

UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL ECUADOR



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA:

“PLAN DE NEGOCIO DE UNA EMPRESA QUE OFRECE SOLUCIONES DE  
SEGURIDAD VEHICULAR, PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

AUTOR:

FERNANDO LEONARDO PERALTA RAMÍREZ

ASESOR:

ING. DAILIT GONZÁLEZ MSC.

GUAYAQUIL - 2024.

**CERTIFICACIÓN DEL ASESOR**

Guayaquil, 14 de Octubre del 2021

**Lic. Dailit González Capot MSc., en calidad de ASESOR del trabajo de Titulación**

**CERTIFICO**

**Que el trabajo de titulación para optar por el grado de INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL cuyo título es: "PLAN DE NEGOCIO DE UNA EMPRESA QUE OFRECE SOLUCIONES DE SEGURIDAD VEHICULAR, PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL", elaborado por el Sr. FERNANDO LEONARDO PERALTA RAMÍREZ, está en condiciones de ser entregado para que siga lo dispuesto por la Universidad Metropolitana correspondiente a la sustentación y defensa de la misma.**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Dailit', with a stylized flourish below it.

**MSc. Dailit González Capote  
Asesor del trabajo de Titulación**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, **Fernando Leonardo Peralta Ramirez**, estudiante de la Universidad Metropolitana del Ecuador "UMET", Gestión Empresarial, declaro en forma libre y voluntaria que el presente (trabajo de investigación) que versa sobre: **Plan de negocio de una empresa que ofrece soluciones de Seguridad Vehicular, para la ciudad de Guayaquil** y las expresiones vertidas en la misma, son autoría del compareciente, las cuales se han realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al referirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:  
**FERNANDO LEONARDO  
PERALTA RAMIREZ**

**FERNANDO LEONARDO PERALTA RAMIREZ**

**C.I. 0919330423**

**AUTOR**

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, FERNANDO LEONARDO PERALTA RAMIREZ, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación, Plan de negocio de una empresa que ofrece soluciones de Seguridad Vehicular, para la ciudad de Guayaquil, modalidad (Proyecto de Investigación) de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, cedo a favor de la Universidad Metropolitana del Ecuador una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Metropolitana del Ecuador para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior. El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.



Firmado digitalmente por:  
FERNANDO LEONARDO  
PERALTA RAMIREZ

-----  
Fernando Leonardo Peralta Ramirez

CI: 0919330423

## DEDICATORIA

Dedico este proyecto de manera muy particular a mi madre por confiar en mí, y brindarme todo su amor y darme todo el apoyo necesario y que sin ella no podría haber alcanzado la meta, a mi hija y esposa que son el motor y fuerza para seguir adelante superando adversidades, y donde siempre he encontrado el ánimo y apoyo que he necesitado, a mis hermanos por todas las facilidades para que el proyecto se posible.

A Dios por la vida y abrirme caminos en el ámbito profesional y hacerme una persona correcta y con principios.

Agradecer al director de carrera administrativa por todo el apoyo, a mi tutora por la guía adecuada en este proyecto y su enseñanza.

## INDICE

<b>CERTIFICACIÓN DEL ASESOR .....</b>	<b>II</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN.....</b>	<b>III</b>
<b>CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....</b>	<b>IV</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>V</b>
<b>INDICE .....</b>	<b>VI</b>
<b>INDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>IX</b>
<b>INDICE DE TABLAS.....</b>	<b>X</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>XI</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>XII</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>3</b>
<b>DESARROLLO .....</b>	<b>3</b>
1.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO .....	4
1.2. CARTERA DE SERVICIO .....	9
1.3. DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO.....	9
1.2. EQUIPO DE COLABORADORES. ....	12
1.3. PLAN COMERCIAL Y DE MARKETING.....	13
1.4. MISIÓN .....	14
1.5. VISIÓN .....	14
1.6. POLÍTICA DE CALIDAD .....	14
1.7. ESTUDIO DEL SECTOR Y DIMENSIÓN DEL MERCADO .....	15
1.8. FUERZAS DE PORTER .....	16
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>22</b>
<b>INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....</b>	<b>22</b>
2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	22
2.2. OBJETIVOS.....	24
2.2.1. Objetivo General.....	24
2.2.2. Objetivos Específicos.....	25
2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	25
2.4. FUENTES DE DATOS.....	25
2.5. MÉTODO .....	26

2.6. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	26
2.7. OBTENCIÓN DE LA MUESTRA.....	26
2.7.1. Recolección de Datos:.....	26
2.8. ENCUESTA DATOS DE FUENTE.....	26
2.9. DISEÑO DE LA ENCUESTA:.....	26
2.10. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	26
2.10.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	32
2.11. ANÁLISIS PESTEL.....	33
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>35</b>
<b>PLAN DE MARKETING Y POSICIONAMIENTO DEL NEGOCIO.....</b>	<b>35</b>
3.1. OBJETIVOS COMERCIALES.....	35
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	35
3.3. PLAN COMERCIAL Y DE MARKETING.....	35
3.3.1. Estrategias de Ventas.....	36
3.4. ORGANIZACIÓN DE LA ESTRUCTURA DE VENTAS.....	37
3.4.1. Rol del Administrador y del Vendedor.....	38
3.4.2. Sistemas de Ventas.....	38
3.5. PREVISIONES Y CUOTAS DE VENTA.....	38
3.5.1. Potencial de Mercado, de Ventas y Clases de Previsiones.....	38
3.5.2. Procedimiento para las Previsiones.....	39
3.5.3. Métodos de Previsión de Ventas Intención de Compra.....	39
3.5.4. Cuotas de Ventas.....	39
3.6. MÉTODO DE KRISP.....	40
3.6.1. Presupuesto de Ventas.....	41
3.6.2. Organización del Territorio.....	42
3.6.3. Asignación de los Territorios.....	43
3.6.4. Gestión Rentable y Revisión de los Territorios.....	43
3.6.5. Construcción de Visitas en Rutas.....	43
3.7. ESTRATEGIAS DE VENTA.....	44
3.7.1. Reclutamiento de Asesores Comerciales.....	44
3.8. REMUNERACIONES.....	46
3.8.1. Sueldo Fijo, Comisiones e Incentivo.....	46
3.8.2. Comisiones y Otros Incentivos.....	47
3.8.3. Sistemas Mixtos de Sueldo y Comisiones.....	47

3.8.4. Sistemas Colectivos .....	48
3.9. CONTROL DE VENTAS .....	48
3.9.1. Control de Volumen de Ventas .....	48
3.10. ANÁLISIS FINANCIERO .....	49
3.10.1. Hipótesis de Partida de la Empresa AUTOLAM .....	49
3.10.2. Capital Inicial .....	49
3.10.3. Política de Financiamiento.....	50
3.10.4. Costo de Capital .....	52
3.10.5. Impuestos .....	52
3.11. PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	53
3.11.1. Volumen.....	54
3.11.2. Precios.....	54
3.12. PRESUPUESTO DE COSTOS .....	55
3.12.1. Costos Fijos y Variables .....	56
3.12.2. Costos Fijos .....	56
3.12.3. Costos Variables.....	57
3.12.4. Costos Indirectos .....	57
3.12.5. Materia Prima .....	58
3.13. SUELDOS Y SALARIOS .....	59
3.14. BALANCE GENERAL DE LA EMPRESA AUTOLAM .....	60
3.15. ANÁLISIS.....	60
3.16. RESULTADOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD FINANCIERA DEL EMPRENDIMIENTO. 61	
3.16.1. Características Relevantes del Proyecto .....	61
3.17. INVERSIÓN NETA .....	62
3.18. ACTIVOS FIJOS Y DEPRECIACIONES.....	64
3.19. RESUMEN DE VENTAS Y COMPRAS SIMPLIFICADO.....	64
3.20. PUNTO DE EQUILIBRIO .....	65
3.21. ANÁLISIS DEL VAN .....	66
3.22. ANÁLISIS DE LA TIR .....	67
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>68</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>69</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>70</b>

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Equipamiento de seguridad en Ecuador y la región.....	5
Figura 2. Composición del producto.....	7
Figura 3.Reducción de control solar.....	8
Figura 4. Impacto de objeto.....	10
Figura 5. Protección solar .....	11
Figura 6. Kit de seguridad .....	11
Figura 7. Alarma de vehículo .....	12
Figura 8.Organigrama .....	13
Figura 9. Ventas en actividades económicas Ecuador.....	16
Figura 10. Fuerzas de Porter .....	17
Figura 11. Ubicación de competencia .....	21
Figura 12. Composición del producto.....	23
Figura 13. Marca del producto .....	24
Figura 14. Pregunta 1 encuesta .....	27
Figura 15. Pregunta 2 encuesta .....	27
Figura 16. Pregunta 3 encuesta .....	28
Figura 17. Pregunta 4 encuesta .....	28
Figura 18. Pregunta 5 encuesta .....	29
Figura 19. Pregunta 6 encuesta .....	29
Figura 20. Pregunta 7 encuesta .....	30
Figura 21. Pregunta 1 encuesta .....	30
Figura 22. Pregunta 2 encuesta .....	31
Figura 23. Pregunta 3 encuesta .....	31
Figura 24. Pregunta 4 encuesta .....	32
Figura 25. Concesionarios encuesta.....	33
Figura 26. PESTEL .....	33
Figura 27. Láminas de Seguridad Llumar .....	37
Figura 28. Concesionarias Guayaquil .....	43
Figura 29. Tabla de cumplimiento .....	49
Figura 30. Tasa de Préstamo Ban Ecuador .....	51
Figura 31. Porcentaje de Impuesto a la Renta.....	53
Figura 32. Análisis del VAN.....	66

**INDICE DE TABLAS**

TABLA 1 ANÁLISIS MATRIZ EFI.....	19
TABLA 2 CUOTAS DE VENTAS.....	40
TABLA 3 PLANTEAMIENTO DEL MÉTODO KRISP .....	40
TABLA 4 VARIACIÓN DE CUOTA DE ACUERDO A EFICACIA. ....	41
TABLA 5 PRESUPUESTO DE VENTAS ANUAL.....	42
TABLA 6 RUTAS.....	44
TABLA 7 FINANCIAMIENTO DE INVERSIÓN.....	52
TABLA 8 ESTADO DE RESULTADO .....	53
TABLA 9 PROYECCIÓN DE VENTA UNIDADES .....	54
TABLA 10 PRECIOS DE VENTA.....	55
TABLA 11 VENTAS PROYECTADAS.....	55
TABLA 12 COSTOS FIJOS.....	56
TABLA 13 COSTOS VARIABLES.....	57
TABLA 14 SERVICIOS .....	57
TABLA 15 GASTOS DE PUBLICIDAD.....	58
TABLA 16 SUELDOS Y SALARIOS.....	59
TABLA 17 BALANCE INICIAL.....	60
TABLA 18 ANÁLISIS DE INVERSIÓN .....	62
TABLA 19 PLAN DE INVERSIÓN.....	63
TABLA 20 ACTIVOS FIJOS Y DEPRECIACIONES.....	64
TABLA 21 RESUMEN DE VENTAS Y COMPRAS SIMPLIFICADO .....	64
TABLA 22 RESUMEN DE VENTAS Y COMPRAS MENSUAL.....	65
TABLA 23 FLUJO DE CAJA .....	65
TABLA 24 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	65
TABLA 25 ANÁLISIS DEL VAN .....	66
TABLA 26 ANÁLISIS DE LA TIR.....	67

## RESUMEN

En la ciudad de Guayaquil el movilizarse a diferentes lugares en un automotor es tarea de cada día, sea por diferente motivo como trabajo, tramites o paseo, por lo que la seguridad es un tema relevante para las personas que manejan vehículos.

AUTOLAM, un proyecto que busca establecerse en el mercado Ecuatoriano, específicamente en la ciudad de Guayaquil, prestando los servicios de instalación de láminas de seguridad anti atraco y protección solar, ocupándose de esta necesidad dentro del mercado automotriz, por tal motivo la investigación realizada determina la factibilidad y viabilidad del proyecto; esto a través del enfoque de análisis cuantitativo y cualitativo, basados en encuestas y tabulaciones que determinen el interés del comprador y de las concesionarias de vehículos que solicitan que en la actualidad este servicio por temas de seguridad en Guayaquil. El plan de negocio, presenta resultados positivos, demostrando la factibilidad del emprendimiento (Creación de una compañía rentable y sustentable en el tiempo).

**Palabras clave:** Seguridad, Laminas de Seguridad, Cliente

## ABSTRACT

In the city of Guayaquil, moving to different places in a car is a daily task, whether for different reasons such as work, paperwork or ride, so safety is a relevant issue for people who drive vehicles.

AUTOLAM, a project that seeks to establish itself in the Ecuadorian market, specifically in the city of Guayaquil, providing the services of installation of anti-heist and sun protection safety sheets, dealing with this need, for this purpose a market investigation has been carried out that determines the viability of the project; Through quantitative and qualitative analysis, surveys and tabulations were carried out that determine the interest of users and dealers of vehicles that currently request this service for security issues in Guayaquil. The business plan presents positive results, demonstrating the feasibility of entrepreneurship (Creation of a profitable and sustainable company over time).

**Key words:** security, safety sheets, client.

## INTRODUCCIÓN

En la provincia del Guayas, principalmente en la ciudad de Guayaquil, el sector automotriz, es un mercado lleno de variedad de productos y da oportunidad al momento de explorar, ya sea por venta de vehículos, mantenimiento, repuestos, partes, y accesorios. Existe una gran demanda por los usuarios que cada vez más, sienten la necesidad de tener un vehículo como movilizarse de un lugar a otro o por temas de trabajo.

Al momento de adquirir un vehículo el comprador solicita modelos que cuenten con seguridad y confort, en este aspecto, aumentar la seguridad y se ofrece una gran variedad de accesorios, donde destacan las alarmas, las láminas de seguridad anti atraco y el rastreo satelital. Estos han sido los productos con más demanda por su intervención al sufrir un asalto o atraco dentro del vehículo.

La seguridad vehicular es un tema muy importante y que cada año es mayor las exigencias, por parte del cliente donde se vuelve consciente y exigente de ver la necesidad de estar protegido y sentirse seguro, por esta razón las concesionarias dan la opción de adquirir accesorios adicionales de seguridad que le proporcione mayor sensación de tranquilidad. Esto causa un importante efecto para la población, por ello favorece a los objetivos nacionales de aportar ingresos, empleo, seguridad y desarrollo regional.

Autolam, es una empresa que ve esta oportunidad, para ofrecer sus servicios de venta e instalación de láminas de seguridad como principal producto, de la marca LLUMAR, reconocida a nivel mundial por cumplir con los estándares de seguridad y protección UV, teniendo claro sus objetivos.

Por tanto, en este documento se pretende alcanzar el objetivo general del proyecto, que es el desarrollo de una propuesta de estudio de factibilidad para la constitución de la empresa AUTOLAM especializada en la venta e instalación de láminas de seguridad para vehículos de la ciudad de Guayaquil

Como objetivo específico se realizará un análisis que determine la situación actual del mercado automotriz en la ciudad de Guayaquil, y posicionar la marca en las concesionarias existentes en la ciudad. La hipótesis a verificar es la factibilidad, viabilidad y rentabilidad del proyecto a través de su estudio económico y financiero. Este desarrollo del plan de negocio se llevará a cabo en la población de clientes de

concesionarias y consumidor final, específicamente los que han utilizado los productos y servicios de AUTOLAM que será la muestra de este proyecto. La metodología empleada para este proyecto, va enfocada hacia la investigación de mercado en donde a través del estilo cuantitativo, se determinará el muestreo probabilístico.

Cabe acotar, que el aporte práctico de este proyecto permite sustentar de forma confiable el desarrollo de un proyecto de emprendimiento exitoso y sea modelo de otros proyectos factibles para generar cada vez más negocios rentables, favoreciendo el crecimiento económico nacional y local, las ofertas de empleo, y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos directa e indirectamente.

El presente proyecto se estructura en cuatro capítulos: desarrollo, investigación de mercado, plan de marketing y posicionamiento del negocio y análisis financiero; y finaliza con recomendaciones, conclusiones, referencias bibliográficas y anexos.

# CAPÍTULO I

## DESARROLLO

En Ecuador, para el año 2011, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) a través de su censo nacional, realiza una proyección para el año 2020 de una población total para la ciudad de Guayaquil de 2'723.665 habitantes; este aumento en la población, viene asociado al aumento de las condiciones económicas más favorables. Un ejemplo de eso, “es que en la actualidad es común que dentro de una familia exista al menos un vehículo para el uso de sus integrantes”; es decir, solo en el año 2018, la importación de vehículos ha tenido un crecimiento del 49.87% en comparación al año 2016, datos oficiales de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador, 2019) donde la mayor participación es de las principales ciudades.

Sin embargo, desde hace muchos años en Ecuador, el aumento creciente de los delitos de robo o asalto hacia los automotores estacionados o en los semáforos, y de la forma violenta como actúan los delincuentes, preocupa a los habitantes de todas las ciudades del país. No existe día en que no se escuche noticias sobre personas que son victimizadas en su vehículo, lo cual demuestra la inseguridad que existe en nuestra sociedad.

Hasta el mes de diciembre del 2020, los delitos de mayor connotación psicosocial, alcanzaban un número aproximado de 29.869.00 delitos cometidos a nivel nacional, donde la provincia del Guayas alcanza un porcentaje del 33,33% de esta cifra y los delitos por temas de Robo a unidades económicas, Robo a domicilio y Robo de carros son un 24,41%, dejando un 75,59% a delitos como Robo a personas, Robo de motos, Violaciones, Robo de bienes de accesorios y autopartes de vehículo (Ecuador, Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2017).

Por este motivo, los ciudadanos buscan métodos de protección para resguardo propio y de sus bienes. Con respecto a los automóviles, en las concesionarias se encuentran grandes ofertas adicionales con la venta del vehículo, y una gran demanda de la instalación de Láminas de Protección para los ventanales del vehículo, así como el rastreo satelital, esto tiene gran demanda por el tema de seguridad y por requisitos del bróker de seguros.

## 1.1. Descripción del Negocio

La industria automotriz en el Ecuador, en el año 2020 tuvo una caída por motivo de la emergencia sanitaria que se dio a nivel mundial, a diferencia de otros años anteriores bajo un 40% el número de vehículo comercializados, pero a partir del año 2021 se ha reflejado una recuperación en la importación y exportación de vehículo; debido a las condiciones economía nacional, y una buena política comercial, más sumado el apoyo de las instituciones financieras a través de las aperturas de créditos.

En el boletín anual del sector automotriz del año 2021, según datos estadísticos publicados por la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE), se vendieron 119.316 vehículos del periodo de enero a noviembre del 2021, donde solo en la provincia del Guayas, las particiones de ventas de un 29,1% en vehículos livianos y el 26,7% de vehículos comerciales (Ecuador, Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2017).

Autolam S.A., es una empresa en la provincia del Guayas que busca establecerse en el mercado automotriz, ofreciendo la instalación de laminado de seguridad en los vidrios de los vehículos, por temas de seguridad, protección y estética. Actualmente el sector automotriz tiene una económica estable y que está en constante crecimiento debido a la baja de precios de accesorios de vehículos, y sobre todo las políticas de importación donde podemos conseguir la materia prima a costo razonable.

Las láminas de seguridad ayudan a proteger el automotor de actos vandálicos, como es la rotura de los cristales del vehículo, al querer sustraer los bienes o el robo incluso del automotor, al ofrecer la protección y la retención de los cristales rotos que quedan sujetos en el marco de la ventana. Así como también ayuda a salvaguardar la integridad de las personas en su interior en caso de un accidente, al no dejar que el vidrio explote y las esquirlas se introduzcan en la piel, causándole lesiones graves a los ocupantes del automotor.

En la actualidad existe un nicho en el mercado sobre la instalación de láminas de seguridad, al no estar explotado al máximo, esto por no existir muchas empresas dedicadas a ofrecer este servicio, y donde existe una gran demanda de instalación de láminas por temas de seguridad, protección o reducción de los rayos ultravioleta.

En la actualidad los vehículos cuentan con los vidrios templados que hace que

en caso de accidente el vidrio explote, y pueda causar el menos daño a los integrantes del vehículo. Según la Asociación Mexicana de Ventanas y Cerramientos (AMEVEC), explica que estos vidrios (o cristal) llevan un proceso que aumenta su resistencia mecánica y térmica convirtiéndolos en vidrios de seguridad, este proceso de templado consiste en:

Calentarlo uniformemente hasta una temperatura superior a los 650°C (punto de ablandamiento) y luego enfriarlo bruscamente, soplando aire frío a presión controlada sobre sus caras. La superficie del vidrio se enfría más rápidamente, mientras que la zona interior continúa dilatándose. Como consecuencia de este diferencial de contracción, el vidrio templado concentra zonas de energía, presentando un equilibrio inestable de tensiones (compresión en sus superficies y tracción en el interior), que le brindan una mayor capacidad para resistir esfuerzos de tracción, ya sean de origen mecánico o térmico (Asociación mexicana de ventanas y cerramientos, 2001).

Las exigencias en tema de seguridad vehicular son cada vez mayores cada año, de esta manera el cliente se vuelve más consciente y exigente de la necesidad de sentirse seguro, por esta razón ofrecen la opción de adquirir accesorios adicionales referente a seguridad y tener esa sensación de seguridad. Esto causa un importante efecto para la población, por ello favorece a los objetivos nacionales de aportar ingresos, empleo, seguridad y desarrollo regional.

Figura 1. Equipamiento de seguridad en Ecuador y la región

Equipamiento de seguridad en los vehículos de Ecuador y la región		ECUADOR	CHILE	ARGENTINA	PERÚ	COLOMBIA	BRASIL	MEXICO
Requisitos adicionales 034 3R								
	Dirección Asistida	●						
	Anclajes ISOFIX	●					●	
	Cinturones de seguridad de tres puntos	●	●				●	●
	Frenos ABS	●					●	
	Tacógrafo (buses y camiones)	●		●				
	Avisador visual y acústico de no uso del cinturón de seguridad	●	●					
	Control electrónico de estabilidad	● 2018		● 2018				
	Frenos de vehículos	●	●	●	●	●	●	●
	Frenos de vehículos pesados	●	●		●		●	
	Vidrios	●	●		●		●	
	Apoyacabezas en todos los asientos	●	●	●			●	
	Asientos y sus anclajes	●	●					
	Protección colisión frontal	●	●					
	Protección colisión lateral	●	●					
	Airbags	●	●	●			●	●
	Parachoque frontal y posterior	●	●	●	●	●	●	

Fuentes: Argentina-Ministerio del Interior y Transporte: Seguridad Vial / Brasil: DENATRAN / México: Secretaría de Economía / Perú: Ministerio de Transporte y Comunicaciones / Colombia: MinComercio Industria y Turismo

Fuente: (Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador, s.f.)

Los vidrios de seguridad laminados y templados forman parte de una estructura en los automotores que protegen la vida de las personas. Este material

tiene sus características propias, pero su mal uso puede ocasionar accidentes graves, a simple vista todos los vidrios son iguales, pero en caso de impacto o ruptura, exposición a un medio agresivo como el calor o humedad, no lo son: es allí donde radica la diferencia entre el vidrio común y el vidrio de seguridad.

Las láminas de seguridad que AUTOLAM, que va a comercializar es una lámina plástica de la marca LLumar, reconocida mundialmente por cumplir con normas y estándares en seguridad, ahorro de energía, control solar, decorativa y de privacidad. La lamina tiene diferente micras o espesor que hace que la lámina entre mayor micra tenga es mayor la seguridad. La Lamina debe ser instalada correctamente con los vidrios extraídos del vehículo, esto permitirá que conserve su forma al momento de sufrir una rotura por causa de algún objeto exterior.

Es muy importante que la superficie del vidrio sea laminada en su totalidad, los vidrios del vehículo son templado, y si la lámina no es instalada correctamente, puede causar daño al interior por el impacto de algún objeto exterior, el vidrio ante un impacto se destruye en pedazos pequeños, y pueden ceder con la repetición de golpes y caer al interior del vehículo.

La resistencia de un vidrio con láminas de seguridad Llumar, va a depender de varios aspectos:

- El Espesor del vidrio
- El anclaje del vidrio en el marco de la puerta
- La fuerza del impacto
- Método de instalación
- Y el espesor o micras de lámina de seguridad.

Figura 2. Composición del producto.



Fuente: (Morales Gonzalez, 2019)

Las láminas de seguridad LLumar cuenta con varias certificaciones de calidad haciéndola líder en el mercado mundial, la lámina está diseñada con la más alta tecnología para cuidar y precautelar la vida humana de las personas dentro del automotor. Las láminas se las puede instalar en cualquier tipo de vehículo, son fabricadas para tener durabilidad y no necesitan mantenimiento, cuentan de las siguientes características:

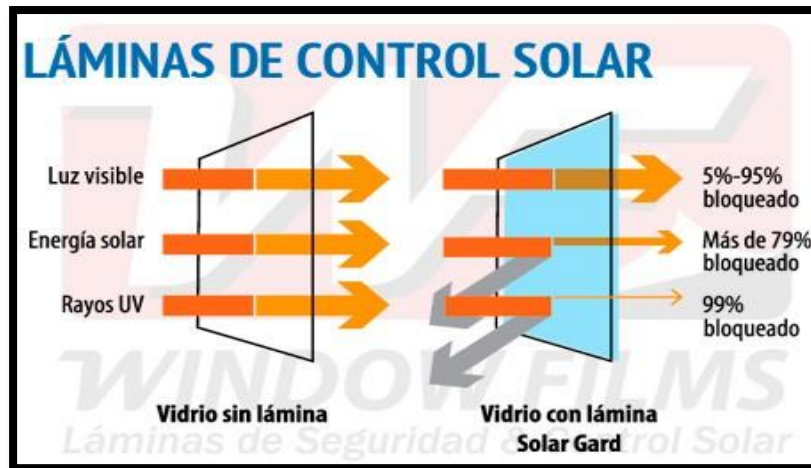
- Adhesivo alto molécula
- Adhesivo d buena calidad: no sufrir olor tóxico
- Ópticamente muy claro
- Alto tenso poliéster de capa elástica
- Bloqueo 99% los rayos dañinos ultras violetas

Autolam, al instalar la lámina de seguridad LLumar, brindamos la opción de escoger la tonalidad de la lámina que brinda la protección de los rayos ultravioletas como un beneficio adicional. Anteriormente los vidrios polarizados eran un accesorio de lujo para el automóvil, ahora el efecto dañino del sol nos obliga a protegernos y hacer de estos accesorios un artículo de primera necesidad la lámina tiene los siguientes beneficios:

- Reduce el resplandor y calor
- Bloquea hasta el 99 % de los dañinos rayos UV.
- Mayor comodidad y frescura en el interior.

- Mejora la apariencia de su automóvil.
- Ahorran los costos de energía.
- Ayudan a proteger el medio ambiente

Figura 3.Reducción de control solar



Fuente: (Window Films, s.f.)

Para el mantenimiento las láminas LLumar en el vidrio, no requieren otro mantenimiento, que no sea la limpieza de rutina. Una vez que la lámina LLumar haya sido instalada y curada, la capa resistente a las grietas en la superficie externa de la misma, la protegerá de ser dañada.

Actualmente Autolam, es un proyecto que busca cambiar el estado del contribuyente de Persona Natural a Persona Jurídica, desde el año 2018 vienen funcionando solo con el nombre comercial y se busca establecerse ahora como empresa, y con proyectos de crecimiento o expansión, al incluir a más de línea automotriz la línea arquitectónica, actualmente contamos con la siguiente cartera de productos

Autolam, ofrece su servicio con láminas de seguridad transparente, o tonalidades oscuras al 50%, 20% y 0% de diferente espesor o micras como son:

- Láminas Seguridad LLumar 8mil micras.
- Láminas Seguridad LLumar 12 mil micras
- Láminas Seguridad LLumar 16 mil micras
- Láminas Seguridad LLumar 24 mil micras

- Lamina Arquitectónica para protección y control solar

## **1.2. Cartera de Servicio**

- Instalación de Laminas de Seguridad
- Instalación de Lamina de Control Solar
- Instalación de Lamina Arquitectónica
- Instalación Kit de Seguridad.
- Alarma Vehicular
- Rastreo Satelital Vehicular
- Servicio de Plataforma de Rastreo
- Accesorios Vehicular

## **1.3. Descripción de Producto**

Autolam, busca establecerse en el mercado automotriz de la ciudad de Guayaquil con la venta e instalación de láminas de seguridad para vidrios de vehículos; de la marca Llumar, la empresa ofrecerá la instalación de láminas de seguridad con diferentes micras de espesor y tonalidad, de acuerdo a las micras de la lámina es la capacidad de resistencia, como se detalla a continuación:

Láminas de seguridad Llumar (8 mil micras): Las láminas de seguridad con el espesor de 8 micras tiene un nivel medio en protección o seguridad, debido a su resistencia a bujías y otro tipo de golpes externos, sin embargo, al realizar presión sobre el vidrio con la lámina este cederá, proporcionando un tiempo de reacción aceptable (Protectwindow, 2021).

Láminas de seguridad Llumar (12 mil micras): Las láminas de seguridad de 12 micras tiene un nivel medio en protección o seguridad, debido a su resistencia de soportar golpes con bujía; no obstante, si se realiza presión en el vidrio laminado este puede llegar a ceder por la fuerza, pero nos proporciona el tiempo suficiente a reaccionar.

Láminas de seguridad Llumar (16 mil micras): Las láminas de 16 micras además de soportar o resistir golpes con bujías y otros objetos utilizados como armas, tiene la resistencia o capacidad de recibir entre cinco a ocho goles, cuando el vidrio

sede por tema de rotura por la cantidad de golpes o impactos las esquirlas se mantienen pegados y nos proporciona un tiempo de reacción además de proteger su integridad física de las personas al interior del vehículo.

Láminas de seguridad Llumar (24 mil micras): Las láminas de 24 micras además de soportar o resistir golpes con bujías y otros objetos utilizados como armas, tiene la resistencia o capacidad de recibir entre diez a quince goles con la fuerza, una vez se realizada la rotura del vidrio laminado, las esquirlas se mantienen pegados y el tiempo necesario para reaccionar para la protección física del personal al interior del vehículo.

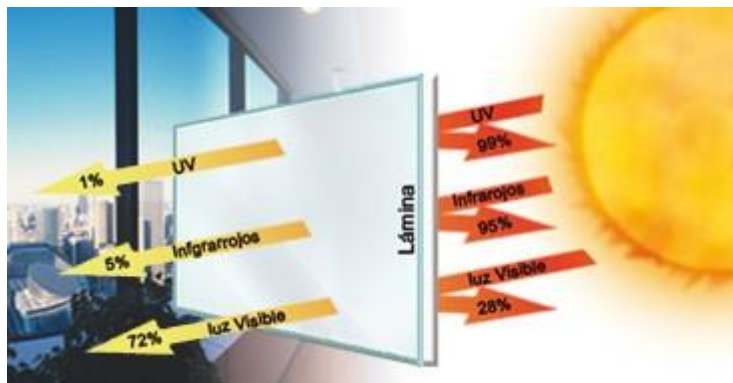
Figura 4. Impacto de objeto



Fuente: (Alvarado Palomino, 2016)

Las láminas de protección solar Llumar: Las láminas de protección solar tiene la resistencia de soportar golpes de objetos externos utilizados para romper el vidrio, esta lamina además de dar protección reduce el ingreso lo rayos ultravioletas al interior del vehículo, reduciendo hasta un 99% el impacto o los efectos de los rayos ultravioletas, la lámina solar también puede ser utilizada arquitectónica en ventanales de edificios y cuenta con varias tonalidades, desde transparente y con tonalidad. En la parte arquitectónica existe laminas con diseños y colores para uso de decoración de ventanales o puertas de oficinas.

Figura 5. Protección solar



Fuente: (Arquigráfico, s.f.)

Otro accesorio de seguridad del vehículo es el Marco de seguridad para retrovisores de fibra, el cual es un marco hecho de fibra de vidrio que protege los espejos retrovisores y cuida la estética del vehículo, este marco de seguridad se lo instala alrededor de retrovisor con un pegamento especial que dificulta que se retire (PlásticosMallol, 2021).

En el mismo sentido, existe la tuerca de seguridad es una tuerca que evita el robo de las ruedas al tener que usar un dado diferente a los normales o “una llave especial para colocarlas y retirarlas, de tal forma que cuando alguna persona que no posea esta llave intente retirar la llanta, le será imposible hacerlo” (Bridgestone, 2022). Vienen en varias anchuras y es de fácil instalación. También los remaches de seguridad protegen y aseguran cada una de las insignias, logotipo y elementos que se encuentre instalado en el vehículo.

Figura 6. Kit de seguridad



Fuente: (Lumenia, s.f.)

Otro producto es el Sistema de Alarma para vehículos: Sistema de alarma para carro unidireccional, de 3 canales con 2 controles, tiene función antirrobo y alarma de pánico con luz y sirena, el tener un sistema de alarma para el vehículo es algo fundamental para la tranquilidad del propietario y su familia (Ruta401, 2020).

Éstas pueden ayudar a prevenir el robo del auto, de alguna de sus partes u objetos personales y de los objetos de valor que se encuentren en su interior.

El rastreo satelital y bloqueo de vehículo, otro servicio, se hace mediante una instalación de un dispositivo móvil. El sistema de antibloqueo y rastreo satelital mantiene una comunicación con el usuario para saber dónde se encuentra el vehículo y en caso que sea violentado su sistema de seguridad, proceder al bloqueo del mismo. Este proceso se realizará mediante una aplicación que será manejada por una sala de control de Autolam.

La plataforma de monitoreo vehicular es un servicio para monitorear flotas de vehículo, tricimotos, motos, es un servicio adicional a la instalación del dispositivo de rastreo donde el cliente o usuario puede tener acceso a historial de rutas, control de kilometraje, programación de geocercas y control de eventos. Desde la plataforma puede bloquear y desbloquear el motor en caso de alguna novedad (Ubitec, 2020).

Figura 7. Alarma de vehículo



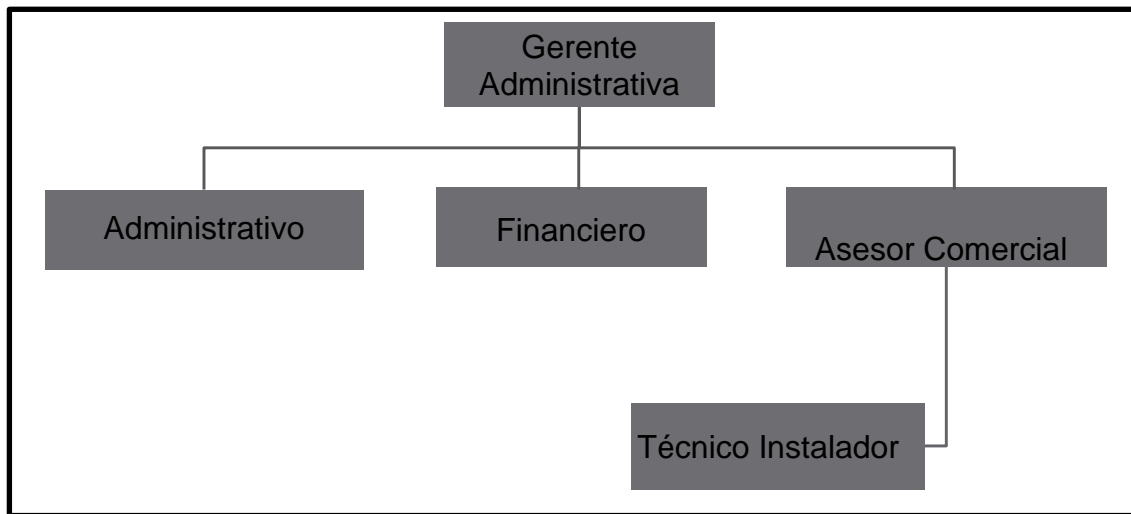
Fuente: (Betafix, 2021)

## 1.2. Equipo de colaboradores.

AUTOLAM, una vez constituida constara con un equipo de profesionales con experiencia en el ámbito de seguridad vehicular, colaboradores profesionales de primer nivel en sus respectivos campos de acción, incluyendo asesores comerciales, coordinador de gestión humana y un contador. Este equipo de trabajo será

compuesto para dar un servicio y producto de calidad, acorde a las exigencias de los clientes.

Figura 8. Organigrama



### 1.3. Plan comercial y de marketing.

AUTOLAM, se propone el principal objetivo es la comercialización de la instalación de las láminas de seguridad a través de las diferentes concesionarias de la ciudad de Guayaquil, para eso se realizará un plan comercial y de marketing, donde se plantearán estrategias que concuerden con la situación económica actual de la empresa, permitiendo el captar potenciales clientes.

La empresa direccionara sus estrategias comerciales de marketing hacia al segmento de las láminas de seguridad, esto quiere decir que se centraran a las concesionarias dentro de la ciudad de Guayaquil, lugar donde se comercializan vehículos y da la opción de que el cliente tenga la seguridad.

Las estrategias que serán aplicadas por parte de la empresa AUTOLAM, para la comercialización de sus productos en especial la instalación de láminas de seguridad en el sector automotriz debe ser las siguientes:

- Busca de estratégicas entre AUTOLAM, y las concesionarias de la ciudad de Guayaquil, estableciendo los parámetros del mutuo beneficios.
- Demostraciones de resistencia de las láminas de seguridad de la marca Llumar, en las concesionarias.
- Aplicación de promociones para captación de clientes y facilidad de pagos.

- Garantía de la lámina de seguridad.
- Captación de Clientes residenciales.
- Promoción en redes sociales de mayor alcance
- Precio competitivo y de acuerdo al mercado automotriz

#### **1.4. Misión**

Autolam, Láminas de Seguridad, tiene como misión principal brindar seguridad y protección de los bienes y principalmente de la familia de sus clientes. A base de confianza, confort y tranquilidad ante cualquier acto vandálico. Con un producto que tiene los más altos estándares de calidad y brindando un servicio y producto de calidad.

#### **1.5. Visión**

Ser para el año 2024 una empresa reconocida y líder en la innovación en la instalación de láminas de seguridad, con alto nivel de competitividad, profesionalismo y última tecnología, brindando mejor infraestructura a nuestros clientes.

#### **1.6. Política de Calidad**

Llumar, es el mayor fabricante mundial de láminas de control solar y de seguridad. Su trayectoria en el desarrollo está basada en los avances tecnológicos e innovación en el producto, uno de los factores es la calidad superior que ha llevado al éxito en el mercado:

La compañía LLumar, realiza sus procesos productivos en la fábrica de Martinsville (Estados Unidos), donde cumple con los parámetros de Calidad. En Europa, está certificado por la SGS conforme a la norma ISO 9001:2000 (Certificado n.º GB95/5381) y por el Germany TÜV Süd conforme a la norma DIN EN ISO 9001:2008, Certificado n.º 12 10028496 TMS). (Sotérmica Iberia, 2019)

Nuestra calidad en la instalación, la entrega sin impurezas y sin burbujas en la instalación de nuestras láminas de seguridad y nuestro excelente servicio, asegurar a nuestros clientes la mejor calidad en láminas de seguridad. Instalamos nuestras láminas de seguridad en un lugar calificado, o a domicilio cumpliendo con las normas y procedimientos de los estándares de calidad.

La empresa asegura a sus clientes cero impurezas en nuestras instalaciones

y la garantía del remplazo en caso de tener algún percance posterior a la instalación debido a defectos, y siempre buscando la mayor satisfacción de nuestros clientes.

### **1.7. Estudio del Sector y Dimensión del Mercado**

Es importante analizar y realizar un estudio respecto a la industria o sector a la que pertenece AUTOLAM, así como el mercado que va a desenvolverse. AUTOLAM, es una empresa cuya actividad económica principal es la venta e instalación de láminas seguridad y accesorios de seguridad, para vehículos automotores, que según resolución No. NAC-DGERCGC18-00000431 del Servicio de Rentas Internas (SRI), la empresa pertenece al sector económico del grupo: G453 de Venta, Mantenimiento Reparación De Motocicletas Y De Sus Partes, Piezas Y Accesorios, esto basado en la Tabla económica del país (Ecuador, Servicio de Rentas Internas, 2018).

Es importante conocer acerca de las empresas que operan actualmente en la misma línea de negocio, como son las ventas, empleados, productividad, etc., para tener una visión global del estado de dicho sector. A continuación, se muestra una lista con las características del negocio respecto al nivel nacional:

- Respecto a las ventas de vehículos en el año 2020 fueron de 1204.00 millones a nivel nacional del total de empresas que se encuentran en el segmento, superando las expectativas de los dos últimos años.
- Este segmento genero 182.491 puestos de trabajos en el 2019.
- Créditos de enero a octubre del 2021, fueron por 4636.00 millones
- De enero a noviembre del 2021, se importaron 87,396 unidades, ventas de ensamblados 14813 unidades, exportación 183 unidades teniendo como ventas totales 109770 unidades.
- De enero a noviembre del 2021 la venta de vehículos de acuerdo al segmento es de: SUV 28.815, AUTOMOVIL 32,469, CAMIONETA 18,810, CAMION 9,086, VAN 3136 Y BUS 315. (Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador, 2022).

De acuerdo al artículo publicado por el diario el Universo en marzo del 2019:

Las ventas declaradas en el año 2018, por empresas ecuatorianas al Servicio de Rentas Internas (SRI), alcanzaron \$ 151.003 millones, un 38% más que todo el PIB

de ese año. La cifra también es 4,1% mayor a la registrada en el 2017 (\$ 145.104 millones) (El Universo, 2019).

Siendo el comercio al por mayor y menor, vehículos lidere las ventas declaradas como se muestra en la Figura 9

Figura 9. Ventas en actividades económicas Ecuador

## Ventas en actividades económicas

-En millones de dólares-

	2017	2018	Diferencia
▶ Comercio al por mayor y al por menor, vehículos	63.205,6	68.020,4	4.814,8
▶ Industrias manufactureras	22.411,5	23.520	1.108,5
▶ Actividades profesionales, científicas y técnicas	7.928,4	7.573,4	-355
▶ Agricultura, ganadería, silvicultura	7.075,2	7.140,6	65,4
▶ Transporte y almacenamiento	6.690,8	6.993,2	302,4
▶ Construcción	6.545,1	5.378,3	-1.166,8
▶ Información y comunicación	4.683,7	4.914,5	230,8
▶ Actividades financieras y de seguros	3.961	4.227,5	266,5
▶ Explotación de minas y canteras	4.178,4	4.145	-33,4
▶ Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	3.127	2.954,1	-172,9
▶ Actividades de atención a la salud humana	2.568,7	2.716,9	148,2
▶ Alojamiento y servicio de comidas	2.412,6	2.595,3	182,7
▶ Servicios administrativos y de apoyo	2.305	2.407,5	102,5
▶ Actividades inmobiliarias	2.300,4	2.356,9	56,5
▶ Otras actividades de servicios	2.301,4	2.355,8	54,4
▶ Enseñanza	1.622	1.755,1	133,1
▶ Administración pública y defensa	800,7	920,8	120,1
▶ Distribución de agua, alcantarillado, gestión de desechos	562,1	616,9	54,8
▶ Artes entretenimiento y recreación	357,7	346,1	-11,6
▶ Otras actividades	37,6	35,2	-2,4
▶ Actividades de los hogares como empleadores	29,2	28,5	-0,7
<b>TOTAL</b>	<b>145.104,1</b>	<b>151.002</b>	<b>5.897,9</b>

Fuente: (El Universo, 2019)

### 1.8. Fuerzas de PORTER

Con el análisis de las fuerzas Porter, se buscará identificar como se encuentra en la actualidad el mercado automotriz, en relación a los competidores, productos, proveedores, y clientes. Esto ayudara a identificar los puntos diferenciales que AUTOLAM, pueda aprovechar para la comercialización de las láminas de seguridad en el sector automotriz, como se indica en la Figura 10:

Figura 10. Fuerzas de Porter



Fuente: (Fortuño, 2016)

El modelo y estrategias a seguir será en base al padre de la gerencia estratégica Michel Porter, en la cual se analizará las 5 fuerzas (Riquelme Leiva, 2015).

- a.) Amenaza de nuevos competidores
- b.) Poder de negociación de los proveedores c.) Poder de negociación de los clientes
- d.) Rivalidad entre competidores actuales e.) Amenaza de Producto sustituto

#### **a) Amenaza de nuevos competidores**

- Actualmente la amenaza de nuevos competidores es media, al existir distribuidores del mismo producto que instalan laminas con material de menor calidad.
- Al existir en el mercado láminas de menor calidad el costo es menor y la pueden adquirir en las calles comerciales de Guayaquil, al final el resultado no es el esperado al producto que ofrece AUTOLAM.
- El producto tiene una amenaza baja en diferenciación del producto, puesto que el material es de origen americano y cuenta con todas las certificaciones al cumple los procesos de calidad, el producto LLUMAR es superior al competidor.
- Los costes dentro del mercado son de amenaza es alta, los precios actualmente son iguales a otras marcas existentes y con menor calidad, sin embargo, los

precios son sensible dentro del mercado automotriz.

- La amenaza es baja, actualmente el producto está establecido y los clientes conocen la marca dentro el mercado automotriz.

#### **b) Poder de negociación de los proveedores**

- La cantidad de proveedores es una amenaza alta, actualmente mantenemos contamos con el proveedor de la marca LLUMAR.
- Disponibilidad de proveedores adicionales dentro del mercado es alta porque es de suma importancia mantener la calidad del producto, y esto conlleva a tener una inversión adicional.

#### **c) El Poder de Negociación de Clientes**

- La importancia del cliente es alta, la sostenibilidad del negocio depende de la compra de los clientes.
- El acuerdo del margen de utilidad hacia los concesionarios, puede causar una elevación del precio en el producto a tal punto que afecte al consumidor final y esto conlleve a la decisión de no adquirirlo o decida comprar un producto de menor costo.
- La sensibilidad del comprador al precio, es alta por el ofrecimiento del producto de marcas desconocidas en el mercado, a pesar de eso los precios de la competencia están en el mismo margen, con un producto de menor calidad.
- Debido al precio establecido en el mercado automotriz el cambio del cliente, es alto por ser sensible al precio.

#### **d) La Rivalidad entre competidores**

- Actualmente la competencia es baja, pero en la mayoría de los concesionarios de la ciudad Guayaquil, reconoce a la competencia en su mayoría a las empresas BLINDAMAX, PROTEMAX y LUMENIA en la instalación de láminas de seguridad.
- Hay otras empresas que están buscando estrategias para ingresar al mercado otras marcas a fin de participar de este nicho de mercado.
- Actualmente la publicidad se presenta en redes sociales y existe similitud entre los competidores, entre las estrategias de AUTOLAM es aumentar a diario el posteo en sus cuentas de redes sociales.

- Los precios por la instalación de las láminas de seguridad en concesionarios son similares, por lo que la competencia directa realiza promociones, para tener mayor participación en el mercado automotriz.

Tabla 1 Análisis Matriz EFI

CALIFICAR ENTRE 1 Y 4		MATRIZ EFI PROTEMAX			
FORTALEZA MAYOR	4	FORTALEZAS	PESO	CALIFICACION	PONDERADO
		EXPERIENCIA	20%	4	0,8
FORTALEZA MENOS	3	IMAGEN DE MARCA	20%	4	0,8
		PERSONAL CAPACITADO	10%	4	0,4
DEBILIDAD MAYOR	2	DEBILIDADES			
		SERVICIO POST VENTA	25%	2	0,5
DEBILIDAD MENOR	1	FALTA DE LOGISTICA PARA INSTALACION	25%	2	0,5
		F-D	100%		3

CALIFICAR ENTRE 1 Y 4		MATRIZ EFI WINDOW F.			
FORTALEZA MAYOR	4	FORTALEZAS		CALIFICACION	PONDERADO
		INFRAESTRUCTURA	25%	4	1
FORTALEZA MENOS	3	PRECIOS COMPETITIVOS	25%	4	1
		DEBILIDADES			

DEBILIDAD MAYOR	2	SERVICIO POST VENTA	20%	2	0,4
		FALTA DE LOGISTICA PARA INSTALACION	20%	2	0,4
DEBILIDAD MENOR	1	ABASTECIMIENTO	10%	1	0,1
		F-D	100%		2,9

CALIFICAR ENTRE 1 Y 4		LUMENIA			
FORTALEZA MAYOR	4	FORTALEZAS		CALIFICACION	PONDERADO
		EXPERIENCIA	20%	3	0,6
FORTALEZA MENOS	3	INFRAESTRUCTURA	20%	4	0,8
		PRECIOS COMPETITIVOS	20%	3	0,6
DEBILIDAD MAYOR	2	DEBILIDADES			0
		FALTA DE LOGISTICA PARA INSTALACION	20%	2	0,4
DEBILIDAD MENOR	1	PRODUCTO DE OTRA MARCA	20%	1	0,2
		F-D	100%		2,6

Figura 11. Ubicación de competencia



### e) Amenaza de producto

- Dentro del mercado existen productos sustitutos: la amenaza es alta, sin embargo, el producto ofrecido no es estético, no da protección, no es anti atraco y no reduce el efecto de los rayos ultravioletas.
- Las Películas con tonalidad oscuro que instalan para cubrir del sol, no son biseladas ni tampoco añadidas al vidrio del vehículo, y no pasan los controles de las agencias de tránsito de las provincias.
- Los protectores de malla que se comercializan para vidrios de vehículos, impiden que se pueda bajar o subir los vidrios por los ocupantes del vehículo.
- Los proveedores informales son de riesgo alta porque se puede adquirir en las calles (semáforos) productos para cubrir el vidrio, así como autoservicios ofrecen el servicio.

## CAPÍTULO II

### INVESTIGACIÓN DE MERCADO

#### 2.1. Planteamiento del Problema

Para entender el emprendimiento es importante saber que un vidrio de seguridad es aquel que en caso de rotura no presenta potencial para causar heridas de consideración a las personas, un concepto adicional y complementario al de la seguridad es el concepto de protección que, en general, está ligado con las propiedades de aquellos vidrios difíciles de ser traspasados por el impacto de personas u objetos.

Así como también el problema de la delincuencia, según estadísticas que lidera el corro de accesorios o pertenecías que se encuentran al interior del vehículo, tras el impacto al vidrio de algún objeto.

Los vidrios de seguridad usados en la industria automotriz y del transporte público son: el vidrio de seguridad templado y el vidrio de seguridad laminado:

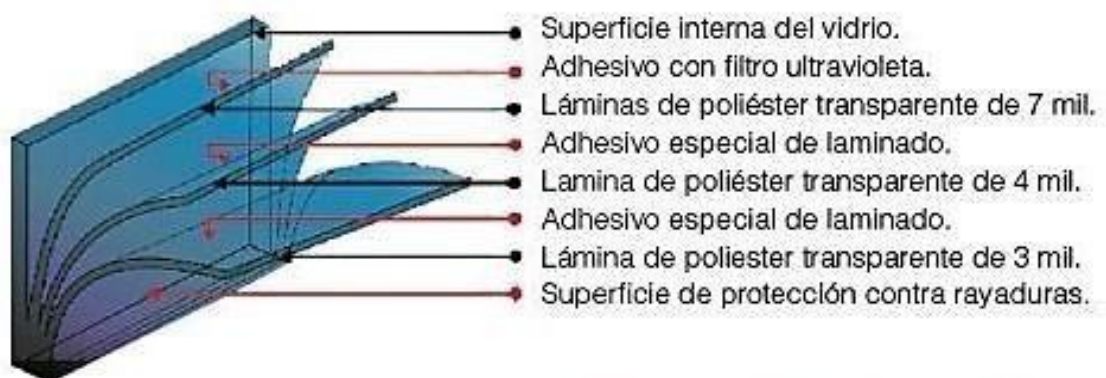
- Vidrio Templado que posee una resistencia de cuatro o cinco veces superior a la del vidrio ordinario, al ser recocido a una temperatura cercana a la de su fusión y enfriada bruscamente que provoca la aparición de tensiones de compresión en su superficie y cantos.
- El vidrio de seguridad laminado se compone de dos o más hojas de vidrio monolítico unidas entre ellas gracias a una o más láminas de un polímero plástico al romperse, los pedazos permanecen adheridos a la mencionada lámina, sin desprenderse y evitando así el riesgo de producir lesiones o causar daño alguno.

AUTOLAM, ofrece láminas de seguridad de la marca LLUMAR para los vidrios templados, es una lámina plástica que se instalada en los vidrios laterales y vidrio posterior del vehículo, las láminas permiten que el vidrio conserve su forma en el caso de sufrir algún tipo de rotura por algún objeto exterior. La correcta instalación debe cubrir toda la superficie del vidrio por lo que se recomienda extraer los vidrios al momento de instalar, cuando la lámina no es instalada correctamente, puede causar daño al interior por el ingreso de vidrios al primer impacto en caso de algún siniestro causado por diferentes circunstancias.

La resistencia de un vidrio laminado depende de algunos factores:

- Fuerza de impacto por el objeto
- Espesor de vidrio
- Anclaje del vidrio en el marco de la puerta
- Espesor o micra de la lámina de seguridad
- Origen y calidad de lámina de seguridad

Figura 12. Composición del producto



Fuente: (Aremoglass)

Las láminas de seguridad LLUMAR, están diseñadas con y todos los estándares de seguridad y la más alta tecnología que pueda ofrecer la protección de la persona que adquieran el producto, y de fácil colocación en los vidrios con las herramientas adecuadas, para mayor durabilidad, también ofrece una gama de tonalidades y láminas para arquitectura.

AUTOLAM, ve una oportunidad de ingresar en el mercado automotriz con sus productos, ante la necesidad de protección de bienes y de seguridad personal. Y siempre buscando estándares de calidad para poder ser una empresa innovadora en la instalación de láminas, por ello buscara explorar en nichos de la arquitectura para expandir su línea de instalación de seguridad y así nos permita generar ventajas competitivas e incrementar las ganancias.

Figura 13. Marca del producto



Fuente: (Autolam Láminas)

El principal objetivo es de establecer y posesionar la marca LLUMAR, y ser representantes directos de la marca en el país. Actualmente se encuentra en el mercado compitiendo con otras marcas de diferentes orígenes, pero ninguna que cumpla las certificaciones de calidad, basados en pruebas de roturas de vidrios.

La lamina de seguridad también actúa como protector de la energía solar y los rayos ultravioletas. Sin embargo, hay que tener en cuenta que, en el caso de las polarizadas en su mayoría de modelos, no están reglamentadas por las autoridades de tránsito.

Autolam, tiene una cartera de producto que incluye otros servicios, pero la empresa se enfoca en la lámina de seguridad sin dejar de promocionar los otros servicios como, la instalación de alarma para vehículos, venta e instalación de accesorios vehiculares, la instalación de GPS, rastreo satelital y el servicio de monitoreo para flotas o vehículos. La empresa se enfocará en realizar estudio del mercado y cumplir los objetivos establecidos a corto y largo plazo para consolidar a la empresa dentro del sector automotriz.

En el sector automotriz existen empresas de instalación de láminas de seguridad posesionadas y que en la actualidad se ven afectadas por el ingreso de láminas de menor calidad y a costos bajos, que se instalan en residenciales sin tener la suficiente información sobre calidad, resistencia y descoloración.

## **2.2. Objetivos**

### **2.2.1. Objetivo General**

El estudio de factibilidad para la constitución de la empresa AUTOLAM que se

especializara en la venta e instalación de accesorios de seguridad en el mercado automotriz en la provincia del Guayas.

### **2.2.2. Objetivos Específicos**

- Zonificar las concesionarias de la ciudad de Guayaquil.
- Disponer de áreas debidamente equipadas.
- Determinar y ejecutar una estrategia para la comercialización del producto en los concesionarios.
- Analizar la situación actual del mercado automotriz en la ciudad de Guayaquil,
- Posicionar la marca AUTOLAM en las concesionarias de la ciudad de Guayaquil en el primer año.
- Comercializar la laminas en el sector residencial,
- Tener una rentabilidad solvente donde el beneficio económico se refleje a partir del segundo con un 25% anual.
- Ser una empresa rentable que contribuya al empleo del país.

### **2.3. Tipo de Investigación**

Se realiza la investigación de terreno donde se usaron datos cuantitativos, el enfoque de la investigación es correlacional y explicativa ya que la investigación correlacional promete proyecciones, manifiesta la vinculación que existe entre las variables.

### **2.4. Fuentes de Datos**

El método a utilizar para nuestro plan de negocios es de tipo probabilístico aleatorio estratificado, con el cual podremos analizar los resultados y poder tomar decisiones que beneficie a nuestra empresa.

Para las encuestas no enfocaremos al sector o grupo automotriz y especialmente donde se realiza la venta de vehículo que son los concesionarios.

Una vez que tengamos definidas las preguntas de la encuesta realizaremos el levantamiento de la información con 2 tipos diferentes de poblaciones, una parte a las concesionarias y la otra al consumidor final en este caso es el cliente.

- Concesionarias: formula finita.

- Consumidor final: formula infinita

## 2.5. Método

El método que se aplicó en este estudio es el **muestreo probabilístico**.

## 2.6. Identificación de la Población.

Para el cálculo del tamaño de muestra es muy importante conocer la cantidad de personas que conforman el mercado del proyecto (Población Meta). Para esta investigación consideramos el número de ventas que reportan los concesionarios, de la misma forma se considera los clientes que actualmente tiene AUTOLAM, así como futuros clientes, para ello se considera la siguiente formula a aplicar:

Fórmulas Tamaño Muestral (n)

---

Población Infinita (Mayor a 100.000 personas)  $n = (z^2 * p * q) / e^2$

Población Finita (menor o igual a 100.000 personas)  $n = z^2 * p * q * N / (e^2 (N-1) + Z^2 * p * q)$

## 2.7. Obtención de la Muestra

Actualmente tenemos contacto con concesionarias por prestar los servicios de instalación de láminas de seguridad como persona natural, y es como obtendremos la información.

### 2.7.1. Recolección de Datos:

Las encuestas se aplicaron vía email, telefónica y personal.

## 2.8. Encuesta Datos de Fuente

Para la encuesta se realizarán preguntas que estén vinculadas a la adquisición de accesorios y preferencia de marcas, las encuestas son tomadas a personas mayores de edad y de diferente sexo para un análisis más exhausto.

## 2.9. Diseño de la Encuesta:

Anexo # 1

Anexo # 2

## 2.10. Presentación de los Resultados

Para la presentación de resultados obtenidos en el levantamiento de la

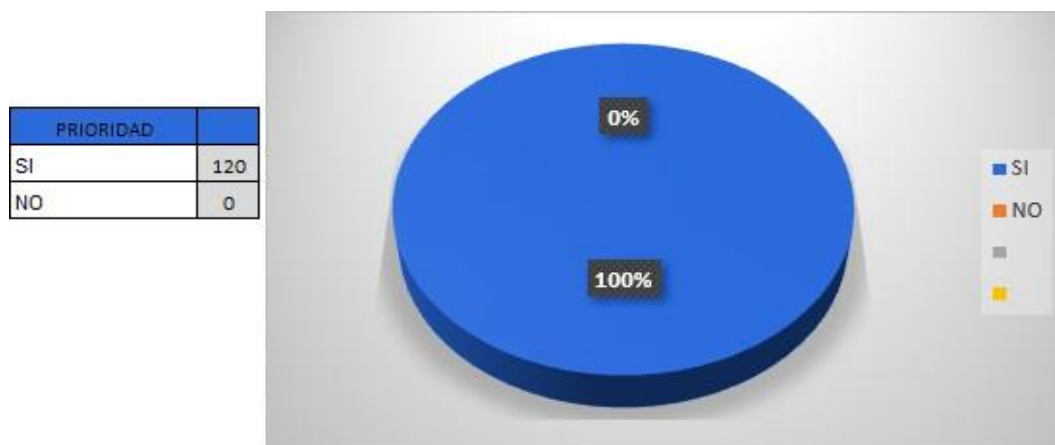
información será por medio de gráfico con su respectivo análisis, la información proviene de encuestas a los concesionarios y al consumidor final. Tratando de conocer las preferencias actuales en el mercado, la recolección de datos está basada en datos obtenidos de encuesta de 15 concesionarias y 120 personas que hayan adquirido vehículos.

La encuesta está dirigida al consumidor final o cliente y a los vendedores de la concesionaria encuestada, recopilando los datos más relevantes de preferencias dentro del mercado automotriz.

## Encuesta dirigida al consumidor final (cliente)

### 1. ¿Actualmente posee vehículo?

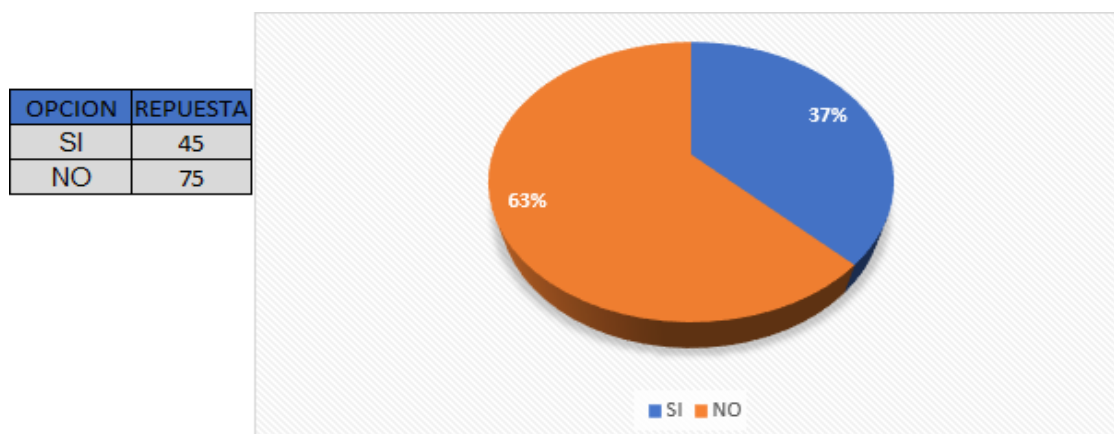
Figura 14. Pregunta 1 encuesta



La encuesta busca identificar si las personas encuestadas poseen algún tipo de vehículo. Por eso da el caso que el total de encuestado posee vehículo, dando un porcentaje al 100 %.

### 2. ¿Actualmente cuenta con accesorios de seguridad para su vehículo?

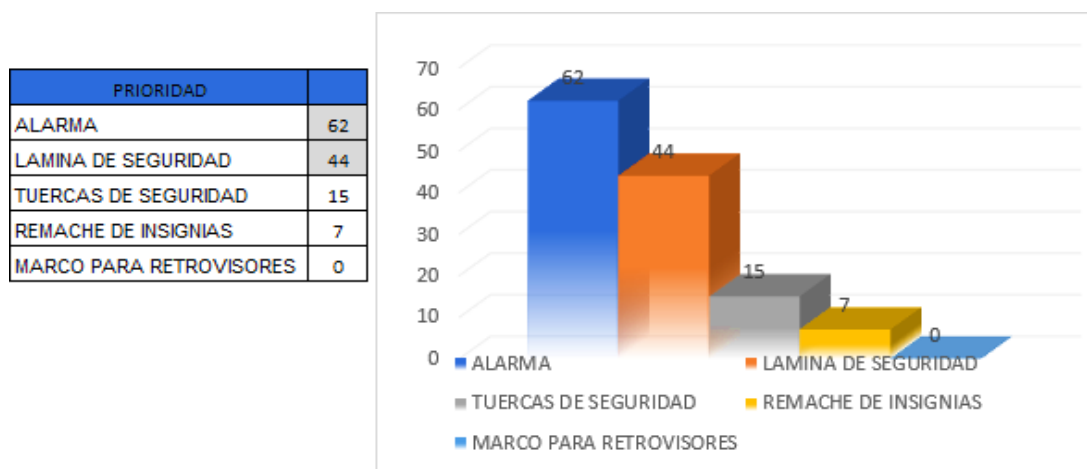
Figura 15. Pregunta 2 encuesta



En la encuesta el 63% de las personas entrevistadas mencionó que no cuenta con seguridad en sus vehículos, mientras que un 37% cuenta y conocen de los productos que brindan seguridad. Al realizar un análisis existe un alto porcentaje de cliente que no cuentan con seguridad y están expuestos a robos de vehículos, y son una opción para poder ofrecer las láminas de seguridad.

### 3. ¿Cuál producto considera más importante de los siguientes accesorios de seguridad?

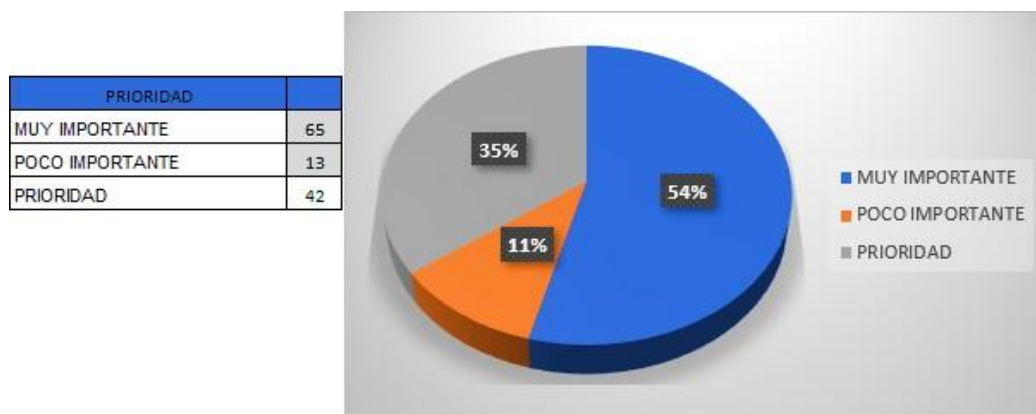
Figura 16. Pregunta 3 encuesta



Las alarmas, y las láminas de seguridad para los vidrios son los accesorios que las personas identifican con mayor importancia para proteger su vehículo.

### 4. ¿Qué tan importante es el precio al momento de adquirir un producto?

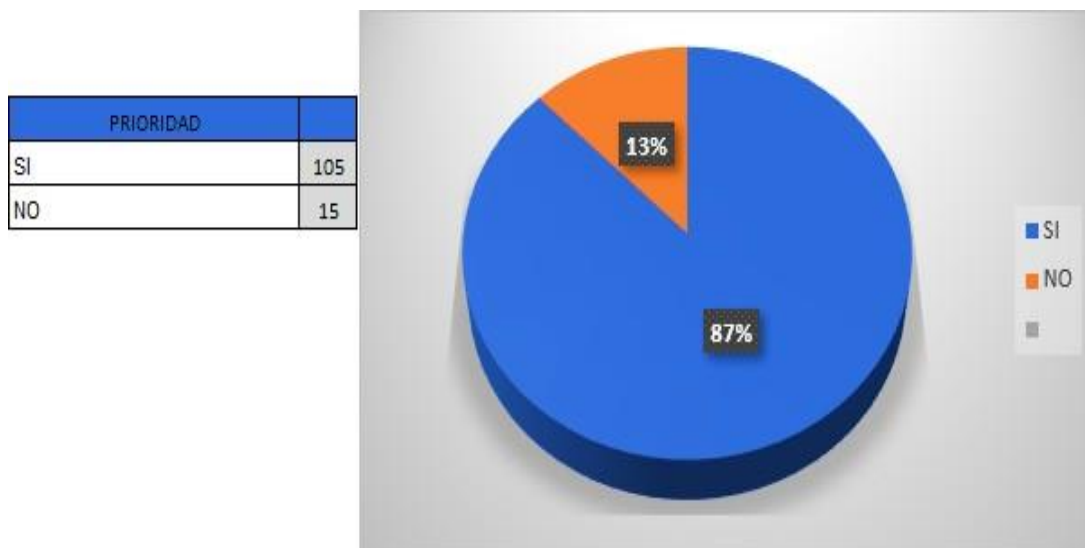
Figura 17. Pregunta 4 encuesta



Para que el cliente adquiera el producto por eso es muy necesario establecer un precio que se ajuste a las condiciones del mercado automotriz.

## 5. ¿Al comprar un vehículo, le gustaría que cuente con accesorios de seguridad y tenga garantía?

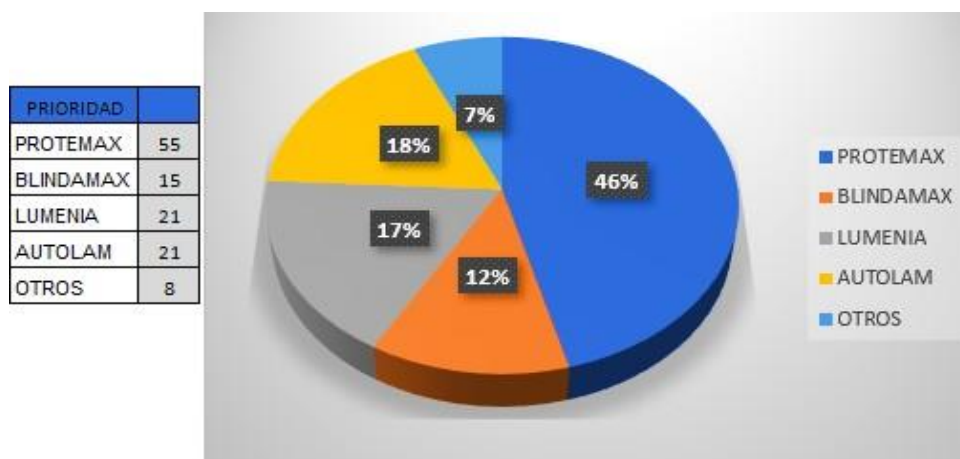
Figura 18. Pregunta 5 encuesta



Dentro de la encuesta un 87% de los consumidores prefieren adquirir los accesorios de seguridad al momento de adquirir un vehículo, por lo que resulta factible tener convenio con las concesionarias para la comercialización de las láminas de seguridad.

## 6. ¿Cuál compañía escogerías para adquirir los accesorios de seguridad?

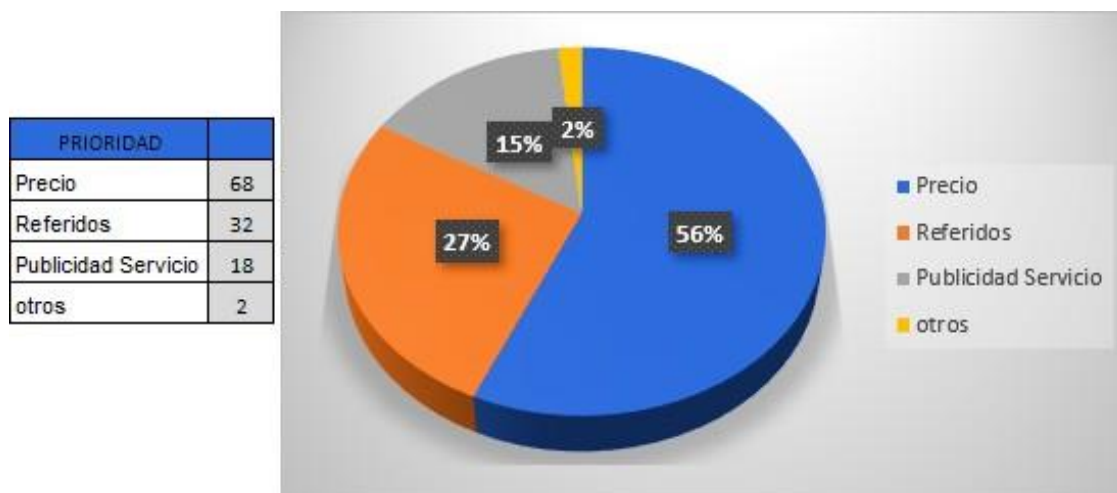
Figura 19. Pregunta 6 encuesta



Un 46% de los encuestado menciono que en PROTEMAX adquirirían los accesorios de seguridad, mientras que AUTOLAM obtuvo un 12% de aceptación. Bajo estos resultados demuestran que PROTEMAX es el principal competidor de la empresa; sin embargo, AUTOLAM cuenta con una buena acogida principalmente debido a la gestión que realiza a través de redes sociales y convenios.

## 7. ¿Por qué escogería una compañía?

Figura 20. Pregunta 7 encuesta



La mayoría de los encuestados prefiere a la compañía por los precios y las facilidades que ofrece al vender su producto. De acuerdo a los resultados el precio y la publicidad son unos de los factores importantes para la captación de nuevos clientes potenciales.

### Encuesta dirigida al concesionario

#### 1. ¿La concesionaria ofrece productos de seguridad a sus clientes?

Figura 21. Pregunta 1 encuesta



La encuesta realizada específicamente a vendedores de las concesionarias, nos da el siguiente resultado que el 60%, ofrecen productos de seguridad al momento de ofrecer un vehículo mientras que el 40% restante indicó que no y lo deja a opción del cliente. Hay una oportunidad de considerarlas como potenciales clientes para la empresa AUTOLAM.

## 2. ¿Qué productos de seguridad ofrecen a sus clientes?

Figura 22. Pregunta 2 encuesta



Del total de concesionarias todas ofrecen el sistema de alarma en los vehículos, mientras que solo 9 de las concesionarias ofrecen la elección de la instalación de láminas de seguridad, dejándolo como opción por lo que se puede ofrecer el producto de la empresa AUTOLAM.

## 3. ¿El cliente solicita información sobre láminas de seguridad?

Figura 23. Pregunta 3 encuesta



El 93% mencionó que sus clientes consultan o piden información sobre láminas de seguridad y accesorios, por lo que se puede ver que existe una demanda que debe ser explorada en el mercado.

#### 4. ¿Su concesionaria comercializa los accesorios de seguridad para vehículos?

Figura 24. Pregunta 4 encuesta



El 53 % de las concesionarias, ofrecen el servicio directa o indirectamente, la comercialización de accesorios de seguridad, mientras que el 47% indicó que no. Toca identificar algunos factores como son proveedores, precios, comisiones y calidad del servicio para poder ingresar a las concesionarias que cuentan con este servicio.

##### 2.10.1. Análisis e interpretación de resultados

###### Concesionaria:

Al concluir con las encuestas podemos decir los concesionarios son un aporte muy importante para nuestro negocio, porque es el punto estratégico para la venta e instalación de láminas de seguridad hay la oportunidad de trabajar directamente con ellos en un mercado. La estrategia debe ser en comisiones donde estén incluida la comisión del vendedor del vehículo recién adquirido.

De acuerdo al análisis de las encuestas se observa una oportunidad de negocio sustentable en el tiempo, se considera la participación de la empresa dentro de los concesionarios y ve factible el proyecto.

###### Consumidor final (Cliente)

En la encuesta realizadas, según el análisis existe una buena aceptación y conocimiento del producto actual en el mercado, esto sea por protección o seguridad. Dando como factible el proyecto para el ingreso al mercado con la instalación de láminas de seguridad.

Aplicado los instrumentos de recolección de la información de datos en las encuestas realizadas a personas que adquirieron el producto y a 15 vendedores de

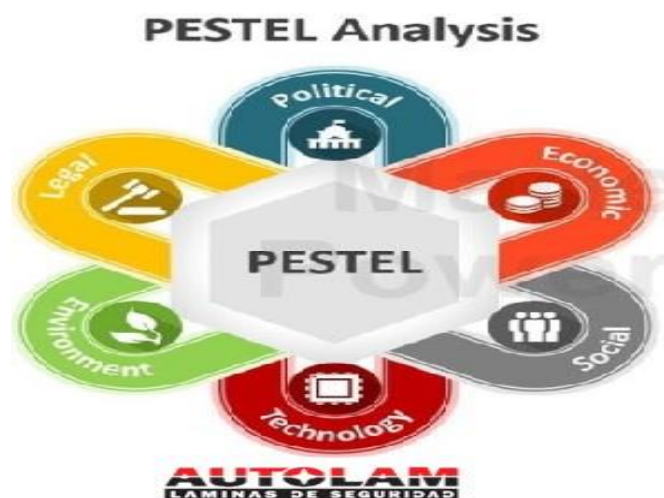
concesionarios de la ciudad de Guayaquil entre la cuales figuran:

Figura 25. Concesionarios encuesta



## 2.11. Análisis PESTEL

Figura 26. PESTEL



Es muy importante realizar un análisis con respecto al nivel económico y político del país, que actualmente se encuentra en una etapa de recuperación después de políticas económicas que afecta al consumidor final al momento de adquirir nuestros productos, es por eso que se realiza un análisis Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal.

### Análisis

- Político: Cambio de gobierno estabilidad o inestabilidad, Iniciativas

gubernamentales a favor de las empresas.

- Económico: Política económica del gobierno, fuentes de financiamiento.
- Socio cultural: Nivel de ingresos, cultura de consumo, seguridad ciudadana
- Tecnológico: Innovación de producto Legal: leyes

## CAPÍTULO III

### PLAN DE MARKETING Y POSICIONAMIENTO DEL NEGOCIO

#### 3.1. Objetivos Comerciales

AUTOLAM, tiene como objetivo comercial, captar el mercado automotriz en su 50 % con su producto principal dentro del primer año del 2024, ingresando como empresa de servicio a las concesionarias de la ciudad de Guayaquil y expandirse a nivel nacional.

#### 3.2. Objetivos Específicos

- Cambiar la empresa a persona jurídica.
- Contratar 1 asesor comercial, con conocimiento en el sector automotriz.
- Ingresar en las concesionarias de la ciudad de Guayaquil, nuestro producto.
- Captar el mercado restante de los nuevos clientes.
- Realizar el trámite legal de constitución de la empresa.
- Buscar el perfil adecuado para el puesto, mediante las redes sociales.
- Buscar reuniones con los gerentes comerciales de las diferentes concesionarias y presentar propuestas.
- Realizar visitas de campo en el sector automotriz.

#### 3.3. Plan Comercial y de Marketing

Para alcanzar los objetivos comerciales se realizará un plan comercial y de marketing para la venta de las láminas de seguridad dentro de las concesionarias al momento de adquirir un vehículo, la empresa AUTOLAM buscará captar a los clientes potenciales a través de estrategias de mercadeo en la ciudad de Guayaquil.

Se buscará como estrategias establecer que el vehículo cuente con la lámina de seguridad al momento de la venta, esto significa que el costo estará incluido en el valor final del vehículo, dejando la opción al cliente de tomar la decisión de no tener la lámina, es decir a las concesionarias a través de la estrategia comercializara el producto a los clientes finales. Esto hará que AUTOLAM alcance sus objetivos trazados y cumpla con las metas establecidas.

### 3.3.1. Estrategias de Ventas

El plan de negocios se basa en la comercialización de las láminas de seguridad en el sector automotriz, se aplicará una estrategia de crecimiento horizontal, tratando de satisfacer una necesidad por una problemática existente llamada inseguridad, tomando en consideración el tipo de producto que ofrece calidad y garantía por ser un producto de origen americano y con años de posicionamiento en el mercado mundial.

Se buscará ofertar un precio donde el concesionario obtenga un margen en la facturación al cliente, y cubra nuestros costos obteniendo una rentabilidad.

AUTOLAM, buscara determinar la mejor estrategia que se pueda aplicar para la comercialización de las láminas de seguridad LLUMAR, en el sector automotriz de la ciudad de Guayaquil. A continuación, detallaremos las principales:

- Busca de conexiones o alianzas estratégicas.
- Publicidad del producto.
- Redes sociales
- Precio competitivo.
- Utilidad o margen de ganancias.
- Inductivo para conocer el producto.
- Certificados de calidad y garantía.
- Comisiones.

**Alianzas estratégicas:** Se buscará ingresar a los concesionarios mediante carta de presentación que nos permita mantener reuniones, demostrando la calidad del producto y su garantía.

**Precio justo:** Se realizará un estudio de los precios de la competencia, y se establecerá un precio acorde al mercado donde se genere utilidad para la empresa y la concesionaria.

**Margen de ganancias:** El margen de ganancia dependerá del estudio realizado y considerando las micras de la lámina de seguridad instalada.

**Demostraciones de producto:** Se realizará por medio de inducción de video a los

asesores comercial, para la comercialización al cliente final.

**Certificados de calidad y garantía:** Se garantizará la calidad del producto con la marca llumar, que es un producto posesionado en el mercado mundial y cuenta con todas las certificaciones basados en pruebas de impacto.

**Comisiones:** Dentro del estudio para definir el precio de la lámina de seguridad, incluiremos un margen de comisión para los asesores comercial, se busca tener la confiabilidad del vendedor externo hacia la empresa y el producto.

Figura 27. Láminas de Seguridad Llumar



Fuente: (Autolam Láminas)

### 3.4. Organización de la Estructura de Ventas

La organización de la estructura de venta actuara como enlace directo entre la empresa y sus clientes estos sean actuales o potenciales. Autolam, capacitara a los vendedores de las concesionarias para que puedan representar a la empresa, ante el cliente brindándoles a éstos últimos información, asesorándolos y aclarando sus dudas.

En la actualidad AUTOLAM, en el mercado, es una empresa en formación cuya estructura interna no es tan amplia, contando con la asesoría de vendedores externos que se desarrollan exclusivamente dentro de las concesionarias, por ello, necesitaremos contratar a personal especializado en el área comercial y que desarrolle las gestiones y estrategias de ventas de las láminas de seguridad. Se contratará vendedores que conozcan el sector automotriz con los siguientes parámetros como: sueldo básico, viáticos, movilización y un porcentaje de comisión basado en los resultados y cumplimiento en ventas realizadas.

### **3.4.1. Rol del Administrador y del Vendedor**

- Incentivar constantemente el crecimiento de las ventas de los productos que ofrece AUTOLAM, en especial las láminas de seguridad.
- Cumplir con los objetivos y metas definidas.
- Incentivar a la fidelización y compromiso para la obtención de clientes potenciales.
- Planificar estrategias de ventas basadas en los objetivos de la empresa.
- Dar cumplimiento de gestiones organizadas por el equipo de ventas y motivarlos.
- Realización de los informes mensuales de ventas, para revisar índices.
- Análisis y presentación mensual del cumplimiento de ventas.
- Estudios sobre los principales requerimientos y necesidades de los clientes.
- Evaluación y análisis de informes de ventas.
- Supervisión de la instalación de la lámina al cliente.
- Inventario de la salida del producto basado con relación a la demanda.
- Control del producto.

### **3.4.2. Sistemas de Ventas**

El sistema de ventas, será de campo dado que los vendedores no pasaran dentro de la empresa AUTOLAM, ellos constaran con una planificación que deben cumplir a diario y eso incluye la visita a las concesionarias de la ciudad de Guayaquil, para ver necesidad de los vendedores externos y supervisar que se cumpla la venta de las láminas de seguridad.

## **3.5. Previsiones y Cuotas de Venta**

AUTOLAM, considera que, en las concesionarias de la ciudad de Guayaquil, se puede llevar a cabo la respectiva gestión de comercialización de las láminas de seguridad de la marca llumar, se identificara algunos aspectos relevantes como el nivel de clientes que llegan a las concesionarias, las ventas realizadas para definir las gestiones de ventas esto para hacer la respectiva previsión de ventas.

### **3.5.1. Potencial de Mercado, de Ventas y Clases de Previsiones**

En la actualidad podemos determinar el mercado, de acuerdo al número

concesionarias, y con base al número previsto de instalación de láminas de seguridad, esto ayudara a establecer el potencial existente en el mercado automotriz, así como las ventas en los diferentes territorios.

### **3.5.2. Procedimiento para las Previsiones**

El procedimiento para realizar las previsiones estará enfocado en las concesionarias donde ingresaremos a trabajar, se deberá tomar en consideración el potencial del mercado en los cuales se pondrá un stand de AUTOLAM, y donde se dará información y se podrá comercializar las láminas de seguridad, para atraer clientes.

### **3.5.3. Métodos de Previsión de Ventas Intención de Compra**

De acuerdo a los datos obtenidos de las personas encuestadas, y donde podemos analizar que, entre los accesorios o insumos de seguridad para vehículos, las láminas de seguridad están como una segunda opción a la importancia en seguridad, lo que nos permite identificar y calificar como compradores por la intención de compra hacia este producto.

Se buscará tener aspirantes de compras mediante una estrategia de publicidad en los residenciales, así como manejo de bases de datos de clientes de años anteriores adquiridas en las concesionarias, donde podremos ofrecer nuestros otros productos que constan en nuestra cartera de servicios.

### **3.5.4. Cuotas de Ventas**

Las cuotas de ventas se designarán a cada asesor comercial; en función al total de ventas de la provisión mensual. El asesor comercial tendrá que cumplir con una base de ventas para cumplir con su cuota de venta mensual por lo cual deberá facturar para el cobro de su comisión según el margen establecido.

El asesor comercial tendrá un sueldo básico como base, donde debe cumplir con un margen de ventas antes de la comisión, en caso de no alcanzar la cuota de venta mínima, se considerará como incumplimiento de la cuota y queda dentro del monitoreo por parte del supervisor, y solo cobrará sus honorarios.

Tabla 2 Cuotas de Ventas

<b>Cuota de venta en %</b>		
Descripción	Comisión x ventas	% comisión del presupuesto
Asesor 1	13%	36%
Asesor 2	13%	36%
Instalador 1	5%	14%
Instalador 2	5%	14%

Se debe considerar que las personas que promocionaran el producto dentro de las concesionarias, ellos generan comisiones sobre el producto vendido lo cual será un margen de la venta total del producto, y deberá facturar mensualmente bajo la orden de trabajo.

Las cuotas o márgenes de venta serán revisadas mensualmente. Luego del monitoreo mensual, se procederá a tomar la decisión de incrementar las cuotas de ventas en la proyección mensual.

### 3.6. Método de Krisp

Para el control de eficacia usaremos el método Krisp para el control del crecimiento de las cuotas. Con la aplicación se pretende suavizar el exceso de crecimiento considerado. Su aplicación debe estar supervisada, controlada por parte del supervisor quien realizara la asignación de la cuota y a esta no sea excesiva para que se dé cumplimiento por parte de los asesores comerciales.

Tabla 3 Planteamiento del método KRISP

Vendedor	%	Ventas Reales	Presupuesto	eficacia	cuota 1	cuota2
1	25%	\$ 1.200,00	\$ 1.600,00	0,8	\$ 1.800,00	\$ 1.400,00
2	25%	\$ 1.700,00	\$ 1.600,00	1,1	\$ 1.800,00	\$ 2.000,00
3	25%	\$ 1.500,00	\$ 1.600,00	0,9	\$ 1.800,00	\$ 1.700,00
4	25%	\$ 1.800,00	\$ 1.600,00	1,1	\$ 1.800,00	\$ 2.200,00
TOTAL	100%	\$ 6.200,00	\$ 6.400,00	1,0	\$ 7.200,00	\$ 7.300,00

Una vez establecido las primeras ventas reales en la columna de eficacia se dé comparación (división) entre las ventas reales y lo que correspondía vender según la cuota establecida o proyectada. En la columna de cuota 1 corresponde a la cuota de venta establecida para el próximo periodo, esta se corrige en la columna de cuota 2, en donde se reduce relativamente el porcentaje que se considera que se requiere de mayor tiempo para el alcance del objetivo establecido en el sector del asesor. De esta manera podremos tener una proyección realista y de acorde al desarrollo de cada asesor.

La medición de eficacia está basada en las siguientes mediciones:

Tabla 4 Variación de cuota de acuerdo a eficacia.

<b>NIVEL DE EFICACIA</b>	<b>MÚLTIPLO</b>
0,9	0,9
0,9 Y 1,00	0,95
1	1
1,1	1,05

De acuerdo al análisis, no se renunciará al nivel de ventas proyectado, ni el volumen de ventas que se espera alcanzar, por lo que se repartirá alguna diferencia entre la cuota menor en la columna 2, y repartiéndola de acuerdo al porcentaje de participación dentro de la cuota base del período anterior.

### **3.6.1. Presupuesto de Ventas**

Para referir las cuotas de ventas se considerará el resultado y análisis de las encuestas realizadas en las donde se determinó que el 59% de los clientes se les ofrece los accesorios de seguridad. Por tanto, Basado a este resultado se proyecta que el 59% de los compradores son potencial y pueden adquirir el producto dentro de las concesionarias, por eso se determina que van a adquirir las láminas de seguridad al momento de adquirir su vehículo.

Tabla 5 Presupuesto de Ventas Anual

PRESUPUESTO DE VENTAS DEL AÑO 1						
PRODUCTO	Lamina 8	Lamina 12	Lamina 16	Lamina 24	Accesorios Protección	VENTAS TOTALES
MARZO	\$ 5.000,00	\$ 2.800,00	\$ 1.900,00	\$ 1.350,00	\$ 500,00	\$ 11.550,00
ABRIL	\$ 5.000,00	\$ 2.800,00	\$ 1.900,00	\$ 1.350,00	\$ 500,00	\$ 11.550,00
MAYO	\$ 5.000,00	\$ 2.800,00	\$ 1.900,00	\$ 1.350,00	\$ 500,00	\$ 11.550,00
JUNIO	\$ 5.000,00	\$ 2.800,00	\$ 1.900,00	\$ 1.350,00	\$ 500,00	\$ 11.550,00
JULIO	\$ 5.000,00	\$ 2.800,00	\$ 1.900,00	\$ 1.350,00	\$ 500,00	\$ 11.550,00
AGOSTO	\$ 5.000,00	\$ 2.800,00	\$ 1.900,00	\$ 1.350,00	\$ 500,00	\$ 11.550,00
SEPTIEMBRE	\$ 5.000,00	\$ 2.800,00	\$ 1.900,00	\$ 1.350,00	\$ 500,00	\$ 11.550,00
OCTUBRE	\$ 5.000,00	\$ 2.800,00	\$ 1.900,00	\$ 1.350,00	\$ 500,00	\$ 11.550,00
NOVIEMBRE	\$ 5.000,00	\$ 2.800,00	\$ 1.900,00	\$ 1.350,00	\$ 500,00	\$ 11.550,00
DICIEMBRE	\$ 5.000,00	\$ 2.800,00	\$ 1.900,00	\$ 1.350,00	\$ 500,00	\$ 11.550,00
<b>TOTAL, ANUAL</b>	<b>\$ 50.000,00</b>	<b>\$ 28.000,00</b>	<b>\$ 19.000,00</b>	<b>\$ 13.500,00</b>	<b>\$ 5.000,00</b>	<b>\$115.500,00</b>

### 3.6.2. Organización del Territorio

La organización del territorio es muy importante para realizar las gestiones de comercialización, considerando el desplazamiento del personal comercial por diferentes rutas con la asignación de clientes para que puedan realizar una gestión con eficacia. La empresa AUTOLAM actualmente mantiene alianzas con asesores comerciales en dos concesionarias en Guayaquil, y busca establecerse en las demás por lo que se designara rutas acompañadas de reportes para verificar el cumplimiento, además se buscara llegar por medio de publicidad ofertando las láminas de seguridad a zonas residenciales.



existente en la ciudad de Guayaquil, por lo que se realizara una adecuada planificación en el plan de negocios, considerando realizar visitas de campo a las zonas residenciales de la ciudad con el fin de hacer conocer y ofrecer el producto, tomando en consideración que es un nicho sin explotar, a continuación, detallamos la planificación semanal de las rutas.

Tabla 6 Rutas

PLANIFICACION DE CONSTRUCCIÓN DE RUTAS				
Descripción	Lugar	Días de Visita	# Visita día	# Visitas Semana
Asesor 1	concesionario	Lunes - miércoles - viernes	4	12
Asesor 1	Residencias	Martes - jueves - sábados	3	9
Asesor 2	concesionario	Martes - jueves - sábados	4	12
Asesor 2	Residencias	Lunes - miércoles - viernes	3	9

### 3.7. Estrategias de Venta

AUTOLAM, realizará una estrategia en ventas y comercialización para lograr un funcionamiento eficaz del departamento de comercial de la empresa, esto debe permitir a la empresa AUTOLAM, la captación de nuevos clientes que residan en la ciudad de Guayaquil y así poder obtener la rentabilidad esperada, se tomara en consideración la elaboración de directrices para el proceso de reclutamiento de la persona especializada, así podremos definir el tema de remuneraciones dentro de lo proyectado en las ventas.

#### 3.7.1. Reclutamiento de Asesores Comerciales

Considerando que se busca expansión en la ciudad de Guayaquil, será necesario realizar el reclutamiento de futuros asesores y a su vez un supervisor, según como se cumpla las metas y de crecimiento a la línea de negocio, los asesores comerciales serán los encargados de promocionar y dar a conocer el producto y realizar las negociaciones con los clientes. Para el reclutamiento se realizará a través de las plataformas actuales en el medio laboral, considerando que el proceso de

reclutamiento y selección se realizará basado en el perfil que establezca la empresa AUTOLAM.

### **Perfil del asesor comercial**

- **Formación académica:** ingeniería comercial o carreras afines, Ingeniería en ventas
- **Experiencia laboral:** dos años en la comercialización de productos o servicios del sector automotriz.
- **Edad:** 25 a 40 años.
- **Requisitos:** contar con vehículo propio para realizar las visitas y gestiones de ventas.
- **Responsabilidades:** análisis del territorio de competencia, gestión e implementación del portafolio de clientes, realizar visitas a las concesionarias, proporcionar información a los potenciales clientes sobre los productos, gestionar las negociaciones y los pedidos.
- **Habilidades y conocimientos:** contar con las siguientes habilidades y conocimientos de ventas:
  - Habilidades de negociación
  - Manejo de condiciones de negociación
  - Toma de decisiones
  - Atención al cliente
  - Elementos de marketing
  - Gama de productos y servicios para la venta
  - Conocimiento en mercado automotriz

### **Perfil del supervisor**

- **Formación académica:** Ingeniería en ventas, ingeniería comercial o carreras afines.
- **Experiencia laboral:** experiencia mínima de tres años en cargos similares en el sector automotriz.

- **Edad:** 30 a 45 años.
- **Responsabilidades:** cumplir con metas de la empresa y asegurar que los vendedores estén siempre motivados y enfocados en objetivos, crear y modificar rutas de ventas, brindar la facilidad y las herramientas necesarias para incrementar la venta de los productos de la empresa, manejo de inventario y disponibilidad del stock de los productos, mantener el buen manejo de ambiente laboral y cuidar las relaciones con proveedores y clientes, y realizar estrategias para el incremento de ventas.
- **Habilidades y conocimientos:** El supervisor debe contar con las siguientes habilidades y conocimientos:
  - Liderazgo.
  - Organización.
  - Habilidades de negociación.
  - Atención al cliente.
  - Elementos de marketing.
  - Gama de productos / servicios para la venta.
  - Mercado de Automotriz.
  - Accesorios de vehículos.
  - Toma de decisiones.
  - Manejo y control de personal.

### **3.8. Remuneraciones**

Una vez establecidas las directrices para la búsqueda y selección de los asesores y supervisor de ventas, se procede a detallar aspectos relacionados con el sistema de remuneración para el nuevo personal de acuerdo a la experiencia y conocimiento del sector automotriz.

#### **3.8.1. Sueldo Fijo, Comisiones e Incentivo**

La empresa AUTOLAM provee tener un sistema de remuneración para el departamento de venta o comercial, con una base de sueldo fijo acorde a la experiencia, a los asesores comercial se les asignará un sueldo básico de \$400.00

más comisiones correspondientes al 12.5%, siempre que cumplan con la meta establecida en venta del número del producto, en este caso por las instalaciones de las láminas de seguridad, cada asesor debe cumplir su cuota de venta mensual, en caso de superarla se les asignará un bono adicional dependiendo de la cifra final.

En el caso del Supervisor de ventas, dependerá su contratación como vaya desarrollando la línea de negocio de la empresa se tiene previsto designar un sueldo fijo correspondiente a \$550.00 más comisiones por cumplimiento de objetivos.

### **3.8.2. Comisiones y Otros Incentivos**

Con el objetivo de motivar y premiar a los asesores comercial por su productividad, la empresa AUTOLAM realizará la entrega de bonificaciones de productividad al finalizar el período contable, dicha bonificación correspondiente a un porcentaje de acuerdo a la rentabilidad de la empresa y no puede pasar del valor de sueldo de los asesores, este valor será una bonificación adicional y no corresponde a los beneficios contemplados en la legislación laboral vigente.

En el caso de las comisiones por ventas se establecerá de acuerdo al valor que se establezca en las proyecciones o metas que deben cumplir.

De la misma forma buscaremos motivar al personal técnico instaladores de las láminas de seguridad a quien se dará un porcentaje de comisión por vehículo instalado y que este sujeto al cumplimiento de la meta proyectada.

### **3.8.3. Sistemas Mixtos de Sueldo y Comisiones**

AUTOLAM, tendrá un sistema de remuneración mixto; donde se garantiza que los asesores comerciales obtendrán un ingreso mensual que podrá complementarse con las comisiones que son un ingreso adicional. Se pretende motivar departamento comercial y reconocer los esfuerzos en función del cumplimiento de los objetivos y cuota de ventas. El sistema estará conformado por los siguientes componentes:

- Sueldo fijo vendedores.
- Movilización.
- Décimo tercer sueldo.
- Décimo cuarto sueldo.
- Vacaciones.

- Fondos de reserva.
- Aportación patronal.
- Aportación personal.
- Comisiones y bono por cumplimiento.

#### **3.8.4. Sistemas Colectivos**

AUTOLAM, no se ajusta a este sistema por tener una variación en sueldos y comisiones, y el sistema colectivo de remuneración se basan en otorgar el mismo porcentaje de incentivo a todo los que conforman la empresa por igual.

### **3.9. Control de Ventas**

El control de ventas está dirigido a los vendedores, y se dirige principalmente a identificar los métodos de excelencia y factores de ineficiencia para permitir realizar un análisis de mejoras. el sistema de gestión se basa en tener un control total en ventas y que se aplicará por la empresa AUTOLAM en la ciudad de Guayaquil, el mismo que deberá ser ejecutado.

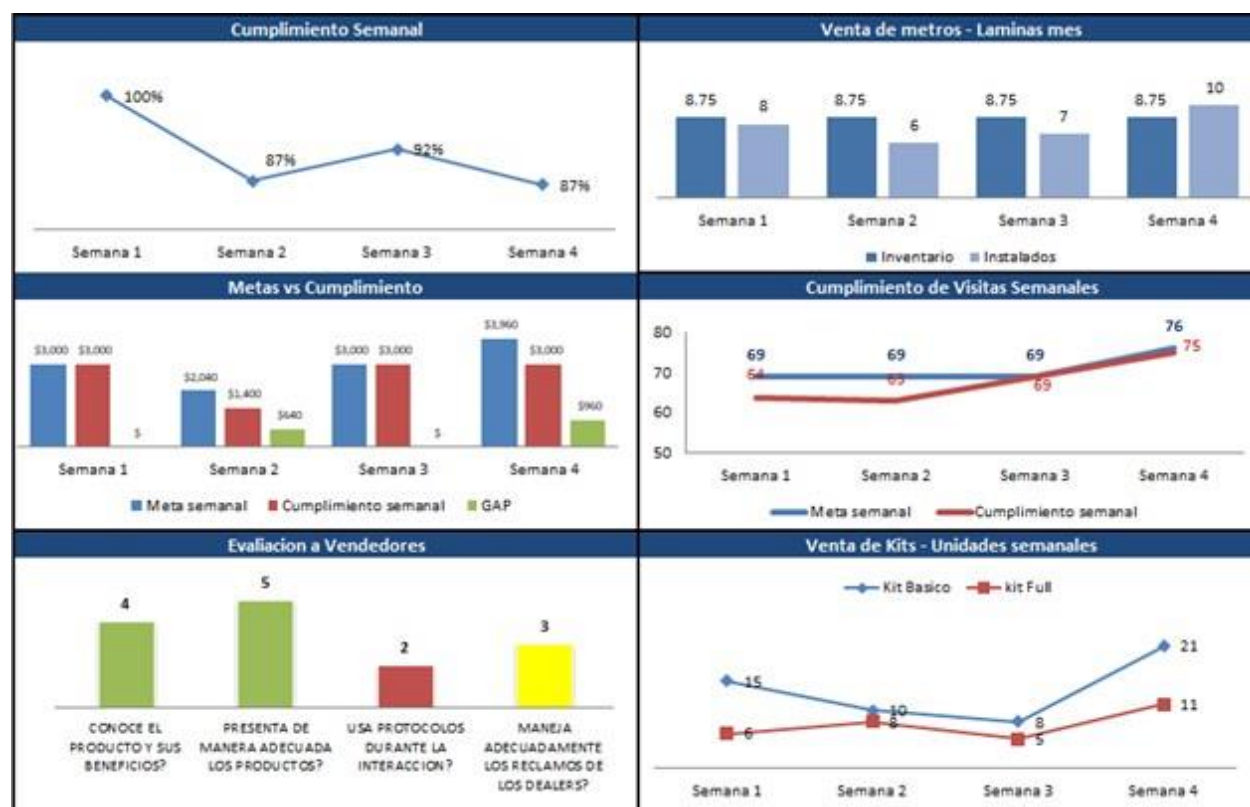
#### **3.9.1. Control de Volumen de Ventas**

El supervisor estará a cargo de tener un control exacto con respecto al cumplimiento del presupuesto de ventas establecido por la empresa; será necesario que se realice un monitoreo de la productividad y de las actividades que realiza cada asesor comercial. Se debe realizar la revisión de los indicadores basados en los resultados mensuales, en la que se analizarán los siguientes indicadores.

- Volumen de ventas mensual:
- Por crecimiento de la facturación.
- Tasa de crecimiento de la cuota de mercado.
- Número de clientes y pedidos.
- Número de pedidos (promedio).

Para la revisión de la información de las ventas realizadas, se planificará realizar reuniones y así poder analizar lo que muestra los indicadores de las metas semanales y mensual. El Supervisor estará encargado de recopilar la información para el informe mensual que será presentado a la gerencia de la empresa AUTOLAM.

Figura 29. Tabla de cumplimiento



### 3.10. Análisis Financiero

#### 3.10.1. Hipótesis de Partida de la Empresa AUTOLAM

Para poder determinar la factibilidad, viabilidad y rentabilidad de nuestro plan de negocio para la comercialización de láminas de seguridad Llumar en el sector automotriz en la ciudad de Guayaquil, es muy importante tener conocimientos sobre los movimientos que darán los asesores y compradores a partir del primer año, determinando si son clientes de concesionarias o de campo. Por tal razón se muestra los puntos que intervienen en el estudio económico y financiero del proyecto:

#### 3.10.2. Capital Inicial

Para el inicio de operativo es muy importante para una empresa constar con un buen capital económico. El capital inicial estará destinado para la ejecución del proyecto para la comercialización de las láminas de seguridad, por lo que se requiere de una inversión inicial que tendrá origen en recursos propios de los socios y de préstamos bancarios.

### **3.10.3. Política de Financiamiento**

Para el financiamiento hemos compuesto un capital propio con un valor de \$. 45.000,00 mientras que el recurso de terceros por prestaciones bancarias será de \$. 20.000.00.

Figura 30. Tasa de Préstamo Ban Ecuador

CIRCULAR DE TASAS DE INTERÉS Para el período:			GF-001-2020 ENERO 2020			
TASAS ACTIVAS PARA BANECUADOR S.P.			ENERO 2020			
TIPO DE CRÉDITO	TASA NOMINAL	TASA EFECTIVA	TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTES PARA ENERO 2020			
	BANECUADOR S.P.		TASAS REFERENCIALES TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PARA EL SEGMENTO	% ANUAL	TASAS MÁXIMAS TASA ACTIVA EFECTIVA MÁXIMA PARA EL SEGMENTO	
<b>CREDITOS PRODUCTIVOS</b>						
Productivo Empresarial	9.76%	10.21%	Productivo Corporativo	9.14	Productivo Corporativo	9.33
Productivo PYMES	9.76%	10.21%	Productivo Empresarial	9.92	Productivo Empresarial	10.21
Productivo Agrícola Ganadero	8.21%	8.53%	Productivo PYMES	10.88	Productivo PYMES	11.83
<b>CRÉDITOS COMERCIALES</b>			Productivo Agrícola y Ganadero	8.48	Productivo Agrícola y Ganadero	8.53
Comercial Prioritario Empresarial	9.76%	10.21%	Comercial Ordinario	8.67	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario PYMES	9.76%	10.21%	Comercial Prioritario Corporativo	8.68	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
<b>CRÉDITOS DE CONSUMO</b>			Comercial Prioritario Empresarial	9.78	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Consumo Ordinario	16.06%	17.30%	Comercial Prioritario PYMES	10.95	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Prioritario	16.06%	17.30%	Consumo Ordinario	16.27	Consumo Ordinario	17.30
<b>MICROCRÉDITOS</b>			Consumo Prioritario	16.74	Consumo Prioritario	17.30
Microcrédito Agrícola y Ganadero	11.25%	11.85%	Educativo	9.46	Educativo	9.50
Microcrédito Minorista			Educativo Social	6.51	Educativo Social	7.50
Crédito de Desarrollo Humano CDH	5.00%	5.12%	Vivienda de Interés Público	4.74	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Comercio y Servicios	15.30%	16.42%	Inmobiliario	10.14	Inmobiliario	11.33
Microcrédito Comercio y Servicios - Impulso Cultura	11.25%	11.85%	Microcrédito Agrícola y Ganadero	19.26	Microcrédito Agrícola y Ganadero	20.97
Microcrédito de Producción	11.25%	11.85%	Microcrédito Minorista	25.00	Microcrédito Minorista	28.50
Microcrédito de Acumulación Simple			Microcrédito de Acumulación Simple	21.41	Microcrédito de Acumulación Simple	25.50
Microcrédito Comercio y Servicios	15.30%	16.42%	Microcrédito de Acumulación Ampliada	20.14	Microcrédito de Acumulación Ampliada	21.50
Microcrédito Comercio y Servicios - Impulso Cultura	11.25%	11.85%	Inversión Pública	8.51	Inversión Pública	9.33
Microcrédito de Producción	11.25%	11.85%				
Microcrédito de Acumulación Ampliada						
Microcrédito Comercio y Servicios	15.30%	16.42%				
Microcrédito Comercio y Servicios - Impulso Cultura	11.25%	11.85%				
Microcrédito de Producción	11.25%	11.85%				

OTRAS TASAS REFERENCIALES BANCO CENTRAL DEL ECUADOR	
Tasa Pasiva Referencial	6.22
Tasa Activa Referencial	8.68
Tasa Legal	8.68
Tasa Máxima Convencional	9.33

Fuente: Genera de Colocaciones y Captaciones

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR - Tasas de interés efectivas 2020

TASAS PASIVAS PARA PERSONAS NATURALES Y EMPRESAS PRIVADAS									
MONTO	CERTIFICADOS DE INVERSIÓN								MÁS DE 360
	31-60	61-90	91-120	121-150	151-180	181-270	271-360		
100.00	500.00	1.50%	2.50%	3.00%	3.50%	4.00%	4.25%	4.50%	5.00%
501.00	2,000.00	2.50%	2.75%	4.75%	5.00%	5.25%	5.40%	5.50%	5.75%
2,001.00	10,000.00	2.75%	3.00%	5.00%	5.25%	5.50%	5.75%	5.75%	6.00%
10,001.00	20,000.00	3.00%	3.25%	5.25%	5.50%	5.65%	5.85%	6.00%	6.25%
20,001.00	40,000.00	3.25%	3.50%	5.40%	5.70%	5.85%	6.00%	6.25%	6.50%
40,001.00	100,000.00	3.50%	4.00%	5.60%	5.85%	6.00%	6.25%	6.50%	6.75%
100,001.00	en adelante	3.75%	4.50%	5.80%	6.00%	6.15%	6.50%	6.75%	7.00%

DEPOSITOS MONETARIOS (Ctas. Corrientes)			DEPOSITOS DE AHORROS (Ctas. Ahorro)		
DE	HASTA	TASA	DE	HASTA	TASA
-	5,000.00	0.00%	-	500.00	0.75%
5,001.00	10,000.00	0.20%	501.00	1,000.00	1.25%
10,001.00	50,000.00	0.30%	1,001.00	2,000.00	1.50%
50,001.00	En adelante	0.75%	2,001.00	5,000.00	1.75%
			5,001.00	En adelante	2.00%



Fuente: (Ecuador, BanEcuador, 2022)

Como principal opción tenemos al Ban-Ecuador, para gestión de un préstamo productivo empresarial, con una tasa de interés anual del 9.76%, con pagos hasta 36 meses

Tabla 7 Financiamiento de Inversión

<b>Financiamiento de la Inversión</b>		
<b>Recursos Propios</b>	45.000,00	69%
<b>Recursos de Terceros</b>	20.000,00	31%
<b>TOTAL</b>	65.000,00	100%

#### **3.10.4. Costo de Capital**

Con el costo de capital determinaremos la tasa de rendimiento que se pretende en el proyecto sobre las inversiones, para que el valor no sea alterado, es necesario que el administrador de la empresa AUTOLAM, abastezca de las herramientas necesarias para las decisiones sobre las inversiones a realizar, esto basado en las que más le convengan a la organización tal como lo indica la tabla de costos variables.

#### **3.10.5. Impuestos**

Las tasas de impuestos son establecidas por la ley tanto para las personas naturales como para las empresas, es por ello, que para el plan de negocio en efectuarse se considera el pago de impuestos según el estado de resultado, así como el pago del 15% a los trabajadores por los próximos 5 años.

Figura 31. Porcentaje de Impuesto a la Renta

EMPRESAS	INGRESOS		IMPUESTO A LA RENTA
	DESDE	HASTA	
MICRO	0.00	300,000	22%
PEQUEÑAS	300,001	1,000,000.00	22%
PYMES	1,000,001	EN ADELANTE	25%

Fuente: (Tax Strategy, 2018)

### 3.11. Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos se detalla en una tabla el estado de resultado de pérdidas y ganancias, con proyección a 5 años y donde se estima ingresos de \$. 191.040,00 de las ventas esperadas, en el primer año de ejercicio fiscal al igual su costo de venta de \$. 47.200,36, que se obtendrá como resultado una utilidad bruta de \$. 143.839,64. También se observan gastos financieros que resultaría del préstamo bancario, los sueldos de las personas que formarán parte de la nueva oficina, gastos generales, además de asumir los impuestos. Luego de todos estos gastos lograr una utilidad neta la misma que se irá incrementando a partir del 1er año.

Tabla 8 Estado de Resultado

ESTADO DE RESULTADO					
AÑO	2024	2025	2026	2027	2028
Ingreso de Actividades					
Ordinarias	\$ 191.040,00	\$ 202.674,34	\$ 215.017,20	\$ 228.111,75	\$ 242.003,76
Costo de Ventas	\$ 47.200,36	\$ 48.727,62	\$ 50.307,48	\$ 51.941,92	\$ 53.633,01
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 143.839,64</b>	<b>\$ 153.946,71</b>	<b>\$ 164.709,73</b>	<b>\$ 176.169,84</b>	<b>\$ 188.370,74</b>
Gastos Financieros	\$ 8.536,43	\$ 8.536,43	\$ 8.536,43	\$ -	\$ -
Gastos de Sueldos	\$ 60.177,66	\$ 61.381,22	\$ 62.608,84	\$ 63.861,02	\$ 65.138,24
Gastos Generales	\$ 19.565,50	\$ 19.956,81	\$ 20.355,94	\$ 20.763,06	\$ 21.178,32
<b>UTILIDAD O PERDIDA</b>					
<b>ANTES DE IPUESTO</b>	<b>\$ 55.560,05</b>	<b>\$ 64.072,26</b>	<b>\$ 73.208,51</b>	<b>\$ 91.545,76</b>	<b>\$ 102.054,18</b>
Impuesto a la Renta	\$ 12.223,21	\$ 14.095,90	\$ 16.105,87	\$ 20.140,07	\$ 22.451,92
Utilidad a Trabajadores	\$ 8.334,01	\$ 9.610,84	\$ 10.981,28	\$ 13.731,86	\$ 15.308,13

**UTILIDAD NETA DEL**

<b>EJERCICIO</b>	<b>\$ 35.002,83</b>	<b>\$ 40.365,52</b>	<b>\$ 46.121,36</b>	<b>\$ 57.673,83</b>	<b>\$ 64.294,14</b>
------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

% de Repartición

Utilidades a Trabajadores **15%**

% de Impuesto a la Renta **22%**

**3.11.1. Volumen**

AUTOLAM, tiene previsto vender en el primer año un estimado de 1128 unidades de láminas de seguridad instalada en vehículos, con un incremento del 3% anual en la compra con una aceptación del 60% en el mercado. Se proyecta que para el año 2024 se pretende obtener 1162 láminas instaladas como ventas y expandir hasta el quinto año la cantidad de 1270, por lo que se determina un mercado objetivo.

Tabla 9 Proyección de venta unidades

<b>UNIDADES PROYECTADAS A VENDER EN 5 AÑOS</b>					
<b>Incremento en ventas proyectados</b>	<b>3%</b>				
<b>PRODUCTO</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Lamina 8	576	593	611	629	648
Lamina 12	288	297	306	315	324
Lamina 16	96	99	102	105	108
Lamina 24	48	49	51	52	54
Accesorios Protección	120	124	127	131	135
<b>VENTAS TOTALES EN UNIDAD</b>	<b>1128</b>	<b>1162</b>	<b>1197</b>	<b>1233</b>	<b>1270</b>

**3.11.2. Precios**

Para definir el precio por la instalación de las láminas de seguridad, se define en base a los costos de cada tipo de lámina de seguridad, los cuales se estima incrementar conforme a la inflación anual (3%).

Tabla 10 Precios de venta

<b>PRECIO DE VENTA PROYECTADO EN 5 AÑOS</b>					
	<b>Incremento anual</b>			<b>3%</b>	
<b>PRODUCTO</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Lamina 8	150	155	159	164	169
Lamina 12	180	185	191	197	203
Lamina 16	250	258	265	273	281
Lamina 24	350	361	371	382	394
Accesorios Protección	100	103	106	109	113
<b>VENTAS TOTALES EN</b>	<b>1030</b>	<b>1061</b>	<b>1093</b>	<b>1126</b>	<b>1159</b>
<b>UNIDAD</b>					

Mediante nuestra proyección de ventas, se puede predeterminar la cantidad de unidades e importes que se esperan comercializar en los primeros cinco años. Este informe es fundamental para determinar otros ingresos y costos proyectados.

Tabla 11 Ventas Proyectadas

<b>VENTAS PROYECTADAS EN 5 AÑOS</b>					
	<b>Incremento anual</b>			<b>3%</b>	
<b>PRODUCTO</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Lamina 8	\$ 86.400,00	\$ 91.661,76	\$ 97.243,96	\$ 103.166,12	\$ 109.448,94
Lamina 12	\$ 51.840,00	\$ 54.997,06	\$ 58.346,38	\$ 61.899,67	\$ 65.669,36
Lamina 16	\$ 24.000,00	\$ 25.461,60	\$ 27.012,21	\$ 28.657,26	\$ 30.402,48
Lamina 24	\$ 16.800,00	\$ 17.823,12	\$ 18.908,55	\$ 20.060,08	\$ 21.281,74
Accesorios Protección	\$ 12.000,00	\$ 12.730,80	\$ 13.506,11	\$ 14.328,63	\$ 15.201,24
<b>VENTAS</b>					
<b>TOTALES EN</b>	<b>\$ 191.040,00</b>	<b>\$ 202.674,34</b>	<b>\$ 215.017,20</b>	<b>\$ 228.111,75</b>	<b>\$ 242.003,76</b>
<b>UNIDAD</b>					

### 3.12. Presupuesto de Costos

Con el presupuesto de costos podremos analizar cómo se darán las operaciones dentro de este nuevo proyecto para la venta y comercialización de

láminas de seguridad, Por eso se busca establecer cifras que determinen nuestros costos por ello se muestra en la siguiente tabla, los costos variables y fijos que harán posible el desarrollo de nuestro proyecto.

### 3.12.1. Costos Fijos y Variables

Dentro de los costos esperados, se estima los costos variables y los costos fijos. En nuestros costos variables se encuentra la inversión para la adquisición de las láminas de seguridad de la marca Llumar a nuestro proveedor para la comercialización teniendo un costo de \$. 47.200,76 en el primer año, así mismo se determina el incremento conforme a las ventas obtenidas.

Dentro nuestro, costos fijos se encuentra la remuneración de los trabajadores de la empresa, servicios básicos, gastos de publicidad y marketing, pretendiendo alcanzar \$. 79.743.16 en el primer año.

### 3.12.2. Costos Fijos

Se presenta los costos fijos que están compuestos de Gastos de Sueldo incluida las comisiones de ventas, gastos de servicios básicos, gastos de ventas y los gastos varios; los últimos gastos son las provisiones de la nómina prevista por la empresa AUTOLAM. Se planta una proyección para 5 años con un incremento anual del 2 %.

Tabla 12 Costos Fijos

<b>COSTOS FIJOS</b>						
<b>Detalle</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>PROMEDIO</b>
Gastos Sueldos y Salarios	\$ 60.177,66	\$ 61.381,22	\$ 62.608,84	\$ 63.861,02	\$ 65.138,24	\$ 5.014,81
Gastos en Servicios Básicos	\$ 4.260,00	\$ 4.345,20	\$ 4.432,10	\$ 4.520,75	\$ 4.611,16	\$ 355,00
Gastos en ventas	\$ 900,00	\$ 918,00	\$ 936,36	\$ 955,09	\$ 974,19	\$ 300,00
Gastos Varios / Provisiones	\$14.405,50	\$ 14.693,61	\$ 14.987,48	\$ 15.287,23	\$ 15.592,97	\$ 1.200,46
<b>TOTAL COSTO FIJOS</b>	<b>\$ 79.743,16</b>	<b>\$ 81.338,02</b>	<b>\$ 82.964,78</b>	<b>\$ 84.624,08</b>	<b>\$ 86.316,56</b>	<b>\$ 6.870,26</b>

### 3.12.3. Costos Variables

En los costos variables, tenemos los valores planificados de los primeros 5 años de ejecución del proyecto, y es donde veremos los costos de ventas de todos los productos que ofrece la empresa AUTOLAM.

Tabla 13 Costos Variables

<b>COSTO VARIABLE</b>						
<b>PRODUCTO</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>PROMEDIO/ PRIMER AÑO</b>
Lamina 8	\$ 19.200,00	\$ 19.776,00	\$ 20.369,28	\$ 20.980,36	\$ 21.609,77	\$ 1.600,00
Lamina 12	\$ 14.400,00	\$ 14.832,00	\$ 15.276,96	\$ 15.735,27	\$ 16.207,33	\$ 1.200,00
Lamina 16	\$ 5.600,00	\$ 5.768,00	\$ 5.941,04	\$ 6.119,27	\$ 6.302,85	\$ 466,67
Lamina 24	\$ 4.400,00	\$ 4.532,00	\$ 4.667,96	\$ 4.808,00	\$ 4.952,24	\$ 366,67
Accesorios						
Protección	\$ 3.600,36	\$ 3.819,62	\$ 4.052,24	\$ 4.299,02	\$ 4.560,83	\$ 300,03
VENTAS						
TOTALES	EN \$ 47.200,36	\$ 48.727,62	\$ 50.307,48	\$ 51.941,92	\$ 53.633,01	\$ 3.933,36
UNIDAD						

### 3.12.4. Costos Indirectos

Dentro de los costos indirectos detallamos los gastos de servicios básicos y los gastos por publicidad, este último interviene de manera indirecta y es parte fundamental para las actividades de la empresa AUTOLAM.

Tabla 14 Servicios

<b>GASTOS DE SERVICIOS BASICOS</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>
ALQUILER	\$ 200,00	\$ 2.400,00
TELEFONIA	\$ 50,00	\$ 600,00
INTERNET	\$ 35,00	\$ 420,00
ELECTRICIDAD	\$ 50,00	\$ 600,00
AGUA POTABLE	\$ 20,00	\$ 240,00
TOTAL	\$ 355,00	\$ 4.260,00

Tabla 15 Gastos de Publicidad

<b>GASTOS DE PUBLICIDAD</b>					
<b>MEDIO</b>	<b>COSTO</b>	<b># PAUTAS</b>	<b>INVERSION</b>	<b>MESES</b>	<b>AGASTO AÑO</b>
	<b>PAUTA</b>			<b>INVERTIR</b>	
REDES	SOCIALES				
(FACEBOOK)	\$ 50,00	\$ 6,00	\$ 300,00	\$ 3,00	\$ 900,00

### 3.12.5. Materia Prima

Se presenta la nómina que formará parte del proyecto de la empresa AUTOLAM y que busca como objetivo principal la comercialización e instalar láminas de seguridad Llumar en el sector automotor por medio de concesionarios y visita de campo en la ciudad de Guayaquil. La nómina se detalla valores como son sueldo, comisiones, décimo tercero, décimo cuarto, vacaciones, fondo de reserva, desahucio y aporte patronal.

### 3.13. Sueldos y Salarios

Tabla 16 Sueldos y Salarios

ROLES DE PAGO											
DATOS		SUELDO				APORTE PATRONAL	PROVISIONES BENEFICIOS				
#	CARGOS	SUELDO	COMISION	TOTAL SALARIO	SUELDO AÑO	11,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	25%
1	GERENTE ADMINISTRATIVO	\$1.000,00	\$ -	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 1.338,00	\$ 1.000,00	\$ 400,00	\$ 999,60	\$ 500,00	\$ 250,00
2	ASESOR COMERCIAL	\$ 450,00	\$ 495,99	\$ 945,99	\$ 11.351,88	\$ 1.265,73	\$ 945,99	\$ 400,00	\$ 945,61	\$ 473,00	\$ 236,50
3	ASESOR COMERCIAL	\$ 450,00	\$ 495,99	\$ 945,99	\$ 11.351,88	\$ 1.265,73	\$ 945,99	\$ 400,00	\$ 945,61	\$ 473,00	\$ 236,50
4	TECNICO INSTALADOR	\$ 400,00	\$ 209,88	\$ 609,88	\$ 7.318,56	\$ 816,02	\$ 609,88	\$ 400,00	\$ 609,64	\$ 304,94	\$ 152,47
5	TECNICO INSTALADOR	\$ 400,00	\$ 209,88	\$ 609,88	\$ 7.318,56	\$ 816,02	\$ 609,88	\$ 400,00	\$ 609,64	\$ 304,94	\$ 152,47
6	CONTADOR	\$ 400,00	\$ -	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 535,20	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 399,84	\$ 200,00	\$ 100,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$3.100,00</b>	<b>\$ 1.411,74</b>	<b>\$ 4.511,74</b>	<b>\$ 54.140,88</b>	<b>\$ 6.036,71</b>	<b>\$ 4.511,74</b>	<b>\$ 2.400,00</b>	<b>\$ 4.509,94</b>	<b>\$ 2.255,87</b>	<b>\$1.127,94</b>

### 3.14. Balance General de la Empresa AUTOLAM

Se presenta a continuación el análisis económico financiero de AUTOLAM al inicio de su actividad económica al 2024.

Tabla 17 Balance Inicial

<b>BALANCE GENERAL</b>			
EMPRESA AUTOLAM			
<b>BALANCE GENERAL</b>			
Inicio de Actividad			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVO Y CAPITAL</b>	
<b>Activo Circulante</b>			
Caja y Bancos	\$ 45.000,00	<b>Pasivo</b>	
Cuentas x cobrar	\$ -	Cuentas x Pagar	\$ 200,00
Inventario	\$ 2.200,00		
Total Activo Circulante	\$ 47.200,00	Total de Pasivo	\$ 200,00
<b>Activo Fijo</b>			
Equipo de Oficina	\$ 1.045,33	<b>Capital</b>	
Herramientas	\$ 400,00	<b>Capital Social</b>	\$ 48.445,33
<b>Total</b>	<b>\$ 48.645,33</b>	<b>Total</b>	<b>\$ 48.645,33</b>

### 3.15. Análisis

- La empresa tiene proyectado para el año 2024, tener una rentabilidad del 18% sobre sus ingresos de ventas, con una proyección a 5 años y un crecimiento del 3% en sus ventas, así como de su utilidad.
- Dentro de los Activos Corrientes el mayor rubro corresponde a caja-bancos con el aporte inicial para la ejecución del proyecto e indicando disponibilidad necesaria para el giro del negocio y cubrir con obligaciones inmediatas.

- Este análisis se ha efectuado a partir de la VENTAS TOTALES, con una proyección a 5 años con un crecimiento anual del 3% en el incremento de las ventas sobre sus costos que ocupan el 24.71% del ingreso total de ventas, mientras sus gastos fijos y variables ocupan un 41.95%, y sus pagos de impuesto y utilidad son de 10.68% sobre sus ventas totales. Teniendo como Utilidad Bruta en Ventas el 22.66% que es un valor significativo de \$. 43.287,32, este valor es considerado sin tener la necesidad de realizar un préstamo bancario y desde ese punto de partida podemos ver que el proyecto es viable y sostenible.
- Basados en el estudio realizado los precios por instalación de láminas de seguridad están bajo del margen normal del mercado automotriz, por lo que se buscara superar sus ingresos de ventas al primer año.

### **3.16. Resultados del Estudio de Factibilidad Financiera del Emprendimiento**

#### **3.16.1. Características Relevantes del Proyecto**

- Las actividades mercantiles y comerciales datan desde el año 2024, para el análisis se toman en cuenta proyecciones de ventas con datos actuales de ventas como persona natural. Se considera para este proyecto los años 2024 al 2028.
- Durante el periodo como Persona Natural las formas de compra del producto en este caso las láminas de seguridad se la hacen al contado, así mismo funciona la venta. Todo es al contado nada es a crédito. Como seguridad se genera cheques certificados en la compra- venta.
- No se maneja un inventario sobre las láminas, pero contamos con un stop en todas las láminas, por la necesidad del cliente al momento de instalar.
- Hasta el momento no se ha realizado un préstamo bancario la inversión ha sido de recurso propios de las personas involucradas en la línea del negocio, pero se espera realizar un préstamo para darle sostenibilidad al proyecto cuando pase de personería naturas a jurídica.
- Sin embargo, si tenemos activos fijos y activos circulantes para la realización del proyecto cumpliendo con el SRI, como son el pago de impuestos como el IVA y

las retenciones a la Fuente. Como parte de las obligaciones por pagar consideramos el pago del impuesto a la renta de del año 2020.

### 3.17. Inversión Neta

Al momento el servicio ofrecido es a domicilio, pero se planifica alquila una oficina en la ciudad de Guayaquil, domiciliada en la Av. Francisco de Orellana, sector de los Samanes por un precio anual de \$2400.00. A su vez se compró muebles y enseres de oficina por un total de \$1.045.33, así como la adquisición de materiales de uso constante para el trabajo valorados en \$. 400.00, todos estos gastos de inversión son muy aparte del capital de trabajo que serán destinados 45.000.00, donde se tendrá que realizar el gasto por constitución y de los permisos de funcionamiento tanto como del cuerpo de bombero, así como los municipales.

Mediante este preámbulo el proyecto de emprendimiento es **100% rentable** por cualquier punto que se vea.

La aportación de los socios se hará de esta manera:

Tabla 18 Análisis de inversión

Capital	%	Aportación
<b>Inversión Socio</b>	69%	\$ 45.000,00
<b>Préstamo Bancario</b>	31%	\$ 20.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 65.000,00</b>

Cabe recalcar que la jurisdicción en las operaciones comerciales se registra el domicilio del Grupo en la provincia de Manabí, con la finalidad de acogerme a los beneficios tributarios de excepción de impuestos a la renta por 15 años y demás beneficios tributarios.

Tabla 19 Plan de inversión

<b>PLAN DE INVERSION</b>				
<b>ALQUILER DE LOCAL</b>				
Descripción	# Meses	Costo Unitario (Dólares)	Costo Total (Dólares)	
<b>Oficina</b>	12	\$ 200,00	\$ 2.400,00	
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 200,00</b>	<b>\$ 2.400,00</b>	
<b>Muebles y Enseres</b>				
Activo	Cantidad (unidades)	Costo (Dólares)	Unitario	Costo Total (Dólares)
<b>Computadoras</b>	2	\$	320,00	\$ 640,00
<b>Impresoras</b>	1	\$	120,00	\$ 120,00
<b>Escritorios</b>	2	\$	133,33	\$ 266,66
<b>Sillas tipo secretaria</b>	3	\$	70,00	\$ 210,00
<b>Teléfonos</b>	2	\$	24,00	\$ 48,00
<b>Sillas de espera</b>	3	\$	18,00	\$ 54,00
<b>Aire acondicionado</b>	1	\$	280,00	\$ 280,00
<b>Archivador</b>	1	\$	80,00	\$ 80,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$</b>	<b>1.045,33</b>	<b>\$ 1.698,66</b>
<b>Gastos de Inversión</b>				
Activo	Cantidad (unidades)	Costo (Dólares)	Unitario	Costo Total (Dólares)
<b>Herramientas Generales</b>	1	\$ 400,00		\$ 400,00
<b>Láminas de Seguridad</b>	1	\$ 2.200,00		\$ 2.200,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2.600,00</b>
<b>OTROS GASTOS DE INVERSION</b>				
Descripción			Costo Total (Dólares)	
<b>Gasto de Instalación</b>			\$ 150,00	
<b>Capital de trabajo</b>			\$ 45.000,00	
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 45.150,00</b>	
<b>Inversión Total</b>			<b>\$ 51.848,66</b>	

### 3.18. Activos Fijos y Depreciaciones

Tabla 20 Activos Fijos y Depreciaciones

<b>Tabla de Depreciación</b>						
Cantidad	Activo	Costo	Depreciación		Valor En Libros	Vida Útil años
			Anual	Mensual		
2	Computadoras	\$ 640,00	\$ 213,33	\$ 17,78	\$ 426,67	3
1	Impresoras	\$ 120,00	\$ 40,00	\$ 3,33	\$ 80,00	3
2	Escritorios	\$ 266,66	\$ 26,67	\$ 2,22	\$ -	10
3	Sillas tipo secretaria	\$ 210,00	\$ 21,00	\$ 1,75	\$ -	10
2	Teléfonos	\$ 48,00	\$ 4,80	\$ 0,40	\$ -	10
3	Sillas de espera	\$ 54,00	\$ 5,40	\$ 0,45	\$ -	10
1	Aire acondicionado	\$ 280,00	\$ 28,00	\$ 2,33	\$ -	10
1	Archivador	\$ 80,00	\$ 8,00	\$ 0,67	\$ -	10
Total		<b>\$1.698,66</b>	<b>\$ 347,20</b>	<b>\$ 28,93</b>	<b>\$ 506,67</b>	

### 3.19. Resumen de Ventas y Compras Simplificado

Tabla 21 Resumen de ventas y compras simplificado

AÑOS	ANUAL		UTILIDAD
	INGRESOS	GASTOS	
<b>2024</b>	\$ 191.040,00	\$ 135.879,86	\$ 55.160,14
<b>2025</b>	\$ 202.674,34	\$ 139.009,98	\$ 63.664,35
<b>2026</b>	\$ 215.017,20	\$ 142.224,76	\$ 72.792,44
<b>2027</b>	\$ 228.111,75	\$ 136.990,38	\$ 91.121,37
<b>2028</b>	\$ 242.003,76	\$ 140.382,45	\$ 101.621,31

Tabla 22 Resumen de ventas y compras Mensual

MENSUAL			
AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	UTILIDAD
2024	\$ 15.920,00	\$ 11.323,32	\$ 4.596,68
2025	\$ 16.889,53	\$ 11.584,17	\$ 5.305,36
2026	\$ 17.918,10	\$ 11.852,06	\$ 6.066,04
2027	\$ 19.009,31	\$ 11.415,87	\$ 7.593,45
2028	\$ 20.166,98	\$ 11.698,54	\$ 8.468,44

Tabla 23 Flujo de Caja

AÑO	FLUJO	DECISIÓN
1	\$ 34.750,89	PROYECTO VIABLE
2	\$ 40.108,54	PROYECTO VIABLE
3	\$ 45.859,24	PROYECTO VIABLE
4	\$ 57.406,46	PROYECTO VIABLE
5	\$ 64.021,42	PROYECTO VIABLE
<b>Inversión Inicial</b>	\$ -51.848,66	<b>TIR</b> 74,52%
<b>VAN</b>	\$ 126.306,99	<b>PROYECTO VIABLE</b>

### 3.20. Punto de Equilibrio

Tabla 24 Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio en Ventas	
Ventas Netas	\$ 467.776
Costos Variables Totales	\$ 345.907
Costos Fijos Totales	\$ 39.926,00
<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>\$ 153.249,37</b>

$$PE = \text{Costos Fijos} / (\text{Precio de Venta} - \text{Costo de venta})$$

### 3.21. Análisis del VAN

Figura 32. Análisis del VAN

Valor	Significado	Decisión a tomar
<b>VAN &gt; 0</b>	La inversión produciría <b>ganancias</b> por encima de la rentabilidad exigida	El proyecto se puede aceptar
<b>VAN &lt; 0</b>	La inversión produciría <b>pérdidas</b> por debajo de la rentabilidad exigida	El proyecto se debería rechazar
<b>VAN = 0</b>	La inversión <b>no produciría</b> ni ganancias ni pérdidas	Ya que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida, la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

Si el valor del VAN es mayor a cero, el proyecto se puede considerar rentable, si da este valor, se puede considerar que supera el mínimo rendimiento para invertir, por lo cual rentabilizará el proyecto.

También se puede considerar la interpretación del VAN en función de la creación de valor para la empresa:

- Caso 1: Si el VAN tiene **valor positivo, el proyecto crea valor.**
- Caso 2: Si el VAN es **negativo, el proyecto destruye valor.**
- Caso 3: Si el VAN es **cero, el proyecto no crea ni destruye valor.**

Tabla 25 Análisis del VAN

CONCEPTO	RESULTADO
<b>VAN</b>	<b>\$ 126.306,99</b>
<b>DECISIÓN</b>	<b>PROYECTO VIABLE PROYECTO ACEPTABLE</b>

### 3.22. Análisis de la TIR

La Tasa Interna de Retorno o TIR nos permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. La TIR sirve para ver la viabilidad de un proyecto mediante un porcentaje que determina la rentabilidad de los valores que tiene la empresa en pagos y cobros dentro de la inversión,

La TIR transforma la rentabilidad de la empresa en un porcentaje o tasa de rentabilidad, el cual es comparable a las tasas de rentabilidad de una inversión de bajo riesgo, y de esta forma permite saber cuál de las alternativas es más rentable. Si la rentabilidad del proyecto es menor, no es conveniente invertir.

Tabla 26 Análisis de la TIR

CONCEPTO	RESULTADO
<b>TIR</b>	<b>28,6%</b>
<b>DECISIÓN</b>	<b>PROYECTO VIABLE</b> <b>PROYECTO ACEPTABLE</b>

## **CONCLUSIONES**

Mediante los resultados obtenidos, el proyecto se lo determina como factible dentro de los parámetros de la tesis, por lo cual la empresa AUTOLAM impulsara el servicio de instalación de láminas de seguridad en la ciudad de Guayaquil, para posterior pensar en una expansión a nivel nacional.

El estudio del mercado realizado dentro del sector automotriz, determinó que existe una gran demanda del servicio por lo que existe la aceptación por parte de los clientes y se podrá constar con los concesionarios y explorar la parte residencial de la ciudad de Guayaquil.

El margen de rentabilidad del primer año es rentable con un crecimiento anual del 3% de acuerdo a las proyecciones, es aceptable para el plan de negocios dándonos un crecimiento sostenible obteniendo una utilidad creciente.

## **RECOMENDACIONES**

De acuerdo a los resultados obtenidos y el análisis de la información, se recomienda implementar un nuevo producto basándose con un nuevo estudio de mercado, donde se busque nuevo mercado; en este caso el arquitectónico donde las láminas de seguridad tienen buena acogida en el mercado internacional. Para el proyecto en ejecución se determina la normativa legal que es la regularización de la empresa de natural a jurídica.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado Palomino, D. (2016). *Seguridad en láminas*. Recuperado el 3 de diciembre de 2021, de <https://www.nitro.pe/seguridad/seguridad-en-laminas.html>
- Aremoglass. (s.f.). *Laminas de seguridad para automovil*. Recuperado el 3 de diciembre de 2021, de [http://www.armorglass.com.uy/laminas\\_seguridad.html](http://www.armorglass.com.uy/laminas_seguridad.html)
- Arquigráfico. (s.f.). *Láminas de protección solar para ventanas*. Recuperado el 3 de diciembre de 2021, de <https://arquigrafico.com/laminas-de-proteccion-solar-para-ventanas/>
- Asociacion de Empresas Automotrices del Ecuador. (2019). *Anuario 2019*. Recuperado el 12 de 05 de 2022, de [https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2020/07/AEADE-ANUARIO-2019-OK\\_1.pdf](https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2020/07/AEADE-ANUARIO-2019-OK_1.pdf)
- Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador. (2022). *Boletín Sector Automotor en Cifras. Diciembre 2021*. Recuperado el 19 de febrero de 2022, de <https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2022/01/12.-Sector-en-Cifras-Ingles-Resumen-Diciembre.pdf>
- Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador. (s.f.). *Normativa sobre seguridad vehicular*. Recuperado el 3 de diciembre de 2021, de <https://www.aeade.net/normativa-sobre-seguridad-vehicular%20/>
- Asociación mexicana de ventanas y cerramientos. (2001). *Vidrio Templado*. Recuperado el 05 de 05 de 2022, de <https://amevec.mx/publicaciones/AMEVEC-BoletinVidrioTemplado.pdf>
- Autolam Láminas. (s.f.). *Láminas de seguridad*. Recuperado el 3 de diciembre de 2021, de <https://www.facebook.com/photo/?fbid=336398564403021&set=pb.100035642724896.-2207520000>.
- Betafix. (2021). *Alarma Chevrolet Chevystar Original*. Recuperado el 3 de diciembre de 2021, de [https://betafix.com.ec/?attachment\\_id=7233](https://betafix.com.ec/?attachment_id=7233)
- Bridgestone. (2022). *¿Por qué las tuercas de seguridad son importantes?. Cuidado de la llantas*. Recuperado el 3 de diciembre de 2021, de <https://www.bridgestone.com.mx/tips-bridgestone/cuidado-de-las-llantas/tuercas-de-seguridad/#>
- Ecuador, BanEcuador. (2022). *Tasas de interes*. Recuperado el 28 de julio de 2022, de <https://www.banecuador.fin.ec/informacion-general/tasas-de-interes/>

- Ecuador, Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. (6 de Octubre de 2017). *Guayaquil en cifras*. Recuperado el 3 de diciembre de 2020, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/guayaquil-en-cifras/>
- Ecuador, Servicio de Rentas Internas. (2018, 12 01). *Resolución NAC-DGERCGC18-00000431 - SRI*. Retrieved diciembre 3, 2021, from <https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/364f9544-5c4e-4b74-9b28-e4a208a8174a/NAC-DGERCGC18-00000431.pdf>
- El Universo. (04 de 03 de 2019). *Ventas de las empresas crecieron 4,1 % en 2018 en Ecuador*. Recuperado el 3 de diciembre de 2021, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/03/04/nota/7216916/ventas-empresas-crecieron-41-2018/>
- Fortuño, M. (2016). *Analizando la industria ¿Cuáles son las cinco fuerzas de Porter?* Recuperado el 3 de diciembre de 2021, de <https://www.euribor.com.es/bolsa/analizando-la-industria-cuales-son-las-cinco-fuerzas-de-porter/>
- Google Maps. (2022). *Concesionarias Guayaquil*. Recuperado el 3 de julio de 2022, de <https://www.google.com.ec/maps/search/concesionarias+Guayaquil/@-2.1602024,-79.908075,15z/data=!3m1!4b1?hl=es&authuser=0>
- Lumenia. (s.f.). *Kit de Seguridad Completo*. Obtenido de <https://www.lumenia.com.ec/product/kit-de-seguridad-completo/>
- Morales Gonzalez, C. (2019). *Laminas de Seguridad*. Recuperado el 3 de diciembre de 2021, de <https://cheryteamecuador.wixsite.com/team/post/laminas-de-seguridad>
- PlásticosMallol. (2021). *Seguros de Espejo*. Recuperado el 3 de diciembre de 2021, de <https://plasticosmallol.com/productos/seguros-de-espejo/>
- Protectwindow. (2021). *Lámina de Seguridad Automotriz*. Recuperado el 3 de diciembre de 2021, de <https://protectwindow.com/laminas-de-seguridad-automotriz/>
- Riquelme Leiva, M. (06 de 2015). *Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa*. Santiago, Chile: <https://www.5fuerzasdeporter.com/>. Obtenido de Riquelme Leiva, Matias (2015, Junio). *Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa*. Santiago, Chile. Retrieved from <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

- Ruta401. (2020). *Alarmas para coches: tipos y funciones*. Recuperado el 3 de diciembre de 2021, de <https://blog.reparacion-vehiculos.es/alarmas-para-coches-tipos-y-funciones>
- Sotérmica Iberia. (2019). *Ilumar*. Recuperado el 3 de diciembre de 2021, de <http://www.sotermica.es/Ilumar/>
- Tax Strategy. (2018). *Declaración del impuesto a la renta*. Recuperado el 19 de febrero de 2022, de <https://taxstrategy.com.ec/declaracion-del-impuesto-a-la-renta/>
- Ubitec. (2020). *¿Cómo funciona una geocerca y por qué es de utilidad en la gestión vehicular?* Recuperado el 3 de diciembre de 2021, de <https://www.ubitecglobal.com/blog/como-funciona-una-geocerca-en-la-gestion-vehicular>
- Window Films. (s.f.). *Lámina de seguridad electrónica*. Recuperado el 3 de diciembre de 2021, de <https://protectwindow.com/laminas-de-seguridad-arquitectonica/>

## ANEXOS



## Encuestas dirigidas al consumidor final

¿Posee vehículos en la actualidad?

Cuenta con accesorios de seguridad para su vehículo

SI

NO

¿ Del siguiente listado de accesorios de seguridad, cual considera más importante. Enumérelas siendo 5 más importante?.

SI

NO

¿Qué tan importante sería para usted y su familia el precio al momento de elegir este producto?.

ALARMA

LAMINA DE SEGURIDAD

TUERCAS DE SEGURIDAD

REMACHE DE INSIGNIAS

MARCO PARA RETROVISORES

**¿Si Ud., compra un vehículo en la concesionaria, le gustaría que su vehículo salga con accesorios de seguridad?.**

MUY IMPORTANTE

POCO IMPORTANTE

PRIORIDAD

**¿Cuál de las siguientes compañías que venden accesorios de seguridad para vehículos escogería?.**

SI

NO

**¿Cuál de estas compañías escogería ?.**

PROTEMAX

BLINDAMAX

LUMENIA

AUTOLAM

OTROS



### Encuesta dirigida al concesionario

**¿La concesionaria ofrece productos de seguridad a sus cliente?.**

SI

NO

**1 ¿Qué productos de seguridad ofrecen a sus cliente?.**

ALARMA

LÁMINA DE SEGURIDAD

TUERCAS DE SEGURIDAD

REMACHE DE INSIGNIAS

MARCO PARA RETROVISORES

**2 ¿El cliente solicita información sobre láminas de seguridad?.**

SI

NO

**3 ¿Su concesionaria comercializa accesorios de seguridad para vehículos?.**

SI

NO



## LISTADO DE PRECIOS

Guayaquil, 02 de octubre del 2019

Estimados,  
AUTOLAM, pone a su disposición lo valores por la instalación de las laminas de seguridad según sus micras.

ITEM	DESCRIPCIÓN	Vehiculo SEDAN	Vehiculo Sherocki
1	Lamina de Seguridad 8MM		
	Lamina de Seguridad 12MM		
	Lamina de Seguridad 16MM		
	Lamina de Seguridad 24MM		

Estos valores pueden variar

### LÁMINAS DE SEGURIDAD

Protéjete tus ventanas. Con las películas de seguridad para vidrios LLumar se dificultará el acceso a tu automóvil. Aplicada en la superficie interna de los vidrios forman una barrera altamente resistente ante diversos ataques con objetos contundentes como piedras, maderas, bujías.

#### BENEFICIOS:

- Protege a personas y objetos de los fragmentos de cristal en caso de rotura.
- Dificulta el acceso a tu automóvil.
- Aplicada en la superficie interna de los vidrios.
- Resistente ante diversos ataques con objetos contundentes como palos, piedras, bujías.

Atentamente|

**Fernando Peralta R.**  
Asesor Comercial.