empresa Representaciones Gallo-Porras me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Titulación bajo el Tema: "Estudio de factibilidad para la apertura de una sucursal de la empresa Representaciones Gallo-Porras del cantón Ambato" propuesto por el/la estudiante William Fernando Acosta Solís, portador de la Cédula de Ciudadanía 1804453742, estudiante de la Carrera de Economía de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

Econ. Daniel Gallo Porras
C.I. 1804848289
Fono: 032 828 887
Celular: 0983104973
e-mail: danielgallo40@gmail.com

Anexo 2: Condiciones y costo del crédito

10/08/2021

about:blank



Condiciones y costo total del crédito

Fecha:	10/08/2021	Producto:	Ampliación / remodelación
Plazo (meses):	60	Frecuencia de pago:	Mensual
Tasa interés nominal:	8.96%	Tipo de tasa:	Reajutable
Tipo de sistema de amortización:	Francés	Tasa contribución Solca:	0,6 %
Valor bien/vehículo:	N/A		

Datos financiamiento	Valores	Periodicidad	Explicación
Monto solicitado (USD)	60000		Valor solicitado por el cliente.
Monto líquido (USD)	59700.0		Monto acreditado en la cuenta
Cuota financiera (USD)	1216.59	Mensual	Valor correspondiente al capital e interés
Cuota total (USD)	1264.5	Mensual	Valor cuota financiera
Plazo / número de cuotas	60	Mensual	Número de cuotas a pagar en todo el plazo del crédito
Tasa interés nominal (%)	8.96	Anual	Es la tasa de interés anual.
Tasa de interés activa efectiva referencial para el segmento (%)	11.33	Anual	Es la tasa activa referencial del segmento, permitida por el Banco Central del Ecuador.
Tasa interés efectiva anual (%)	9.33	Anual	(TEA) Es igual al interés anual efectivo, dividido para el capital inicial. Las tasas de interés nominal y efectiva difieren cuando el período de capitalización es distinto de un año. La tasa de interés efectiva es más alta mientras más corto es el período de capitalización
Suma de cuotas (USD)	76719.36		Es la sumatoria de las cuotas a pagar en todo el plazo del crédito.
Carga financiera (USD)	14702.33		Es la diferencia entre la sumatoria de intereses, primas menos el monto líquido que recibe el cliente en la concesión. Incluye intereses y primas de seguro obligatorias

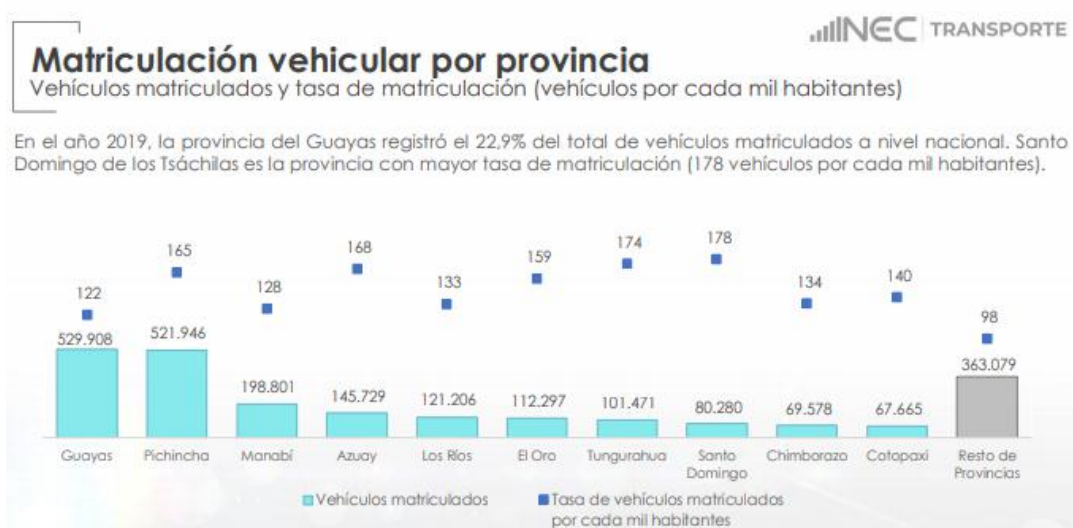
about:blank

1/7

Anexo 3: Vehículos matriculados reporte Transporte INEC



Anexo 4: Vehículos matriculados por provincia reporte Transporte INEC



Anexo 5: Vehículos matriculados según uso, clase y marca reporte Transporte INEC

Vehículos Matriculados

Participaciones según uso, clase y marca, año 2019

En el año 2019 se registraron 2.3 millones de vehículos matriculados: mayoritariamente de uso particular (90.9%); correspondientes a la clase automóviles (31.9%), y de la marca Chevrolet (27.5%).

