



**INSTITUTO DE NEGOCIOS  
“HUMANE”**

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS  
VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA  
AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE  
SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.”**

**TOMO I**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN  
OPCIÓN PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
TÉCNICO SUPERIOR EN VENTAS**

**JUAN VICTOR MENDOZA HOLGUIN**

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

**2023 – 2024**

PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE  
MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRÍZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE  
SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024



<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN</b>		
<b>TÍTULO:</b> PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.		
<b>AUTOR:</b> JUAN VICTOR MENDOZA HOLGUIN	<b>TUTOR:</b> Ing. Romina Sánchez Amador, MGP	
<b>INSTITUCIÓN:</b> Instituto de Negocios “HUMANE”	<b>FACULTAD:</b> Administración	
<b>CARRERA:</b> <i>TECNICO SUPERIOR EN VENTAS</i>		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> Febrero 2024	<b>N° DE PÁG:</b> 55	
<b>ÁREA TEMÁTICA:</b> Logística, Administración, Ventas, etc.		
<b>PALABRAS CLAVE:</b> Estrategia, Planificación, Comercialización, Innovación, Competitividad empresarial		
<b>RESUMEN:</b> Estrategia para incrementar el volumen de venta que se ha visto afectada con el paso del tiempo, teniendo varios factores en contra como la competencia desleal, poca rotación de material y variación de precio, para lo cual se propone la implementación de nuestra propuesta para alcanzar los objetivos deseado y así mantener nuestro emprendimiento en el mercado con buena aceptación.		
<b>N° DE REGISTRO:</b> V-EC-12-06	<b>N° DE CLASIFICACIÓN:</b> V-EC-12-06	
<b>DIRECCIÓN URL:</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	Si <input checked="" type="checkbox"/> X	No <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 0959673641	<b>Email:</b> jumendoza@edu.humane.com.ec
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Ing. Carlos Pazmiño Castillo, MBA	
	<b>Teléfono:</b> (04) 288 2710	
	<b>Mail:</b> cpazmino@humane.edu.ec	

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/1; y en la Av. 9 de octubre 642 y  
Carrión edificio Prometeo, teléfonos 2569898/9. Fax: (593-2) 250-9054

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por la vida y permitirme poder llegar hasta donde estoy.

Agradezco a mi familia, por haberme brindado su apoyo durante este proyecto por los consejos otorgado para culminar con esta etapa de superación.

Agradezco a mis tutores quienes con su enseñanza han podido guiarme en el trayecto de esta carrera, así como al equipo que conforma HUMANE por permitirme llenarme de conocimiento valiosos para mi crecimiento profesional.

Agradezco a mis compañeros por el impulso que nos dimos durante estos meses de no desistir y poder llegar al final de esta etapa.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis padres, por el apoyo incondicional ya que este sueño también fue de ellos, por todos los consejos que me dieron para ser una persona de bien.

A mi esposa e hijos por su amor y apoyo que son la base de nuestro hogar la realización de este trabajo ha sido de su colaboración, paciencia y comprensión que me han brindado a lo largo de este trayecto académico.

Puedo decir que este logro es nuestro porque somos un solo equipo.

PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE  
MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRÍZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE  
SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024

**CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Santiago de Guayaquil, Febrero 2024

Yo, **JUAN VICTOR MENDOZA HOLGUIN** declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación que he realizado.

De la misma forma, cedo mi derecho de autor al Instituto de Negocios “HUMANE”, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y Normatividad Institucional vigente.

---

**Juan Victor Mendoza Holguín**

**C.I: 0914410733**

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Santiago de Guayaquil, Febrero 2024

Certifico que el trabajo titulado **“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.”**. Ha sido elaborado por **Juan Víctor Mendoza Holguín** bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el Instituto de Negocios “HUMANE”.

---

**Ing. Romina Sánchez Amador, MGP+**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente documento tiene como propósito la realización de un plan estratégico para el incremento de las ventas en Ecotapiz teniendo en cuenta las sugerencias proporcionadas por los clientes en las últimas visitas que se realizó, dichos datos se pudieron verificar que el 60% de estos se han visto en la necesidad de buscar una innovación de producto ya sea económico o variable de los diversos tipos de materiales de tapicera que se oferta hoy en día en el mercado del sector automotriz dicho esto, hoy en día como almacén nos hemos visto en la necesidad de incrementar nuestro stock de materiales a ofrecer y así satisfacer la inquietudes de nuestros clientes.

Para que la empresa ponga en consideración cada una de las sugerencias a citar y sea beneficioso en forma general a continuación se explicara ampliamente todos los aspectos que se tomara para la realización, aplicación y solución a los problemas que la empresa presenta.

Se buscará adicional poner en práctica el proyecto con la adecuada comercialización de los productos que se mantiene en stock y adicional hacer campaña publicitaria por medios digitales y radiales para darse a conocer como empresa comercializadora de materiales de tapicería Ecotapiz y lograr que la marca sea posicionada entre unas de las principales opciones de venta de materiales de tapicería automotriz en la ciudad de Guayaquil. Para poder atender a nuestros clientes actuales y expandirnos hacia nuevos mercados, necesitamos ofertar materiales de calidad a precio accesible al público, así como entrega de portafolio con materiales a disponer a cada uno de los talleres a visitar.

## **ABSTRACT**

The purpose of this document is to carry out a strategic plan for the increase of sales in Ecotapiz taking into account the suggestions provided by customers in the last visits that were made, such data could be verified that 60% of these have seen the need to look for a product innovation either economic or variable of the various types of upholstery materials that are offered today Nowadays in the automotive market That said, today as a warehouse we have seen the need to increase our stock of materials to offer and thus satisfy the concerns of our customers.

In order for the company to take into consideration each of the suggestions to be cited and to be beneficial in a general way, below will be a comprehensive explanation of all the aspects that will be taken for the realization, application and solution to the problems that the company presents.

It will also seek to put the project into practice with the adequate commercialization of the products that are kept in stock and additionally to make an advertising campaign through digital and radio media to make itself known as a marketing company of Ecotapiz upholstery materials and to make the brand positioned among one of the main options for the sale of automotive upholstery materials in the city of Guayaquil. In order to serve our current customers and expand into new markets, we need to offer quality materials at an affordable price to the public, as well as delivery of a portfolio with materials to be available to each of the workshops to be visited



## ÍNDICE

AGRADECIMIENTO.....	II
DEDICATORIA.....	III
RESUMEN EJECUTIVO .....	III
ABSTRACT .....	IV
ÍNDICE .....	V
ÍNDICE DE ANEXOS .....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS .....	IX
INTRODUCCIÓN .....	1
1 Capítulo I: Diseño de la Investigación.....	2
1.1 Planteamiento del problema .....	2
1.2 Formulación del problema.....	2
1.3 Sistematización del problema.....	3
1.4 Objetivos.....	3
1.4.1 Objetivo General.....	3
1.4.2 Objetivos Específicos .....	3
1.5 Justificación de la Investigación.....	3
1.6 Marco teórico.....	4
1.6.1 Plan estratégico.....	4
1.6.2 Pasos para realizar un plan estratégico .....	5
1.6.3 Marketing mix 4P s.....	6
1.6.4 Ventas .....	8
1.7 Marco referencial de la investigación.....	8
2 Capítulo II: Propuesta Comercial.....	10
2.1 Descripción de la empresa.....	10
2.2 Visión, Misión, Valores, Objetivos General y Específicos, Modelo Canvas	10

2.2.1	Visión.....	10
2.2.2	Misión.....	10
2.2.3	Valores:.....	11
2.2.4	Objetivos Generales.....	11
2.2.5	Objetivos específicos.....	11
2.3	Estrategia Genérica, Ventaja Competitiva.....	17
2.4	Estructura Organizacional .....	17
2.5	Plan de Marketing.....	24
2.5.1	Contexto General del Mercado.....	24
2.5.2	Perfil del Cliente.....	24
2.5.3	Estrategia de Producto .....	25
2.5.4	Estrategia de precio .....	25
2.5.5	Estrategia de Distribución .....	25
2.5.6	Estrategia de Promoción.....	26
2.5.7	Estrategia de Personas .....	26
2.5.8	Estrategia de Procesos .....	26
2.5.9	Estrategia de Evidencia Física.....	26
3	Capítulo III: Análisis Financiero del Proyecto .....	28
3.1	Principales Supuestos Financieros.....	28
3.2	Inversión .....	28
3.3	Financiamiento .....	29
3.4	Demanda Esperada Anual .....	29
3.5	Precio de Ventas .....	30
3.6	Ventas Anuales .....	30
3.7	Costo de Ventas Individuales .....	32
3.8	Costo de Ventas Totales .....	32
3.9	Gastos Operacionales .....	33

3.10	Préstamos.....	34
3.11	Estados Financieros .....	34
3.12	Indicadores Económicos.....	37
3.13	Punto De Equilibrio .....	39
3.14	Ratios Financieros .....	40
4	Conclusiones y Recomendaciones.....	41
4.1	Conclusiones.....	41
4.2	Recomendaciones .....	42
	Bibliografía.....	43
	Anexos.....	44

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexos No. 1</b> <i>Comportamiento de la demanda esperada 2024</i> .....	44
<b>Anexos No. 2</b> <i>Comportamiento de la demanda esperada 2025</i> .....	44
<b>Anexos No. 3</b> <i>Comportamiento de la demanda esperada 2026</i> .....	45
<b>Anexos No. 4</b> <i>Comportamiento de la demanda esperada 2027</i> .....	45
<b>Anexos No. 5</b> <i>Comportamiento de la demanda esperada 2028</i> .....	46
<b>Anexos No. 6</b> <i>Precio de Ventas</i> .....	46
<b>Anexos No. 7</b> <i>Ventas Proyectadas 2024</i> .....	47
<b>Anexos No. 8</b> <i>Ventas Proyectadas 2025</i> .....	47
<b>Anexos No. 9</b> <i>Ventas Proyectadas 2026</i> .....	48
<b>Anexos No. 10</b> <i>Ventas Proyectadas 2027</i> .....	48
<b>Anexos No. 11</b> <i>Ventas Proyectadas 2028</i> .....	49
<b>Anexos No. 12</b> <i>Costos Ventas Individuales</i> .....	49
<b>Anexos No. 13</b> <i>Costos Proyectados 2024</i> .....	50
<b>Anexos No. 14</b> <i>Costos Proyectados 2025</i> .....	50
<b>Anexos No. 15</b> <i>Costos Proyectados 2026</i> .....	51
<b>Anexos No. 16</b> <i>Costos Proyectados 2027</i> .....	51
<b>Anexos No. 17</b> <i>Costos Proyectados 2028</i> .....	52
<b>Anexos No. 18</b> <i>Gastos Operacionales 2024</i> .....	53
<b>Anexos No. 19</b> <i>Gastos Operacionales 2025</i> .....	54
<b>Anexos No. 20</b> <i>Gastos Operacionales 2026</i> .....	54
<b>Anexos No. 21</b> <i>Gastos Operacionales 2027</i> .....	55
<b>Anexos No. 22</b> <i>Gastos Operacionales 2028</i> .....	55

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**ÍNDICE DE TABLAS**

<b>Tabla 1.</b> <i>Modelo Canvas</i> .....	12
<b>Tabla 2.</b> <i>Foda</i> .....	13
<b>Tabla 3.</b> <i>Fofa - Doda</i> .....	14
<b>Tabla 4.</b> <i>Matriz Péstel</i> .....	15
<b>Tabla 5.</b> <i>Diagrama de la Cinco Fuerzas de Porter</i> .....	16
<b>Tabla 6.</b> <i>Gerente General</i> .....	18
<b>Tabla 7.</b> <i>Encargado del Almacén</i> .....	19
<b>Tabla 8.</b> <i>Jefe de Bodega</i> .....	20
<b>Tabla 9.</b> <i>Vendedor 1</i> .....	21
<b>Tabla 10.</b> <i>Vendedor 2</i> .....	22
<b>Tabla 11.</b> <i>Transportista</i> .....	23
<b>Tabla 12.</b> <i>Plan de Acción</i> .....	27
<b>Tabla 13.</b> <i>Supuestos Financieros</i> .....	28
<b>Tabla 14.</b> <i>Inversión</i> .....	29
<b>Tabla 15.</b> <i>Financiamiento</i> .....	29
<b>Tabla 16.</b> <i>Demanda Esperada</i> .....	30
<b>Tabla 17.</b> <i>Precio de Ventas</i> .....	30
<b>Tabla 18.</b> <i>Ventas Anuales</i> .....	31
<b>Tabla 19.</b> <i>Costos de Ventas Individuales</i> .....	32
<b>Tabla 20.</b> <i>Costos de Ventas Totales</i> .....	32
<b>Tabla 21.</b> <i>Gastos Operacionales</i> .....	33
<b>Tabla 22.</b> <i>Préstamos</i> .....	34
<b>Tabla 23.</b> <i>Estado de Resultados</i> .....	35
<b>Tabla 24.</b> <i>Estado de Flujo de Efectivo</i> .....	36
<b>Tabla 25.</b> <i>Indicadores Económicos</i> .....	38
<b>Tabla 26.</b> <i>Punto de Equilibrio</i> .....	39
<b>Tabla 27.</b> <i>Ratios Financieros</i> .....	40

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN  
DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA  
CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**ÍNDICE DE FIGURAS**

**Figura 1** *Organigrama del Emprendimiento* .....17

# **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

## **INTRODUCCIÓN**

Desde hace años se viene incrementando el trabajo de tapicerías automotriz cada vez es más el número de locales y trabajadores en esta área. A pesar de que no contamos con un número exacto de talleres dedicados a esta labor, se puede obtener mediante deducción el crecimiento del mercado a quienes los tapizadores tienen que satisfacer, por lo que debemos tocar el crecimiento del 13% en los últimos 3 años del parque automotor ya que son los potenciales clientes de este tipo de actividad. (INEC, 2022)

Ecotapiz empezó en el año 2019. Esta empresa se distingue por su enfoque proactivo en la identificación de las últimas tendencias del mercado y su capacidad para proporcionar material de tapicería automotriz de alta calidad que cumplen con los más altos estándares de rendimiento y seguridad. No obstante, el emprendimiento ha empezado a tener inconvenientes en el tema de sus ingresos, ya que estos han ido disminuyendo a lo largo del tiempo, lo cual ha generado que se vea el inventario con un stock amplio de materiales de poca rotación. Por otro lado, al ser un negocio, que se centra en el comercio físico de sus productos y no generar una correcta estrategia de venta, el posicionamiento de la misma ha bajado en el mercado de la ciudad de Guayaquil. Las principales causas de estos imprevistos fueron las deficientes estrategias de comercialización, no contar con una cartera de productos y un desconocimiento del mercado.

Por lo tanto, desde la perspectiva comercial, se vio la oportunidad de elaborar un plan estratégico enfocado en incrementar las ventas a través de estrategias de comercialización que potencien las capacidades competitivas del emprendimiento y lo posicionen de manera apropiada en el mercado de la ciudad de Guayaquil.

# PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.

## 1 Capítulo I: Diseño de la Investigación

### 1.1 Planteamiento del problema

Síntoma	Causa	Pronóstico	Control del pronóstico
<b>S1.-</b> Caída de las ventas	<b>C1.-</b> Deficientes stock de productos	De continuar esta situación, el emprendimiento Ecotapiz, no alcanzaría los niveles de ingresos necesarios cada mes, lo cual afectaría su rendimiento económico, obligándolos a tomar decisiones como la reducción de personal, para poder así cubrir con los gastos de funcionamiento.	Desde la perspectiva comercial, se podría desarrollar un Plan Estratégico para el incremento de las ventas en una empresa dedicada a la distribución y venta de materiales de tapicería Ecotapiz
<b>S2.-</b> Falta de control de ingreso	<b>C2.-</b> Productos con poca rotación		
<b>S3.-</b> Bajo posicionamiento de nuestros productos	<b>C3.-</b> Escasez de investigación y demostración materiales en el mercado		
<b>S4.-</b> Política de precios inestable	<b>C4.-</b> Variación de porcentaje en rentabilidad		
<b>S5.-</b> Escasez de presupuesto post venta	<b>C5.-</b> Escasos recursos para la búsqueda de nuevos clientes		

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

### 1.2 Formulación del problema

Para obtener una mejor opción, de proponer un plan eficaz que ayude al buen desenvolvimiento del almacén Ecotapiz y así solventar el problema en cuestión. Tenemos que plantearnos la siguiente pregunta:

¿De qué manera impactaría un plan estratégico en el incremento de las ventas en el almacén Ecotapiz



# **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

## **1.3 Sistematización del problema**

- ¿Qué estrategia se debería de formular para el incremento de las ventas de Ecotapiz?
- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos que servirían como ayuda en el plan estratégico de ventas?
- ¿Cuáles son los almacenes competentes que afectaría en las ventas a Ecotapiz?
- ¿Qué acciones podrían formularse para el incremento de las ventas en el almacén Ecotapiz?

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo General**

Desarrollar un plan estratégico de comercialización que ayude al correcto y eficaz mejoramiento de las ventas en el almacén Ecotapiz.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Definir el plan estratégico necesario para el logro de los objetivos propuestos para las ventas de Ecotapiz
- Identificar los clientes y productos a ofertar para determinar la demanda potencial requerida en el mercado de tapicería automotriz.
- Estipular los objetivos y estrategias a corto y largo plazo.
- Formular acciones para el incremento de las ventas.
- Ejecutar el plan operativo.

## **1.5 Justificación de la Investigación**

La presente investigación permitirá desarrollar la implementación de estrategias para mejorar las ventas en Ecotapiz, mediante la elaboración de estrategias digitales, publicitando mediante medios radiales y fomentando el crecimiento a nivel nacional dentro de los productos e insumos que ofrece. (2020)

El sector de la tapicería, caracterizado por su constante evolución y la rapidez con que las tendencias emergen y se desvanecen, demanda un enfoque estratégico preciso y adaptativo.

La aplicación de un plan estratégico nos facilitará un enfoque sistemático que nos permita identificar oportunidades de mercado, optimizar la gestión de recursos, perfeccionar la

# **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

propuesta de valor y articular tácticas específicas que maximicen la eficacia de las operaciones comerciales.

Al poner en marcha esta investigación se busca proporcionar a Ecotapiz, una vía clara y directa para la implementación de estrategia que impulsen al crecimiento de las ventas y pueda sostenerse antes el crecimiento sólido en un futuro.

Este estudio se concibe como un aporte práctico y aplicado al mundo empresarial, ya que los resultados que se obtengan de esta investigación, ayudarán a la contribución de conocimiento para la aplicación de estrategias comerciales en el sector de venta de materiales de tapicería, con potenciales para otras empresas que enfrenten el desafío similar en un entorno cada vez más competitivo.

## **1.6 Marco teórico**

### **1.6.1 Plan estratégico**

La creación y ejecución de un plan estratégico es de suma importancia para guiarnos a la excelencia empresarial. Para ello, es necesario tener en cuenta las habilidades multidisciplinarias y una visión clara de hacia dónde debemos de direccionarnos para llegar así lo menciona García (2021).

“La clave del éxito en este tipo de plan radica en la integración meticulosa de múltiples componentes que nos permita incluir una visión holística” (p. 132). Una misión más directa de los objetivos trascendentales y estrategias robustas. La implementación de este plan debe ser ejecutada con precisión, dinamismo y efectividad que permita ajustarnos en enfoque ágiles conforme las variaciones del mercado. García (2021) menciona que:

Todo el proceso se asemeja a una orquesta, donde los expertos ejecutantes bajo una batuta maestra interpretan la partitura de manera impecable. Por último, la evaluación estratégica representa el anhelo del director, afinando cada compás y acorde para asegurar la armonía perfecta. Los sistemas de control y las métricas pertinentes afinan la ejecución y garantizan que cada elemento esté alineado con el conjunto. (p. 139)

El desarrollo de un plan estratégico sólido es fundamental para el éxito empresarial. Para lograrlo, es necesario contar con habilidades multidisciplinarias y una visión clara del objetivo final. Es importante integrar múltiples componentes, como una visión holística, una misión concisa, objetivos trascendentales y estrategias robustas, para crear un plan de acción

## **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

detallado y eficaz. La implementación del plan debe ser ejecutada con precisión y dinamismo para permitir ajustes ágiles conforme las variaciones del mercado en palabras de Mintzberg (2020).

Este proceso se asemeja a una orquesta, donde cada experto ejecutante bajo una batuta maestra interpreta la partitura de manera impecable. Finalmente, la evaluación estratégica representa el anhelo del director, afinando cada compás y acorde para asegurar la armonía perfecta. Los sistemas de control y las métricas pertinentes afinan la ejecución y garantizan que cada elemento esté alineado con el conjunto.

### **1.6.2 Pasos para realizar un plan estratégico**

Sin duda alguna el Plan Estratégico es una de las actividades más importantes en una empresa y no se puede diseñar a la ligera. La planificación estratégica requiere de tiempo, reuniones, información, discusiones y debates, intercambios de opiniones y profundos análisis, para llegar a un consenso sobre cuáles son las estrategias y acciones que más le convienen a una empresa. Para esto se requiere dominar la estructura formal de un proceso de planeación y los criterios que se utilizarán en cada análisis y debate. Es fundamental que participen todas las áreas de la empresa y escuchar a muchos colaboradores. (Comercial, 2023)

El Plan Estratégico es un elemento clave para la dirección y prosperidad de las empresas. Su elaboración exige análisis, un diseño y una ejecución impecable en palabras de Porter (2020) “en este escrito, se examinarán las etapas esenciales que se deben seguir para producir un plan estratégico triunfador, desde la perspectiva de un especialista en administración empresarial” (p. 131). La formulación de un plan estratégico bajo la mirada de un maestro en gestión implica una coreografía meticulosa de pasos interrelacionados.

Para iniciar, es importante poder llevar a cabo un completo análisis del entorno externo como interno. Este enfoque, se podría asimilar con la "partitura" de una sinfonía estratégica, incluye una revisión minuciosa tanto del panorama competitivo como de las tendencias del mercado. García (2021) menciona que:

El punto de partida de cualquier plan estratégico radica en la definición nítida de la visión, la cual proyecta el destino deseado a largo plazo. A su vez, la misión, como la razón de ser de la organización, y los valores fundamentales, constituyen los pilares que enmarcan el comportamiento y las decisiones empresariales (p. 187).

# **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

La concepción de objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un marco temporal definido, resulta esencial. Estos objetivos son considerados como parte fundamental que guían a la visión y misión de la organización, proporcionando una guía clara para el desempeño empresarial y laboral. Este autor manifiesta que la ejecución cuidadosa del plan estratégico, asignando responsabilidades y recursos de manera eficiente, constituye un paso definitivo. Además, la supervisión constante y el ajuste continuo, mediante sistemas de control y métricas pertinentes, proporcionan un eficaz plan de mantener la línea con los objetivos trazados es decir que la creación de un plan estratégico, desde la perspectiva de un maestro en la administración, demanda una combinación armoniosa de reflexión estratégica, análisis profundo y ejecución hábil.

## **1.6.3 Marketing mix 4P s**

El marketing mix es un conjunto de acciones y tácticas de marketing enfocadas en lograr el éxito de un producto o servicio, desde su desarrollo hasta su llegada al mercado o al punto de venta. En este artículo te explicamos en detalle en qué consiste este modelo, sus herramientas más habituales, las 4P del marketing y otras nuevas fórmulas de desarrollar el marketing mix. (Asana, 2023).

La definición de Marketing es fundamentada en la teoría de los autores originarios como son Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", donde se describe el concepto de marketing como una filosofía de la dirección de marketing por la cual se logra alcanzar las metas de la organización y esto depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores (Armstrong, 2016).

El Marketing Mix es una estructura fundamental en la estrategia de marketing que se fundamenta en los 4P: Producto, Precio, Plaza y Promoción en palabras de Abad.L (2020)"este modelo ha sido utilizado por décadas y es clave para la gestión comercial efectiva" (p. 178).

Cada elemento del Marketing Mix debe ser considerado con atención para lograr un equilibrio óptimo y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.

Esta teoría vio la luz por primera vez en los años 50 del siglo XX cuando el profesor de la Universidad de Michigan E. Jerome McCarthy la formuló. Los cuatro elementos que forman las 4 P's son el producto, el precio, la promoción y plaza. Las 4 P's también son conocidas como las 4 P, del marketing mix, y es que se entiende que tras usar las cuatro categorías de forma combinada se podría conseguir la estrategia de la empresa casi al completo. (sol, 2024).

# **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

## **Producto**

Es quizás el elemento de mayor importancia dentro de las 4 P, y es que es la base sobre lo que se articula todo lo demás. Aunque su nombre es producto en esta categoría también se engloban cualquier servicio, idea o lugar que se puede comercializar. En este momento hay que conocer todos los puntos fuertes y débiles del producto para potenciarlo o para implementar medidas de mejora, ya sea en su diseño o en su concepción.

Para elaborar el plan de marketing podemos utilizar el producto para meditar si es el momento de lanzar una nueva línea, si es mejorable con la ayuda de otros complementarios o si se le pueden incorporar nuevas mejoras o funciones para hacerlo más atractivo. También sobre el aspecto exterior del mismo como el diseño, el packaging o los colores que utiliza.

## **Precio**

Acertar o equivocarse a la hora de fijar el precio de un producto es determinante para que tenga éxito en el mercado o sea un rotundo fracaso. Para fijar el precio hay que tener en consideración la percepción que tiene entre los consumidores y por supuesto tener en cuenta los precios que tienen los que sean similares de la competencia. Para analizar la variable precio es necesario controlar también ciertos indicadores financieros, como pueden ser el margen de beneficio unitario o el coste de producción. Y es que fijar un precio sumándole al coste de producción un porcentaje de beneficio es una fórmula que ha quedado obsoleta, son muchos los factores que hay que tener en cuenta para fijar el precio.

## **Promoción**

La promoción es también un elemento fundamental dentro del marketing mix, y es que es necesario analizar la forma por la que la empresa va a dar a conocer los productos o servicios que ofrece. Para ello hay que elegir entre las diferentes formas de marketing directo o publicidad y qué canales utilizar o qué tipo de mensaje se desea transmitir al consumidor.

En este punto hay que incluir dos formas de promoción que están teniendo un gran éxito, como son las campañas hipersegmentadas con mensajes personalizados y las campañas de promoción con influencers, youtubers o bloggers que sean líderes de opinión.

## **Plaza**

En este punto la empresa debe analizar cómo hacer llegar sus productos o servicios a los clientes eligiendo entre los diferentes canales de distribución que puedan ser utilizados. Se

# PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.

pueden considerar formas como las franquicias, la venta online, la distribución a través de grandes superficies, etc. Para ello es necesario considerar los intermediarios que ayudarán a que los productos lleguen a los lugares de distribución, así como decidir ciudades, zonas o regiones en los que el producto o servicio será distribuido. (sol, 2024)

## 1.6.4 Ventas

La venta es una de las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen algo (productos, servicios u otros) en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen esta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo. Por ello, es imprescindible que todas las personas que están involucradas en actividades de mercadotecnia y en especial, de venta, conozcan la respuesta a una pregunta básica pero fundamental.

Las ventas, un engranaje vital en el mundo empresarial, trascienden la simple transacción monetaria. Representan un proceso dinámico y multifacético que va más allá de la mera adquisición de un producto o servicio así lo menciona Girard (2020) “las ventas, en su esencia, encapsulan una interacción humana, una danza entre el vendedor y el cliente” (p. 990) Es decir que se entrelaza con una amalgama de estrategias, habilidades y comprensión profunda del mercado.

El análisis del mercado, la comprensión de las tendencias, la anticipación de las necesidades futuras, son elementos clave. La adaptación ágil a un mercado cambiante, el reconocimiento de oportunidades emergentes y la capacidad de innovar en la oferta son esenciales para destacar en un entorno competitivo. Girard (2020).El arte de las ventas es también un viaje de autodescubrimiento y desarrollo personal. La perseverancia, la resiliencia frente al rechazo, la capacidad para aprender de los fracasos y la búsqueda constante de mejora son los cimientos de un vendedor exitoso.

## 1.7 Marco referencial de la investigación

- **Competitividad:** La competitividad es medida a través de indicadores que evalúan diferentes aspectos de la vida de un país. Este tipo de medidas son utilizadas para diferentes fines. Por una parte, son referencia para la toma de decisiones sobre inversión (establecer una empresa, expansiones empresariales, cambio de sede, etc.).

## **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

- **Rentabilidad:** Es la ganancia que una persona recibe por poner sus ahorros en una institución financiera y se expresa a través de los intereses, que corresponden a un porcentaje del monto de dinero ahorrado. A estos se agregan los reajustes que permiten mantener el valor adquisitivo del dinero que se haya ahorrado
- **Organización:** La organización es el acto de disponer y coordinar los recursos disponibles (materiales, humanos y financieros). Funciona mediante normas y bases de datos que han sido dispuestas para estos propósitos.
- **Métricas de control:** Los indicadores de métrica en una solución de tabla de puntuación miden el rendimiento, el estado y las tendencias en áreas clave de un negocio comparando los resultados actuales con los valores objetivos.
- **Indicadores Financieros:** Es aquel que nos permite en pocas palabras, revisar la liquidez para pagar sus facturas. Los índices de liquidez miden la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo y son un indicador vital de su salud financiera

# **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

## **2 Capítulo II: Propuesta Comercial**

### **2.1 Descripción de la empresa**

Ecotapiz es una empresa familiar fundada en el año de 2015 en la ciudad de Guayaquil por su propietario Tomas Bolaños Contreras con la visión de emprender un tipo de negocio que cumpla con los requerimientos de los clientes, con productos de alta calidad y sobre todo con complemento que puedan ayudar a la innovación de los nuevos diseños de tapicería automotriz siendo esto nuestro objetivo a llegar y así lograr satisfacer hasta la más mínima necesidad de los nuevos posible clientes dueño de vehículos.

En febrero del 2019, se tuvo la necesidad de acentuarse en un local comercial ubicado en las calles Clemente Ballén 2027B y Tulcán ya que no se tenía un lugar donde exhibir sus productos, por lo cual fueron adquiriendo nuevos clientes y fidelizando a sus clientes iniciales. En noviembre de 2019 tuvieron la necesidad de poder incrementar su nómina de empleados debido a la gran afluencia de clientes que visitaban el local a hacer sus compras. Ecotapiz se caracterizó por mantener siempre materiales de tapicería automotriz tales como, expandible nacional y extranjeros, cuerina, lona, tela en toda su gama, esponja, pegamento y todos los complementos que se necesita para la tapicería automotriz.

### **2.2 Visión, Misión, Valores, Objetivos General y Específicos, Modelo Canvas**

#### **2.2.1 Visión**

Nuestra visión es proyectarnos como la empresa líder en la línea de materiales de tapicería automotriz en la ciudad de Guayaquil con materiales de la mejor calidad y a los mejores precios, pero sobre todo por la recomendación del público satisfecho con nuestros productos a ofrecer.

#### **2.2.2 Misión**

Satisfacer de manera efectiva las necesidades de nuestros clientes, proporcionando productos innovadores de la más alta calidad, teniendo variedad de materiales para la confección de forros y tapizado según la necesidad y requerimiento de los clientes y así alcanzar la permanencia en el mercado automotriz siguiendo las tendencias actuales.



## **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

### **2.2.3 Valores:**

- **Honestidad:** Actuando con transparencia e integridad y trabajando de forma honrada.
- **Tolerancia:** Con los empleados y comprensión en caso de algún inconveniente con los mismos.
- **Responsabilidad:** Tanto con los clientes internos como con los externos aceptando los roles que desempeñan cada uno de los empleados de la empresa con compromiso.
- **Trabajo en equipo:** Para que así todos los miembros de la empresa en conjunto logren satisfacer las necesidades del cliente.

### **2.2.4 Objetivos Generales**

Nuestro objetivo es incrementar las ventas en un 15% anual de materiales de tapicería mediante la aplicación y desempeño de estrategia en el emprendimiento almacén de materiales de tapicería Ecotapiz, para el periodo 2024.

### **2.2.5 Objetivos específicos.**

- Incrementar la base de clientes en un 8% anual a través de visita por sector dentro de la ciudad de Guayaquil y sus alrededores en los próximos trimestres.
- Realizar un mercadeo en un tiempo de 90 días, para determinar las exigencias de los clientes y así incrementar las nuevas preferencias de materiales en un 20% paulatinamente dependiendo la rotación del producto.
- Mejorar el posicionamiento de la marca en un 15% mediante publicidad por medios de comunicación (radio).
- Hacer un estudio de precio con nuestras principales competencias para ajustarnos en precio y marginarnos un 15% al 20% de ganancia y poder competir en volumen de venta.

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Tabla 1**  
*Modelo Canvas*

<b>Aliados Clave</b>	<b>Actividades Clave</b>	<b>Propuesta de Valor</b>	<b>Relación con el Cliente</b>	<b>Segmentos de Clientes</b>
<p>1. Fabricantes de expandibles ya sea nacionales y/o extranjeros</p> <p>2. Proveedores de insumos para la elaboración de forros.</p>	<p>1. Personal con experiencia al trato de clientes.</p> <p>2. Comercialización de toda clase de material sintético e insumos para la tapicería (hilo, esponja, tricot, tiza, etc.).</p> <p>3. Logística de entrega en un máximo de 8 horas por lugares cercanos al establecimiento.</p> <p>4. Control de procesos administrativos.</p>	<p>1. Proveer a nuestros futuros clientes todas clases de materiales e insumos para la confección de forros automotriz y mantenernos con un stock considerable para futuras ventas.</p> <p>2. Envío de materiales solicitado por los clientes, dentro del mismo día previo papeleta de deposito</p>	<p>1. Asesoramiento personalizado en la visita de nuestras instalaciones.</p> <p>2. Recepción de pedido vía WhatsApp dentro de la jornada de labores.</p>	<p>1. Habitantes de la ciudad de Guayaquil.</p> <p>2. Habitantes con un rango de edad de 18 a 55 años</p> <p>3. Publico que se encuentren actualmente dentro de la Población Económicamente Activa.</p> <p>4. Talleres que se dediquen a la confección de forros de automotriz.</p>
	<b>Recursos Clave</b>		<b>Canales</b>	
	<p>1. Personal altamente capacitado para la venta de materiales.</p> <p>2. Transporte para envío de materiales.</p> <p>3. Equipos tecnológicos para la recepción y asistencia de los pedidos</p>		<p>1. Redes sociales de mayores concurrencias. (WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok).</p> <p>2. Cuñas Publicitarias Radiales en horarios de mayor tránsito.</p>	
	<b>Estructura de Costos</b>		<b>Estructura de Ingresos</b>	
	<p>1. Costo de movilización</p> <p>2. Costo de publicidad online (Facebook, IS, WhatsApp)</p> <p>3. Costo por envío de mercadería</p>		<p>1. Comercialización de todo tipo de materiales de tapicerías y sus insumos a precio competitivo</p>	

**Fuente:** Elaboración Propia

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Tabla 2**  
*Foda*

	<b>Aspectos Positivos</b>	<b>Aspectos Negativos</b>
	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Factores Internos</b>	<b>F1.-</b> Gama completa de toda variedad de los tapices	<b>D1.-</b> Retraso en abastecimiento de materia prima
	<b>F2.-</b> Brindar productos de alto y baja calidad que sean duraderos y que permita captar la atención.	<b>D2.-</b> Elevado grado de endeudamiento
	<b>F3.-</b> Personal con buen conocimiento de servicio al cliente y de los materiales a ofrecer	<b>D3.-</b> Poco posicionamiento de la marca en el mercado meta.
	<b>F4.-</b> Servicio personalizado	<b>D4.-</b> Ventas deficientes
	<b>F5.-</b> Ubicación estratégica	<b>D5.-</b> Incremento al costo de venta
	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>Factores Externos</b>	<b>O1.-</b> Creciente apertura de mercado	<b>A1.-</b> Creciente poder de negociación de clientes
	<b>O2.-</b> Nueva tendencias y necesidades abren puertas a los nuevos productos	<b>A2.-</b> Inestabilidad económica en el país.
	<b>O3.-</b> Tendencia en materiales Eco amigable (material sintético)	<b>A3.-</b> Alta tasa de inseguridad
	<b>O4.-</b> Innovación en colores y materiales	<b>A4.-</b> Excesivo número de competidores
	<b>O5.-</b> Alta probabilidad de alianza estratégica	<b>A5.-</b> Presencia de productos sustitutos

**Fuente:** Elaboración Propia

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Tabla 3.**  
*Fofa - Doda*

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategias ofensivas (fortalezas + oportunidades)</b>	<b>Estrategias de reorientación (debilidades + oportunidades)</b>
	<b>FO1.-</b> Campaña de lanzamiento exclusivos para nuevos y existentes clientes, con promociones y descuentos	<b>DO1.-</b> Estudio de demanda y ajuste del inventario para poder garantizar una adecuada distribución de materiales obsoletos o de baja demanda.
	<b>FO2.-</b> Desarrollar campaña puerta a puerta que permita a los clientes conocer de nuevos materiales a disponer	<b>DO2.-</b> Estudio de mercadeo para poder identificar si se debe hacer o no la compra y a la vez saber si es necesario o no el producto.
	<b>FO3.-</b> Ampliación de conocimientos de nuestros materiales a disponer mediante pequeños mensajes vía WhatsApp para llegar a un público más amplio,	<b>DO3.-</b> Realineación de estrategias de marketing y publicidad para enfocarse en los materiales a promocionar,
	<b>FO4.- Investigación</b> de nuevos productos desarrollados que se ajusten a las necesidades de nuestro mercado y que poder diferenciar nuestro almacén de la competencia,	<b>DO4.-</b> Reevaluación de las políticas de precios tomando en consideración los descuentos temporales y flexibilidad de en la forma de pago para atraer a clientes,
	<b>FO5.-</b> Aprovechando la ubicación que tenemos podemos analizar una estrategia de publicidad para poder brindar nuestro servicio a más locales de la zona	<b>DO5.-</b> Se podría mantener conversación con nuestro proveedor y así garantizar el precio de los materiales a oferta, asumiendo pequeñas alzas que no afectarían en lo general a nuestro costo de compra.
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategias Defensivas (Fortaleza + Amenaza)</b>	<b>Estrategias de Supervivencia (Debilidad + Amenaza)</b>
	<b>FA1.-</b> Alianzas exclusivas con proveedores para asegurar constante distribución de materia prima a ofertar y respetando los precios para así poder competir.	<b>DA1.-</b> Optimización de la cadena de suministro y reducción de costos operativos sin sacrificar la calidad de los productos o el servicio al cliente.
	<b>FA2.-</b> Constante revisión de lista de producto y así mantener los precios más parecidos a la competencia.	<b>DA2.-</b> Establecer acuerdos financieros con la banca, para poder suplir las deudas adquirida en anterioridad y así no ver afectada la distribución de material a los clientes,
	<b>FA3.-</b> Mantener nuestro local a buen recaudo con cámara de vigilancia que nos ayude a mantener la seguridad a toda hora del día,	<b>DA3.-</b> Implementación de programas de lealtad y beneficios para clientes frecuentes, para fortalecer las relaciones y generar repetición de compras.
	<b>FA4.-</b> Mantener programas de lealtad y beneficios para clientes nuevos y frecuentes, para así fortalecer las relaciones y generar repetición de compras.	<b>DA4.-</b> Estrategia que permita brindar seguridad a los clientes antes, durante y después de enviado su producto.
	<b>FA5.-</b> Mantener conversación con nuevos proveedores y así poder garantizar el flujo necesario de los productos	<b>DA5.-</b> Monitoreo continuo de la competencia para anticipar sus movimientos y adaptar las estrategias comerciales,

**Fuente:** Elaboración Propia

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Tabla 4**  
*Matriz Péstel*

Factores	Detalle
Político:	<p>P1.- Existe una desaprobación del mandatario Guillermo de un 81% en la población</p> <p>P2.- El sobre endeudamiento del gobierno actual en los últimos años ha disminuido la producción nacional</p> <p>P3.- Cambios en la política comercial que podría influir en el acceso a nuevos mercados.</p> <p>P4.- Inestabilidad política en el país</p> <p>P5.- La poca credibilidad del gobierno actual genera una inestabilidad.</p>
Económico:	<p>E1.- Tendencias económicas y ciclos de negocios que puedan afectar la demanda y la capacidad adquisitiva de los clientes.</p> <p>E2.- Integro a los conflictos internacionales los cuales han disparado ciertos precios de productos importados</p> <p>E3.- Indicadores económicos como la inflación y el desempleo, que pueden afectar el gasto en equipos gastronómicos.</p> <p>E4.- Alta tasa de desempleo</p> <p>E5.- Evasión de impuesto por parte del contrabando, perjudica a la empresa y al área económica nacional</p>
Social:	<p>S1.- Cambios en los hábitos de consumo y preferencias gastronómicas de los clientes.</p> <p>S2.- Tendencias hacia una mayor conciencia sobre la sostenibilidad y la salud en la industria de la gastronomía.</p> <p>S3.- Nuevas formas de trabajo informal, aumenta en el último periodo del año.</p> <p>S4.- Tendencia en el uso de herramientas tecnológicas</p> <p>S5.- Alta tasa de inseguridad, afectaría en un 25% en las ventas debido al cierre de temprano de locales</p>
Tecnológico:	<p>T1.- Avances en el tecnológico es la forma más viable en la venta de cualquier producto.</p> <p>T2.- Aplicación de publicidad mediante medios digitales para llegar a más clientes que usen la web</p> <p>T3.- Innovaciones en la distribución y el comercio electrónico que puedan afectar la forma que se vende</p> <p>T4.- Aumento de las tendencias en las compras online.</p> <p>T5.- Publicidad digital aumentaría las visitas</p>
Ecológica:	<p>E1.- Uso de embalajes y materiales ecológicos.</p> <p>E2.- Cuidado del medio ambiente, mediante implementación de facturación electrónica</p> <p>E3.- Utilización de Materiales eco agradable como el sintético.</p> <p>E4.- Impacto medioambiental de los productos utilizados.</p>
Legal:	<p>L1.- Normativas sobre seguridad y calidad de productos a distribuir</p> <p>L2.- Leyes laborales que permitan la afiliación normal de los empleados</p> <p>L3.- Permisos al día, para que el almacén funcione con normalidad.</p> <p>L4.- implementación de la SAS para poder emitir facturación electrónica a nivel nacional</p> <p>L5.- Leyes enfocadas a evitar la publicidad engañosa</p>

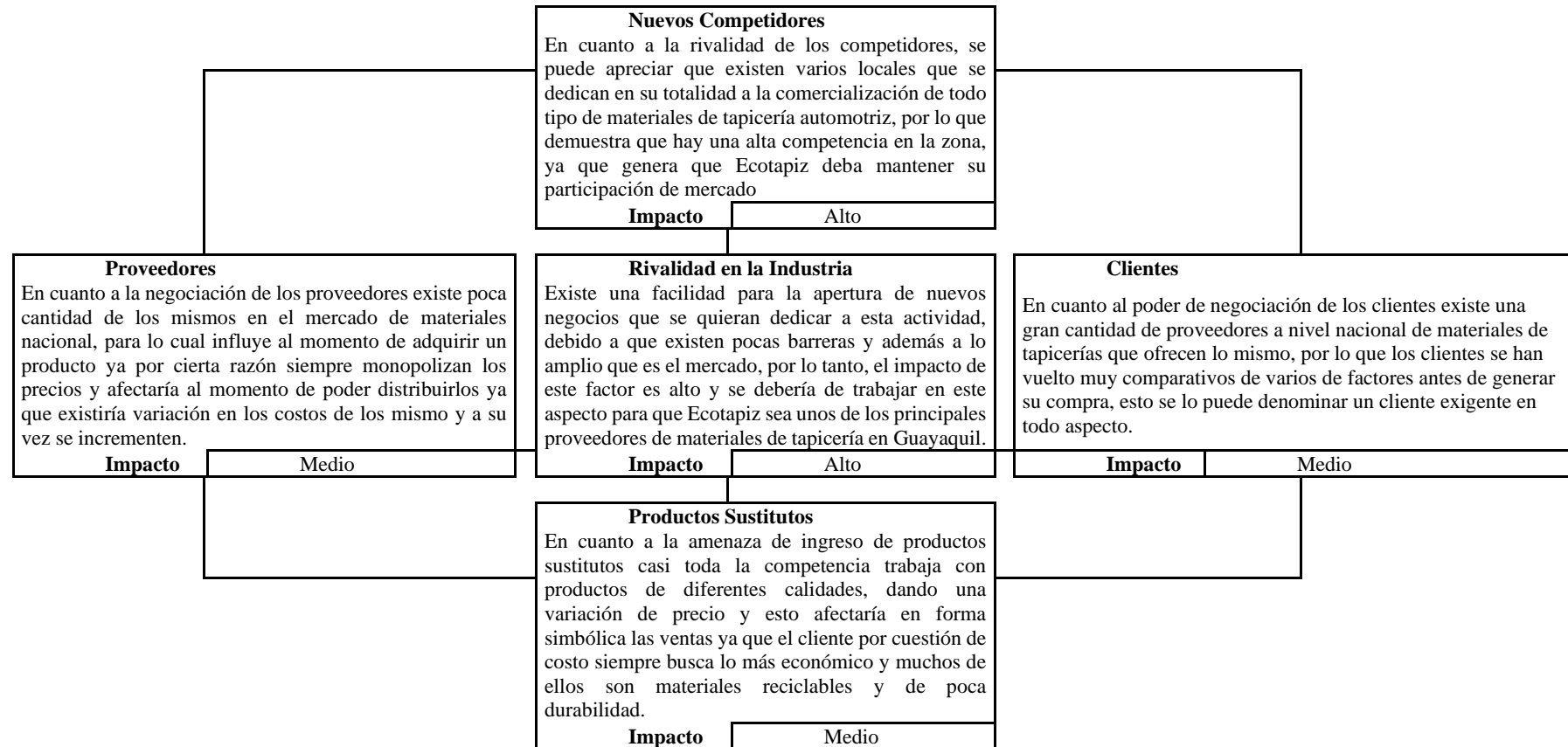
**Fuente:** Elaboración Propia

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Tabla 5**

*Diagrama de la Cinco Fuerzas de Porter*



**Fuente:** Elaboración Propia

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

# PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.

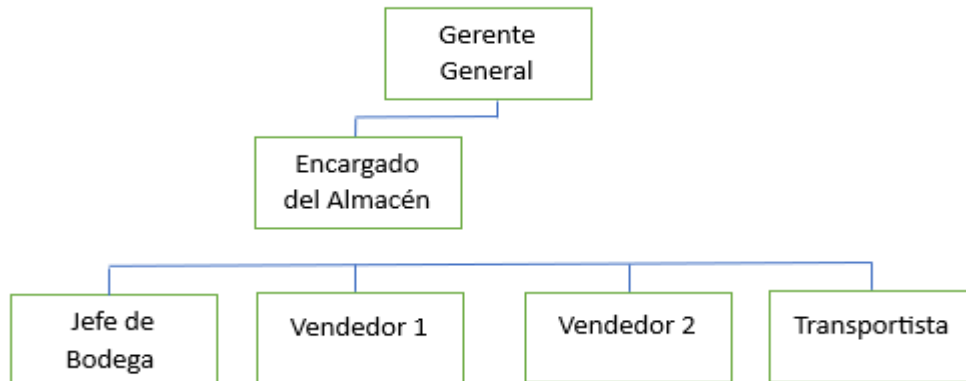
## 2.2.6 Estrategia Genérica, Ventaja Competitiva

Mediante el análisis se considera como estrategia genérica la diferenciación ya que nos indica que se cubre un rango amplio de característica para que nuestro máximo objetivo que es el cliente nos tome como única opción principal y éste no pueda ser reemplazo por nuestra competencia muy fácilmente. En específico, nuestro emprendimiento almacén Ecotapiz procedería a ofrecer no solo a sus clientes los materiales para la elaboración de su tapicería automotriz, sino a la vez proveer de toda la gama amplia de suministros que les facilite la confección de diversos usos.

## 2.3 Estructura Organizacional

### Figura 1

*Organigrama del Emprendimiento*



**Fuente:** Elaboración Propia

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE  
MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA  
CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Tabla 6**  
*Gerente General*

---

<b>Profesionalgrama</b>	
<b>1. Descripción y análisis del puesto:</b>	
<b>Título:</b>	Gerente General
<b>Descripción Genérica:</b>	Supervisar, coordinar las funciones y operaciones del negocio manera eficiente y efectiva.
<b>2. Descripción del puesto:</b>	
	<ul style="list-style-type: none"><li>● Administración de inventario</li><li>● Recepción y despacho de mercancía</li><li>● Organización del espacio de almacenaje</li><li>● Coordinación del equipo de trabajo</li><li>● Mantenimiento y limpieza</li><li>● Documentación y registros</li></ul>
<b>3. Análisis del puesto:</b>	
	<b>a) Requisitos Intelectuales</b>
<b>Escolaridad:</b>	Título de Tercer nivel o Postgrado en Ingeniería Comercial, Administración de empresas, afines.
<b>Experiencia:</b>	Mínimo 4 años en cargos similares.
<b>Habilidades:</b>	Numérica, lenguaje, conocimientos básicos de Excel
<b>Est. Complementarios:</b>	Computación, finanzas, comercialización, marketing y ventas, administración.
	<b>b) Requisitos Físicos</b>
	Debe poseer atención auditiva y visual. Estar sentado y caminar dentro de la empresa a modo de supervisión en jornada diaria.
	<b>c) Responsabilidades Adquiridas</b>
	Coordinador Administrativo, jefe de Bodega, Vendedor,
<b>Supervisa a:</b>	Jefe Transportista,

---

**Fuente:** Elaboración Propia

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín



**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE  
MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA  
CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Tabla 7**

*Encargado del Almacén*

<b>Profesional grama</b>	
<b>1. Descripción y análisis del puesto:</b>	
<b>Título:</b>	Encargado del Almacén
<b>Descripción Genérica:</b>	Garantizar la eficiente operación administrativas del Almacén
<b>2. Descripción del puesto:</b>	
Gestión de Personal	
<ul style="list-style-type: none"><li>● Coordinación de Envío y Entrega de materiales</li><li>● Fijación de Descuento y precios a los clientes</li><li>● Coordinación del equipo de trabajo</li><li>● Documentación y registros</li></ul>	
<b>3. Análisis del puesto:</b>	
<b>a) Requisitos Intelectuales</b>	
<b>Escolaridad:</b>	Título de 3er nivel en Ingeniería Comercial y Administración
<b>Experiencia:</b>	Mínimo 6 años en cargos similares.
<b>Habilidades:</b>	Numérica, lenguaje, facilidad de Palabra
<b>Est. Complementarios:</b>	Comercialización, marketing y ventas, administración.
<b>b) Requisitos Físicos</b>	
Debe poseer atención auditiva y visual.	
<b>c) Responsabilidades Adquiridas</b>	
<b>Supervisa a:</b>	Jefe de Bodega, Vendedor, jefe transportista,

**Fuente:** Elaboración Propia

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE  
MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA  
CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Tabla 8.**

*Jefe de Bodega*

**Profesionalgrama**

---

**1. Descripción y análisis del puesto:**

**Título:** Jefe de Bodega

**Descripción Genérica:** Asegurar la correcta gestión de inventario dentro del Almacén

**2. Descripción del puesto:**

Responsable de la recepción y almacenamiento de producto

Control de Inventario

Etiquetado de Material

Resolver inconveniente y problemas con los Clientes

Documentación y registros

**3. Análisis del puesto:**

**a) Requisitos Intelectuales**

**Escolaridad:** Título de Tercer nivel en logística

**Experiencia:** Mínimo 2 años en cargos similares.

**Habilidades:** Numérica, lenguaje

**Est.** Computación, finanzas, comercialización, marketing y ventas,

**Complementarios:** administración.

**b) Requisitos**

**Físicos** Debe poseer atención auditiva y visual.

**c) Responsabilidades Adquiridas**

**Supervisa a:** Vendedor y jefe de Transportista

---

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

**Fuente:** Elaboración Propia

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE  
MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA  
CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Tabla 9.**

*Vendedor 1*

---

<b>Profesionalgrama</b>	
<b>1. Descripción y análisis del puesto:</b>	
<b>Título:</b>	Vendedor 1
<b>Descripción</b>	Realizar ventas efectivas a los clientes, proporcionando un excelente servicio al cliente y logrando los objetivos de ventas establecidos
<b>Genérica:</b>	
<b>2. Descripción del puesto:</b>	
	Asesoramiento y venta consultiva
	Negociación y cierre de ventas
	Seguimiento y servicio al cliente
	Investigación de mercado y competidores
	Reporte y análisis de ventas
<b>3. Análisis del puesto:</b>	
<b>a) Requisitos Intelectuales</b>	
<b>Escolaridad:</b>	Título de Tercer nivel en ventas
<b>Experiencia:</b>	Mínimo 4 años en cargos similares.
<b>Habilidades:</b>	Numérica, lenguaje
<b>Est.</b>	Computación, finanzas, comercialización, marketing y ventas,
<b>Complementarios:</b>	administración.
<b>b) Requisitos Físicos</b>	
	Debe poseer atención auditiva y visual.
<b>c) Responsabilidades Adquiridas</b>	
<b>Supervisa a:</b>	Vendedor 2

---

**Fuente:** Elaboración Propia

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE  
MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA  
CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Tabla 10.**  
*Vendedor 2*

---

<b>Profesionalgrama</b>	
<b>1. Descripción y análisis del puesto:</b>	
<b>Título:</b>	Vendedor 2
<b>Descripción Genérica:</b>	Realizar ventas efectivas a los clientes, proporcionando un excelente servicio al cliente y logrando los objetivos de ventas establecidos
<b>2. Descripción del puesto:</b>	
	Asesoramiento y venta consultiva
	Negociación y cierre de ventas
	Seguimiento y servicio al cliente
	Investigación de mercado y competidores
	Reporte y análisis de ventas
<b>3. Análisis del puesto:</b>	
<b>a) Requisitos Intelectuales</b>	
<b>Escolaridad:</b>	Título de Tercer nivel en ventas
<b>Experiencia:</b>	Mínimo 4 años en cargos similares.
<b>Habilidades:</b>	Numérica, lenguaje
<b>Est. Complementarios:</b>	Computación, finanzas, comercialización, marketing y ventas, administración.
<b>b) Requisitos Físicos</b>	
	Debe poseer atención auditiva y visual.
<b>c) Responsabilidades Adquiridas</b>	
<b>Supervisa a:</b>	-

---

**Fuente:** Elaboración Propia

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE  
MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA  
CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Tabla 11.**

*Transportista*

---

<b>Profesionalgrama</b>	
<b>1. Descripción y análisis del puesto:</b>	
<b>Título:</b>	Transportista
<b>Descripción</b>	Supervisar y coordinar todas las actividades relacionadas con el transporte de mercancías
<b>Genérica:</b>	Garantizar la entrega segura y puntual de los productos a los clientes
<b>2. Descripción del puesto:</b>	
	Gestión del equipo de transporte
	Supervisar y Coordinar la logística de distribución de los productos gastronómicos desde los proveedores hasta los clientes
	Trabajar en conjunto con el departamento de compra, ventas y almacén
	Garantizar la cadena de suministro fluida y eficiente
	Supervisión de los conductores y el mantenimiento de los vehículos de transporte
	Asegurar que los productos se entreguen a tiempo
<b>3. Análisis del puesto:</b>	
<b>a) Requisitos Intelectuales</b>	
<b>Escolaridad:</b>	Título de Tercer nivel
<b>Experiencia:</b>	Mínimo 2 años en cargos similares. Licencia de conducir válida y sin infracciones graves. Conocimiento de las normas de tráfico y capacidad para conducir de manera segura en diferentes condiciones de carretera
<b>Habilidades:</b>	Buena capacidad de organización y gestión del tiempo para seguir las rutas de entrega y cumplir con los plazos Habilidades de comunicación para interactuar de manera cortés y profesional con los clientes y colegas de la empresa Fortaleza física para cargar y descargar equipos gastronómicos pesados y voluminosos.
<b>Est. Complementarios:</b>	Curso de Office
<b>b) Requisitos Físicos</b>	
	Debe poseer atención auditiva y visual.
<b>c) Responsabilidades Adquiridas</b>	
<b>Supervisa a:</b>	-

---

**Fuente:** Elaboración Propia

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

# **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

## **2.4 Plan de Marketing**

### **2.4.1 Contexto General del Mercado**

Guayaquil siendo una de las ciudades más grande del Ecuador y a su vez una de los pilares fundamentales del centro económico más importante del país. La población de esta ciudad este alrededor de los 2.746,403 millones de habitantes considerando a Guayaquil como la ciudad más poblada del país que apunta al crecimiento económico, lo que brinda un mercado amplio y diverso para la incursión de nuestro producto. (PRIMICIAS, 2023).

La industria automotriz está en constante aumento y esto nos favorece a nivel general ya que estaríamos apuntando a este posible cliente que sería favorable en la distribución de materiales de tapicería, cabe recalcar que solo en la ciudad de Guayaquil existen 2.880.910 vehículo motorizado. (INEC, 2022)

Siendo estos una punto estratégico para la comercialización de nuestro productos y así apuntar a los talleres de tapicería que sería nuestro principal objetivo para la implementar nuestra propuesto de incrementar las ventas en nuestro almacén en la ciudad Guayaquil que está en constante expansión; existen una gran variedad locales que se decida al embellecimiento del interior del vehículo que necesitan materiales de primera línea para poder satisfacer las exigencias de los clientes dueño de los vehículo. Esta demanda proporciona oportunidades para nuestro emprendimiento ya que se comercializaría materiales para los futuros autos.

Debido a la importancia del sector en Guayaquil, la competencia puede ser intensa, por lo que es importante diferenciarse a través de la calidad de los productos, el servicio al cliente y la oferta de soluciones personalizadas.

### **2.4.2 Perfil del Cliente**

Dentro del perfil potencial se considera a toda clase de personas de la ciudad de Guayaquil, considerando un rango de edad entre los 18 a 55 años, de los cuales estos clientes sean independientes en tomar decisiones y a su vez responsabilidad, que pertenezcan a una población de económicamente activa, que estén en un nivel social intermedio. Por otro lado, que estas personas pertenezcan a la población económicamente activa y, por último, que estén en un estrato social C+ y B. De acuerdo con el (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, [INEC], 2020), siendo considerado los individuos con estas características la cantidad de 56,821 habitantes.

# **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

## **2.4.3 Estrategia de Producto**

Con respecto a la estrategia de producto, se consideró incluir nuevos proveedores de productos y así ampliar la cartera de materiales a ofrecer del emprendimiento para incrementar nuestra participación en el mercado. Estos enganches nos permitirán atraer a un público más amplio y aumentar las ventas. Del mismo modo, se consideró la estrategia marketing uno a uno para que estos productos puedan tener la opción de poder llegar a sus distintos clientes que sería los dueños de la tapicería a ofertar según las necesidades específicas de sus clientes; incluir características adicionales, opciones de color, demostrando así el compromiso con el cliente y que ellos puedan percibir la diferencia de la competencia tanto la calidad como en precio.

## **2.4.4 Estrategia de precio**

Para este punto se consideró un aproximado de los valores que manejan la competencia, la cual tiene como finalidad evitar dañar el mercado con precios inferiores ya que eso sería competencia desleal, sino más bien enfocada en mantener los precios y que el cliente final compare la adquisición de los productos no solo por el costo que involucra sino por los atributos adicionales que se le ofrece a comparación de la competencia.

## **2.4.5 Estrategia de Distribución**

Se consideró la estrategia de acuerdos con los clientes nuevos y existentes, de esa manera se les proporcionara las herramientas necesarias como son los muestrarios de los materiales a los dueños de los locales de tapicería para que los exhiban y puedan ofertarlos a sus clientes, no solo estarían ganando ellos, sino que a su vez le permitiría desarrollar a estos nuevos locales surtiéndolos con diverso tipo de materiales a ofertar.

Cabe resaltar que nuestra estrategia es distribuir muestrarios con los distintos materiales que se ofertan en el emprendimiento Ecotapiz, y seguir los mismos procesos de comercialización ya antes mencionados para su correcto funcionamiento.

# **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

## **2.4.6 Estrategia de Promoción**

Dentro de la estrategia de promoción, se consideró los descuentos por volumen de ventas y por introducción. Es pertinente señalar que estas promociones serán expuestas tanto de manera física en el establecimiento y anunciadas por medios radiales y redes sociales.

De esa manera, los recursos financieros que se direccionen al área de publicidad serán evaluados constantemente para saber cuáles son los beneficios que se están obteniendo frente a los ingresos.

## **2.4.7 Estrategia de Personas**

Se consideró la estrategia de capacitación, para que el personal en la tienda física pueda abordar al cliente de manera educada y asertiva a la venta, asesorándolo de cada aspecto del producto, precio del mismo y de los beneficios que ofrece la marca.

## **2.4.8 Estrategia de Procesos**

Por parte de los procesos, se consideró aplicar una estrategia el cual será expuesto al personal. De esa manera se podrá ofrecer un servicio de alta calidad desde la asistencia de un cliente que visite la tienda de manera presencial, asesorando el proceso de la venta hasta la ejecución de dicha compra por parte del cliente y así poder optimizar el tiempo del mismo el almacén sin olvidar que todo eso se gestionaría en un tiempo adecuado.

Con este procedimiento el emprendimiento no solo estaría diferenciándose en el mercado por sus productos, sino por la atención brindada en cada uno de sus procesos en el menor tiempo posible.

## **2.4.9 Estrategia de Evidencia Física**

En este aspecto de estrategia de evidencia física se considerará la visita a clientes con un muestrario de manera catálogo con materiales a ofrecer con su debida aplicación de publicidad que nos ayude a llegar a más clientes mediante el testeo de material y contenido visual del material a ofertar.



**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Tabla 12.**  
*Plan de Acción*

¿Qué? Metas	¿Cómo? Acciones	Estrategias y	¿Con qué? Recursos Necesarios	Fecha de Inicio	¿Cuándo? Fecha de Finalización	¿Quién? Responsables	¿Cuánto? Costo total de las acciones
Mejorar el posicionamiento de la marca del emprendimiento en un 25% en colaboración de espacios publicitarios en redes sociales de mayor afluencia y a su vez publicidad radial en 92.1 en horario de mayor tránsito, por un periodo de 60 meses en fecha programadas y estudiadas con el fin de alcanzar nuestro objetivo informando promociones por visita y demás sorpresa.	Estrategia de promoción, se consideró los descuentos dependiendo el volumen de compra					<b>Propietario</b>	\$1,000.00 USD
Expandir la base de clientes en un 10% anual a través de las campaña publicitaria y visita puerta a puerta a clientes durante periodos consecutivos. Minimizar los tiempos de entrega a un 30% por medio de procedimientos que faciliten el flujo de procesos en cada área.	Estrategia campaña ads publicación de contenido visual y audiovisual en redes sociales de mayor concurrencia.		<b>Humano y Financiero</b>	2024	2028	<b>Social media manager</b>	\$8,460.00 USD
Reducir los costos operativos en un 8% con la ayuda de métodos de cobro ya sea transferencia o pago Smart a lo largo del período.	Estrategia marketing one to one elaboración					<b>Propietario</b>	\$405.00 USD
	Estrategia basada en el precio de la competencia						\$50.00 USD
	Estrategia publicidad Volanteo					<b>Coach</b>	\$300.00 USD
	Estrategia de acuerdos con minoristas					<b>Propietario-Vendedor</b>	\$1,200.00 USD
	Estrategia de acuerdos a cliente provincias						\$750.00 USD

**Fuente:** Elaboración Propia

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

# PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.

## 3 Capítulo III: Análisis Financiero del Proyecto

### 3.1 Principales Supuestos Financieros

En este estudio se plantea los siguientes supuestos gastos y demanda que se tomarán en cuenta para nuestra propuesta y determinar si la situación financiera, los resultados de la operación y el progreso económico de una empresa es satisfactoria o no.

**Tabla 13.**

*Supuestos Financieros*

<b>Detalle</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Comportamiento de la demanda esperada		3%	3%	3%	3%
Comportamiento de los gastos		8%	5%	5%	5%

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

### 3.2 Inversión

Se podrá definir el uso del capital de trabajo para esto es realizo un estudio minucioso de los gastos que se van a generar para el incremento de nuestro proyecto, para eso se ha calculado el monto estimado necesario de inversión para la ejecución de la misma, todo esto se detalla en la siguiente tabla.

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Tabla 14.**

*Inversión*

Descripción	Tipo de activo	Unidades	Costo unitario	Costo total
Capital de trabajo	1. Activo corriente	1	\$35.000,00	\$35.000,00
<b>Inversión total</b>				<b>\$35.000,00</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

### 3.3 Financiamiento

Para la realización de este proyecto se requiere una inversión inicial de 35.000,00 dólares americanos, el 60% será con capital propio y el 40% que es el capital externo será a través de un crédito para el desarrollo de nuestro proyecto con una entidad financiera BANCO DEL PICHINCHA.

A continuación, detallamos el financiamiento indicado:

**Tabla 15.**

*Financiamiento*

Inversión Requerida	<b>\$35.000,00</b>	
<b>Financiamiento</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Aportes propios	\$21.000,00	60%
Aportes de terceros (Bancos)	\$14.000,00	40%
<b>Total, financiamiento</b>		
Tasa a pagar	15,60%	
Plazo de deuda (años)	5	

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

### 3.4 Demanda Esperada Anual

Todo proyecto tiene un objetivo de ventas anual, por tal motivo se ha establecido el número de productos y la cantidad que se espera vender durante la ejecución del proyecto. Nuestro incremento anual es del 3% lo cual nos permitiría poder solventar las necesidades actuales del negocio y poder mantenernos en el mercado. En la siguiente tabla podemos encontrar detallado en unidades la demanda esperada. La información obtenida para el desarrollo de la tabla se puede encontrar en: **Anexo 1, Anexo 2, Anexo 3, Anexo 4 y Anexo 5.**

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Tabla 16.**  
*Demanda Esperada*

<b>Oferta productos</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Nacional	11.409	14.195	19.083	25.647	34.509
Importados	4.464	5.571	7.497	10.085	13.564
Astra	3.798	4.710	6.328	8.507	11.436
Complementarios	1.506	1.851	2.496	3.363	4.525
<b>Totales</b>	<b>21.177</b>	<b>26.327</b>	<b>35.404</b>	<b>47.602</b>	<b>64.034</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

### 3.5 Precio de Ventas

El precio de venta de los productos, están establecidos de acuerdo con el margen designado por la empresa y considerando su respectiva variación durante el paso del tiempo, detallados en la siguiente tabla.

**Tabla 17.**  
*Precio de Ventas*

<b>Oferta Productos</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Nacional	4,00	4,08	4,16	4,29	4,50
Importados	6,00	6,12	6,24	6,43	6,75
Astra	4,05	4,13	4,21	4,34	4,56
Complementarios	2,50	2,55	2,60	2,68	2,81

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado Por:** Juan Victor Mendoza Holguín

### 3.6 Ventas Anuales

El total de ventas que se espera en lapso de 5 años para los cuales se plantea nuestro proyecto, estará detallado en la siguiente tabla. La información detallada para la estructuración de la tabla podemos encontrarla en: **Anexo 6. Anexo 7, Anexo 8, Anexo 9 y Anexo 10.**

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Tabla 18.**  
*Ventas Anuales*

<b>Oferta Productos</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Nacional	45.636,00	57.915,60	79.415,81	109.934,53	155.317,09
Importados	26.784,00	34.094,52	46.799,27	64.843,24	91.572,67
Astra	15.381,90	19.457,01	26.663,79	36.920,62	52.114,20
Complementarios	3.765,00	4.720,05	6.492,10	9.009,58	12.728,74
<b>Total</b>	<b>91.566,90</b>	<b>116.187,18</b>	<b>159.370,97</b>	<b>220.707,98</b>	<b>311.732,70</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

### 3.7 Costo de Ventas Individuales

Todo producto tiene un costo de adquisición, en donde se estipulan ya los gastos por movilización, composición y distribución, etc. Consideramos un costo variable a cada uno de los ítems citados. En la siguiente tabla detallamos los costos individuales de los productos del proyecto propuesto.

**Tabla 19.**  
*Costos de Ventas Individuales*

<b>Oferta Productos</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Nacional	3,00	3,06	3,12	3,21	3,38
Importados	4,80	4,90	4,99	5,14	5,40
Astra	3,04	3,10	3,16	3,26	3,42
Complementarios	1,88	1,91	1,95	2,01	2,11

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

### 3.8 Costo de Ventas Totales

En la siguiente tabla presentada a continuación se establece el costo total de ventas, proyectando un incremento del 3% anual, durante el lapso de 5 años que se ejecutará el proyecto. La información obtenida para la tabla presentada se encuentra en: **Anexo 11, Anexo 12, Anexo 13, Anexo 14 y Anexo 15**

**Tabla 20.**  
*Costos de Ventas Totales*

<b>Oferta Productos</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Nacional	34.227,00	43.436,70	59.561,86	82.450,90	116.487,81
Importados	21.427,20	27.275,62	37.439,42	51.874,59	73.258,14
Astra	11.536,43	14.592,76	19.997,84	27.690,47	39.085,65
Complementarios	2.823,75	3.540,04	4.869,07	6.757,18	9.546,56
<b>Total</b>	<b>70.014,38</b>	<b>88.845,11</b>	<b>121.868,19</b>	<b>168.773,14</b>	<b>238.378,16</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**3.9 Gastos Operacionales**

Los Gastos Operacionales de este proyecto se estipulan en forma mensual en algunos casos y en otros casos durante periodos de tiempo un poco más extensos, estos ayudarán a poder definir nuestra propuesta para poder alcanzar la meta estimada en cada año para lo cual detallamos a continuación en la siguiente tabla. La información para desarrollo de la tabla se puede verificar en: **Anexo 16, Anexo 17, Anexo 18, Anexo 19 y Anexo 20.**

**Tabla 21.**  
*Gastos Operacionales*

<b>Gastos Operacionales</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Publicidad Radio	7.200,00	7.776,00	8.164,80	8.573,04	9.001,69
Publicidad Por Facebook	360,00	388,80	408,24	428,65	450,08
Publicidad Por Instagram	360,00	388,80	408,24	428,65	450,08
Publicidad Por Tik-Tok	540,00	583,20	612,36	642,98	675,13
Publicidad En Volantes	300,00	324,00	340,20	357,21	375,07
Mov. Visita A Clientes Locales	1.200,00	1.296,00	1.360,80	1.428,84	1.500,28
Mov. Visita A Clientes Prov.	750,00	810,00	850,50	893,03	937,68
Muestrarios Para Clientes	405,00	437,40	459,27	482,23	506,35
<b>Total</b>	<b>11.115,00</b>	<b>12.004,20</b>	<b>12.604,41</b>	<b>13.234,63</b>	<b>13.896,36</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

# PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.

## 3.10 Préstamos

Para el préstamo se solicitará el financiamiento con intereses mensuales, en un tiempo de duración de 5 años (60 cuotas) por un valor de 14.000,00 dólares, en la siguiente tabla se detalla la tasa anual del 15.6%, con pagos mensuales de 337.48 dólares y tasa por periodo del 1.30%.

Los detalles mensuales y anuales se encuentran en los **Anexo 21, Anexo 22.**

**Tabla 22.**  
*Préstamos*

<b>Préstamo</b>	<b>\$14.000,00</b>
Tasa anual	15,60%
Pagos por año	12
Tasa por período	1,30%
Plazo Deuda (años)	<b>5</b>
Cuotas (número)	60
Dividendo	\$337,48

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

## 3.11 Estados Financieros

Como toda empresa cuenta con una estructura económica, se ha podido identificar en la siguiente tabla todas las actividades económicas realizadas durante el periodo de implementación del proyecto este flujo nos permite comprobar que las operaciones generadas están en positivo.

En el Estado de Resultado, refleja un incremento en ventas del 3% anual, lo cual es favorable para poder obtener una utilidad del ejercicio del 4.815,42 en el primer año que permite mantener el negocio en marcha y buen rendimiento financiero para toma de decisiones.

Nuestro flujo de efectivo demuestra valores en positivos durante los 5 años que tenemos proyectada dicha estrategia.



**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Tabla 23.**  
*Estado de Resultados*

<b>Detalle</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Ventas	91.566,90	116.187,18	159.370,97	220.707,98	311.732,70
- Costo de Ventas,	70.014,38	88.845,11	121.868,19	168.773,14	238.378,16
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>21.552,53</b>	<b>27.342,07</b>	<b>37.502,78</b>	<b>51.934,83</b>	<b>73.354,54</b>
- Gastos desembolsables	11.115,00	12.004,20	12.604,41	13.234,63	13.896,36
- Gastos no desembolsables					
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>10.437,53</b>	<b>15.337,87</b>	<b>24.898,37</b>	<b>38.700,20</b>	<b>59.458,18</b>
- Gastos financiamiento	2.044,64	1.708,47	1.315,94	857,60	322,42
+/- Ing/Eg. No operacionales					
<b>Utilidad antes de Reparto a Trabajadores</b>	<b>8.392,88</b>	<b>13.629,40</b>	<b>23.582,43</b>	<b>37.842,60</b>	<b>59.135,76</b>
- 15% Reparto Ut. Trabajadores	1.258,93	2.044,41	3.537,36	5.676,39	8.870,36
<b>Utilidad antes de Impuesto Renta</b>	<b>7.133,95</b>	<b>11.584,99</b>	<b>20.045,06</b>	<b>32.166,21</b>	<b>50.265,39</b>
- 25% Impuesto Renta	1.783,49	2.896,25	5.011,27	8.041,55	12.566,35
<b>Utilidad antes de Reserva Legal</b>	<b>5.350,46</b>	<b>8.688,74</b>	<b>15.033,80</b>	<b>24.124,66</b>	<b>37.699,05</b>
- 10% Reserva Legal	535,05	868,87	1.503,38	2.412,47	3.769,90
<b>Utilidad Del Ejercicio</b>	<b>4.815,42</b>	<b>7.819,87</b>	<b>13.530,42</b>	<b>21.712,19</b>	<b>33.929,14</b>
+ Gastos no desembolsables					
+ Reserva Legal	535,05	868,87	1.503,38	2.412,47	3.769,90
+ Deudas no pagadas en el periodo	3.042,42	4.940,66	8.548,63	13.717,94	21.436,71
- Deudas pagadas		3.042,42	4.940,66	8.548,63	13.717,94
- Amortización (cap. Pagado)	2.005,17	2.341,34	2.733,87	3.192,21	3.727,39
+ Valor en Libros (si se vende)					
Inversión	- 35.000,00				
Préstamo a largo plazo	14.000,00				
<b>Flujo de Caja</b>	<b>- 21.000,00</b>	<b>6.387,71</b>	<b>8.245,63</b>	<b>15.907,90</b>	<b>26.101,76</b>
		<b>41.690,42</b>			

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Tabla 24.**

*Estado de Flujo de Efectivo*

		<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Efectivo	35.000,00	41.387,71	49.633,35	65.541,24	91.643,00	133.333,42
A/F Netos						
Activos	<b>35.000,00</b>	<b>41.387,71</b>	<b>49.633,35</b>	<b>65.541,24</b>	<b>91.643,00</b>	<b>133.333,42</b>
Ctas.Doc. X Pagar		3.042,42	4.940,66	8.548,63	13.717,94	21.436,71
Prést. Bancario	14.000,00	11.994,83	9.653,48	6.919,61	3.727,39	0,00
Pasivos	<b>14.000,00</b>	<b>15.037,25</b>	<b>14.594,14</b>	<b>15.468,24</b>	<b>17.445,34</b>	<b>21.436,71</b>
Capital Social	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00
Reserva Legal		535,05	1.403,92	2.907,30	5.319,77	9.089,67
Útil. Retenidas		4.815,42	12.635,29	26.165,70	47.877,90	81.807,04
Patrimonio	<b>21.000,00</b>	<b>26.350,46</b>	<b>35.039,21</b>	<b>50.073,00</b>	<b>74.197,66</b>	<b>111.896,71</b>
<b>Pasivos + Patrimonio</b>	<b>35.000,00</b>	<b>41.387,71</b>	<b>49.633,35</b>	<b>65.541,24</b>	<b>91.643,00</b>	<b>133.333,42</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

**Nota:** Con la información brindada en la tabla N°11 se puede analizar el estado o viabilidad del proyecto, puesto que podemos determinar el patrimonio, la liquidez de la empresa.

# **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

## **3.12 Indicadores Económicos**

Con Los indicadores Económicos nos ayudan a identificar si el proyecto en cuestión es Factible, puesto que nos presentan valores en porcentajes, en dólares y tiempo.

Esta propuesta nos da como resultado valores positivo, demostrando que nuestra propuesta planteada es de rentabilidad absoluta, debido a que tenemos un TIR 55.02% número que para nosotros es favorable al momento de invertir y de revertir nuestro dinero financiado. Consideramos una VAN de 30.151.25 dólares en positivo al término del quinto año y PAYBACK recuperable al tercer año.

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN  
DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA  
CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Tabla 25.**

*Indicadores Económicos*

	0	2024	2025	2026	2027	2028
Flujo	-\$ 21.000,00	\$ 6.387,71	\$ 8.245,63	\$ 15.907,90	\$ 26.101,76	\$ 41.690,42
Valor Presente Flujo	-\$ 21.000,00	\$ 5.368,82	\$ 5.824,93	\$ 9.445,24	\$ 13.025,76	\$ 17.486,50
Playback	-\$ 21.000,00	-\$ 15.631,18	<b>-\$ 9.806,25</b>	<b>-\$ 361,02</b>	\$ 12.664,74	\$ 30.151,25

% Tasa de retorno esperada

25%

% Interés del Banco

15,60%

Impuestos

36,25%

**WACC**

19%

% Aportes Propios

60%

% Aportes otros

40%

**TIR**

**55,02%**

**VAN**

**\$ 30.151,25**

**PAYBACK**

**Tasa De Descuento**

**3 años**

**TIEMPO**

**VALOR**

3

-361

**n = ?**

**CERO**

4

12.665

1

13.026

n - 3

361

**n =**

**3,03**

**AÑOS**

3

**MESES**

0

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**3.13 Punto De Equilibrio**

El punto de equilibrio permite conocer en que lapso el proyecto propuesto tomará mayor sostenibilidad y requerirá de menor esfuerzo para seguir dando continuidad al mismo.

Considerando este punto, podemos verificar que nuestro proyecto cumple desde primera instancia con un 61%, con lo propuesto ya que nuestro margen de ganancia sobrelleva los gastos y costos desde el primer año de implementación del proyecto.

Eso se detalla en la siguiente Tabla:

**Tabla 26.**  
*Punto de Equilibrio*

<b>Punto De Equilibrio</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Costo Fijo	\$ 13.159,64	\$ 13.712,67	\$13.920,35	\$ 14.092,23	\$ 14.218,78
Ventas - Costo Variable	\$ 21.552,53	\$ 27.342,07	\$37.502,78	\$ 51.934,83	\$ 73.354,54
% Equilibrio	<b>61%</b>	<b>50%</b>	<b>37%</b>	<b>27%</b>	<b>19%</b>
Ventas	\$ 91.566,90	\$ 116.187,18	\$159.370,97	\$ 220.707,98	\$ 311.732,70
Costos Variables	\$ 70.014,38	\$ 88.845,11	\$121.868,19	\$ 168.773,14	\$ 238.378,16
Costos Fijos	\$ 13.159,64	\$ 13.712,67	\$ 13.920,35	\$ 14.092,23	\$ 14.218,78
Utilidad	<b>\$ 8.392,88</b>	<b>\$ 13.629,40</b>	<b>\$ 23.582,43</b>	<b>\$ 37.842,60</b>	<b>\$ 59.135,76</b>
<b>Verificación</b>					
Ventas	\$ 55.909,34	\$ 58.270,51	\$ 59.155,61	\$ 59.887,89	\$ 60.425,15
Costos Variables	\$ 42.749,70	\$ 44.557,85	\$ 45.235,26	\$ 45.795,66	\$ 46.206,37
Costos Fijos	\$ 13.159,64	\$ 13.712,67	\$ 13.920,35	\$ 14.092,23	\$ 14.218,78
Utilidad	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

### 3.14 Ratios Financieros

Las ratios financieras son indicadores que permiten visualizar la situación de una empresa. Su liquidez, rentabilidad, endeudamiento y rotación.

**Tabla 27.**  
*Ratios Financieros*

<b>Ratios Financieros</b>	<b>Fórmula</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Razón Corriente	Act. C. / Pas. C.	\$ 13,60	\$ 10,05	\$ 7,67	\$ 6,68	\$ 6,22
Capital De Trabajo	Act. C - Pas. C.	\$38.345,29	\$44.692,69	\$56.992,61	\$77.925,06	\$111.896,71
Rotación Del Activo Total	Ventas/ Activos	\$ 2,21	\$ 2,34	\$ 2,43	\$ 2,41	\$ 2,34
Endeudamiento	Pasivos /Activos	\$ 0,36	\$ 0,29	\$ 0,24	\$ 0,19	\$ 0,16
Leverage Total	Pasivo/Patrimonio	\$ 0,57	\$ 0,42	\$ 0,31	\$ 0,24	\$ 0,19
Cobertura Pasivo Financiero	Pas. Fin. / Ventas	\$ 0,13	\$ 0,08	\$ 0,04	\$ 0,02	\$ 0,00
Cobertura Gasto Financiero	Ut. Op. / Gto. Fin.	\$ 5,10	\$ 8,98	\$ 18,92	\$ 45,13	\$ 184,41
Margen Bruto	Ut. Br/ Ventas	24%	24%	24%	24%	24%
Margen Operativo	Ut. Op. /Ventas	11%	13%	16%	18%	19%
Margen Neto	Ut. Ne. /Ventas	5%	7%	8%	10%	11%
Roa	Ut Ne/ Activos	12%	16%	21%	24%	25%
Roe	Ut Ne. /Patrimonio	18%	22%	27%	29%	30%

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Juan Victor Mendoza Holguín

# **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

## **4 Conclusiones y Recomendaciones**

### **4.1 Conclusiones**

- En conclusión, se considera que el proyecto es rentable y atractivo, pues la venta de materiales sintético para tapicería automotriz logre satisfacer las necesidades de los clientes, es tan indispensable que ayudaría a mejorar el comercio en la ciudad. Cabe indicar que se lograría este objetivo desempeñando la propuesta de marketing citado.
- Entre los locales competentes en la investigación se pudo evidenciar que existen alrededor de 20 locales que ofrecen el mismo servicio y producto y que su precio son similares a las presentadas por el negocio en estudio, nuestra propuesta de valor será mejor los precios y amplio stock de mercadería.
- Con respecto a la demanda de venta proyectada se determinó que el mercado automotriz está en constante crecimiento, lo cual nos favorece como emprendimiento y motivo para plantear dicho estudio ya que nos inclinaría a que la propuesta en mención tome un valor agregado al momento de aplicarla.

# **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

## **4.2 Recomendaciones**

Una vez concluido el presente trabajo correspondiente al proyecto de ventas se pone a consideración algunas recomendaciones:

- La demanda en este tipo de mercado ha experimentado un continuo crecimiento durante los últimos años, con lo cual la principal estrategia de posicionamiento será: excelente calidad de servicio a precios muy competitivos, diversos productos a ofertar.
- Realizar constantemente investigaciones de mercado para satisfacer adecuadamente los cambiantes requerimientos del mismo.
- Recordar la importancia de organizar eficientemente y en su debido tiempo las actividades promocionales.
- Es necesario brindar asesoría a los tapiceros al momento en que realizan sus compras, a fin de que puedan obtener variedad en los materiales a adquirir y a la vez sus productos sean más novedosos y por ende puedan ampliar sus horizontes, esto permitirá que nuestro emprendimiento sea reconocido y pueda expandirse poco a poco a nivel nacional con estándares de calidad del mercado nacional e internacional.



# PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.

## Bibliografía

- (2017), M. S. (19 de 11 de 2017). *IDUS*. Obtenido de [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/66383/Estudio\\_de\\_mercado\\_de\\_las\\_bebidas\\_sin\\_azucar.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/66383/Estudio_de_mercado_de_las_bebidas_sin_azucar.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Abad, L. (2020). *Marketing de servicios: Cómo diferenciar tu servicio de la competencia*. LID Editorial.
- Armstrong, P. K. (2016). *Fundamentos de Marketing*.
- Asana. (8 de 2023). *Asana*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/4-ps-of-marketing>
- Comercial, P. (4 de 4 de 2023). *Plan Estratégico de una Empresa*. Obtenido de Perfil Comercial: <https://perfilcomercial.com/como-elaborar-el-plan-estrategico-de-una-empresa/>
- García, J. (2021). *Planificación estratégica para organizaciones sociales*. ESIC Editorial.
- Girard, J. (2020). *Cómo vender cualquier cosa a cualquiera*. LID Editorial.
- INEC. (2022). *INEC*. Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/transporte/>
- INEC. (14 de 06 de 2022). *VEHICULOS MOTORIZADOS 2022-2023*. Obtenido de INFORMACION ESTADISTICAS DE TRANSPORTE: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/transporte/>
- Mintzberg.H. (2020). *La estrategia como práctica: Cómo pensar y actuar estratégicamente, de Henry Mintzberg (Deusto)*. Deusto.
- Porter, M. (2020). *La ventaja competitiva: Cómo crear y mantener una ventaja competitiva sostenible en los negocios*. Deusto.
- Porter.M. (2020). *La ventaja competitiva: Cómo crear y mantener una ventaja competitiva sostenible en los negocios*. Deusto.
- PRIMICIAS. (22 de 09 de 2023). *PRIMICIAS*. Obtenido de PRIMICIAS: <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/censo-ecuador/censo-guayaquil-ciudad-inec-poblacion/>
- sol, S. d. (2024). *Software del Sol*. Obtenido de <https://www.sdelsol.com/blog/tendencias/las-4-p-de-la-mercadotecnia/#:~:text=La%20teor%C3%ADa%20de%20las%20,la%20Universidad%20de%20Michigan%20E>.

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA  
AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Anexos**

**Anexos No. 1**

*Comportamiento de la demanda esperada 2024*

<b>Oferta Productos</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Nacional	900	909	918	927	936	945	954	964	974	984	994	1.004	11.409
Importados	350	354	358	362	366	370	374	378	382	386	390	394	4.464
Astra	300	303	306	309	312	315	318	321	324	327	330	333	3.798
Complementarios	120	121	122	123	124	125	126	127	128	129	130	131	1.506
<b>Total</b>	<b>1.670</b>	<b>1.687</b>	<b>1.704</b>	<b>1.721</b>	<b>1.738</b>	<b>1.755</b>	<b>1.772</b>	<b>1.790</b>	<b>1.808</b>	<b>1.826</b>	<b>1.844</b>	<b>1.862</b>	<b>21.177</b>

**Anexos No. 2**

*Comportamiento de la demanda esperada 2025*

<b>Oferta Productos</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Nacional	1.029	1.055	1.081	1.108	1.136	1.164	1.193	1.223	1.254	1.285	1.317	1.350	14.195
Importados	404	414	424	435	446	457	468	480	492	504	517	530	5.571
Astra	341	350	359	368	377	386	396	406	416	426	437	448	4.710
Complementarios	134	137	140	144	148	152	156	160	164	168	172	176	1.851
<b>Total</b>	<b>1.908</b>	<b>1.956</b>	<b>2.004</b>	<b>2.055</b>	<b>2.107</b>	<b>2.159</b>	<b>2.213</b>	<b>2.269</b>	<b>2.326</b>	<b>2.383</b>	<b>2.443</b>	<b>2.504</b>	<b>26.327</b>

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA  
AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Anexos No. 3**

*Comportamiento de la demanda esperada 2026*

<b>Oferta Productos</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total Año</b>
Nacional	1.384	1.419	1.454	1.490	1.527	1.565	1.604	1.644	1.685	1.727	1.770	1.814	19.083
Importados	543	557	571	585	600	615	630	646	662	679	696	713	7.497
Astra	459	470	482	494	506	519	532	545	559	573	587	602	6.328
Complementarios	180	185	190	195	200	205	210	215	220	226	232	238	2.496
<b>Total</b>	<b>2.566</b>	<b>2.631</b>	<b>2.697</b>	<b>2.764</b>	<b>2.833</b>	<b>2.904</b>	<b>2.976</b>	<b>3.050</b>	<b>3.126</b>	<b>3.205</b>	<b>3.285</b>	<b>3.367</b>	<b>35.404</b>

**Anexos No. 4**

*Comportamiento de la demanda esperada 2027*

<b>Oferta Productos</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Nacional	1.859	1.905	1.953	2.002	2.052	2.103	2.156	2.210	2.265	2.322	2.380	2.440	25.647
Importados	731	749	768	787	807	827	848	869	891	913	936	959	10.085
Astra	617	632	648	664	681	698	715	733	751	770	789	809	8.507
Complementarios	244	250	256	262	269	276	283	290	297	304	312	320	3.363
<b>Total</b>	<b>3.451</b>	<b>3.536</b>	<b>3.625</b>	<b>3.715</b>	<b>3.809</b>	<b>3.904</b>	<b>4.002</b>	<b>4.102</b>	<b>4.204</b>	<b>4.309</b>	<b>4.417</b>	<b>4.528</b>	<b>47.602</b>

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA  
AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Anexos No. 5**

*Comportamiento de la demanda esperada 2028*

<b>Oferta Productos</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Nacional	2.501	2.564	2.628	2.694	2.761	2.830	2.901	2.974	3.048	3.124	3.202	3.282	34.509
Importados	983	1.008	1.033	1.059	1.085	1.112	1.140	1.169	1.198	1.228	1.259	1.290	13.564
Astra	829	850	871	893	915	938	961	985	1.010	1.035	1.061	1.088	11.436
Complementarios	328	336	344	353	362	371	380	390	400	410	420	431	4.525
<b>Total</b>	<b>4.641</b>	<b>4.758</b>	<b>4.876</b>	<b>4.999</b>	<b>5.123</b>	<b>5.251</b>	<b>5.382</b>	<b>5.518</b>	<b>5.656</b>	<b>5.797</b>	<b>5.942</b>	<b>6.091</b>	<b>64.034</b>

**Anexos No. 6**

*Precio de Ventas*

<b>Oferta Productos</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Nacional	4,00	4,08	4,16	4,29	4,50
Importados	6,00	6,12	6,24	6,43	6,75
Astra	4,05	4,13	4,21	4,34	4,56
Complementarios	2,50	2,55	2,60	2,68	2,81

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA  
AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Anexos No. 7**

*Ventas Proyectadas 2024*

<b>Oferta Productos</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Nacional	3.600,00	3.636,00	3.672,00	3.708,00	3.744,00	3.780,00	3.816,00	3.856,00	3.896,00	3.936,00	3.976,00	4.016,00	45.636,00
Importados	2.100,00	2.124,00	2.148,00	2.172,00	2.196,00	2.220,00	2.244,00	2.268,00	2.292,00	2.316,00	2.340,00	2.364,00	26.784,00
Astra	1.215,00	1.227,15	1.239,30	1.251,45	1.263,60	1.275,75	1.287,90	1.300,05	1.312,20	1.324,35	1.336,50	1.348,65	15.381,90
Complementarios	300,00	302,50	305,00	307,50	310,00	312,50	315,00	317,50	320,00	322,50	325,00	327,50	3.765,00
<b>Total</b>	<b>7.215,00</b>	<b>7.289,65</b>	<b>7.364,30</b>	<b>7.438,95</b>	<b>7.513,60</b>	<b>7.588,25</b>	<b>7.662,90</b>	<b>7.741,55</b>	<b>7.820,20</b>	<b>7.898,85</b>	<b>7.977,50</b>	<b>8.056,15</b>	<b>91.566,90</b>

**Anexos No. 8**

*Ventas Proyectas 2025*

<b>Oferta Productos</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Nacional	4.198,32	4.304,40	4.410,48	4.520,64	4.634,88	4.749,12	4.867,44	4.989,84	5.116,32	5.242,80	5.373,36	5.508,00	57.915,60
Importados	2.472,48	2.533,68	2.594,88	2.662,20	2.729,52	2.796,84	2.864,16	2.937,60	3.011,04	3.084,48	3.164,04	3.243,60	34.094,52
Astra	1.408,67	1.445,85	1.483,03	1.520,21	1.557,39	1.594,57	1.635,88	1.677,19	1.718,50	1.759,81	1.805,25	1.850,69	19.457,01
Complementarios	341,70	349,35	357,00	367,20	377,40	387,60	397,80	408,00	418,20	428,40	438,60	448,80	4.720,05
<b>Total</b>	<b>8.421,17</b>	<b>8.633,28</b>	<b>8.845,39</b>	<b>9.070,25</b>	<b>9.299,19</b>	<b>9.528,13</b>	<b>9.765,28</b>	<b>10.012,63</b>	<b>10.264,06</b>	<b>10.515,49</b>	<b>10.781,25</b>	<b>11.051,09</b>	<b>116.187,18</b>

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA  
AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Anexos No. 9**

*Ventas Proyectas 2026*

<b>Oferta Productos</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Nacional	7.968,51	8.165,68	8.371,43	8.581,47	8.795,79	9.014,40	9.241,58	9.473,05	9.708,80	9.953,13	10.201,75	10.458,93	109.934,53
Importados	4.700,09	4.815,82	4.937,99	5.060,15	5.188,75	5.317,34	5.452,36	5.587,38	5.728,84	5.870,29	6.018,17	6.166,06	64.843,24
Astra	2.677,80	2.742,90	2.812,34	2.881,78	2.955,56	3.029,34	3.103,12	3.181,24	3.259,36	3.341,82	3.424,28	3.511,08	36.920,62
Complementarios	653,68	669,76	685,83	701,91	720,66	739,41	758,17	776,92	795,67	814,43	835,86	857,29	9.009,58
<b>Total</b>	<b>16.000,08</b>	<b>16.394,16</b>	<b>16.807,59</b>	<b>17.225,31</b>	<b>17.660,76</b>	<b>18.100,49</b>	<b>18.555,23</b>	<b>19.018,59</b>	<b>19.492,68</b>	<b>19.979,67</b>	<b>20.480,06</b>	<b>20.993,36</b>	<b>220.707,98</b>

**Anexos No. 10**

*Ventas Proyectadas 2027*

<b>Oferta Productos</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Nacional	5.759,65	5.905,31	6.050,97	6.200,78	6.354,76	6.512,90	6.675,21	6.841,67	7.012,30	7.187,08	7.366,03	7.549,14	79.415,81
Importados	3.389,62	3.477,02	3.564,41	3.651,80	3.745,44	3.839,08	3.932,71	4.032,59	4.132,47	4.238,59	4.344,71	4.450,83	46.799,27
Astra	1.934,05	1.980,40	2.030,96	2.081,53	2.132,09	2.186,87	2.241,65	2.296,42	2.355,41	2.414,40	2.473,39	2.536,60	26.663,79
Complementarios	468,18	481,19	494,19	507,20	520,20	533,21	546,21	559,22	572,22	587,83	603,43	619,04	6.492,10
<b>Total</b>	<b>11.551,51</b>	<b>11.843,91</b>	<b>12.140,53</b>	<b>12.441,31</b>	<b>12.752,49</b>	<b>13.072,05</b>	<b>13.395,77</b>	<b>13.729,90</b>	<b>14.072,40</b>	<b>14.427,90</b>	<b>14.787,57</b>	<b>15.155,61</b>	<b>159.370,97</b>

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA  
AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Anexos No. 11**

*Ventas Proyectadas 2028*

<b>Oferta Productos</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Nacional	11.256,43	11.539,98	11.828,02	12.125,08	12.426,63	12.737,18	13.056,73	13.385,29	13.718,35	14.060,41	14.411,47	14.771,53	155.317,09
Importados	6.636,39	6.805,16	6.973,94	7.149,47	7.325,00	7.507,29	7.696,32	7.892,10	8.087,88	8.290,42	8.499,70	8.708,99	91.572,67
Astra	3.777,78	3.873,48	3.969,17	4.069,43	4.169,68	4.274,49	4.379,31	4.488,67	4.602,60	4.716,53	4.835,01	4.958,05	52.114,20
Complementarios	922,66	945,16	967,67	992,98	1.018,30	1.043,62	1.068,93	1.097,06	1.125,19	1.153,32	1.181,45	1.212,40	12.728,74
<b>Total</b>	<b>22.593,25</b>	<b>23.163,78</b>	<b>23.738,81</b>	<b>24.336,96</b>	<b>24.939,61</b>	<b>25.562,58</b>	<b>26.201,29</b>	<b>26.863,13</b>	<b>27.534,03</b>	<b>28.220,67</b>	<b>28.927,63</b>	<b>29.650,96</b>	<b>311.732,70</b>

**Anexos No. 12**

*Costos Ventas Individuales*

<b>Oferta Productos</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Nacional	3,00	3,06	3,12	3,21	3,38
Importados	4,80	4,90	4,99	5,14	5,40
Astra	3,04	3,10	3,16	3,26	3,42
Complementarios	1,88	1,91	1,95	2,01	2,11

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA  
AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Anexos No. 13**

*Costos Proyectados 2024*

<b>Oferta Productos</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Nacional	2.700,00	2.727,00	2.754,00	2.781,00	2.808,00	2.835,00	2.862,00	2.892,00	2.922,00	2.952,00	2.982,00	3.012,00	34.227,00
Importados	1.680,00	1.699,20	1.718,40	1.737,60	1.756,80	1.776,00	1.795,20	1.814,40	1.833,60	1.852,80	1.872,00	1.891,20	21.427,20
Astra	911,25	920,36	929,48	938,59	947,70	956,81	965,93	975,04	984,15	993,26	1.002,38	1.011,49	11.536,43
Complementarios	225,00	226,88	228,75	230,63	232,50	234,38	236,25	238,13	240,00	241,88	243,75	245,63	2.823,75
<b>Total</b>	<b>5.516,25</b>	<b>5.573,44</b>	<b>5.630,63</b>	<b>5.687,81</b>	<b>5.745,00</b>	<b>5.802,19</b>	<b>5.859,38</b>	<b>5.919,56</b>	<b>5.979,75</b>	<b>6.039,94</b>	<b>6.100,13</b>	<b>6.160,31</b>	<b>70.014,38</b>

**Anexos No. 14**

*Costos Proyectados 2025*

<b>Oferta Productos</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Nacional	3.148,74	3.228,30	3.307,86	3.390,48	3.476,16	3.561,84	3.650,58	3.742,38	3.837,24	3.932,10	4.030,02	4.131,00	43.436,70
Importados	1.977,98	2.026,94	2.075,90	2.129,76	2.183,62	2.237,47	2.291,33	2.350,08	2.408,83	2.467,58	2.531,23	2.594,88	27.275,62
Astra	1.056,50	1.084,39	1.112,27	1.140,16	1.168,04	1.195,92	1.226,91	1.257,89	1.288,87	1.319,85	1.353,94	1.388,02	14.592,76
Complementarios	256,28	262,01	267,75	275,40	283,05	290,70	298,35	306,00	313,65	321,30	328,95	336,60	3.540,04
<b>Total</b>	<b>6.439,50</b>	<b>6.601,64</b>	<b>6.763,79</b>	<b>6.935,80</b>	<b>7.110,87</b>	<b>7.285,94</b>	<b>7.467,17</b>	<b>7.656,35</b>	<b>7.848,59</b>	<b>8.040,84</b>	<b>8.244,14</b>	<b>8.450,50</b>	<b>88.845,11</b>



**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA  
AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Anexos No. 15**

*Costos Proyectados 2026*

<b>Oferta Productos</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Nacional	4.319,74	4.428,98	4.538,22	4.650,59	4.766,07	4.884,68	5.006,40	5.131,25	5.259,22	5.390,31	5.524,52	5.661,86	59.561,86
Importados	2.711,70	2.781,61	2.851,53	2.921,44	2.996,35	3.071,26	3.146,17	3.226,07	3.305,98	3.390,87	3.475,77	3.560,66	37.439,42
Astra	1.450,54	1.485,30	1.523,22	1.561,15	1.599,07	1.640,15	1.681,23	1.722,32	1.766,56	1.810,80	1.855,05	1.902,45	19.997,84
Complementarios	351,14	360,89	370,64	380,40	390,15	399,90	409,66	419,41	429,17	440,87	452,57	464,28	4.869,07
<b>Total</b>	<b>8.833,11</b>	<b>9.056,79</b>	<b>9.283,62</b>	<b>9.513,57</b>	<b>9.751,64</b>	<b>9.995,99</b>	<b>10.243,47</b>	<b>10.499,05</b>	<b>10.760,92</b>	<b>11.032,86</b>	<b>11.307,91</b>	<b>11.589,25</b>	<b>121.868,19</b>

**Anexos No. 16**

*Costos Proyectados 2027*

<b>Oferta Productos</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Nacional	5.976,38	6.124,26	6.278,57	6.436,10	6.596,84	6.760,80	6.931,19	7.104,79	7.281,60	7.464,85	7.651,31	7.844,20	82.450,90
Importados	3.760,07	3.852,66	3.950,39	4.048,12	4.151,00	4.253,87	4.361,89	4.469,91	4.583,07	4.696,23	4.814,54	4.932,84	51.874,59
Astra	2.008,35	2.057,17	2.109,25	2.161,33	2.216,67	2.272,00	2.327,34	2.385,93	2.444,52	2.506,37	2.568,21	2.633,31	27.690,47
Complementarios	490,26	502,32	514,37	526,43	540,49	554,56	568,62	582,69	596,75	610,82	626,89	642,97	6.757,18
<b>Total</b>	<b>12.235,06</b>	<b>12.536,41</b>	<b>12.852,59</b>	<b>13.171,99</b>	<b>13.505,00</b>	<b>13.841,24</b>	<b>14.189,04</b>	<b>14.543,32</b>	<b>14.905,95</b>	<b>15.278,27</b>	<b>15.660,95</b>	<b>16.053,32</b>	<b>168.773,14</b>

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA  
AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Anexos No. 17**

*Costos Proyectados 2028*

<b>Oferta Productos</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Nacional	8.442,32	8.654,98	8.871,02	9.093,81	9.319,97	9.552,89	9.792,55	10.038,97	10.288,76	10.545,31	10.808,60	11.078,65	116.487,81
Importados	5.309,11	5.444,13	5.579,15	5.719,58	5.860,00	6.005,83	6.157,05	6.313,68	6.470,31	6.632,34	6.799,76	6.967,19	73.258,14
Astra	2.833,33	2.905,11	2.976,88	3.052,07	3.127,26	3.205,87	3.284,48	3.366,51	3.451,95	3.537,39	3.626,26	3.718,54	39.085,65
Complementarios	691,99	708,87	725,75	744,74	763,72	782,71	801,70	822,80	843,89	864,99	886,09	909,30	9.546,56
<b>Total</b>	<b>17.276,76</b>	<b>17.713,09</b>	<b>18.152,80</b>	<b>18.610,19</b>	<b>19.070,96</b>	<b>19.547,30</b>	<b>20.035,78</b>	<b>20.541,95</b>	<b>21.054,91</b>	<b>21.580,03</b>	<b>22.120,71</b>	<b>22.673,67</b>	<b>238.378,16</b>

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA  
AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Anexos No. 18**

*Gastos Operacionales 2024*

<b>Gastos Operacionales</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Publicidad Radio	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00
Publicidad Por Facebook	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00
Publicidad Por Instagram	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00
Publicidad Por Tik Tok	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	540,00
Publicidad En Volantes	100,00					100,00						100,00	300,00
Mov. Visita A Clientes Locales	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
Mov. Visita A Clientes Prov.	250,00					250,00						250,00	750,00
Mostrarios Para Clientes	135,00					135,00						135,00	405,00
<b>Total</b>	<b>1.290,00</b>	<b>805,00</b>	<b>805,00</b>	<b>805,00</b>	<b>805,00</b>	<b>1.290,00</b>	<b>805,00</b>	<b>805,00</b>	<b>805,00</b>	<b>805,00</b>	<b>805,00</b>	<b>1.290,00</b>	<b>11.115,00</b>

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA  
AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Anexos No. 19**

*Gastos Operacionales 2025*

<b>Gastos Operacionales</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Publicidad Radio	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	7.776,00
Publicidad Por Facebook	32,40	32,40	32,40	32,40	32,40	32,40	32,40	32,40	32,40	32,40	32,40	32,40	388,80
Publicidad Por Instagram	32,40	32,40	32,40	32,40	32,40	32,40	32,40	32,40	32,40	32,40	32,40	32,40	388,80
Publicidad Por Tik Tok	48,60	48,60	48,60	48,60	48,60	48,60	48,60	48,60	48,60	48,60	48,60	48,60	583,20
Publicidad En Volantes	108,00	-	-	-	-	108,00	-	-	-	-	-	108,00	324,00
Mov. Visita A Clientes Locales	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00	1.296,00
Mov. Visita A Clientes Prov.	270,00	-	-	-	-	270,00	-	-	-	-	-	270,00	810,00
Mostrarios Para Clientes	145,80	-	-	-	-	145,80	-	-	-	-	-	145,80	437,40
<b>Total</b>	<b>1.393,20</b>	<b>869,40</b>	<b>869,40</b>	<b>869,40</b>	<b>869,40</b>	<b>1.393,20</b>	<b>869,40</b>	<b>869,40</b>	<b>869,40</b>	<b>869,40</b>	<b>869,40</b>	<b>1.393,20</b>	<b>12.004,20</b>

**Anexos No. 20**

*Gastos Operacionales 2026*

<b>Gastos Operacionales</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Publicidad Radio	680,40	680,40	680,40	680,40	680,40	680,40	680,40	680,40	680,40	680,40	680,40	680,40	8.164,80
Publicidad Por Facebook	34,02	34,02	34,02	34,02	34,02	34,02	34,02	34,02	34,02	34,02	34,02	34,02	408,24
Publicidad Por Instagram	34,02	34,02	34,02	34,02	34,02	34,02	34,02	34,02	34,02	34,02	34,02	34,02	408,24
Publicidad Por Tik Tok	51,03	51,03	51,03	51,03	51,03	51,03	51,03	51,03	51,03	51,03	51,03	51,03	612,36
Publicidad En Volantes	113,40	-	-	-	-	113,40	-	-	-	-	-	113,40	340,20
Mov. Visita A Clientes Locales	113,40	113,40	113,40	113,40	113,40	113,40	113,40	113,40	113,40	113,40	113,40	113,40	1.360,80
Mov. Visita A Clientes Prov.	283,50	-	-	-	-	283,50	-	-	-	-	-	283,50	850,50
Mostrarios Para Clientes	153,09	-	-	-	-	153,09	-	-	-	-	-	153,09	459,27
<b>Total</b>	<b>1.462,86</b>	<b>912,87</b>	<b>912,87</b>	<b>912,87</b>	<b>912,87</b>	<b>1.462,86</b>	<b>912,87</b>	<b>912,87</b>	<b>912,87</b>	<b>912,87</b>	<b>912,87</b>	<b>1.462,86</b>	<b>12.604,41</b>

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN ALMACÉN DE MATERIALES DE TAPICERÍA  
AUTOMOTRIZ ECOTAPIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.**

**Anexos No. 21**

*Gastos Operacionales 2027*

<b>Gastos Operacionales</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Publicidad Radio	714,42	714,42	714,42	714,42	714,42	714,42	714,42	714,42	714,42	714,42	714,42	714,42	8.573,04
Publicidad Por Facebook	35,72	35,72	35,72	35,72	35,72	35,72	35,72	35,72	35,72	35,72	35,72	35,72	428,65
Publicidad Por Instagram	35,72	35,72	35,72	35,72	35,72	35,72	35,72	35,72	35,72	35,72	35,72	35,72	428,65
Publicidad Por Tik Tok	53,58	53,58	53,58	53,58	53,58	53,58	53,58	53,58	53,58	53,58	53,58	53,58	642,98
Publicidad En Volantes	119,07	-	-	-	-	119,07	-	-	-	-	-	119,07	357,21
Mov. Visita A Clientes Locales	119,07	119,07	119,07	119,07	119,07	119,07	119,07	119,07	119,07	119,07	119,07	119,07	1.428,84
Mov. Visita A Clientes Prov.	297,68	-	-	-	-	297,68	-	-	-	-	-	297,68	893,03
Mostrarios Para Clientes	160,74	-	-	-	-	160,74	-	-	-	-	-	160,74	482,23
<b>Total</b>	<b>1.536,00</b>	<b>958,51</b>	<b>958,51</b>	<b>958,51</b>	<b>958,51</b>	<b>1.536,00</b>	<b>958,51</b>	<b>958,51</b>	<b>958,51</b>	<b>958,51</b>	<b>958,51</b>	<b>1.536,00</b>	<b>13.234,63</b>

**Anexos No. 22**

*Gastos Operacionales 2028*

<b>Gastos Operacionales</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total, Año</b>
Publicidad Radio	750,14	750,14	750,14	750,14	750,14	750,14	750,14	750,14	750,14	750,14	750,14	750,14	9.001,69
Publicidad Por Facebook	37,51	37,51	37,51	37,51	37,51	37,51	37,51	37,51	37,51	37,51	37,51	37,51	450,08
Publicidad Por Instagram	37,51	37,51	37,51	37,51	37,51	37,51	37,51	37,51	37,51	37,51	37,51	37,51	450,08
Publicidad Por Tik Tok	56,26	56,26	56,26	56,26	56,26	56,26	56,26	56,26	56,26	56,26	56,26	56,26	675,13
Publicidad En Volantes	125,02	-	-	-	-	125,02	-	-	-	-	-	125,02	375,07
Mov. Visita A Clientes Locales	125,02	125,02	125,02	125,02	125,02	125,02	125,02	125,02	125,02	125,02	125,02	125,02	1.500,28
Mov. Visita A Clientes Prov.	312,56	-	-	-	-	312,56	-	-	-	-	-	312,56	937,68
Mostrarios Para Clientes	168,78	-	-	-	-	168,78	-	-	-	-	-	168,78	506,35
<b>Total</b>	<b>1.612,80</b>	<b>1.006,44</b>	<b>1.006,44</b>	<b>1.006,44</b>	<b>1.006,44</b>	<b>1.612,80</b>	<b>1.006,44</b>	<b>1.006,44</b>	<b>1.006,44</b>	<b>1.006,44</b>	<b>1.006,44</b>	<b>1.612,80</b>	<b>13.896,36</b>