



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIO PARA UN ALMACÉN DE VENTA DE REPUESTOS Y
TALLER DE SERVICIO TÉCNICO DE MOTOCICLETAS EN LA CIUDAD
DE LAGO AGRIO**

AUTORA:

Vargas Vásquez, Disney

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
INGENIERA COMERCIAL**

TUTOR:

Barberán Arboleda, Rubén Patricio

Guayaquil, Ecuador

06 de marzo del 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Vargas Vásquez Disney**, como requerimiento para la obtención del título de **INGENIERIA COMERCIAL**

TUTOR

f. _____

Ing. Barberán Arboleda, Rubén Patricio

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Econ. Lucia Magdalena Pico Versoza

Guayaquil, a los 06 de marzo del 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIA ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Vargas Vásquez Disney**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Plan de negocio para un almacén de venta de repuestos y taller de servicio técnico de motocicletas en la ciudad de Lago Agrio**, previo a la obtención del título de **Ingeniera Comercial**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

LA AUTORA

f. _____

Vargas Vásquez Disney

Guayaquil, a los 06 de marzo del 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Vargas Vásquez Disney**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Plan de negocio para un almacén de venta de repuestos y taller de servicio técnico de motocicletas en la ciudad de Lago Agrio**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

LA AUTORA

f. _____

Vargas Vásquez Disney

Guayaquil, al 06 de marzo del 2020

REPORTE URKUND

<https://secure.orkund.com/view/62552326-885359-473543#/details/sources>

DOCUMENTO ALMACENADO	W	SITO WEB	PUBLICACION		
FUENTES ACTIVAS					
SIMILITUD	TIPO	NOMBRE DE LA FUENTE	ALTERNATIVE SOURCES	SIMILITUD DE TEXTO	UBICACIÓN EN EL DOCUMENTO
0.00%	SA	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / Trabajo de titulación - 2020-01-25 X REVISAR.docx			

ING. RUBEN PATRICIO BARBERAN ARBOLEDA
CI # 1302646912

DISNEY VARGAS VASQUEZ
CI # 2100501770

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la vida y la salud necesaria, a la Universidad Católica Santiago de Guayaquil a mis profesores y en especial a mi tutor Ing. Rubén Barberán por haberme guiado con sus enseñanzas en el desarrollo de este trabajo de titulación.

Disney Vargas Vásquez

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mi madre que ha sido la luz que me guía en todos los momentos de mi vida, que con su amor y sabiduría ha sabido mantener en mí la motivación necesaria para llegar a culminar con éxito mi carrera.

Disney Vargas Vásquez.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICA Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Econ. Lucia Magdalena Pico Versoza
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Ing. Paola Traverso Holguín
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Paul Murillo Delgado
OPONENTE

Guayaquil, 06 de Marzo del 2020

Economista

Danny Arévalo Vecillas

COORDINADOR UTE B-2019

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis consideraciones:

Ingeniero **RUBÉN PATRICIO BARBERÁN ARBOLEDA**, Docente de la Carrera de Administración de Empresas, designado TUTOR del proyecto de grado del Srta **DISNEY VARGAS VASQUEZ**, cúmplase informar a usted, señor coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avaló el trabajo presentado por el estudiante, titulado "**Plan de negocio para un almacén de venta de repuestos y taller de servicio técnico de motocicletas en Lago Agrio** " por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades que amerita el proceso.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 1% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre B-2019 a mi cargo, en la que me encuentro designado y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación "**Plan de negocio para un almacén de venta de repuestos y taller de servicio técnico de motocicletas en Lago Agrio**" somos el Tutor **ING. RUBÉN PATRICIO BARBERÁN ARBOLEDA** y de la Srta **DISNEY VARGAS VASQUEZ**, y eximo de toda responsabilidad al coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: "**NUEVE PUNTO CINCO**": 9.5/10

Atentamente,



ING. RUBÉN PATRICIO BARBERÁN ARBOLEDA
PROFESOR TUTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN



DISNEY VARGAS VASQUEZ
ESTUDIANTE QUE ELABORÓ EL PROYECTO DE TITULACIÓN

INDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	VIII
RESUMEN	XV
ABSTRACT.....	XVI
INTRODUCCIÓN	2
Planteamiento del problema.....	3
Justificación	4
Objetivo general.....	5
Objetivo específico	5
Marco teórico.....	5
Antecedentes históricos de la ciudad de Lago Agrio.....	5
Importancia de la administración	6
Plan de negocios para de un almacén de repuestos y taller de servicio técnico de motocicletas en la ciudad de Lago Agrio.....	6
Estudio de mercado.....	7
Análisis del mercado.....	7
Marketing.....	7
Branding.....	8
Investigación del mercado	8
Presupuesto	8
Competencia	9
Estrategia de Posicionamiento	9
Normativa técnica y ambiental.....	9
Normativa ambiental.....	11
Marco legal	11
Marco conceptual.....	13
Metodología de la investigación	14
Técnicas de Investigación:	15
Métodos utilizados en la investigación	17
Preguntas para la encuesta	17
Preguntas para los dueños de Talleres Mecánicos.....	17
Alcance	17

Tamaño de la muestra	22
Técnicas de recolección de datos	23
CAPITULO I	24
ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	24
1.1 Análisis de pesta	24
1.2 Análisis de las cinco fuerzas de porter	25
1.3 Análisis foda	26
Factibilidad	27
CAPITULO II.....	28
DIAGNOSTICO INTERNO DE LA EMPRESA.....	28
2.1 Misión	28
2.2 Visión.....	28
2.3 Estructura Organizacional.....	28
Descripción de funciones.....	29
2.4 Diagrama de flujo del servicio del taller	31
Descripción de los diferentes procesos del servicio de taller	31
2.5 Distribución por áreas del plan de negocios:	32
2.6 Cronograma de ejecución del proyecto.....	35
2.7 Análisis de resultados de la encuesta	36
Preguntas para los dueños de las motocicletas:.....	36
Preguntas para los dueños de Talleres Mecánicos.	38
CAPITULO III.....	40
3.3 Estrategias	40
CAPITULO IV.....	43
4.1 Demanda actual del mercado	43
4.4 Presupuesto de gastos	45
Presupuestos de inversión	45
Activos fijos	45
Tipos de depreciación	46
Activos intangibles.....	47
Capital de trabajo	48
Cronograma de inversiones almacén y taller	48
Presupuesto de Operación.....	49
4.5 Pronostico de ventas	50
Presupuestos de Egresos	50
Origen y Aplicación de Recursos.....	51

Estructura del Financiamiento	51
4.6 Punto de equilibrio.....	52
4.6 Índices Financieros	57
Estado de Resultados	57
Flujo Neto de Fondos.....	57
Evaluación Financiera.....	61
Determinación de la Tasa de Descuento.....	61
Criterios de Evaluación.....	62
Valor Actual Neto	62
Tasa Interna de Retorno	62
Relación Beneficio/ Costo	64
Período de Recuperación de la Inversión.....	65
Análisis Sensibilidad.....	67
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	69
CONCLUSIONES	69
RECOMENDACIONES	70
Bibliografía	71
ANEXOS	73

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Zonas Constitutivas de la Ciudad	19
Tabla 2 Factores de Micro Localización.....	20
Tabla 3 Población y Motocicletas	22
Tabla 4 Cálculo del Tamaño de la Muestra	23
Tabla 5 Áreas del proyecto	33
Tabla 6 Requerimiento de mano de obra	33
Tabla 7 Materiales, insumos, servicios basicos	34
Tabla 8 Requerimientos de Maquinaria y Equipo.....	34
Tabla 9 ¿Qué Servicio usted ha necesitado de un Taller Mecánico?.....	36
Tabla 10 ¿Tiene usted un Taller Mecánico de Confianza?.....	36
Tabla 11 ¿Estaría Dispuesto a cambiar a un Taller Mecánico que le brinde un Servicio Universal que esté incluido a más de la Reparación, el Lavado, Embellecimiento y Modificación Estética o Mecánica de su Motocicleta?.....	37
Tabla 12 El tiempo de Permanencia de su Moto en elTaller le Pareció el Adecuado?.....	37
Tabla 13 Que Factor tiene más Importancia en los Servicios Técnicos que su Taller Mecánico le Presta?	38
Tabla 14 ¿Que uso le da a su Motocicleta?	38
Tabla 15 Los Repuestos que los Clientes Necesitan los Adquiere Fácilmente en la Ciudad..	39
Tabla 16 Cuánto cobra usted de mano de obra en los siguientes trabajos	39
Tabla 17 Población por Cantones	44
Tabla 18 Población por Edades.....	44
Tabla 19 Balance Inicial	44
Tabla 20 Depreciación de activos fijos	46
Tabla 21 Activos Intangibles	47
Tabla 22 Capital de Trabajo.....	48
Tabla 23 Cronograma de inversiones almacén y taller	48
Tabla 24 Presupuesto de Operación.....	49
Tabla 25 Presupuesto de Ingresos.....	50
Tabla 26 Presupuesto de Egresos.....	50
Tabla 27 Origen y Aplicación de Recursos	51
Tabla 28 Estructura de Financiamiento	52
Tabla 29 Tabla de Amortización del Préstamo	52
Tabla 30 Punto de equilibrio almacén de repuestos.....	53
Tabla 31 Costos y Gastos Fijos.....	55
Tabla 32 Punto de equilibrio del taller.....	55
Tabla 33 Costos y Gastos Fijos/Mes.....	57
Tabla 34 Flujo neto de fondos del inversionista sin financiamiento.....	59
Tabla 35 Flujo neto de fondos del inversionista con financiamiento.....	60
Tabla 36 Tasa de descuento del proyecto	61
Tabla 37 Tasa de descuento inversionista.....	61
Tabla 38 Valor actual Neto	63
Tabla 39 Relación Beneficio Costo Proyecto	64
Tabla 40 Relación Beneficio Costo Proyecto	65
Tabla 41 Periodo de Recuperación del Proyecto	66
Tabla 42 Periodo de Recuperación Capital del Inversionista	67

Tabla 43 Indicadores Financieros	68
----------------------------------------	----

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa de Lago Agrio-----	18
Figura 2 Mapa de Localización -----	20
Figura 3 Organigrama Estructural-----	28
Figura 4 Diagrama De flujo del taller -----	31
Figura 5 Cronograma de ejecución -----	35

RESUMEN

La ciudad de Lago Agrio ha sufrido un gran crecimiento poblacional, constituyéndose en la ciudad más importante de la provincia de Sucumbíos, crecimiento que ha producido un aumento del número de vehículos tanto de automóviles como motocicletas que circulan en las vías, en consecuencia a esto la aparición de los consabidos embotellamientos en horas pico.

El objetivo de este estudio es lograr crear un plan de negocio en la ciudad de Lago Agrio, mediante un estudio de mercado, que pueda determinar la factibilidad del plan de negocio de un almacén de venta de repuestos, complementándole con un taller de servicio técnico, que se le denomina con el nombre de “**MOTO PASSION**”, el mismo que preste servicios mecánicos tanto preventivos como correctivos, además del lavado y embellecimiento mediante la modificación estética de las motos, con un alto nivel en cuanto a calidad y eficiencia, buscando de esta manera una solución a la creciente demanda de repuestos y servicio técnico, como consecuencia de la aparición de nuevas marcas de motocicletas que traen nuevas tecnologías para su normal funcionamiento. Un factor importante es el tener un taller técnico adjunto, el mismo que al cumplir todos los requisitos exigidos para su constitución legal, puede dar la garantía necesaria a sus clientes en todos los trabajos realizados. Esto permite su posicionamiento en el mercado y constituye además una gran ayuda, para los almacenes que venden este tipo de vehículos, los mismo que pueden ofrecer a sus clientes el chequeo y garantía de los primeros 1000 km y los chequeos consecutivos hasta cubrir la misma, a diferencia de los talleres con lo que ahora trabajan que funcionan de una manera informal por lo que no ofrecen garantía alguna.

Palabras claves: Factibilidad, posicionamiento, estudio de mercado, preventivo, correctivo.

ABSTRACT

The city of Lago Agrio has suffered a great population growth, becoming the most important city in the province of Sucumbíos, growth that has produced an increase in the number of vehicles of both cars and motorcycles that circulate on the roads, consequently the appearance of the usual bottlenecks in peak hours.

The objective of this study is to create a business plan in the city of Lago Agrio, through a market study, which can determine the feasibility of the business plan of a warehouse for the sale of spare parts, complementing it with a technical service workshop, which is called "MOTO PASSION", the same that provides both preventive and corrective mechanical services, in addition to washing and beautification by aesthetic modification of motorcycles, with a high level of quality and efficiency, looking for This way a solution to the growing demand for spare parts and technical service, as a result of the appearance of new motorcycle brands that bring new technologies to their normal operation. An important factor is having an attached technical workshop, the same that when fulfilling all the requisites required for its legal constitution, can give the necessary guarantee to its clients in all the works carried out. This allows its positioning in the market and is also a great help, for the stores that sell this type of vehicles, the same that can offer its customers the check and guarantee of the first 1000 km and the consecutive checks to cover it, unlike the workshops with what they now work that work in an informal way so they offer no guarantee.

Keywords: Feasibility, positioning, market research, preventive, corrective.

INTRODUCCIÓN

Como consecuencia de las condiciones económicas en las que se desenvuelve el país, con la eminente eliminación de los subsidios de los combustibles, el crecimiento explosivo de la ciudad, la congestión diaria de vehículos, la dificultad de poder trasladarse a sus lugares de trabajo utilizando el transporte público, debido al exceso de pasajeros, un número significativo de familias de esta ciudad de Lago Agrio, por sus condiciones económicas no están en la posibilidad de adquirir un automóvil como su primer vehículo, adquieren una motocicleta por las facilidades de compra, además por su bajo costo de operación y mantenimiento que está más acorde a sus recursos disponibles, estas son causas que influyen para que un número importante de familias de medianos y bajos recursos económicos, vean en este medio de transporte (motos), como la solución a sus problemas diarios. Adicionalmente que este tipo de vehículo les permite poder trasladarse diariamente, sin tener que sufrir los consabidos embotellamientos en horas pico, poder trasportar a sus hijos a los establecimientos escolares, así como disfrutar los fines de semana en lugares de distracción cercanos a la ciudad. Estas son las principales causas que han determinado el uso creciente de motocicletas.

Los almacenes de repuestos y talleres de servicio que existen actualmente en la ciudad no han tenido un desarrollo consecuente a la aparición de nuevas tecnologías mecánicas, presente en las marcas que actualmente se venden, como son las de marca Bajaj, Yamaha, Suzuki, Honda, Kawasaki, KTM, SYM, y BMW, que poseen inyección electrónica y ABS en su sistema de frenos, lo que implica que exista talleres especializados para su mantenimiento preventivo, así como correctivo y se haga necesario la utilización de instrumentos modernos para su reparación, limpieza de inyectores, scanner para la detección de códigos de fallas posibles en el motor, así como la personalización entendiéndose a esta, como modificaciones visuales que produzcan una innovación en su diseño. Para el análisis de factibilidad se realiza una investigación del mercado mediante el uso de la herramienta FODA (fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas), la misma que nos permite determinar posibles clientes en la ciudad de Lago Agrio, de esta manera ofrecer productos y servicios conforme a sus necesidades insatisfechas dando lugar a poder implantar esta idea de plan de negocio con claro beneficios para el inversionista.

Planteamiento del problema

El incremento poblacional de la ciudad de Lago Agrio ha suscitado la expansión de la misma, con la aparición de nuevos barrios alejados del centro de la urbe, cuyas vías de acceso no son las más adecuadas para el tránsito de vehículos de cuatro ruedas (automóviles), por lo que sus habitantes opten por la compra de un vehículo de dos ruedas (motocicletas), debido a las ventajas que este ofrece, como lo es su fácil adquisición, bajo costo de mantenimiento, consumo económico de combustible, facilidades para manejar en la ciudad, evitando los famosos embotellamientos en horas pico y que no implica tener un espacio amplio de garaje en su domicilio.

Por las observaciones realizadas se ha determinado que en la actualidad los almacenes dedicados a la venta de motos en la ciudad tienen un crecimiento sostenido, lo que conlleva a que cada día se evidencien un mayor número de motocicletas circulando en las vías, en consecuencia, un incremento en la demanda de repuestos y de un servicio técnico de calidad. Esto ocasiona a que se ostente un gran déficit en la oferta de repuestos en especial por la aparición de nuevas marcas de motocicletas con tecnología avanzada, la incomodidad que resulta de buscar un taller que además del mantenimiento, preste los servicios de lavado y personalización con la instalación de accesorios que modifiquen su diseño original.

La mayoría de talleres situados en la ciudad de Lago Agrio no son higiénicos, sus mecánicos no están capacitados para dar un buen servicio, por lo que los hace poco confiables. Generando un gran margen de clientes insatisfechos por los servicios prestados, por lo que en muchas ocasiones tienen que trasladarse a la vecina ciudad de La Hormiga (Colombia). Para realizar los trabajos requeridos constituyéndose esto en un problema por el costo, el tiempo y dinero que deben invertir.

Justificación

El proyecto de investigación se basa en la posibilidad real de un negocio de venta de repuestos y taller de servicio técnico especializado para motocicletas en la ciudad de Lago Agrio, para cubrir la demanda insatisfecha de los propietarios de este tipo de vehículos, con una propuesta de oferta que incluye el realizar el mantenimiento especializado a través del taller adjunto. En la actualidad la mayoría de usuarios se ven obligados a realizarlos en pequeños talleres en donde brindan el servicio de reparación, pero no cuentan con el servicio de lavado y de ventas de accesorios decorativos para realizar modificaciones que personalicen sus motos, además estos talleres en su mayoría no están legalmente registrados, consecuencia de lo cual no ofrecen ninguna garantía.

La permanente aparición de nuevas marcas de motocicletas con tecnología más avanzada, conlleva a la necesidad de estar en constante evolución para poder reaccionar de una manera rápida y eficaz y así no ser apartados del mercado, actualmente los servicios existentes al no poder enfrentar a estas nuevas tecnologías y modernizarse han dejado una demanda insatisfecha creciente, la misma que el plan de negocio va a cubrir, y de esta manera obtener una buena imagen, mejor servicio y en consecuencia la fidelidad en la cartera de clientes.

En su importancia práctica, el plan de investigación mediante indicadores y variables referentes al estudio de mercado, capital de inversión, proyección de ventas y equilibrio entre la oferta y la demanda, permite la viabilidad y puesta en práctica del plan de negocios.

Este plan de negocios tendrá como base una línea de investigación apegada a las propuestas por la facultad y así como por la carrera, determinando en su estudio el comportamiento de los negocios en la ciudad de Lago Agrio en fin de desarrollar una estructura funcional del plan de negocio para un almacén de venta de repuestos y taller de servicio técnico especializado para motocicletas.

Objetivo general

Realizar un plan de negocio para la creación de un almacén de venta de repuestos y taller de servicio técnico especializado para motocicletas en la ciudad de Lago Agrio que garantice calidad y profesionalismo en los trabajos de mantenimiento preventivos y correctivos, modificaciones estéticas y mejoras mecánicas.

Objetivo específico

Realizar un análisis del entorno a través de diferentes herramientas que permitan la creación de una empresa dedicada a la venta de repuestos y servicio técnico.

Efectuar un diagnóstico de la empresa enfocado a cubrir la demanda de venta de repuestos rigurosamente seleccionados y servicio técnico con personal debidamente capacitado en las nuevas tecnologías que presentan las motocicletas.

Presentar propuestas de mejoramiento y viabilidad económica de un plan de negocios de un almacén de ventas de repuesto y servicio técnico en la ciudad de Lago Agrio.

Marco teórico

Antecedentes históricos de la ciudad de Lago Agrio

El cantón Lago Agrio, históricamente ha estado relacionado con procesos migratorios de población, en especial lojana, manabita, bolivareense y de otras provincias que han migrado en busca de tierras o de mayor riqueza. Desde Colombia también ha recibido población en calidad de migrante y en situación de refugio. En los años 70, se convierte en la primera localidad en extraer petróleo, de ahí su importancia y proyección a nivel nacional.

En este sentido, Lago Agrio ha jugado un papel fundamental en el desarrollo económico del país. La particularidad de su nombre proviene del primer pozo petrolero explotado por la ex Texaco-Gulf al cual lo denominaron “Lago Agrio 1” en honor al nombre de la torre de perforación Rougt-lake (Lago Agrio). La historia de este cantón, a diferencia de otras zonas de la Amazonía, ha estado directamente relacionado con la explotación petrolera, situación que consolida a Lago Agrio como capital provincial y determina un mayor nivel de desarrollo económico que en otros sectores amazónicos

donde no existe extracción de petróleo. Su condición de cantón fronterizo a la vez, ha determinado un flujo constante de población migrante especialmente colombiana.

En la actualidad, Lago Agrio constituye un cantón importante a nivel nacional por su contribución económica, por la actividad petrolera desarrollada en su territorio, pero además, ha logrado consolidar tanto espacios urbanos y centralidades parroquiales como zonas rurales, Alcaldía (2013) (pág. 287)

Importancia de la administración

La administración es una actividad de máxima importancia dentro del que hacer de cualquier empresa, ya que se refiere al establecimiento, búsqueda y logro de objetivos. Todos somos administradores de nuestras propias vidas, y la práctica de la administración se encuentra en cada una de las facetas de la actividad humana, negocios, escuelas, gobierno, familia, etc.

Según Rhenals Almanza (2015). El establecimiento y logro de objetivos, son tareas retadoras y productivas para cualquier tamaño de empresa, y descubriremos que los obstáculos administrativos que se nos presentan para lograr nuestro éxito, son muy similares en todo tipo de actividad empresarial (pág. 30).

La administración al momento de la creación de la empresa nos permite organizar y planificar el trabajo mejorando la eficiencia y productividad lo que determinara la reducción de costo, además establece funciones y actividades que deben cumplirse por las personas encargadas de la administración de la misma, mediante el control, orden y evaluación continua de los resultados buscando el éxito de la empresa mediante la fijación de objetivos, previendo los diferentes obstáculos que pueden presentarse en el futuro.

Plan de negocios para de un almacén de repuestos y taller de servicio técnico de motocicletas en la ciudad de Lago Agrio

Actualmente la formación de una empresa no se apoya en buenas intenciones, si no en un plan de negocios adecuado que lleve a la consecución del objetivo planteado. El plan de negocio ayuda alcanzar un conocimiento amplio y objetivo de la empresa que se pretende poner en marcha, esto no quiere decir que se garantiza el éxito, para lo cual se realiza la evaluación del proyecto encontrado las fortalezas, debilidades,

oportunidades y amenazas, lo cual nos permite efectuar estrategias que apoyen el desarrollo del proyecto de investigación optimizando tiempo y dinero al fin de garantizar el objetivo deseado. Por lo tanto, un plan de negocios es un método que permite describir la visión, estrategia, técnicas y objetivos de un negocio que se utilizan con el fin de alcanzar las metas propuestas a corto y mediano plazo identificando posibles oportunidades, para aprovecharlas y definir los resultados esperados.

Estudio de mercado

La importancia del estudio de mercado radica en que es una herramienta fundamental en la toma de decisiones, constituyéndose en una guía para cuantificar cuál es la oferta y la demanda actual de los productos y servicios que se van a ofrecer, el análisis de precios y estudio de comercialización. Se realiza con el fin de determinar la oportunidad de la creación e inserción de una nueva empresa, dedicada a la venta de repuestos y ofrecer los servicios técnicos de mantenimiento de motocicletas, identificando la demanda insatisfecha, con el fin de llevar un servicio que tenga una buena aceptación por parte de los usuarios. El estudio de mercado nos permite además calcular los ingresos generados por el plan de negocio.

Análisis del mercado

Se debe realizar un análisis de mercado, si se está iniciando un negocio, o cuando se esté considerando agregar un producto nuevo o servicio, un análisis de mercado nos permite entender los problemas y las oportunidades de ventas, minimizar el riesgo posible e iniciar el negocio con la máxima seguridad.

Marketing

Para Levinson (2009) “Marketing es todo lo que usted hace para promocionar su empresa, desde el momento que lo concibe hasta el punto donde los clientes regularmente compran su producto o servicio y comienza a patrocinar su negocio” (pág. 27).

En la actualidad se constituye en una importante herramienta, para determinar las diferentes estrategias de ventas para de esta manera llegar al consumidor, que necesita satisfacer sus necesidades con productos de buena calidad a precio razonable.

Branding

Según Vicente Ros (2008) “Posicionamiento de marca en la red plantea, que en este nuevo contexto es necesario reflexionar sobre el papel del consumidor como autor de mensaje, receptor de contenidos y como persona que vive con sus marcas. El internet es una plataforma viral en el mercado que marca un antes y un después en la comunicación de marketing. (pág. 18)

El branding, entiéndase abreviadamente como la gestión de las marcas, se ha convertido en uno de esos tópicos de los que muchos hablan, aunque cabe decir que mucho menos entienden. No importa lo grande que sea tu negocio, no importa el segmento en el que actúes, puedes estar seguro, que eres una marca y si no la gestionas adecuadamente tienes un problema. La creación de una empresa implica el crear un nombre e identidad propia, manteniendo la lealtad y posicionamiento en el mercado.

Investigación del mercado

Según Esqueda S & López S, (2016); “La investigación de mercados es una herramienta que recolecta y analiza información acerca del comportamiento de los consumidores” (págs. 32-45).

Por lo tanto, se puede concluir que, gracias a la investigación del mercado, las empresas pueden dar una solución a la necesidad que tenga los consumidores, mediante la obtención y registro de datos relativos del mercado, a las operaciones de mercadotecnia e información útil para que la gerencia pueda tomar decisiones acertadas.

Presupuesto

El presupuesto se constituye en una herramienta eficaz y moderna para la planeación y control de actividades, que reflejan el comportamiento de indicadores económicos como las fluctuaciones en los índices de inflación, devaluación y tasas de interés, que le permite a una empresa mantenerse dentro de un mercado competitivo, disminuyendo la incertidumbre de los riesgos asumidos y por tanto otorga una mayor exactitud en los resultados finales del negocio, es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que deben cumplirse en un determinado tiempo y bajo ciertas condiciones, por lo que hoy en día se constituye en una herramienta clave para el éxito de una empresa.

Competencia

Para que tenga éxito una empresa dentro del mercado, debe conocer debidamente a su competencia, por lo tanto se debe entender lo que se está vendiendo o más bien dicho lo que el cliente quiere comprar y así satisfacer sus necesidades; Como competencia directa tenemos la presencia de varios almacenes de repuestos y talleres de motocicletas ya instalados en la ciudad de Lago Agrio. Entre los principales podemos destacar a Lago Motos, master moto, ego motos, fantasía de la montañera y bajaj. Por lo que se hace necesario realizar una adecuada estrategia de marketing y publicidad, así poder entrar en una competencia sana con estos almacenes. Y en talleres mecánicos tenemos: motor uno, súper moto uno, tenicentro moto. Que prestan servicios parecidos, pero no de manera universal ni acorde a la tecnología que presentan las nuevas marcas de motocicletas, ni a precios accesibles, puntualidad, garantía y en condiciones poco higiénicas, lo que será la estrategia del plan de negocios en presentar un taller completamente moderno y que además ofrezca el servicio de lavado, embellecimiento y modificación estética a gusto de los clientes, en condiciones higiénicas aceptables.

Estrategia de Posicionamiento

La diferenciación es un factor importante dentro del posicionamiento. El mejor es aquel que no es imitable, si los competidores pueden imitarlo en el corto plazo, perderemos la oportunidad de diferenciarnos, nuestra marca tiene que proporcionar beneficios que sean relevantes para el consumidor. Es importante posibilitar la integración de la estrategia de posicionamiento dentro de la comunicación de la compañía, la posición que deseamos alcanzar debe ser rentable, debe entenderse como un proceso de perfeccionamiento de nuestra marca, incrementando nuestro valor añadido, en búsqueda de ventajas competitivas, que se traduzca en la habilidad de llegar a la mente del consumidor, siendo este un factor importante para el éxito de la empresa, en un mercado que actualmente es muy competitivo.

Normativa técnica y ambiental

Normativa técnica

Las buenas prácticas recomendadas por las normas para la gestión de calidad ISO 9004, las mismas que sirven como marco de referencia para que un plan de negocio o

empresa, pueda obtener como resultado un éxito sostenido, dentro de un entorno complejo y en constante cambio. Mediante un enfoque hacia la excelencia en la prestación de servicios, la misma que se detalla a continuación.

Relaciones beneficiosas mutuas con los proveedores. - Se trata de crear una relación de interdependencia y mutuamente beneficiosa entre la empresa y los proveedores, con el objetivo de aumentar la capacidad de ambos para crear valor, logrando rapidez y flexibilidad de respuestas a los cambios que se produjeran en el mercado, así como expectativas y necesidades de los clientes.

Mejora continua. - Debe ser un objetivo prioritario la mejora continua de la capacidad organizativa y el desempeño de la empresa, con el propósito de lograr incrementar la ventaja competitiva de la misma.

Atención al cliente. - Se debe determinar la necesidades actuales y futuras enfocándose en cubrir todas las expectativas que los clientes de una empresa, distribuidora de repuestos y servicios de mantenimiento de este tipo de vehículos.

Determinación de procesos. - Esto permite obtener beneficios directos en la reducción de tiempos y costos, mediante el uso eficaz de los recursos disponibles.

Personal. - Constituyendo el personal la esencia misma de una organización, sus habilidades y su conocimiento deberán ser usados para beneficio de la empresa.

Liderazgo. - Se deberá promover un ambiente interno para que el personal se involucre en el logro que persigue la empresa y su mejoramiento continuo.

Toma de decisiones. - La información y el análisis de los datos obtenidos permite a la empresa tomar decisiones eficaces y precisas, por lo que se hace necesario que los datos obtenidos sean correctos, accesibles, fiables y fáciles de ser analizados en el momento oportuno.

Sistema de gestión. - El enfoque adecuado de un sistema de gestión permite a la empresa entender e identificar los procesos adecuadamente, lo que contribuirá a una mayor eficiencia para el logro de los objetivos que persigue la misma.

Estos principios que son producto de la experiencia colectiva y el conocimiento de expertos reconocidos internacionalmente permitirán fortalecer la imagen corporativa, superar a la competencia mediante la innovación constante, diferenciar el servicio, consolidando la lealtad de los clientes, por consecuencia permite elevar los ingresos reales de la empresa.

Normativa ambiental

En la actualidad ha cobrado un rol muy importante el encontrar soluciones económicas razonables al conflicto entre el desarrollo económico de la sociedad y la protección del medio ambiente, la empresa deberá cumplir las normas establecidas en la (Ley de Gestión Ambiental, 2004).

Es necesario tener un control adecuado en las descargas tanto de gases como líquidos (agua de lavado y aceites); para lo cual se deberá obtener el respectivo permiso en la unidad de control ambiental. Los requisitos son los siguientes:

- Llenar formulario.
- El permiso tendrá una duración de un año.
- Presentar un informe de resultados de característica físicas y químicas de las descargas líquidas y sólidas, así como emisiones de gases; usando para su efecto los formularios respectivos.
- Adquirir el comprobante de pago en la oficina de recaudación del I. Municipio.

Marco legal

En un plan de negocio para un almacén de repuestos y taller de servicio técnico, el marco legal debe cumplir con las obligaciones establecidas por el estado ecuatoriano como reglamentos y normas para realizar cualquier actividad económica de una empresa.

Dentro de las opciones de producción la microempresa tiene una gama amplia de actividades:

- Productiva: convierte materias primas en productos.
- De servicios: satisface necesidades aplicando conocimientos, como una mecánica.

- De comercio: compra y venta de productos, se contrae entre dos o más personas naturales que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de quienes participan en la actividad económica o simplemente una forma de identificación particular de la microempresa.

Se puede observar dentro de este contexto y de acuerdo a las investigaciones realizadas que existe un número elevado de pequeños almacenes de repuestos y talleres de servicio técnico que incurren en la informalidad y al incumplimiento de las obligaciones laborales y sociales que tienen con sus trabajadores, un alto número de estos no cuentan con los permisos que se requieren de acuerdo a las normativas municipales, sanitarias, seguridad social y fiscales.

Importancia de la microempresa en el Ecuador

La pequeña industria ecuatoriana cuenta con un sin número de potencialidades que son poco conocidas y aprovechadas. Estas potencialidades principalmente se refieren a los factores claves para generar riqueza y empleo. Dinamiza la economía de regiones y provincias deprimidas, diluye los problemas y tensiones sociales, mejorando la gobernabilidad.

El desarrollo microempresario no solo genera un beneficio particular sino un beneficio colectivo para el entorno donde se desarrolla, además contribuye con las políticas del buen vivir. Art. 17 (Ley de la Economía Popular y Solidaria, 2012).

Requisitos para constituir una microempresa.

Según (Valencia., 2012).

- Emisión del Registro Único del Contribuyente.
- Solicitud de matrícula de comercio.
- Afiliación a la Cámara de Comercio.
- Inscripción en el Registro Único MYPIMES.
- Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos.
- Obtención de patente municipal de comerciante.
- Permiso de Funcionamiento o Tasa de habilitación.

Marco conceptual

Competencia. - El concepto de competencias comercial se debe, a los derechos que tienen todos los comerciantes e industriales que invierten en productos específicos para ponerlos a disposición del mercado a precios más bajos posibles.

Competencia perfecta: Caracterizada por existir muchos compradores y vendedores del mismo producto que debido a su tamaño no tiene influencia en el precio.

Competencia Monopolística. - En esta existe numerosos vendedores de un producto diferenciado sin que en un futuro pueda haber dificultades de entrar o salir del mismo.

Comprador.- Según él (Diccionario de la Real Academia Española) es el que compra, el comprador es el que cubre necesidades adquiriendo bienes o servicios a cambio de un precio cierto. Los consumidores (y usuarios) somos compradores de bienes y (contratadores de servicios) por definición y somos una de las dos partes que tienen los mercados: la demanda por oposición a la oferta, compuesta por los vendedores.

Demanda. - Es la cantidad de bienes y servicios que los compradores intentan adquirir en el Mercado.

Economía. - Es una ciencia social que estudia las leyes de producción, distribución, intercambio y consumo de bienes o servicios que el hombre que necesita en su vida diaria.

Emisor. - Empresa o persona que desea colocar sus diversas promociones en los diferentes medios publicitarios.

Herramienta. - Es un objeto fabricado con el fin de facilitar la realización de una tarea mecánica en un vehículo.

Motocicleta. - Es un vehículo de dos ruedas conocido en español con abreviatura de moto, impulsado por un motor que puede ser a gasolina, eléctrico o híbrido; con una velocidad máxima por construcción superior a 45km/h, su estructura está compuesta por el cuadro o chasis y las ruedas, la rueda directriz es la delantera pudiendo transportar hasta dos personas a la vez.

Mercado. - Es el lugar destinado por la sociedad en el que vendedores y compradores se reúnen para tener una relación comercial, para esto se requiere un bien o servicio que comercializar un pago hecho en dinero y el interés para realizar una transacción.

Oferta. - Es la cantidad de productos y servicios ofertados en el mercado.

Oligopolio. - Este existe cuando hay pocos vendedores de un producto diferenciado.

Publicidad. -Es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente de un consumidor. Se define por un conjunto de estrategias orientadas a dar conocer productos y servicios a la sociedad.

Repuesto.- Un repuesto o refacción es una pieza que se utiliza para reemplazar las originales en máquinas, que debido a su uso diario han sufrido un deterioro o avería.

Vendedor. - Los vendedores son el enlace directo entre empresas y sus clientelas, en tal sentido, vende una serie de bienes que van desde productos agrícolas prendas de vestir, artefactos eléctricos hasta inmuebles y vehículos esto quiere decir que pueden trabajar en un sin número de empresas y establecimientos.

Metodología de la investigación

Se conoce con este término al grupo de procedimientos técnicos, y soportes documentales racionales para lograr una serie de objetivos, que dirige una investigación. Se presenta en varias áreas como la educativa o jurídica, sin embargo, esta se encuentra vinculada más a la ciencia. En ella el investigador recaba, organiza, ordena y analiza los datos obtenidos.

Los tipos de investigación de mercado según los objetivos a cubrir según Silvia (2018) “La investigación del mercado es la técnica o procedimiento mediante el cual se recolectan datos importantes sobre los consumidores de un sector determinado para posteriormente, analizarlos, interpretarlos y utilizarlos en la toma de decisiones de la empresa. Los diferentes tipos de investigación de mercados son herramientas que se utilizan para definir los objetivos de la empresa y sus estrategias”.

Investigación exploratoria. - A través de la investigación exploratoria se busca amenazas y oportunidades que estén relacionadas con las acciones a seguir, con el propósito de establecer hipótesis para actuar de una forma o de otra. La investigación exploratoria ofrece un acercamiento inicial al problema que se quiere estudiar.

Investigación descriptiva. - Consiste en observar y describir el comportamiento de un elemento, un hecho o una situación sin influir de ninguna forma sobre ellos.

Investigación predictiva. - Tiene como propósito predecir la futura dirección de los elementos que forman parte del estudio para establecer objetivos y estrategias a corto, mediano y largo plazo.

Investigación de control. - Se lleva a cabo para medir los resultados de ciertas acciones y posteriormente, adoptar las medidas correctivas que se requieren.

Técnicas de Investigación:

La encuesta.- Según Arturo (2013) “Consiste en una interrogación verbal o escrita que se le realiza a las personas de las cuales se desea obtener la información necesaria para la investigación. Cuando la encuesta es verbal se hace uso del método de la entrevista, y cuando es escrita se hace uso del instrumento del cuestionario, el cual consiste en un documento con un listado de preguntas, las cuales se les hacen a la personas a encuestar” (pág. 56) .

Se pueden realizar encuestas personales (por ejemplo, en una esquina o en un centro comercial), por teléfono, vía correo postal o vía Internet (por ejemplo, a través de una página web o vía correo electrónico).

Ventajas: A través de esta técnica, dependiendo de la profundidad de la encuesta, se pueden obtener datos muy precisos.

Desventajas: La posibilidad de que los encuestados puedan brindar respuestas falsas, o que los encuestadores puedan recurrir a atajos.

La entrevista. - Consiste en una interrogación verbal que se le realiza a las personas de las cuales se desea obtener la información necesaria para la investigación. En una entrevista el entrevistador suele hacer preguntas abiertas y dirigir la entrevista de acuerdo a las respuestas que vaya dando el entrevistado, por ejemplo, explica las

preguntas difíciles, obvia algunas preguntas que estaban programadas, ahonda en otras o las modifica.

Ventajas: Brinda la posibilidad de profundizar en cualquier tema.

Desventajas: Alto costo por persona entrevistada, la posibilidad de que las personas no estén dispuestas a conceder la entrevista, las respuestas del entrevistado, la información obtenida y la interpretación de ésta, dependen de la habilidad del entrevistador.

La técnica de observación. - Consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc. De los cuales se desea obtener la información necesaria para la investigación.

La técnica de observación se suele utilizar principalmente para observar el comportamiento de los consumidores en sus medios naturales.

Un ejemplo del uso de la técnica de observación podría consistir en visitar los lugares que suele frecuentar nuestro público objetivo y observar su comportamiento, por ejemplo, cómo examinan los productos, las preguntas que realizan, los productos que deciden comprar, etc.

Ventajas: Permite obtener información precisa que de otro modo no se podría obtener, o información que las personas no podrían o no quisieran brindar por diversos motivos; es una técnica fácil de aplicar y de bajo costo.

Desventajas: El hecho de no poder determinar emociones, actitudes o motivaciones que llevan a un consumidor a realizar un acto.

La prueba de mercado. - Consiste en procurar conocer directamente la respuesta de las personas ante un producto, servicio, idea, publicidad, etc., y así obtener la información necesaria para la investigación.

Ventajas: Permite obtener información precisa sobre las reacciones o el comportamiento de las personas ante un determinado producto, servicio, idea o publicidad.

Desventajas: Utiliza una muestra pequeña, por lo que los resultados no podrían generalizarse.

Métodos utilizados en la investigación

El tipo de investigación que se utiliza para el plan de negocios para un almacén de venta de repuestos y taller de servicio técnico de motocicletas es la investigación cuantitativa, mediante la entrevista personal. Se realiza la investigación en varios sectores tanto céntricos como periféricos en la ciudad de Lago Agrio para crear un nuevo negocio, con el objetivo de determinar la viabilidad del plan de negocio.

Entrevista. - En este punto se consideró realizarlo a los dueños de las diferentes motocicletas que circulan en la ciudad, porque ellos constituyen una parte importante de nuestro proyecto, haciéndoles conocer además los beneficios y promociones que obtendrán si hacen sus compras en el nuevo almacén de venta de repuestos y taller de servicio técnico.

Preguntas para la encuesta

1. ¿Qué servicio usted ha necesitado en un taller mecánico?
2. ¿Tiene usted un taller mecánico de confianza?
3. ¿Estaría dispuesto a cambiar a un taller mecánico que le brinde un servicio universal que esté incluido a más de la reparación, el lavado, embellecimiento y modificación estética o mecánica de su motocicleta?
4. ¿El tiempo de permanencia de su moto en el taller le pareció el adecuado?
5. ¿Qué factor tiene más importancia en los servicios técnicos que su taller mecánico le presta?
6. ¿Qué uso le da a su motocicleta?

Al número de talleres que se le aplicó la encuesta fue de 4 talleres que son los más importantes en la ciudad.

Preguntas para los dueños de Talleres Mecánicos.

1. ¿Los repuestos que los clientes necesitan los adquiere fácilmente en la ciudad?
2. ¿Cuánto cobra usted de mano de obra en trabajos de mayor importancia?

Alcance

El alcance del tema a abordar va ser la entrega de un plan de negocios el cual será una guía para la creación de un almacén de repuestos y taller de servicio técnico orientado

a brindar soluciones al creciente problema de clientes insatisfechos por los servicios prestados por negocios y talleres que existe actualmente en la ciudad, los cuales no logran cubrir la demanda actual, el plan deberá quedar listo para su implantación y se analizará los factores técnicos y económicos para el funcionamiento del emprendimiento.

Ubicación

El estudio de macro localización nos permite definir la zona o el área geográfica en la que se localizará el plan de negocio dentro de la provincia y la ciudad tratando de disminuir los costos de transporte.

Macro- localización; El proyecto será localizado en:

- País: Ecuador
- Provincia: Sucumbíos
- Cantón: Lago Agrio
- Ciudad: Lago Agrio



Figura 1 Mapa de Lago Agrio
Fuente: Tomado de Google Maps

Campo: Plan de negocios para un almacén de ventas de repuestos y taller de servicio técnico de motocicletas en la ciudad de Lago Agrio.

Área: Estudio de mercado

Aspecto: Repuestos de motos y servicio técnico de mantenimiento

Segmento de la Población: Entre 18 a 65 años de edad, que da un total de 5601 habitantes.

Micro localización

Para la realización de su localización y futuro emplazamiento se debe realizar un análisis de las diferentes variables que tendrán una influencia directa en la elección del lugar más favorable, tomando en consideración fundamentalmente el crecimiento futuro previsto de la ciudad, disponibilidad mano de obra, materias primas, servicios básicos y comunicaciones. Otros factores que influyen son; ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas, consideraciones ecológicas y costo de transporte de insumos y facilidades de estacionamiento.

Se puede definir claramente que la ciudad de Lago Agrio existe cinco zonas en las que se realiza un detenido escogimiento para el posible emplazamiento o ubicación del proyecto:

Tabla 1 Zonas Constitutivas de la Ciudad

ZONA OESTE	ZONA SUR	ZONA CENTRO	ZONA NORTE	ZONA ESTE
Esta zona comprende los barrios situados en las dos márgenes de la vía a Quito, hasta el monumento al COFAN	Desde el monumento COFAN hasta el puente Nuevo sobre el río Aguarico.	Desde el monumento al COFAN hasta la vía a Colombia	Desde y por la vía a Colombia hasta el cuartel de policía	Desde la vía a Colombia hasta el aeropuerto

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Disney Vargas

Para la micro localización se aplicará el método cualitativo por puntos, que consiste en definir los factores principales, que son determinantes en la localización de un plan de negocios, para asignarles un valor ponderado de peso relativo, con relación a la importancia que se les atribuye, este peso relativo se la hace sobre la base en la que su suma total es igual a uno, la asignación de estos valores depende del buen criterio y experiencia del evaluador.

Tabla 2 Factores de Micro Localización

Factores localización	P	Norte	P x E	Centro	P x E	Sur	P x E	Este	P x E	Oeste	P x E
Disponibilidad de terreno	0.20	5	1.00	1	0.20	4	0.80	4	0.80	8	1.60
Localización de la competencia	0.25	3	0.75	4.00	1.00	2	0.50	4	1.00	2	0.50
Disponibilidad de servicios básicos	0.15	4	0.60	4	0.60	5	0.75	3	0.45	6	0.90
Comunicaciones	0.15	5	0.75	6	0.90	5	0.75	5	0.75	5	0.75
Facilidad de parqueo	0.10	6	0.60	2	0.20	6	0.60	5	0.50	7	0.70
Estado vías de acceso	0.15	3	0.45	6	0.90	3	0.45	5	0.75	6	0.90
Total	1.00		4.15		3.80		3.85		4.25		5.35

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Disney Vargas



Figura 2 Mapa de Localización

Fuente: Tomado de Google Maps

Población

La población según Tamayo (2015) “Señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación” (pág. 180).

En la ciudad de Lago Agrio tiene una población de 57727 habitantes. 29017 hombres que representan el 50.27% de la población y 28710 mujeres, equivalente al 49.73%. Según los datos del (Inec, 2010). Este crecimiento se ha producido debido al incremento de nuevas aéreas urbanas, nuevas escuelas, colegios, hoteles, nuevos parques turísticos y recreativos, incremento de transporte aéreo, terrestre y fluvial.

Población futura de Lago Agrio al año 2020.- La población para implementar este plan de negocios se sitúa entre 18 a 65 años de edad en crecimiento aritmético.

Población 2001: 72715 = pob1

Población 2010: 101975 = pob2

$$pob = \frac{pob2 - pob1}{10}$$

$$pob = \frac{101975 - 72715}{10} = 2926 \text{ Hab/año}$$

$$pob = 101975 + 2926(2010 - 2001)$$

$$Pob = 101975 + 2926(10)$$

$$pob = 131235$$

Población futura de Lago Agrio al año 2020.- Mediante el uso de la formula geométrica.

$$r = \left(\frac{pob2020}{pob\ 2010} \right)^{1/10} - 1$$

$$r = \left(\frac{131235}{101975} \right)^{1/10} - 1$$

$$r = 0.026$$

Población probable para el Cantón Lago agrio al año 2020.

$$pob_{año} = 131235 * (1 + 0.026)^{10}$$

$$pob_{año} = 169686$$

Para el cálculo del tamaño de la muestra optamos por la fórmula de muestra aleatoria simple en la que la población se divide en grupos excluyentes (propietarios del vehículo), en la que cada miembro de esta población tiene una probabilidad igual de ser escogido. De acuerdo a los datos obtenidos del (ANT, 2016), el número de vehículos por cada mil habitantes es de 123.

La población estimada de Lago agrio será de 169686 habitantes.

De estos datos se deduce que el número de vehículos en Lago Agrio en el año 2020, será de 21.087 vehículos.

El porcentaje de motos de acuerdo al (ANT, 2016) correlación al universo total de vehículos es de 24%.

De donde obtenemos el número de motocicleta al año 2020 será de 5061, que corresponde al número de personas (población), que poseen uno de estos vehículos en Lago Agrio

Tabla 3 Población y Motocicletas

Población Cantón Lago Agrio (18 a 65 años)	169686
Número total de Vehículos	21.087
Numero de motocicletas	5061

Fuente: Inec 2010

Elaborado: Disney Vargas

Tamaño de la muestra

Para el cálculo probabilístico del tamaño de la muestra se utiliza el método aleatorio simple.

Para la aplicación de este método se toma como base tres factores:

- Porcentaje de error que se está dispuesto a aceptar
- Nivel de viabilidad que se calcula para la comprobación de la hipótesis.
- Porcentaje de confianza con el que se desee generalizar los datos de la población.

Cálculo del tamaño de la muestra para esto utilizaremos la fórmula para valores de pequeñas poblaciones.

$$n = \frac{z^2 * N * p(1 - p)}{(E^2(N) + z^2 * p * (1 - p))}$$

Tabla 4 Cálculo del Tamaño de la Muestra

Total de población (N)	5061
Si la población es infinita, dejar la casilla en blanco	
Tamaño de la muestra (n)	
Nivel de confianza o seguridad (z)	1.96
Probabilidad de éxito (p)	0.95
Probabilidad de fracaso (1-p)	0.05
Error de la muestra (E)	0.05

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Disney Vargas

$$n = \frac{z^2 * N * p(1 - p)}{(E^2(N) + z^2 * p * (1 - p))}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 5061 * 0.95(1 - 0.95)}{(0.05^2(5061) + 1.96^2 * 0.95 * (1 - 0.95))}$$

$$n = \frac{3.8416 * 5061 * 0.0475}{12.65 + 3.8416 * 0.0475}$$

$$n = \frac{923.51}{12.65 + 0.182476}$$

$$n = \frac{923.51}{12.83}$$

$$n = 72$$

Por lo tanto, la encuesta se realiza directamente a 72 personas propietarias de motocicletas de la ciudad de Lago Agrio.

Técnicas de recolección de datos

Como instrumento para la obtención de recolección de datos se realiza entrevista a profundidad y la opinión de los propietarios de estos vehículos, para lo cual se utilizó un formulario de preguntas de opción múltiple y cerrada, que permite una correcta tabulación de los datos obtenidos en la encuesta, facilitando la identificación de las necesidades y preferencias del potencial nicho del mercado.

CAPITULO I

ANÁLISIS DEL ENTORNO

El análisis del entorno es muy importante en la situación inicial de un emprendimiento para posteriormente, poder definir una estrategia en base a dicho análisis. Analizar el entorno nos ayudará a identificar acontecimientos claves del pasado, presente y futuro, además de ayudarnos a identificar posibles problemas para poder solucionarlos de manera acertada en ambientes de negocios vulnerables.

1.1 Análisis de PEST

Es un análisis del macro entorno estratégico externo, en el que trabaja un plan de negocios. Un estudio de los factores: Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos y Ambientales, que por lo general están fuera del control de la organización y en muchas veces se constituyen como amenazas y a la vez como oportunidades.

Factor político. - La inestabilidad política presenta en nuestro país conlleva a una incertidumbre futura en la conducción y metas propuestas por un gobierno sin rumbo, puede tener consecuencias negativas en la implementación del plan de negocios.

Factor económico. - Al tratar de cambiar el rumbo económico del anterior gobierno el actual sometidos a las exigencias del Fondo Monetario Internacional, traerían consecuencias graves en la economía de las familias de clase media, baja, por lo tanto en el plan de negocios.

Factor social. - Su análisis es de gran importancia para el plan propuesto con el planteamiento del gobierno de disminuir el número de empleos del sector público, con el consecuente empobrecimiento de las familias más desposeídas del país es una situación de tener muy en cuenta.

Sin embargo, estos tres factores a pesar de constituir elementos negativos para el plan de negocios incrementan la compra y uso de motocicletas por su bajo costo y facilidades en su adquisición, bajo costo de operación y mantenimiento.

Factor técnico. - Las nuevas tecnologías que presenta las motocicletas que se venden en el mercado, determina que muchos clientes estén insatisfechos al no existir en la

ciudad, talleres que puedan prestar los servicios tanto correctivos como preventivos, constituyéndose este en un nicho importante de clientes que pueden ser captados por el plan de negocios propuesto, lo que asegura su éxito.

Factor ambiental. - Se realiza un control muy estricto en el área del taller, exigiendo que se realice una adecuada disposición de desechos sólidos (grasas, metales, etc.). Y líquidos (aceite, agua de lavado, etc.). Sin embargo, cabe notar que el incremento de las motocicletas en las ciudades ayuda a mejorar las condiciones ambientales ya que produce menos emisiones contaminantes que los automóviles.

1.2 Análisis de las cinco fuerzas de porter

De la investigación realizada se concluye que en el mercado tiene un alto grado de atomización en sus clientes debido en especial a que no existe actualmente en la ciudad de Lago Agrio un negocio que ofrezca un servicio técnico con servicio de lavado y personalización, entendiéndose a esta como la modificación estética original de la moto diferenciándole así de sus similares, el plan al ofrecer este valor diferencial con la competencia, podrá captar un número importante de clientes.

El factor de sensibilidad del precio, ha sido investigado detenidamente en la competencia por lo que para el plan se han fijado precios accesibles para los clientes, los mismo que estarán dispuestos a pagar por el servicio prestado, ya que para los clientes el precio a pagar de acuerdo a la encuesta, es un factor importante a la hora de decidir la compra o la realización de un trabajo.

El plan está dirigido a un número variado de clientes, con diferentes necesidades tanto en repuestos como en trabajo de taller, que individualmente no constituye un porcentaje elevado en la facturación del plan por lo tanto se reduce su capacidad de negociación, sin que se constituya en un factor de riesgo que tenga influencia en los precios del plan de negocios.

De la investigación se concluye que no existe en la actualidad, un almacén con taller de servicio técnico que pueda prestar un servicio sustituto, que incluya el servicio de lavado, vulcanizado y personalización de la moto constituyéndose esto, un valor añadido y diferencial que va ser un atractivo más para que el cliente, tome una decisión favorable a la hora de comprar y pagar más por la diferencia del servicio prestado en el plan de negocio.

1.3 Análisis foda

Fortalezas

- Ingresar al mercado con precios competitivos tanto en el almacén de repuestos como en el taller de servicio técnico.
- Contar con suficientes espacios y las herramientas necesarias para ofrecer un servicio de calidad a los clientes.
- La atención debe ser muy buena y ofrecer ofertas atractivas que incentive a los clientes de esta manera consolidarse como un almacén y taller número uno en la ciudad.
- ofrecer un servicio de lavado, embellecimiento y modificación estéticas y mejoras mecánicas.

Debilidades

- El incumplimiento en las fechas de entrega debido a la no entrega oportuna de repuestos necesarios por los proveedores.
- Imposibilidad de adquirir los repuestos debido a la restricción de importaciones.

Amenazas

- Inestabilidad económica del país.
- El ingreso de nuevos almacenes al mercado con las mismas características del plan de negocio.
- Aumento desproporcionado de talleres, que presten los mismos servicios a menor precio.

Oportunidades

- Ingresar al mercado con un nuevo servicio como es lavado y embellecimiento de toda moto que ingrese al taller, que de acuerdo el valor del servicio se le da como promoción el servicio de lavado gratuito.
- Cubrir las necesidades de la nueva tecnología que presentan las motocicletas con la adquisición y uso de herramientas propias para este tipo de vehículos y además proporcionar accesorios decorativos para sus motocicletas.

Factibilidad

El estudio de factibilidad nos permite definir con claridad la demanda, la oferta el potencial de las condiciones en que se desenvuelven los negocios ya establecidos, conocer sus debilidades y fortalezas, lo que podemos vender, los precios de los repuestos en la competencia. En el plan de negocio se realiza una evaluación económica financiera utilizando criterios cualitativo y cuantitativo que nos permita aprovechar los recursos disponibles y de esta forma obtener el mayor beneficio posible, iniciando así este plan con un máximo de seguridad y un mínimo riesgo.

Del estudio realizado tanto en los precios para los repuestos que vende en los locales comerciales de la competencia, como para los servicios que brindan los pequeños talleres mecánicos instalados, se pudo determinar en el estudio de factibilidad financiera, que a pesar de ofrecer menores precios de la competencia en el plan de negocio propuesto, se obtiene un rendimiento financiero positivo.

CAPITULO II

DIAGNOSTICO INTERNO DE LA EMPRESA

Toda empresa es una organización que debe generar utilidades, que debe crecer y para que pueda permanecer en el mercado, se hace necesario que establezca una misión, visión, estrategias, políticas, objetivos y valores; principios estos que le permiten desarrollarse a largo plazo de una manera adecuada.

2.1 Misión

El plan de negocio que se establece en el mercado es para ofrecer la venta de repuestos y taller de servicio técnico de motocicletas, y poder cubrir las necesidades de los clientes insatisfechos, mediante un stock de repuestos rigurosamente seleccionado para lograr de esta manera poder garantizar un servicio de calidad, lo que permite al plan de negocio desarrollarse a largo plazo.

2.2 Visión

Ser líder y el mejor, en el ámbito de venta de repuestos y servicio técnico de motocicletas en la ciudad de Lago Agrio, para el cumplimiento de este propósito la administración de la empresa debe ser eficaz y confiable, basándose en principios de competitividad, calidad y trabajo en equipo que supere las expectativas de los clientes.

2.3 Estructura Organizacional

El plan de negocios está constituido de la siguiente manera:

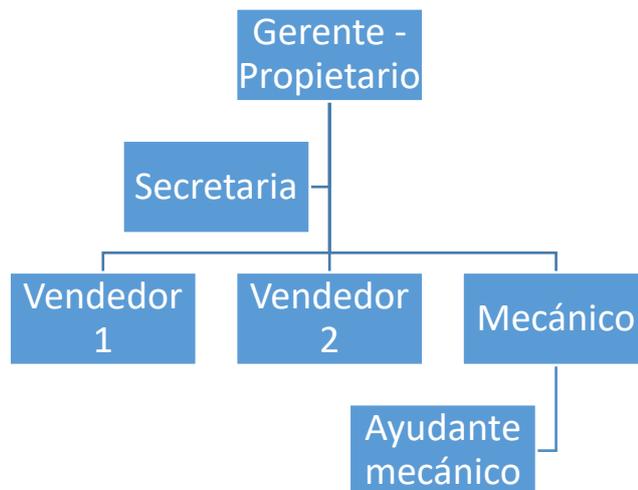


Figura 3 Organigrama Estructural
Elaborado por: Disney Vargas

Descripción de funciones

Gerente – Propietario:

- Representante legal
- Dirigir, controlar y planificar
- Nombrar y remover a los empleados
- Autorizar pagos
- Formular políticas relacionada con la administración de recursos financieros, administrativo y recurso humano

Secretaria – Contadora:

- Recibir llamadas telefónicas, redactar documentación internas y externas, comunicar las diferentes órdenes emitidas por el gerente al personal.
- Atender al público en general y personal de la empresa
- Realizar ordenes de trabajo
- Emitir órdenes de pago
- Llevar actualizada la contabilidad.
- Llevar el control de caja.
- Legalizar la veracidad de los estados financieros con su firma.
- Recepción de ingreso de compras.
- Contabilizar los comprobantes de egreso
- Control de inventario.

Vendedor

- Actitud positiva, honradez, paciencia y entusiasmo ante los clientes generando buenas relaciones con estos.
- Habilidad en tener facilidad de palabra, empatía, saber escuchar a los clientes y tener buena memoria, para indicar las características, ventajas y beneficios de los productos que ofrece.
- Conocimiento de todo aquello que sabe, conoce y entiende, para que de esta manera pueda desempeñar apropiadamente sus funciones.

Mecánico:

- Deberá recibir afectuosamente a los clientes y consultar con estos el problema por el cual han llevado su motocicleta al taller, para explicarles de una manera

clara, el trabajo o los futuros arreglos que va a tener que ejecutar para su respectiva reparación.

- Realizar una estimación de los costos probables y el tiempo necesario que conllevará la reparación del daño.
- Organizar de la mejor manera y participar activamente en los trabajos que va a tener que realizar en la o las motos que se encuentren en el taller.
- Deberá hacer un diagnóstico de daños o posibles fallas a través del scanner si la motocicleta así lo requiere.
- Garantizar los trabajos terminados, asegurándose personalmente con la prueba de conducción de la motocicleta, de que los defectos por los cuales ingreso el vehículo al taller, ya han sido reparados.
- Asegurarse que la motocicleta se le entregue a su propietario completamente limpia.
- Llevar un archivo de todos los trabajos de reparación realizados para que a futuro y de una manera rápida, pueda determinar fallas recurrentes en una misma motocicleta.

Ayudante de mecánico:

- Deberá tener una relación de respeto con el personal de la empresa y siempre estará dispuesto a cumplir las órdenes emanadas por el mecánico.
- Tener un conocimiento de mecánica básica con el fin de realizar el cambio de piezas que estén deterioradas o tengan un mal funcionamiento.
- Colaboran en todas las actividades diarias que conlleva el mantenimiento, buena presencia y limpieza de un taller mecánico.
- Evitar la contaminación con residuos tanto sólidos, como líquidos, producto de los diferentes trabajos realizados, así como su disposición final en los recipientes o lugares asignados para este fin.

2.4 Diagrama de flujo del servicio del taller

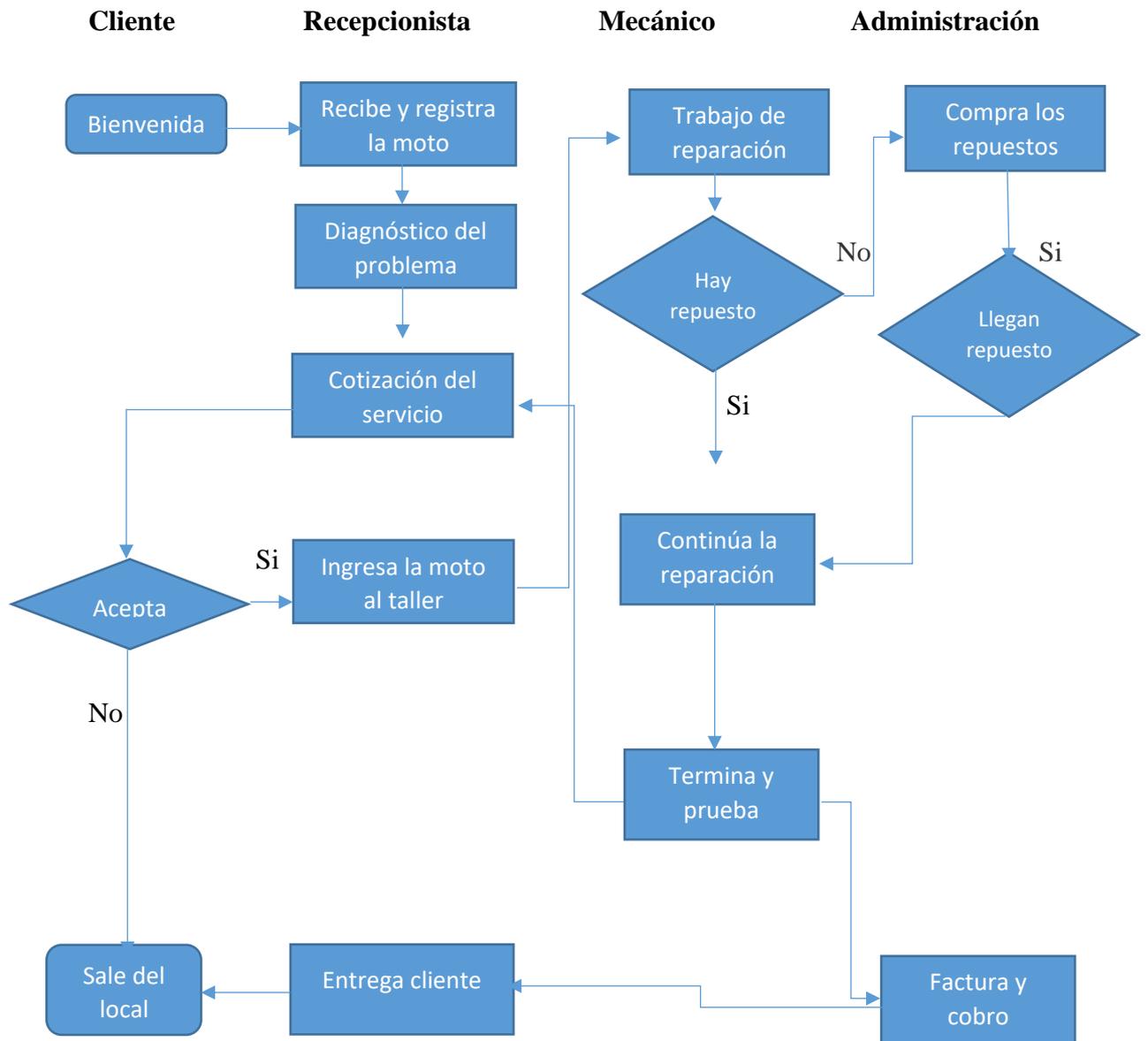


Figura 4 Diagrama De flujo del taller
Elaborado por: Disney Vargas

Descripción de los diferentes procesos del servicio de taller

Bienvenida al cliente. - El cliente deberá ser atendido de una manera personalizada respetuosa y cordial del personal encargado y en la recepción de la moto, se elabora la respectiva orden de trabajo que solicita el cliente, además en él se incluirá su estado general, cantidad de combustible y en observaciones se deberá determinar si existe algún daño en la pintura, chasis, etc. Se le indicara al cliente el tiempo probable de entrega de su moto.

Ingreso al taller. - Se deberá colocar la orden de trabajo en una parte visible de la moto, para realizar su respectivo servicio técnico, indicando si este es mantenimiento preventivo o correctivo.

Mantenimiento Preventivo. - Este mantenimiento contempla el cambio de aceite de motor, niveles de líquido de frenos, nivel de refrigerante, lavado a presión y simonizado de los componentes plásticos de la motocicleta.

Mantenimiento correctivo. - Este consiste en el desarmado y cambio de las respectivas piezas dañadas, si este fuese el caso, terminado con el armado respectivo y prueba del trabajo realizado. En este tipo de mantenimiento se incluye un ABC del motor, chequeo de la suspensión, chequeo de freno, sistema eléctrico y modificación tanto estética (personalizada), como mecánica de la moto.

Prueba y facturación del trabajo. - Se realiza la prueba correspondiente del trabajo realizado, para luego si esta es satisfactoria realizar la elaboración de la factura respectiva.

Aceptación del servicio del cliente. - Si el cliente una vez realizado el trabajo y revisado por él no está conforme con el mismo, la moto regresara de nuevo al taller, donde se realiza de nuevo el servicio solicitado. Si el cliente está de acuerdo con el trabajo realizado se le hace la respectiva factura y la entrega de la moto a su entera satisfacción.

Pago y entrega de la respectiva factura. - La forma de pago se la puede realizar por medio de tarjetas de crédito, débito, cheque o en efectivo. Luego de que el cliente realice el pago respectivo, se le entregara la motocicleta.

2.5 Distribución por áreas del plan de negocios:

Para la implantación del plan de negocio se requiere un terreno con un área de 300 metros cuadrados de los cuales se asigna 103 metros para el área administrativa y almacén de repuestos y los 197 restantes estarán distribuidos en la siguientes sesiones: Área para la recepción y entrega de motocicletas 22.50 metros cuadrados, área de taller

de mecánica 145.50 metros cuadrados, área de lavado y lubricado 20 metros cuadrados, servicio higiénicos y vestidores de 9 metros cuadrados, (ver tabla 5).

Tabla 5 Áreas del proyecto

Área Administrativa	Área en metros cuadrados (M2)
Gerencia	16.00
Secretaría y Contabilidad	16.00
Almacén	67.40
SS HH	3.60
Total	103.00
Área de taller y servicio técnico	
Recepción y entrega de motos	22.50
Talleres	145.50
Lavado y lubricado	20.00
SS HH y Vestidores	9.00
Total	197.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Disney Vargas

Requerimiento de mano de obra

Siendo la mano de obra el esfuerzo físico o mental que emplea un técnico para fabricar, mantener o reparar un bien, en particular una máquina. Se constituye un factor muy importante en los costos de operación, dependiendo del grado de automatización de los procesos y la especialización del personal de la empresa, (ver tabla 6).

Tabla 6 Requerimiento de mano de obra

Cargo	Numero	Remuneración	Mensual	Total mensual
Mano de obra indirecta				
Gerente – Propietario	1	Mensual	600.00	600.00
Secretaría – Contadora	1	Mensual	600.00	600.00
Mano de obra directa				
Vendedor	2	Mensual	394.00	788.00
Mecánico	1	Mensual	500.00	500.00
Ayudante mecánico	1	Mensual	394.00	394.00
Total				2782.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Disney Vargas

Estos son los requerimientos mínimos de personal para iniciar el plan de negocios, que luego se incrementa con relación a la demanda de servicios.

Materiales, insumos, servicios básicos

Estos son los insumos directos e indirectos previstos para la implantación del plan de negocios de un almacén de repuestos y taller de servicio técnico de motocicletas con sus respectivos costos mensuales, (ver tabla 7).

Tabla 7 Materiales, insumos, servicios basicos

Ítem	Unidad	Cantidad unitario	Valor mensual	Valor
Insumos directos				
Agua potable	Global	1	180.00	180.00
Energía Eléctrica	Global	1	200.00	200.00
Shampoo	Global	1	50.00	50.00
Wuipes	Global	1	30.00	30.00
Amorol	Global	1	50.00	50.00
Cera	Global	1	25.00	25.00
Insumos indirectos				
Materiales de oficina	Global	1	50.00	50.00
Indumentaria	Global	1	100.00	200.00
Teléfono e internet	Global	1	45.00	45.00
Útiles de aseo	Global	1	30.00	30.00
Propaganda	Global	1	200.00	200.00
Total				1060.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Disney Vargas

Requerimientos de maquinaria y equipo

Los requerimientos de maquinaria y herramientas para el taller de servicio técnico de motocicletas se detallan a continuación, (ver tabla 8).

Tabla 8 Requerimientos de Maquinaria y Equipo

Cant.	Activos fijos	Valor unitario	Valor total
	MAQUINAS Y HERRAMIENTA	7505	9115
1	Maquina prueba y limpieza de inyectores	645	645
2	Bomba de vacío para cambio de aceite	170	340
1	Compresor de aire	760	760
1	Suelda Mig	655	655
1	Suelda Mig Tig	1450	1450
2	Elevadores Hidráulico de motos	1440	2880
1	Hidrolavadora	790	790
1	Desmontadora de llanta	1250	1250
1	Multímetro	157	157

1	Manómetros	188	188
EQUIPO DE OFICINA		2499	3554
2	Computador	1025	2050
1	Impresora	234	234
1	Teléfono	30	30
2	Regulador de voltaje	30	60
1	Sistema de facturación	1.180	1.180
MUEBLES DE OFICINA		2737	5505
2	Escritorios	390	780
1	Silla Gerencia	210	210
1	Sillas Giratoria	99	99
2	Sillas de espera Tripersonal	520	1040
2	Archivadores aéreos	158	316
1	Módulo de carpetas	260	260
2	Vitrinas	500	1000
3	Estanterías	600	1800
Total			18.174.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Disney Vargas

2.6 Cronograma de ejecución del proyecto

Este cronograma determina el momento en que cada actividad debe llevarse a cabo, así como la secuencia y el tiempo en que tiene que ser ejecutadas para poder cumplir con la implantación del plan de negocios, ver cronograma a continuación.

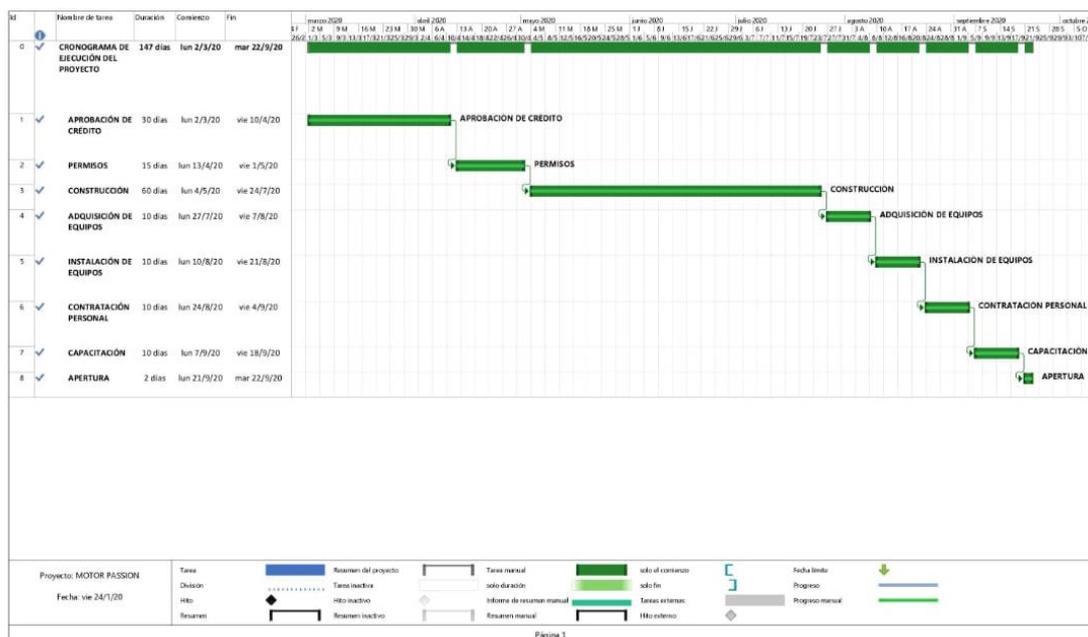


Figura 5 Cronograma de ejecución

Elaborado: Disney Vargas

2.7 Análisis de resultados de la encuesta

Preguntas para los dueños de las motocicletas:

Esta pregunta se la incluyo para determinar si los dueños de motocicletas realizan trabajos de mantenimiento preventivo o correctivos, (ver tabla 9).

Tabla 9 ¿Qué Servicio usted ha necesitado de un Taller Mecánico?

Servicios	Cantidad encuestados	%
Reparación del motor	4	5
Afinado del motor	18	25
Reemplazo Kit de arrastre	13	18
Reparación del sistema de frenos	8	11
Reparación de embrague	9	13
Chequeo del Sistema eléctrico	10	14
Otro	10	14
Total	72	100

Fuente: Encuestas

Elaborado: Disney Vargas

Conclusión. - El 25% de los encuestados recurren a un taller por el afinado del motor, el 18% en la reparación del sistema arrastre, el 11% reparación del sistema de frenos, el 13% reparación de embrague, el 14% chequeo del sistema eléctrico, de estos resultados se concluyen que los dueños de motocicletas no realizan trabajos de mantenimiento, sino solo correctivos.

Esta pregunta es necesaria para el plan de negocio, porque nos permite conocer si los posibles clientes pueden optar por cambiar a un nuevo taller, (ver tabla 10)

Tabla 10 ¿Tiene usted un Taller Mecánico de Confianza?

	Cantidad de encuestados	%
Si	17	23
No	9	13
Otro	46	64
Total	72	100

Fuente: Encuestas

Elaborado: Disney Vargas

Conclusión. - El mayor porcentaje de propietarios de motos no tienen un almacén de repuestos y taller de confianza al cual acudir por cualquier tipo de daño, así como también poder realizar modificaciones estéticas en sus motocicletas, lo que indica que existe un buen segmento del mercado para ejecutar el plan de negocios propuesto, tratando de captar este importante segmento de clientes insatisfechos.

En esta pregunta se la hizo para determinar si los clientes están interesados en cambiar a un almacén de repuestos que, a más de la adquisición de estos, tenga un taller de reparación, que le preste servicios adicionales lo que para nuestro plan será un factor importante en la consecución de clientes, (ver tabla 11).

Tabla 11 ¿Estaría Dispuesto a cambiar a un Taller Mecánico que le brinde un Servicio Universal que esté incluido a más de la Reparación, el Lavado, Embellecimiento y Modificación Estética o Mecánica de su Motocicleta?

	Cantidad encuestados	%
Si	48	66
No	15	21
Otro	9	13
Total	72	100

Fuente: Encuestas

Elaborado: Disney Vargas

Conclusión.- De los resultados obtenidos se concluye que la mayor parte de las personas encuestadas estarían dispuestos a acudir a un nuevo almacén y taller, si este les brindaría un servicio universal y garantía en el trabajo realizado en su motocicleta. Esta pregunta es muy importante para el plan de negocios, porque la mayor parte de los encuestados están interesados en que se les brinde tanto los repuestos, como la correspondiente mano de obra en un mismo lugar.

Esta pregunta se realiza para identificar si los clientes están de acuerdo con el tiempo de permanencia en la reparación de su moto, (ver tabla 12).

Tabla 12 El tiempo de Permanencia de su Moto en el Taller le Pareció el Adecuado?

	Cantidad encuestados	%
Si	22	31
No	45	62
Otros	5	7
Total	72	100

Fuente: Encuestas

Elaborado: Disney Vargas

Conclusiones. - De los resultados obtenidos vemos que la mayoría de los clientes no están de acuerdo con el tiempo que permanecieron de sus motos en el taller, creen que fue demasiado tiempo. Un porcentaje del 7% es indiferente con relación al tiempo de entrega. Estos resultados son importantes para el plan de negocios a implantarse porque los talleres existentes no respetan el turno de llegada de las motos, ni tampoco los tiempos ofrecidos para su entrega. El plan tendrá como política el cumplimiento en

los tiempos de entrega, ofrecidos a los clientes ya que en la mayoría de los casos su moto se constituye en su herramienta de trabajo.

Esta pregunta es de gran importancia porque permite saber a qué factor los usuarios dan más relevancia en los trabajos, (ver tabla 13)

Tabla 13 Que Factor tiene más Importancia en los Servicios Técnicos que su Taller Mecánico le Presta?

	Cantidad encuestados	%
Precio	37	52
Garantía	17	23
Tiempo de entrega	14	20
Otros	4	5
Total	72	100

Fuente: Encuestas

Elaborado: Disney Vargas

Conclusiones. - De los resultados obtenidos en esta pregunta a la mayor parte de dueños de las motocicletas, le dan más importancia al precio que pagan por el servicio, consideran además que no tiene mucha importancia la garantía que le da el taller en el trabajo realizado.

Esta pregunta se la hace para determinar si es un vehículo para la recreación o para trabajo, (ver tabla 14)

Tabla 14 ¿Que uso le da a su Motocicleta?

	Encuestados	%
Trabajo	36	50
Uso familiar	25	35
Otro	11	15
Total	72	100

Fuente: Encuestas

Elaborado: Disney Vargas

Conclusión. - De estos datos se determina que el mayor porcentaje le destina a su motocicleta como vehículo de trabajo, un buen porcentaje para el uso de la familia en sus diferentes actividades tales como para dejar los niños a la escuela, y hacer las diferentes compras todos los días, un menor porcentaje para otros fines como el uso recreativo de fines de semana.

Preguntas para los dueños de Talleres Mecánicos.

Esta pregunta se la realiza con el propósito de ver si los negocios de repuestos existentes llegan a cubrir la demanda actual, (ver tabla 15).

Tabla 15 Los Repuestos que los Clientes Necesitan los Adquiere Fácilmente en la Ciudad

	Cantidad encuestados	%
Si	1	25
No	2	50
Otro	1	25
Total	4	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Disney Vargas

Conclusiones. - De estos datos se concluye que en un 50% no pueden adquirir sus repuestos o piezas de recambio fácilmente en la ciudad, el 25% de los clientes tuvieron que recorrer números almacenes de repuestos para poder conseguir lo que necesitaban, y el otro 25% tuvieron que salir fuera de la ciudad.

Esta pregunta se la realiza para saber el costo de mano de obra que cobran los talleres más importantes que constituye la competencia actual, (ver tabla 16).

Tabla 16 Cuánto cobra usted de mano de obra en los siguientes trabajos

Servicio ofrecido	Taller1	Taller 2	Taller 3	Taller 4	Promedio
Reparación del motor	60	70	80	70	70
Reparación del sistema de embrague	35	30	40	35	35
Reparación de caja de cambios	50	60	60	50	55
Abc del motor	15	25	40	20	25
Abc del sistema eléctrico	30	35	40	35	35
Abc del sistema de arrastre	20	25	30	25	25
Abc de la suspensión	30	40	50	40	40

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Disney Vargas

Conclusión: Estos son los precios promedios referenciales que debe tomarse en cuenta, en los trabajos a realizar en el taller para que estos tengan un menor valor, que el de la competencia, en consecuencia, esta es una buena estrategia para poder captar un mayor número de clientes.

Nota: Los trabajos de modificación estética de las motos no se consideran en la tabla 16, porque en la actualidad ningún taller realiza este tipo de trabajo.

CAPITULO III

PROPUESTA DE MEJORA CANVAS

Toda emprendimiento debe definir su modelo de negocio, es la estrategia básica para que una empresa crea, proporciona y capta valor en el mercado que en la actualidad es altamente competitivo. Definiendo hipótesis básicas sobre la idea de un plan de negocio.

3.1 Segmentación clientes

Edad: 18 años en adelante.

Género: Masculino y Femenino.

Nivel educacional: Indiferente.

Nivel Socio económico: Media Alta y Baja.

3.2 Planificación de estrategias a largo plazo para la fidelización de clientes

Siendo el interés principal del propietario de una motocicleta obtener un óptimo funcionamiento de su vehículo, este tipo de segmentación considera los beneficios de un servicio y producto (repuestos); requiere que las piezas de recambio sean de buena calidad y que la mano de obra utilizada para la reparación de su vehículo sea optima y le garantice una buena durabilidad, debido a que los propietarios de las motocicletas no realizan mantenimiento preventivo si no solo correctivo.

3.3 Estrategias

Según Arce Burgoa, (2016) Las estrategias de una empresa deben reunir las siguientes características:

Deben ser los medios o las formas que permitan lograr los objetivos; que deben ser los “fines” y las estrategias, “los medios” que permitan alcanzarlos. Deben guiar al logro de los objetivos con la menor cantidad de recursos, y en el menor tiempo posible.

- Deben ser claras y comprensibles para todos.
- Deben estar alineadas y ser coherentes con los valores, principios y cultura del plan negocios.
- Deben considerar adecuadamente la capacidad y los recursos del plan de negocios.

- Deben representar un reto para el plan de negocios.
- Deben poder ejecutarse en un tiempo razonable.

Podemos utilizar estrategias, por ejemplo:

- Para aprovechar oportunidades que se presenten en el entorno del plan de negocios.
- Para hacer frente a las amenazas del entorno, por ejemplo, para neutralizar o eliminar las fortalezas o estrategias de la competencia.
- Para aprovechar o reforzar las fortalezas o ventajas del plan de negocios.
- Para neutralizar o eliminar las debilidades del plan de negocios. (pág. 13)

3.3.1 Marketing mix

De la investigación de mercado sobre los precios de la competencia se puede establecer que es de mucha importancia para el consumidor, el poder proporcionar tanto repuesto y servicio de taller con un valor menor a la misma sin que esto signifique que no se tenga una ganancia adecuada que ponga en riesgo el plan de negocios.

A más de ofrecer un precio menor tanto en producto como en servicio es necesario que estos cumplan con características de buena calidad y se complemente con una atención excelente a los clientes.

Se debe realizar una gestión prolija de inventario mensual asegurando de esta manera la suficiente existencia de producto. Es de importancia la emisión de facturas tanto físicas como digitales.

3.3.2 Consumidor satisfecho

El plan debe cumplir con las expectativas de los clientes, ofreciéndoles un servicio de calidad y calidez, el trato al cliente es de mucha importancia tanto en el almacén de ventas de repuestos como en el taller de servicio técnico. Para lo cual el personal del taller se le debe capacitar en atención al cliente.

3.3.3 Costo a satisfacer

Se tendrá como política el disminuir el costo en la venta de repuestos y servicio del taller, sin que esto perjudique la utilidad mínima requerida para el buen

funcionamiento del plan, la calidad de los repuestos para la venta debe cumplir normas que garantice su durabilidad para la satisfacción de los clientes.

3.3.4 Comodidad del cliente

En el taller se dispone de una cómoda sala de espera en la que el cliente, podrá visualizar en un televisor imágenes mediante el uso de diapositivas correspondientes a los servicios del taller en reparaciones preventivas y correctivas, así como modificaciones ejecutadas en la personalización de su moto.

3.3.5 Comunicación

La promoción de los servicios prestados se lo realizara mediante publicidad tanto en radio, como en el único canal de televisión existente, con el objetivo de incrementar las ventas, de mayor importancia es el trato al cliente a través de los empleados encargados del taller mecánico.

3.4 Estrategia funcional

El plan de negocio debe seleccionar personal calificado en la venta de repuestos y en atención al cliente, en lo referente al taller se seleccionará además de ser un personal calificado, debe poseer diversas habilidades en reparaciones mecánicas y modificaciones estéticas de motocicletas que garantice un trabajo de calidad.

3.5 Estrategia de amplia diferenciación

Nuestra diferenciación se basa en el que el taller proporciona el lavado, personalización de la moto entendiéndose como está el embellecimiento y modificaciones estéticas y mecánicas que en la actualidad no se realiza en ninguno de los locales existentes.

3.6 Estrategia de enfoque de Nicho Mercado basado en diferenciación

El plan de negocios debe referenciarse en la calidad de los repuestos y la prestación de los servicios mecánicos ofrecidos, con la innovación de prestar el servicio de lavado y modificaciones mecánicas y estéticas que logre la satisfacción de sus clientes.

CAPITULO IV

VIABILIDAD ECONÓMICA

El estudio de la viabilidad de un plan de negocio se constituye en la parte final de la planificación del mismo, en la cual se mide su viabilidad a través de indicadores financieros. Es necesario demostrar que el plan de negocio es viable económicamente, que se van a poder cubrir de manera sostenible los gastos recurrentes, de mantenimiento y amortización del plan propuesto.

4.1 Demanda actual del mercado

La demanda de motocicletas en la ciudad, muestra una tendencia de crecimiento constante debido a la mayor facilidad para su compra, la eminente alza de combustible declarada continuamente por el gobierno desde el año 2016, la disponibilidad de nuevas plazas de trabajo creadas por las compañías petroleras que prestan servicio en esta provincia, que son obligadas a contratar personal solamente de esta localidad, estos nuevos empleados adquieren como su primer vehículo una motocicleta para trasladarse a sus lugares de trabajo, consecuencia de lo cual se ve incrementado sustancialmente la demanda de repuestos, estos nuevos dueños de motocicletas en un 90% no realiza trabajos de mantenimiento por lo que se ven obligados a realizar trabajos correctivos abriéndose de esta manera un mercado importante para el plan de negocio y taller técnico, ya que el estudio realizado determina que la demanda desborda la capacidad de los pequeños talleres ya instalados.

4.2 Crecimiento de la demanda

De acuerdo con el crecimiento de la población, este ha determinado un incremento sustancial del parque automotor de la ciudad, por consecuencia la demanda de repuestos y accesorios para motocicletas es un negocio en constante crecimiento.

La importancia de la comercialización de repuestos y servicio técnico para motocicletas, se ha constituido en un negocio lucrativo, que en la actualidad debido al incremento de este tipo de vehículos tiene una gran demanda. Esto se debe principalmente a las facilidades y la forma sencilla de adquirirlos, su bajo costo de compra, mantenimiento, facilidades de pago y mínimo costos de operación, (ver tabla 17).

Tabla 17 Población por Cantones

Parroquia	Hombres	Mujeres	Total
Nueva Loja	29017	28710	57727
Jambelí	1772	1543	3315
General farfán	3691	3078	6769
Dureno	1431	1325	2756
Pacayacú	4440	3809	8294
El Eno	3424	3212	6636
Santa Cecilia	3191	3101	6292
Total	46966	44778	91744

Fuente: Inec, censo 2010

La tabla 18 muestra la cantidad de habitantes por cada cantón que esta alrededor de la ciudad de Lago Agrio constituyéndose estos datos necesarios para el cálculo del mercado en que va constituir el plan de negocios.

Tabla 18 Población por Edades

Rango de edad	Población	%
0-14	33077	36.05
15-64	55413	60.40
De 65 en adelante	3254	3.55
Total	91744	100

Fuente: Inec, censo 2010

La tabla 18 nos permite ver el segmento de población de posibles clientes sean estos hombres o mujeres de todos los extractos sociales que poseen o pueden adquirir una motocicleta. La población de interés es la que se encuentra entre los 18 a 65 años. Esta población se concentra mayormente en la ciudad de Lago Agrio, en esta zona se ha desarrollado mayormente necesidades de tipo laboral en la administracion publica y privada.

4.3 Balance inicial

Tabla 19 Balance Inicial

MOTO PASSION		
Activo corriente		Pasivo corriente
Caja	37249,00	0
Inventario	14043,60	
Terreno	40000,00	

Total activo corriente	91292,60	Pasivo no corriente	
		Préstamo bancario	55000,00
Activo no corriente			
Maquinaria	9115,00	Total Pasivos	55000,00
Muebles y enseres	5236,00		
		Patrimonio	
Total activo no corriente	14351,00	Capital propio	40000,00
		Inventario	14043,60
Intangibles	3400,00		
TOTAL DE ACTIVOS	109043,60	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	109043,60

4.4 Presupuesto de gastos

El presupuesto es una herramienta administrativa de planeación y control financiero donde se presentan ordenadamente y en términos monetarios, los resultados previstos de un plan de acción a cumplirse en un determinado tiempo bajo ciertas condiciones. De igual forma no es algo aislado, más bien es una herramienta administrativa y es el resultado del desarrollo eficaz del proceso gerencial. Por lo que el presupuesto se encuentra íntimamente relacionado con la planeación financiera de una empresa.

El control presupuestario es el proceso de descubrir qué es lo que se está haciendo, comparando los resultados obtenidos con los datos presupuestados correspondientes a un determinado periodo de tiempo para verificar los logros o remediar las diferencias, aplicando tanto roles preventivos como correctivos dentro de la organización.

Presupuestos de inversión

Activos fijos

Los activos fijos tangibles de una empresa son los bienes que se pueden ver o tocar, son permanentes y que sirven para el funcionamiento óptimo de la misma, siendo utilizados generan los ingresos necesarios y por lo tanto están sujetos a un desgaste normal sufriendo una depreciación por su uso durante su vida útil. . Mediante la depreciación se va creando una reserva que al final permite reemplazar un bien sin afectar la liquidez ni el capital de trabajo de la empresa.

Tipos de depreciación

Método de línea recta. - El cargo anual es igual para todos los años de vida útil del activo, es decir, que el bien ofrece el mismo servicio durante cada uno de los períodos de operación. El cargo se calcula dividiendo la base de depreciación entre el total de años de servicio:

$$\text{Línea Recta: } R = [C - C_n] / n$$

C = precio original del activo

C_n = Valor de Rescate

n = Es la vida útil del activo en años

Método de la suma de los dígitos del año o método depreciación acelerada. - Este es un método que busca determinar una mayor alícuota de depreciación en los primeros años de vida útil del activo. Este método parte del supuesto que durante los primeros años el activo sufre un mayor desgaste y por tanto se reconoce una mayor alícuota de depreciación.

La fórmula que se aplica es: (Vida útil/suma dígitos) * Valor activo

Método de depreciación por unidades de producción. - Este método es muy similar al de la línea recta en cuanto se distribuye la depreciación de forma equitativa en cada uno de los periodos. Para determinar la depreciación por este método, se divide en primer lugar el valor del activo por el número de unidades que puede producir durante toda su vida útil. Luego, en cada periodo se multiplica el número de unidades producidas en el periodo por el costo de depreciación correspondiente a cada unidad.

Tabla 20 Depreciación de activos fijos

Cant.	Activos fijos	Valor unitario	Valor total	Vida útil	Valor de salvamento	% Depreciación	Valor depreciación
	Máquinas y herramienta	7505	9115		911.50		820.35
1	Máquina prueba y limpieza de inyectores	645	645	10	64.50	10%	58.05
2	Bombas de vacío para cambio de aceite	170	340	10	34	10%	30.60
1	Compresor de aire	760	760	10	76	10%	68.40
1	Suelda mig	655	655	10	65.50	10%	58.95
1	Suelda mig tig	1450	1450	10	145	10%	130.50
2	Elevadores hidráulico de motos	1440	2880	10	288	10%	259.20

1	Hidrolavadora	790	790	10	79	10%	71.10
1	Desmontadora de llanta	1250	1250	10	125	10%	112.50
1	Multímetro	157	157	10	15.70	10%	14,13
1	Manómetros	188	188	10	18.80	10%	16.92
	Equipo de oficina	2499	3554		355.40		639.72
2	Computador	1025	2050	5	205	10%	369
1	Impresora	234	234	5	23.40	10%	42.12
1	Teléfono	30	30	5	3	10%	5.40
2	Regulador de voltaje	30	60	5	6	10%	10.80
1	Sistema de facturación	1.180	1.180	5	118	10%	212.40
	Muebles de oficina	2737	5505		1101		880.80
2	Escritorios	390	780	5	156	20%	124.8
1	Silla gerencia	210	210	5	42	20%	33.60
1	Sillas giratoria	99	99	5	19.80	20%	15.84
2	Sillas de espera tripersonal	520	1040	5	208	20%	166.40
2	Archivadores areoggs	158	316	5	63.20	20%	50.56
1	Módulo de carpetas	260	260	5	52	20%	41.60
2	Vitrinas	500	1000	5	200	20%	160
3	Estanterías	600	1800	5	360	20%	288
	Total		18,184				2,340.87

Fuente: Presupuesto de Inversión

Elaborado: Disney Vargas

Nota: Se consideró un 10 % el valor de salvamento para toda la maquinaria y herramientas. Para equipo de oficina se consideró una vida útil de 5 años y un 10% de depreciación anual. Para muebles de oficina la vida útil es de 5 años y 20% de depreciación anual, (ver tabla 20).

Activos intangibles

Los activos intangibles son aquellos que no tienen un valor físico, pudiendo ser gastos de constitución de la empresa, permisos, licencia, estudios y costos judiciales, estos gastos pre operacionales será necesario recuperarlos, (ver tabla 21)

Tabla 21 Activos Intangibles

Activos intangibles	Valor total
Gastos de constitución	500.00
Permisos	300.00
Software de contabilidad	2000.00
Capacitación de personal	600.00
Total	3400.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Disney Vargas

Capital de trabajo

El capital de trabajo son recursos en forma de activos corrientes, que se requiere para financiar el inicio de las actividades productivas hasta cuando la empresa genera los recursos necesarios para su normal operación, (ver tabla 22).

Tabla 22 Capital de Trabajo

Capital de trabajo	Valor mensual
Inventario	14.043,60
Gastos generales	250.00
Gastos de servicios básicos	350.00
Mano de obra	2.782
Total	17.425.60

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Disney Vargas

Cronograma de inversiones almacén y taller

Tabla 23 Cronograma de inversiones almacén y taller

	Años										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversiones											
Activos fijos	74.174.40					5.236.00					5.236.00
Terreno	40.000.00										
Construcción	19.823.40										
Maquinaria	9.115.00										
Equipo de oficina	2.499.00					2.499.00					2.499.00
Muebles oficina	2.737.00					2.737.00					2.737.00
Activos intangibles	3.400.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos de constitución	500.00										
Software contable	2.000.00										
Permisos	300.00										
Gasto de capacitación	600.00										
Total de inversiones fijas	77.574.40	0	0	0	0	5.236.00	0	0	0	0	5.236.00
Capital de trabajo	17.425.60.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventario	14.043.60.00										
Mano de obra directa e indirecta	2.782.00										
Gastos de servicios básicos	350.00										
Gastos generales	250.00										

Total de 95.000.00 0 0 0 0 5.236.00 0 0 0 0 5.236.00
 inv.fijas+cap. Trab

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Disney Vargas

Presupuesto de Operación

El presupuesto de operación es el que incluye una planeación de todas las actividades que sucederán en el plan de negocio durante un periodo de tiempo, que por lo general es de un año y se constituye en estimar las entradas y salidas monetarias del plan de negocio.

Tabla 24 Presupuesto de Operación

Inversiones Fijas	Inversiones realizadas	Nuevas inversiones	Total
Activos fijos	74,174.40	10.472.00	84.646.40
Terreno	40.000.00		40.000.00
Construcción	19.823.40		19.823.40
Maquinaria	9.115.00		9.115.00
Equipos de oficina	2.499.00	4.998.00	7.497.00
Muebles de oficina	2.737.00	5.474.00	8.211.00
Activos intangibles	3.400.00	0	3.400.00
Gasto de constitución	500.00		500.00
Software contable	2.000.00		2.000.00
Permisos	300.00		300.00
Gasto de capacitación	600.00		600.00
Total de inversiones fijas	74,174.40	10.472.00	84,646.40
capital de trabajo	17.425.60	0	17.425.60
Inventario	14.043.60		14.043.60
Mano de obra directa e indirecta	2.782.00		2.872.00
Gastos de servicios básicos	350.00		350.00
Gastos generales	250.00		250.00
Total de inv.fijas+cap. Trab	95.000.00	10.472.00	105.472.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Disney Vargas

4.5 Pronostico de ventas

Es un documento importante para poner en marcha un proyecto porque nos indica las previsiones de ingresos y egresos para un periodo determinado. Los ingresos del plan de negocios, constituyen las entradas de dinero que genera la empresa en el desarrollo de su actividad económica; éstas entradas de dinero surgen de la venta del servicio. Para determinar los ingresos del proyecto se necesita conocer el precio de venta, tomando en cuenta como antecedente el precio en el estudio de mercado y el precio de la competencia, que cubra costos y que además incluya un porcentaje de ganancia.

Tabla 25 Presupuesto de Ingresos

Años	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Total ingresos	133.080,83	159.697,00	191.636,40	229.963,68	275.956,42	331.147,70	397.377,24	476.852,69	572.223,23	686.667,87

Presupuestos de Egresos

Este documento nos permite calcular y plasmar en registro el dinero necesario que se requiere para la puesta en marcha del plan de negocios. Se debe considerar el capital de trabajo o costos de administración también como un egreso en el momento cero, ya que estos recursos deben quedar disponibles para que la administración del proyecto pueda utilizarlo en su gestión.

Tabla 26 Presupuesto de Egresos

Años	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costo de fabricación	52.387,52	55.006,90	57.757,24	60.645,10	63.677,36	66.861,23	70.204,29	73.714,50	77.400,23	81.270,24
Gasto de administración	72.238,90	73.683,68	75.157,35	76.660,50	78.193,71	79.757,58	81.352,73	82.979,79	84.639,38	86.332,17
Gastos financieros	4.922,50	4.597,73	4.243,89	3.858,38	3.438,36	2.980,76	2.482,20	1.939,02	1.347,23	702,47
Total egresos	129.549,92	133.290,30	137.161,48	141.167,98	145.314,43	149.605,57	154.046,22	158.641,31	163.395,84	168.314,88

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Disney Vargas

Origen y Aplicación de Recursos

Luego de hacer la evaluación y análisis detallado de los montos de inversión del proyecto, es necesario analizar la fuente de recursos que deberá cubrir el total de la inversión.

Según los resultados obtenidos el plan de negocio necesita tanto la inversión de capital propio, como el financiamiento externo que será obtenido a través de un crédito del sistema financiero, como es la Corporación Financiera Nacional.

Los recursos propios cubren la totalidad del costo de compra del terreno y luego podrá servir como objeto de garantía, para acceder al crédito necesario.

Tabla 27 Origen y Aplicación de Recursos

Rubros de inversión	Inversión	Fuentes financiamiento	
		Rec. Propio	Bancos
Activos fijos	74.174.40		34.174.40
Terreno	40.000.00	40.000	0
Construcción	19.823.40		19.823.40
Maquinaria	9.115.00		9.115.00
Equipo. Oficina y muebles	5.236.00		5.236.00
Activos intangibles	3.400.00		3.400.00
Gastos de constitución	3.400.00		3.400.00
Capital de trabajo	17.425.60		17.425.60
Inventario	14.043.60		14.043.60
Mano de obra	2.782.00		2.782.00
Gastos de servicios	350.00		350.00
Gastos generales	250.00		250.00
Total de inv. Fija + cap. Trabajo	95.000.00		55.000.00

Fuente: Presupuesto

Elaborado: Disney Vargas

Estructura del Financiamiento

En el presente plan de negocios se opta, por un préstamo obtenido mediante un crédito otorgado por la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés del 8.95% anual a 10 años plazo.

Tabla 28 Estructura de Financiamiento

Fuentes	Monto	%
Recursos propios	40.000.00	42%
Recursos externos	55,000.00	58%
Total	95.000.00	100

Fuente: Presupuesto

Elaborado: Disney Vargas

De acuerdo a los datos proporcionados de la página web de la (CFN), se obtuvo los siguientes resultados para adquirir un préstamo de US \$55.000, con un interés del 8.95%, a un plazo de 10 años.

Tabla 29 Tabla de Amortización del Préstamo

Periodo	Fecha	Saldo Capital	Amortización	Interés	Valor Cuota
0	02/03/2020	55.000.00			
1	02/03/2021	51.371.25	3.628.75	4.922.50	8.551.25
2	02/03/2022	47.417.72	3.953.53	4.597.73	8.551.25
3	02/03/2023	43.110.35	4.307.37	4.243.89	8.551.25
4	02/03/2024	38.417.48	4.692.88	3.858.38	8.551.25
5	02/03/2025	33.304.59	5.112.89	3.438.36	8.551.25
6	02/03/2026	27.734.10	5.570.49	2.980.76	8.551.25
7	02/03/2027	21.665.04	6.069.05	2.482.20	8.551.25
8	02/03/2028	15.052.81	6.612.23	1.939.02	8.551.25
9	02/03/2029	7.848.79	7.204.03	1.347.23	8.551.25
10	02/03/2030	0.00	7.848.79	702.47	8.551.25

Fuente: CFN

Elaborado: Disney Vargas

4.6 Punto de equilibrio

Según Kampf (2016) “El punto de equilibrio es donde el ingreso total de la empresa es igual a sus gastos totales. Esto significa que en el punto de equilibrio no hay utilidad o esta es simplemente cero” (pág. 15).

Por lo tanto, el punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre costos fijos, costos variables y beneficios. Es el nivel de producción en que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y las variables, (ver tabla 29), para los insumos de venta en el almacén.

$$P.E.Q = \text{COSTOS FIJOS TOTALES} * \%PARTICIPACION / \text{MARGEN PONDERADO TOTAL}$$

Tabla 30 Punto de equilibrio almacén de repuestos

Insumos	Ventas x mes	% partici pación	Cant/ V	Preci o	Cost. Unitari o	Margen de contribució n	Margen ponderad o	Punto equilibr io qx	Punto equilibr io \$	Costo variabl e
Casco	150,00	2,05	3	50,00	30,000	20,000	41,043	5	236,85	142,11
Guantes	32,00	0,44	2	16,00	12,00	4,000	1,751	1	16,17	12,13
Gafas	96,00	1,31	8	12,00	8,00	4,000	5,254	3	36,38	24,25
Impermeable	125,00	1,71	5	25,00	18,00	7,000	11,971	4	98,69	71,06
Neumático varios rines	1.000,0 0	13,68	20	50,00	35,00	15,000	205,215	32	1.579,0 2	1.105,3 1
Aceite	390,00	5,34	30	13,00	8,00	5,000	26,678	12	160,11	98,53
Spray	100,00	1,37	20	5,00	3,00	2,000	2,736	3	15,79	9,47
Faros	160,00	2,19	8	20,00	15,00	5,000	10,945	5	101,06	75,79
Filtros de gasolina	60,00	0,82	30	2,00	0,50	1,500	1,231	2	3,79	0,95
Retrovisor	40,00	0,55	8	5,00	3,00	2,000	1,094	1	6,32	3,79
Tapas de deposito	60,00	0,82	6	10,00	5,00	5,000	4,104	2	18,95	9,47
Cable freno	90,00	1,23	18	5,00	2,50	2,500	3,078	3	14,21	7,11
Cable embr	72,00	0,99	12	6,00	3,50	2,500	2,463	2	13,64	7,96
Disco embrague	200,00	2,74	20	10,00	5,00	5,000	13,681	6	63,16	31,58
Plato embrague	160,00	2,19	16	10,00	5,00	5,000	10,945	5	50,53	25,26
Pastillas frenos	198,00	2,71	22	9,00	5,00	4,000	10,835	6	56,28	31,26
Zapatillas	54,00	0,74	6	9,00	5,00	4,000	2,955	2	15,35	8,53
Tubos llanta	50,00	0,68	10	5,00	3,00	2,000	1,368	2	7,90	4,74
Amortiguadores	440,00	6,02	8	55,00	30,00	25,000	150,491	14	764,24	416,86
Forros asientos	64,00	0,88	8	8,00	3,00	5,000	4,378	2	16,17	6,06
Pistón y rines	270,00	3,69	6	45,00	25,00	20,000	73,877	9	383,70	213,17
Juego de empaques	75,00	1,03	15	5,00	1,50	3,500	3,591	2	11,84	3,55
Aros del. Y traseros	560,00	7,66	20	28,00	15,00	13,000	99,598	18	495,18	265,27
Baterías	150,00	2,05	6	25,00	12,00	13,000	26,678	5	118,43	56,84
Bujías	75,00	1,03	25	3,00	2,00	1,000	1,026	2	7,11	4,74
Kit arrastre	150,00	2,05	10	15,00	9,00	6,000	12,313	5	71,06	42,63

Carburador	560,00	7,66	8	70,00	35,00	35,000	268,148	18	1.237,95	618,97
Kit carburador	50,00	0,68	10	5,00	3,00	2,000	1,368	2	7,90	4,74
Depurador	70,00	0,96	14	5,00	1,50	3,500	3,352	2	11,05	3,32
Guarda fangos	130,00	1,78	10	13,00	8,00	5,000	8,893	4	53,37	32,84
Focos	75,00	1,03	30	2,50	1,50	1,000	1,026	2	5,92	3,55
Rulimanes	150,00	2,05	15	10,00	5,00	5,000	10,261	5	47,37	23,69
Tacómetro	176,00	2,41	8	22,00	12,00	10,000	24,079	6	122,28	66,70
Liquido freno	120,00	1,64	30	4,00	2,00	2,000	3,283	4	15,16	7,58
Liquido batería	30,00	0,41	20	1,50	0,80	0,700	0,287	1	1,42	0,76
Barra delantera	252,00	3,45	6	42,00	20,00	22,000	75,848	8	334,25	159,16
Cdi	144,00	1,97	8	18,00	10,00	8,000	15,761	5	81,86	45,48
Llave gasolina	25,00	0,34	5	5,00	3,00	2,000	0,684	1	3,95	2,37
Trompo del stock	48,40	0,66	22	2,20	1,80	0,400	0,265	2	3,36	2,75
Relay dirección	60,00	0,82	12	5,00	2,50	2,500	2,052	2	9,47	4,74
Biela	156,00	2,13	12	13,00	7,00	6,000	12,805	5	64,04	34,49
Pito	80,00	1,09	16	5,00	2,50	2,500	2,736	3	12,63	6,32
Mando botón	108,00	1,48	12	9,00	3,00	6,000	8,865	3	30,70	10,23
arranque										
Palanca de cambio	40,00	0,55	8	5,00	2,50	2,500	1,368	1	6,32	3,16
Varillas freno trasero	50,00	0,68	10	5,00	2,50	2,500	1,710	2	7,90	3,95
Pata de arranque	44,00	0,60	8	5,50	3,00	2,500	1,505	1	7,64	4,17
Tubos de escape	120,00	1,64	6	20,00	12,00	8,000	13,134	4	75,79	45,48
Total	7.309,40	100,00				311,100	1.186,730		6.502,24	3.762,87

Fuente: Presupuesto

Elaborado: Disney Vargas

El punto de equilibrio para el almacén de repuestos es \$ 6.502.24 mensual, esta detallado en la tabla 30.

En la tabla 31 se detalla los gastos fijos para el almacén de repuestos por mes.

Tabla 31 Costos y Gastos Fijos

Costos y gastos fijos/mes	Valor
Servicios básicos	300,00
Mano de obra	1.888,00
Financiero	356,30
Muebles	73,40
Equipos	53,31
Herramientas	68,36
Total	2.739,37

Fuente: Presupuesto

Elaborado: Disney Vargas

La tabla 32 indica el número de trabajos a realizar en el taller para obtener el punto de equilibrio, en la fijación de los precios de los diferentes trabajos se toma como referencia los precios de la competencia y la utilidad esperada.

Tabla 32 Punto de equilibrio del taller

Costos directos	Ventas x mes	% participación	Cantidad vendidas	Costo Unitario	Precio	Margen contribución	Margen ponderado	Punto equilibrio q	Punto equilibrio \$	Costo variable
ABC motor preventivo	180	3,26	12	15	8	7	22,80	2	26,59	14,18
ABC motor correctivo	600	10,86	10	60	40	20	217,16	6	354,56	236,37
Rectificada de cilindro	150	2,71	10	15	10	5	13,57	1	22,16	14,77
Cambio de biela	150	2,71	10	15	5	10	27,14	1	22,16	7,39
Cambio de Rulimanes	100	1,81	10	10	5	5	9,05	1	9,85	4,92
ABC sistema eléctrico	300	5,43	15	20	10	10	54,29	3	59,09	29,55
ABC sistema de tracción	500	9,05	20	25	10	15	135,72	5	123,11	49,24
ABC frenos	240	4,34	12	20	10	10	43,43	2	47,27	23,64
Chequeos suspensión	300	5,43	10	30	20	10	54,29	3	88,64	59,09
Cambio aceite susp. Delt.	160	2,90	8	20	10	10	28,95	2	31,52	15,76

Cambio											
aceite susp.	120	2,17	6	20	10	10	21,72	1	23,64	11,82	
Tras.											
Lavado	150	2,71	30	5	2	3	8,14	1	7,39	2,95	
Pintura total	1200	21,72	4	300	200	100	2.171,55	12	3.545,60	2.363,74	
Montaje											
llantas	175	3,17	35	5	2	3	9,50	2	8,62	3,45	
Sueldas	100	1,81	20	5	2	3	5,43	1	4,92	1,97	
Vulcanizado	90	1,63	30	3	1	2	3,26	1	2,66	\$ 0,89	
Reparación											
de sist.	375	6,79	15	25	15	10	67,86	4	92,33	55,40	
Embrague											
Descarboniz											
ada de escape	60	1,09	4	15	10	5	5,43	1	8,86	5,91	
Alineada aro	48	0,87	4	12	6	6	5,21	0	5,67	2,84	
Tejida de aro más centrada	48	0,87	4	12	6	6	5,21	0	5,67	2,84	
Calibración											
de bomba	30	0,54	2	15	10	5	2,71	0	4,43	2,95	
aceite											
Carga de											
bacteria y chequeo	60	1,09	12	5	2	3	3,26	1	2,95	1,18	
Cambio de retenes	100	1,81	4	25	15	10	18,10	1	24,62	14,77	
Cambio de empaques	100	1,81	5	20	10	10	18,10	1	19,70	9,85	
mo											
Enderezada susp. Delt.	50	0,90	2	25	15	10	9,05	0	12,31	7,39	
Suelda de chasis	40	0,72	2	20	15	5	3,62	0	7,88	5,91	
Cambio espárragos cil.	60	1,09	2	30	15	15	16,29	1	17,73	8,86	
Cambio de bujes	40	0,72	2	20	10	10	7,24	0	7,88	3,94	
Total	5526	100,00	300			318	2.988,07		4.587,83	2.961,57	

Fuente: Presupuesto

Elaborado: Disney Vargas

En la tabla 33 se detalla los gastos fijos del taller por cada mes.

Tabla 33 <i>Costos y Gastos Fijos/Mes</i>	Valor
Servicios básicos	300,00
Mano de obra	894,00
Financiero	356,30
Herramientas	75,96
Total	1.626,26

Fuente: Presupuesto

Elaborado: Disney Vargas

El punto de equilibrio para el taller técnico es \$4.587,83 mensual.

El punto de equilibrio mensual para el almacén y taller adjunto da un valor de \$ 11.090.07.

4.6 Índices Financieros

Estos son un instrumento fundamental que sirven como base firme para que la gerencia del plan de negocios tome decisiones correctas y oportunas, que inciden en el futuro crecimiento y buen manejo del mismo, estos estados financieros se elaboran en base de presupuestos estimados de cada uno de los rubros que intervienen desde su ejecución hasta la operación del proyecto, en un determinado periodo de años el mismo que depende del tipo de empresa y la factibilidad de estimar estas proyecciones lo más apegado a la realidad.

Estado de Resultados

El estado de resultados más conocidas como estado de pérdidas y ganancia, es un reporte financiero en base a un periodo determinado de tiempo nos muestra de manera detallada los gastos incurridos de la empresa, en el momento que se producen y los ingresos obtenidos. Por lo tanto determina el beneficio o pérdida que ha generado una empresa en un periodo determinado de tiempo, si esta ha generado utilidades o no. Siendo este un documento muy útil para el empresario, el mismo que en base a esta información debe tomar las decisiones más acertadas respecto al negocio.

Flujo Neto de Fondos

El flujo neto de fondos es un parámetro a tomarse en cuenta, para la administración exitosa de una empresa o negocio, si el flujo de fondo es positivo esta señal indica que la empresa o negocio cumple con su objetivo y en consecuencia está bien administrada, si fuese lo contrario o sea si el flujo de fondos es negativo por uno o varios periodos de tiempo consecutivo podría determinar el cierre de la empresa o negocio.

La importancia de la información obtenida por medio del flujo neto de caja, nos permite conocer en forma rápida la liquidez de la empresa entregando una información clave, que nos ayudara a tomar decisiones importantes como cuanta mercadería podemos comprar, si lo podemos hacer de contado o necesitaremos crédito, podremos cobrar de contado nuestras ventas u otorgar créditos. Además de poder saber si se puede pagar las deudas contraídas en la fecha de vencimiento o pedir refinanciamiento, así como también invertir el excedente de dinero en nuevas inversiones, (ver tabla 34, 35).

Tabla 34 Flujo neto de fondos del inversionista sin financiamiento

Rubros	Años										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos		133.080,83	159.697,00	191.636,40	229.963,68	275.956,42	331.147,70	397.377,24	476.852,69	572.223,23	686.667,87
Costo de fabricación		52.387,52	55.006,90	57.757,24	60.645,10	63.677,36	66.861,23	70.204,29	73.714,50	77.400,23	81.270,24
Utilidad bruta en ventas		80.693,31	104.690,10	133.879,16	169.318,58	212.279,06	264.286,48	327.172,95	403.138,19	494.823,00	605.397,63
Gastos de administración y ventas		72.238,90	73.683,68	77.367,86	81.236,25	85.298,07	89.562,97	94.041,12	98.743,18	103.680,33	108.864,35
Utilidad antes de depart. E impuesto		8.454,41	31.006,43	56.511,30	88.082,32	126.980,99	174.723,50	233.131,83	304.395,01	391.142,67	496.533,28
Participación trabajadores (15%)		1.268,16	4.650,96	8.476,69	13.212,35	19.047,15	26.208,53	34.969,78	45.659,25	58.671,40	74.479,99
Utilidad antes de impuestos		7.186,25	26.355,46	48.034,60	74.869,97	107.933,84	148.514,98	198.162,06	258.735,76	332.471,27	422.053,29
Impuesto a la renta (33%)		2.371,46	8.697,30	15.851,42	24.707,09	35.618,17	49.009,94	65.393,48	85.382,80	109.715,52	139.277,59
Utilidad Neta		4.814,79	17.658,16	32.183,18	50.162,88	72.315,67	99.505,04	132.768,58	173.352,96	222.755,75	282.775,70
Depreciaciones		2.340,87	2.340,87	2.340,87	2.340,87	2.340,87	2.340,87	2.340,87	2.340,87	2.340,87	2.340,87
Amortt. Intangibles		340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00
Inversiones inicial	95.000,00										
Inversión de reemplazo						5.236,00					5.236,00
Financiamiento de terceros											
Amort. De la deuda		3.628,75	3.953,53	4.307,37	4.692,88	5.112,89	5.570,49	6.069,05	6.612,23	7.204,03	7.848,79
Valor de desecho											2.340,87
Recup. Capital del trabajo											2.782,00
Flujo de caja del proyecto	95.000,00	3.866,91	16.385,50	30.556,68	48.150,87	64.647,65	96.615,42	129.380,40	169.421,60	218.232,59	277.494,65

Fuente: Presupuesto

Elaborado: Disney Vargas

Tabla 35 Flujo neto de fondos del inversionista con financiamiento

Rubros	Años										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos		133.080,83	159.697,00	191.636,40	229.963,68	275.956,42	331.147,70	397.377,24	476.852,69	572.223,23	686.667,87
Costo de fabricación		52.387,52	55.006,90	57.757,24	60.645,10	63.677,36	66.861,23	70.204,29	73.714,50	77.400,23	81.270,24
Utilidad bruta en ventas		80.693,31	104.690,10	133.879,16	169.318,58	212.279,06	264.286,48	327.172,95	403.138,19	494.823,00	605.397,63
Gastos de administración y ventas		72.238,90	73.683,68	77.367,86	81.236,25	85.298,07	89.562,97	94.041,12	98.743,18	103.680,33	108.864,35
Gastos financieros		4.922,50	4.597,73	4.243,89	3.858,38	3.438,36	2.980,76	2.482,20	1.939,02	1.347,23	702,47
Utilidad antes de depart. E impuesto		3.531,91	26.408,70	52.267,41	84.223,94	123.542,63	171.742,74	230.649,63	302.455,99	389.795,44	495.830,81
Participación trabajadores (15%)		529,79	3.961,30	7.840,11	12.633,59	18.531,39	25.761,41	34.597,45	45.368,40	58.469,32	74.374,62
Utilidad antes de impuestos		3.002,13	22.447,39	44.427,30	71.590,35	105.011,24	145.981,33	196.052,19	257.087,59	331.326,12	421.456,19
Impuesto a la renta (33%)		990,70	7.407,64	14.661,01	23.624,82	34.653,71	48.173,84	64.697,22	84.838,91	109.337,62	139.080,54
Utilidad Neta		2.011,43	15.039,75	29.766,29	47.965,54	70.357,53	97.807,49	131.354,97	172.248,69	221.988,50	282.375,65
Depreciaciones		2.340,87	2.340,87	2.340,87	2.340,87	2.340,87	2.340,87	2.340,87	2.340,87	2.340,87	2.340,87
Amortt. Intangibles		340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00
Inversiones inicial	95.000,00										
Inversión de reemplazo						5.236,00					5.236,00
Financiamiento de terceros	55.000,00										
Amort. De la deuda		3.628,75	3.953,53	4.307,37	4.692,88	5.112,89	5.570,49	6.069,05	6.612,23	7.204,03	7.848,79
Valor de desecho											2.340,87
Recup. Capital del trabajo											2.782,00
Flujo de caja del proyecto	(40.000,00)	1.063,55	13.767,09	28.139,79	45.953,53	62.689,51	94.917,87	127.966,79	168.317,33	217.465,34	277.094,60

Fuente: Presupuesto

Elaborado: Disney Vargas

Evaluación Financiera

En todo plan de negocios se debe realizar una evaluación que tenga como objetivo determinar la rentabilidad financiera del mismo, juzgando el flujo de fondos generados, esta evaluación es necesaria para determinar la llamada capacidad financiera del proyecto y la rentabilidad, que tendrá el capital propio invertido en el mismo, determinando los flujos de ingresos y egresos con precios vigentes en el mercado, tomando como criterio de selección el valor presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR). Siendo la evaluación financiera la parte final de un análisis de factibilidad de un plan de negocios.

Determinación de la Tasa de Descuento

El flujo neto de fondos sin financiamiento se considera como el capital aportado en su totalidad por el o los socios de una empresa. Toda inversión tiene como expectativa una tasa mínima de ganancia sobre una inversión realizada, llamada Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), (ver tabla 36, 37).

Tabla 36 Tasa de descuento del proyecto

Tasa pasiva	6,17
Tasa de inflación global de la economía	2,3
Riesgo de proyecto	8
TMAR	16,47

Elaborado: Disney Vargas

Tabla 37 Tasa de descuento inversionista

Tasa impositiva(t)	31,35			
TMAR del banco	8,95			
TMAR fuente externas = TMAR banco *(1-t)	6,14			
Fuente	Valor	%	Tasa %	Ponderación %
Propias	40.000,00	42	16,47	6,93
Externas	55.000,00	58	6,14	3,56
TMAR				10,49

Elaborado: Disney Vargas

$$TMAR = \% \text{ de inflación} + \text{prima del riesgo} + \% \text{ tasa pasiva promedio}$$

Criterios de Evaluación

Para la evaluación del plan negocio se utiliza los siguientes parámetros: Tasa interna de retorno (TIR); Valor Actual Neto (VAN); Relación beneficio/costo, período de recuperación de la inversión y análisis de sensibilidad.

Valor Actual Neto

Es un método mediante el cual se compara el valor actual de todos flujos de entrada en efectivo con los flujos de salida en efectivo, relacionados con un proyecto de inversión, este método nos permite calcular el valor presente neto de un determinado número de flujos de caja futuros, descontando una tasa o tipo de interés determinado para todo un periodo de tiempo considerado, además constituye una herramienta fundamental para la evaluación de un proyecto.

$$VAN = \sum_{n=1}^t \frac{\text{flujo neto de fondos en cada año}}{(1+i)^n} - \text{Inversión}$$

Tasa Interna de Retorno

Un plan de negocios se considera viable cuando la tasa interna de retorno es mayor a la tasa mínima de rendimiento requerida para el mismo. Se puede determinar también la tasa interna, mediante un sistema de aproximaciones sucesivas, a partir de considerar de forma subjetiva una tasa de descuento inicial, la misma que se va ajustando hasta obtener dos tasas consecutivas que den como resultado un VAN positivo y otro negativo para posteriormente mediante interpolación calcular la respectiva TIR del plan de negocios.

$$TIR = \frac{FNCI}{(1+r)^1} + \frac{FNCI}{(1+r)^2} + \frac{FNCI}{(1+r)^n} - 1 = 0$$

Donde:

FNC = Flujo Neto de Caja

r = Tasa Interna de Retorno

I = Inversión

La tasa interna del plan se asume en 16,47% y la tasa asumida para el inversionista es 10,49%. Que sirve como base para la realización de la tabla 38.

Tabla 38 Valor actual Neto

Años	Flujo neto del proyecto	Flujo neto actualizado proyecto	Flujo neto del inversionista	Flujo neto actualizado del inversionista
0	(95.000,00)	(95.000,00)	(40.000,00)	(40.000,00)
1	3.866,91	3.320,09	1.063,55	962,57
2	16.385,50	12.079,02	13.767,09	11.277,07
3	30.556,68	19.340,34	28.139,79	20.861,81
4	48.150,87	26.166,63	45.953,53	30.833,79
5	64.647,65	30.163,55	62.689,51	62.689,51
6	96.615,42	38.704,55	94.917,87	52.168,72
7	129.380,40	44.501,02	127.966,79	63.655,58
8	169.421,60	50.032,96	168.317,33	75.778,33
9	218.232,59	55.334,11	217.465,34	88.610,11
10	277.494,65	60.410,70	277.094,60	102.187,63
	VAN	95.233,55		40.185,05
	TIR	22%		51%

Fuente: Criterios de evaluación

Elaborado por: Disney Varga

Relación Beneficio/ Costo

La relación beneficio/ costo es el consiente de dividir los ingresos actualizados del plan de negocios como venta, recuperaciones y todo tipo de entrada de dinero y los costos actualizados de todos los egresos, como los costó de operación inversiones, pago de impuestos, depreciaciones, pago de créditos, intereses. De cada uno de los años del plan.

En todo plan de negocios de inversión se utiliza tres principales indicadores de rentabilidad que determinan la viabilidad financiera del mismo. Hacer cálculos de estos indicadores no es razón suficiente para tomar decisiones de un proyecto, sino más bien el saber realizar su adecuada interpretación y significado para poder llevar a cabo un plan de negocios exitoso. Estos indicadores financieros son el VAN, el TIR, la relación beneficio costo (R B/C) y el análisis de sensibilidad.

$$RB/C = \frac{\sum_{i=0}^n \frac{vi}{(1+i)^n}}{\sum_{i=0}^n \frac{ci}{(1+i)^n}}$$

Los ingresos y los egresos son calculados utilizando el VAN, de acuerdo al flujo de caja.

De acuerdo con este criterio la inversión es aceptable en un plan de negocios, si el valor de la relación beneficio costos es mayor a 1. Si es menor a 1 la inversión no se podrá realizar.

Tabla 39 Relación Beneficio Costo Proyecto

Años	Ingresos del proyecto	Ingresos actuales proyectado	Egresos de proyecto	Egresos actualizados proyecto
1	133.080,83	114.261,90	129.549,92	117.250,36
2	159.697,00	117.724,98	141.148,43	115.619,24
3	191.636,40	121.293,01	154.842,27	114.974,38
4	229.963,68	124.969,19	171.048,51	114.769,74
5	275.956,42	128.756,78	190.267,83	115.544,82

6	331.147,70	132.659,17	213.101,26	117.124,61
7	397.377,24	136.679,84	240.270,23	119.519,61
8	476.852,69	140.822,36	272.640,76	122.745,90
9	572.223,23	45.090,44	311.252,36	126.825,30
10	686.667,87	149.487,88	357.352,74	131.785,42
	Van	1.311.745,56	Vna	1.195.979,38
Tmar	16,47	Rb/c	1,10	

La tasa interna del proyecto es 16,47%.

Fuente: Criterios de evaluación

Elaborado: Disney Vargas

La tasa interna del inversionista es 10,49%

Tabla 40 Relación Beneficio Costo Proyecto

Años	Ingresos	Ingresos actuales inversionista	Egresos del inversionista	Egresos actualizados inversionista
1	133.080,83	120.446,04	3.866,91	3.866,91
2	159.697,00	130.812,97	16.385,50	16.385,50
3	191.636,40	142.072,19	30.556,68	30.556,68
4	229.963,68	154.300,51	48.150,87	48.150,87
5	275.956,42	167.581,33	64.647,65	64.647,65
6	331.147,70	182.005,24	96.615,42	96.615,42
7	397.377,24	197.670,64	129.380,40	129.380,40
8	476.852,69	214.684,38	169.421,60	169.421,60
9	572.223,23	233.162,51	218.232,59	218.232,59
10	686.667,87	253.231,07	277.494,65	277.494,65
	VAN	1.795.966,90	VAN	1.054.752,28
TMAR	10,49	RB/C	1,70	

Fuente: Criterios de evaluación

Elaborado: Disney Vargas

Período de Recuperación de la Inversión

El principio básico de la determinación del periodo de recuperación de la inversión, es el establecer el tiempo que le toma al plan de negocios, para poder recuperar su inversión inicial siendo este el tiempo que está en riesgo. Sin embargo, la determinación del tiempo de recuperación de la inversión inicial no puede tomarse como base por si solo en la decisión de una inversión significativa, por lo que se hace

necesario emplear además otras técnicas de valoración de inversión como el TIR, y el VAN.

$$\text{Factor de pago} = \frac{\text{Inversión inicial} - \text{flujo acumulado año anterior considerado}}{\text{flujo neto del año considerado}}$$

$$\text{año de repago} = \text{factor de repago} + \text{año anterior al considerado}$$

El periodo de repago para el plan de negocios para un almacén de repuestos y taller de servicio técnico se lo calcula en tabla 41.

Tabla 41 Periodo de Recuperación del Proyecto

Años	Flujo neto actualizado proyecto	Flujo de fondos acumulado
Inv. Inicial	(95.000,00)	
1	3.320,09	3.320,09
2	10.979,34	14.299,43
3	17.310,37	31.609,81
4	23.355,69	54.965,50
5	26.703,03	81.668,53
6	34.709,88	116.378,41
7	40.073,41	156.451,82
8	45.260,95	201.712,77
9	50.294,97	252.007,74
10	55.171,69	307.179,43
Recuperación de inversión total del proyecto		
Periodo de repago		
Años	5	
Meses	4	
Días	18	

Fuente: Criterios de evaluación

Elaborado: Disney Vargas

De la tabla 40 se determina que la recuperación del capital del proyecto se recupera en 5 años, 4 meses y 18 días.

El periodo de repago para el inversionista del plan de negocios para un almacén de repuestos y taller de servicio técnico se lo calcula en tabla 42.

Tabla 42 Periodo de Recuperación Capital del Inversionista

Años	Flujo neto actualizado proyecto	Flujo de fondos acumulado
Inv. Inicial	(40.000,00)	
1	962,57	962,57
2	7.611,29	8.573,86
3	13.396,86	21.970,72
4	19.415,79	41.386,51
5	37.088,55	78.475,06
6	32.294,04	110.769,10
7	39.229,08	149.998,18
8	46.549,42	196.547,59
9	54.299,58	250.847,17
10	62.485,59	313.332,77
Recuperación de capital sin el crédito		
Periodo de repago		
Años	3	
Meses	4	
Días	18	

Fuente: Criterios de evaluación

Elaborado: Disney Vargas

De la tabla 42 se determina que la recuperación del capital del inversionista es en 3 años, 4 meses y 18 días.

Análisis Sensibilidad

Del análisis financiero de las diferentes variables del plan se puede concluir que el presente plan de negocio es altamente rentable, como lo refleja el VAN (Valor Actual Neto) y el TIR (Tasa Interna de Retorno).

El análisis de sensibilidad nos permite conocer el efecto que tendrán las diferentes variables consideradas en la rentabilidad del plan de negocio, los escenarios que pueden presentarse debido a los efectos de estas variables serian:

Sensible. - Se debe aplicar estrategias adecuadas y realizar un análisis exhaustivo de los precios presentes en el mercado.

No sensible. - Esto nos indica que a pesar de la variación del factor crítico considerado el plan de negocio sigue siendo rentable.

Tabla 43 Indicadores Financieros

Variable	Proyecto				Inversionista			
	VAN	TIR	TMAR	RB/C	VAN	TIR	TMAR	RB/C
Normal	95.233,55	22%	16,47	1,1	40.185,05	38%	10,49	1,7
Reduciendo ingresos 15%	95.223,24	13%	16,47	0,9	40.156,45	38%	10,49	2,32
Reduciendo ingresos 18%	95.229,06	14%	16,47	1,01	40.173,58	46%	10,49	1,48
Reduciendo ingresos 23%	95.239,76	27%	16,47	1,24	40.202,44	58%	10,49	1,49
Reduciendo ingresos 25%	95.243,91	30%	16,47	1,34	40.213,91	62%	10,49	1,39
Reduciendo ingresos 28%	95.250,16	34%	16,47	1,52	40.231,35	68%	10,49	1,27
Reduciendo ingresos 30%	95.254,33	37%	16,47	1,65	40.243,03	72%	10,49	1,2
INDICADORES FINANCIEROS								
VARIABLE	Proyecto				Inversionista			
	VAN	TIR	TMAR	RB/C	VAN	TIR	TMAR	RB/C
Normal	95.233,55	22%	16,47	1,1	40.185,05	38%	10,49	1,7
Incremento de costo 8%	95.251,92	36%	16,47	1,65	40.236,40	70%	10,49	1,23
Incremento de costo 10%	95.250,32	35%	16,47	1,65	40.231,97	69%	10,49	1,24
Incremento de costo 12%	95.248,70	35%	16,47	1,65	40.227,51	68%	10,49	1,28
Incremento de costo 15%	95.246,28	34%	16,47	1,65	40.220,81	67%	10,49	1,33
Incremento de costo 18%	95.243,85	33%	16,47	1,65	40.214,06	65%	10,49	1,40
Incremento de costo 20%	95.242,22	32%	16,47	1,65	40.209,55	64%	10,49	1,45

Fuente: Criterios de evaluación

Elaborado: Disney Vargas

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Con el análisis de pesta podemos identificar factores importantes como el político, entorno, social, técnico y ambiental que tendrá una influencia directa en el plan de negocios.
- El análisis del foda nos ayuda a identificar las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades que nos permitirá efectuar un plan de negocio para una empresa de venta de repuestos y servicio técnico de motocicletas.
- De acuerdo a la investigación del mercado, los servicios mecánicos que ofrecen los diferentes talleres ya instalados en la ciudad, no prestan un buen servicio, no cumplen con las normas ambientales para este tipo de trabajo.
- Del estudio de mercado se identificó que los talleres que existe actualmente con el servicio de lavado, ni tampoco realizan modificaciones estéticas en las motocicletas, siendo esto una buena razón para captar un segmento importante de clientes insatisfechos en el inicio del plan de negocios.
- El plan de negocio propuesto por el análisis e interpretación de los diferentes indicadores financieros se puede preveer su viabilidad, ya que el van del proyecto es mayor a 0 dando como resultado \$ 95.233,55, y el tir es de 22% siendo mayor al tmar del plan de negocios que es 16.47%. En el caso del inversionista de igual forma el van es mayor a 0, con un resultado de \$ 40.185,05, y su tir es igual 51% siendo este valor superior al tmar de 10.49%.
- Este resultado nos permite concluir que el plan de negocios presenta una adecuada rentabilidad, de los resultados del rb/c para el plan con financiamiento es de 1.10%, y para el inversionista la rb/c es de 1.70%, siendo los dos resultados mayores que 1, por lo que se concluye que el plan es viable. El periodo de recuperación del capital del plan negocios es 5 años, 4 meses y

18 días. Y la recuperación del capital del inversionista es de 3 años, 4 meses y 18 días.

RECOMENDACIONES

- El plan deberá mantener un análisis continuo del entorno en la política, los cambios sociales, económicos y ambientales, que le permitirá a la empresa actuar rápidamente para tomar ventaja de las oportunidades, antes que sus competidores y así responder de la mejor manera a las amenazas del entorno antes que estas produzcan un daño significativo.

- A través de la administración se mantendrá un estricto control sobre la calidad de los repuestos expendidos en el almacén y los materiales empleados en el taller de servicio técnico para lograr en el menor tiempo posible obtener la confianza y fiabilidad manteniendo un incremento constante en la cartera de clientes.

- Mantener un control permanente sobre el personal del taller para que cumplan fielmente con las fechas de entregas de los trabajos recibidos, y que sean de la mejor calidad, buscando así mantener una buena organización cuidando la imagen, cumpliendo estrictamente las normas ambientales para lograr de esta manera captar la demanda insatisfechas existente en el mercado.

- De los indicadores económicos obtenidos se ve que el plan de negocios es rentable, por lo que se debe realizar la implantación tomando en consideración que como estrategia inicial, se dé a conocer mediante un marketing adecuado, a la mayor parte de posibles clientes, los beneficios que ofrece este nuevo plan de negocios, logrando que puedan diferenciarlo de la competencia.

Bibliografía

- Adrian, Y. (2019). *Definicion de Mercado*. Obtenido de <https://concepto-definicion.de/mercado/>
- Albo, M. (2014). <https://www.clubensayos.com/temas-varios/competencia-comercial/2200331.html>.
- Alcaldía, L. A. (2013). Plan de desarrollo y ordenamiento y territorial del canto lago agrio. 287.
- ANT. (2016). *ANT*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2016/2016_AnuarioTransportes_%20Principales%20Resultados.pdf
- Arce Burgoa, L. G. (2015). Como Lograr definir objetivos y estrategias. *PERSPECTIVAS*, 3. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942454010.pdf>
- Balado. (2015). Estudio de mercado.
- Coelho, F. (2019). Metodologia de Investigacion.
- Enciclopedia economica*. (2019). Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/economia-informal/>
- Eliannys, S. (2019). *Definicion de Economia*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/economia/>
- Esqueda S, & Lopez S. (2010). Investigación de mercado en Venezuela: la opinión de los expertos. *Revista Debates IESA*, 32-45.
- Felipe, R. A. (2015). Importancia de la administacion empresa. 30.
- Inec. (2010). Censo de Poblacion. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Kampf, M. &. (2016). Análisis de punto de equilibrio en la toma de decisiones de un negocio. 15.
- Levinson. (2009). Marketing de Gerrilla. Estados Unidos: Morgan. 27.
- Ley de la Economía Popular y Solidaria, Art. 2 (2012).
- Ley de la Economía Popular y Solidaria, Art 17. (2012).
- Méndez Villanueva, A. (1999). Teoría y prácticas de contabilidad. *Trillas, México*, 202.
- Métodos de depreciación. (s.f.). Obtenido de <https://www.gerencie.com/metodos-de-depreciacion.html>

RAE. (s.f.). *Diccionario de la Real Academia Española*. Obtenido de <https://www.consumoteca.com/familia-y-consumo/consumo-y-derecho/comprador/>

Republica, C. d. (2004). *Ley de Gestion Ambiental*.

Ros, V. (2008). *Branding*.

Valencia., M. J. (2012). *Microempresa*. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/microempresa>

WS. (2019). *Oferta y demanda*. Obtenido de economia.ws/oferta-y-demandaphp

ANEXOS

➤ ANEXO 1

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EN EMPRESAS
PROYECTO DE TITULACIÓN

La presente encuesta tiene como finalidad el recolectar información, que servirá para el plan de negocio de ventas de repuestos y servicios técnicos en la ciudad de Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos, para la obtención del título de Ing. Comercial.

Fecha:

Encuesta: Encierre con circulo su respuesta

Preguntas a los dueños de las motocicletas

1. Qué servicio usted ha necesitado en un taller mecánico

- Reparación de motor
- Afinado del motor
- Reparación del sistema de frenos
- Reparación de embrague
- Reemplazo Kit de arrastre
- Chequeo del Sistema eléctrico
- Otro (Especifique)

2. Tiene usted un taller mecánico de confianza

- Si
- No
- Otro

3. ¿Estaría dispuesto a cambiar a un taller mecánico que le brinde un servicio universal que esté incluido a más de la reparación, el lavado, embellecimiento y modificación estética o mecánica de su motocicleta?

- Si
- No
- Otro

- 4. El tiempo de permanencia de su moto en el taller le pareció el adecuado**
- Si
 - No
 - Otro
- 5. Que factor tiene más importancia en los servicios técnicos que su taller mecánico le presta**
- Precio
 - Garantía
 - Tiempo de entrega
 - Otros
- 6. Que uso le da a su motocicleta**
- Trabajo
 - Uso familiar
 - Otro

Preguntas para los dueños de Talleres Mecánicos.

Números total de talleres encuestados 16.

1.- Los repuestos que los clientes necesitan los adquiere fácilmente en la ciudad

- Si
- No
- Otro

2.- Cuanta cobra usted de mano de obra en los diferentes trabajos como:

- Reparación del motor
- Reparación del sistema de embrague
- Reparación de caja de cambios
- Abc del motor
- Abc del sistema eléctrico
- Abc del sistema de arrastre
- Abc de la suspensión

➤ **ANEXO 2 HOJA DE RECEPCIÓN**

MOTO PASSION			
Lago Agrio	Día:	Mes:	Año:
Orden de trabajo N°:			
Cliente:			
C.C. N°:			
Teléfono:			
Marca de la moto:			Placa:
Trabajos a realizar:			
			Chequeos de los 1,000 km
	Preventivo		Cambio de Aceite
			Reglaje de Balancines
			Chequeo de refrigerantes
ABC Motor			
			Reparación de motor
			Cambio de guías de válvulas
	Correctivo		Cambio de válvulas y asentado
			Cambio de biela y Rulimanes
			Cambio de balancines
			Rectificada de Cabezote
ABC Sistema Eléctrico			
ABC de frenos			
Reparación de embrague			
Reparación de caja de cambios			
Reparación del sistema de arrastre			
Reparación del sistema de combustible			
Reparación del sistema de frenos			
Enderezada chasis			
Enderezada Barras de suspensión			
Pintura total o partes			
Alineación y balanceo			
Otros			
Maestro Taller	Visto bueno		Cliente



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Disney Vargas Vásquez**, con C.C: # **2100501770** autora del trabajo de titulación: **PLAN DE NEGOCIO PARA UN ALMACEN DE VENTA DE REPUESTOS Y TALLER DE SERVICIOS TECNICOS DE MOTOCICLETAS EN LA CIUDAD DE LAGO AGRIO** previo a la obtención del título de **INGENIERIA COMERCIAL** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 06 de marzo del 2020

f. _____
Nombre: **Disney Vargas Vásquez**
C.C: **2100501770**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Plan de negocio para un almacén de venta de repuestos y taller de servicio técnico de motocicletas en la ciudad de Lago Agrio		
AUTOR(ES)	Vargas Vásquez, Disney		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Barberán Arboleda, Rubén Patricio, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Administración De Empresas		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniería Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	06 de marzo de 2020	No. DE PÁGINAS:	93
ÁREAS TEMÁTICAS:	Plan de negocio, administración, análisis entorno, canvas.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Factibilidad, posicionamiento, estudio de mercado, preventivo, correctivo.		
RESUMEN			
<p>La ciudad de Lago Agrio ha sufrido un gran crecimiento poblacional, constituyéndose en la ciudad más importante de la provincia de Sucumbíos, crecimiento que ha producido un aumento del número de vehículos tanto de automóviles como motocicletas que circulan en las vías, en consecuencia a esto la aparición de los consabidos embotellamientos en horas pico. El objetivo de este estudio es lograr crear un plan de negocio en la ciudad de Lago Agrio, mediante un estudio de mercado, que pueda determinar la factibilidad del plan de negocio de un almacén de venta de repuestos, complementándole con un taller de servicio técnico, que se le denomina con el nombre de “MOTO PASSION”, el mismo que preste servicios mecánicos tanto preventivos como correctivos, además del lavado y embellecimiento mediante la modificación estética de las motos, con un alto nivel en cuanto a calidad y eficiencia, buscando de esta manera una solución a la creciente demanda de repuestos y servicio técnico, como consecuencia de la aparición de nuevas marcas de motocicletas que traen nuevas tecnologías para su normal funcionamiento. Un factor importante es el tener un taller técnico adjunto, el mismo que al cumplir todos los requisitos exigidos para su constitución legal, puede dar la garantía necesaria a sus clientes en todos los trabajos realizados. Esto permite su posicionamiento en el mercado y constituye además una gran ayuda, para los almacenes que venden este tipo de vehículos, los mismo que pueden ofrecer a sus clientes el chequeo y garantía de los primeros 1000 km y los chequeos consecutivos hasta cubrir la misma, a diferencia de los talleres con lo que ahora trabajan que funcionan de una manera informal por lo que no ofrecen garantía alguna.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0996786843	E-mail: disney02045@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Econ. Arévalo Avecillas, Danny, Ph.D.		
	Teléfono: +593-9-91048220		
	E-mail: danny182_182@hotmail.com		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			