



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
GRADO DE INGENIERO EN MARKETING

**"PLAN DE NEGOCIO PARA LA INSTALACIÓN Y
FUNCIONAMIENTO DE UN ALMACEN PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE ACCESORIOS Y REPUESTOS DE
MOTOCICLETAS EN EL CANTÓN JUNÍN, PROVINCIA DE
MANABÍ"**

AUTOR:

INTRIAGO INTRIAGO LUIS GIOVERTI

TUTOR:

Dr. DEODATO LOOR

MANTA - ECUADOR

NOVIEMBRE - 2018

Certificado del tutor

En calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, modalidad "Emprendimiento"
sobre el tema:

**"Plan De Negocio Para La Instalación Y Funcionamiento De Un Almacén Para
La Comercialización De Accesorios Y Repuestos De Motocicletas En El
Cantón Junín, Provincia De Manabí"**

**Realizado por el egresado:
Intriago Intriago Luis Gioverti**

Certifico que el presente trabajo de titulación ha sido realizado por el egresado antes mencionado, el mismo que he supervisado y revisado y se ajusta a los reglamentos que rigen en la Facultad de Administración y su carrera de Ingeniería en Marketing.

**Dr. Deodato Loor
Tutor de tesis**

Modelo de emprendimiento

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA INSTALACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE UN ALMACEN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ACCESORIOS Y REPUESTOS DE MOTOCICLETAS EN EL CANTÓN JUNÍN, PROVINCIA DE MANABÍ"



Declaratoria de responsabilidad

El presente proyecto de grado denominando "Plan de negocio para la instalación y funcionamiento de un almacén para la comercialización de accesorios y repuestos de motocicletas en el cantón Junín, provincia de Manabí", ha sido elaborado en base a una indagación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceras personas, conforme a las citas y fuentes incorporadas en anexos.

Consiguientemente las ideas, criterios y contenido de este trabajo corresponden a mi autoría, Sr. Luis Gioverti Intriago Intriago.

En honestidad a esta declaración, bajo mi responsabilidad se encuentra la autenticidad y alcance del proyecto de grado en mención, autorizando a la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí la publicación en la biblioteca de la institución.

DEDICATORIA

Quiero dedicar con toda mi alegría esta tesis a mi familia, por ser el apoyo en cada paso de mi carrera; a mi padre por enseñarme que la constancia es la base del éxito en cualquier momento de la vida, a mi madre por mostrarme que el amor es el ingrediente más importante para todo lo que haga; y a mis hermanos por ser los cómplices de cada logro que me trajo a terminar esta etapa.

Le dedico el final de un ciclo y el inicio de otro a cada una de las personas que formaron parte de este proceso personal y profesional, y sobre todo a mis abuelitos, quienes pusieron la confianza en mí y apoyaron mis ideales, esto va por cada una de sus palabras y sabios consejos de vida que me motivaron a seguir con pasos firmes en esta senda haciendo crecer mi propósito de ser el mejor profesional manteniendo la humildad que ellos me han enseñado.

Y, por último, pero no menos importante, a mi enamorada; por ser la compañía en muchos de mis desvelos, por comprender aquellos momentos en los que el cansancio y la fatiga me hacían dejar de lado momentos por compartir; gracias amor por hacer de tu sonrisa la mejor arma y medicina para sacar lo mejor de mí incluso en los momentos en los que pensé en rendirme.

A mi familia y a mi enamorada, con todo el amor de este joven soñador; les dedico esta tesis con todo el cariño que puedo darles.

AGRADECIMIENTO

Sería injusto no reconocer que con esta tesis he construido un camino lleno de valores y esfuerzos que día a día me hacen mejor, por eso agradezco a Dios, por darme la oportunidad de llegar tan lejos y permitirme contar con seres tan especiales a lo largo de este camino que sin duda me deja una gran cantidad de experiencias, aprendizajes, enseñanzas y sobre todo un verdadero sentido de lo que es el amor, la unión y el sacrificio para lograr lo que me propongo.

A mis padres, mis abuelos, mis hermanos, familiares, a mi enamorada, amigos Erik Ginés, Yomaira Figueroa, María Anchundia, María Choez y personas cercanas; gracias por estar presentes en los momentos difíciles y alegres de este camino, les agradezco por enseñarme a aprovechar las oportunidades con sabiduría, a corregir mis errores con humildad, a valorar el sentido de la vida y a ser agradecido diariamente con lo bueno y lo malo que la vida me brinda para formarme como un ser realmente orgulloso de lo que quiero y puedo conseguir.

Gracias por la compañía, el apoyo y el amor que me han hecho sentir no solo hoy sino todos los días de mi vida.

FIRMA DEL TRIBUNAL DE GRADO

TUTOR

Dr. DEODATO LOOR CHAVÉZ

MIEMBRO DE TRIBUNAL

Mg. JACQUELINE LOOR MOREIRA

MIEMBRO DE TRIBUNAL

Mg. ROSSANNA ARTEAGA FLORES

Índice General

1. Organización Estratégica	16
1.1. Objetivos	16
1.2. Actividad (modelo de negocio)	17
1.3. Oportunidad de negocio detectada	18
1.4. Organigrama Estructural y Funcional	19
1.5. Descripción del emprendedor y su equipo directivo	20
1.5.1. Equipo, Formación y experiencia	22
1.6. Alianzas estratégicas	27
1.7. Análisis FODA	28
1.7.1. Puntos Fuertes	31
1.7.2. Puntos débiles	31
1.7.3. Oportunidades	31
1.7.4. Amenazas	32
1.7.5. Estrategias de desarrollo en base al análisis FODA.....	33
1.8. Legal Jurídico y Fiscal	36
1.8.1. Descripción de la organización	36
1.8.2. Antecedentes de la empresa y las partes constituyente	37
1.8.3. Aspectos legales (forma jurídica de la empresa, forma jurídica de trabajo con alianzas)	37
1.8.4. Equipo directivo	38
1.8.5. Modalidad contractual (emprendedor y empleado)	38
1.8.6. Permisos y licencias necesarios para el funcionamiento y venta de productos.....	39
1.8.7. Certificaciones técnicas, costos, disponibilidad de financiamiento	45
1.8.8. Cobertura de responsabilidades (seguros).....	46
1.8.9. Patentes, marcas y otros tipos de registros (protección legal)	46
2. MERCADO	48
2.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	48
2.1.1. EVIDENCIA DE MERCADO.....	48
2.1.2. BINOMIO PRODUCTO-MERCADO	59
2.1.3. SEGMENTACIÓN	59
2.1.4. PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	60

2.1.6.	Tamaño actual y proyectado	61
2.1.7.	Tendencias de mercado	81
2.1.8.	Factores de riesgo	83
2.1.9.	Ingresos en base al análisis de mercado	83
2.2.	Análisis de la competencia	85
2.2.1.	Descripción de la competencia.....	85
2.2.2.	Comparación con la competencia	88
2.2.3.	Ventajas competitivas	89
2.2.4.	Barreras de entrada.....	92
2.2.5.	Análisis 5 Fuerzas Porter.....	94
2.3.	Precio	96
2.3.1.	Variables para la fijación del precio	96
2.3.2.	Determinación del Precio.....	96
2.4.	Distribución y localización	101
2.5.	Estrategias de Promoción	102
2.5.1.	Clientes Claves.....	102
2.5.2.	Estrategia de captación de clientes	103
3.	Operaciones	106
3.1.	Producto	106
3.1.1.	Diseño del Servicio	106
3.1.2.	Prototipo	107
3.1.3.	Descripción	107
3.1.4.	Calidad.....	107
3.1.5.	Aspectos diferenciales	108
3.1.6.	Logotipo	109
3.1.7.	Proceso de investigación y desarrollo	110
3.1.8.	Proceso de elaboración o Servucción	110
3.1.9.	Capacidad instalada o tamaño	111
3.1.10.	Materiales y tecnologías necesarias para la operación	113
3.1.11.	Cronograma de Servucción	113
3.1.12.	Control de calidad	115
3.2.	Equipos e infraestructura necesaria.....	115

3.3. Requerimiento de mano de obra	123
3.4. Requerimiento de insumos productivos	124
3.5. Seguridad industrial y medio ambiente	125
3.5.1. Normativa de prevención y riesgos	125
3.5.2. Normativa ambiental.....	126
4. FINANCIERO	128
4.1. Sistema de cobros y pagos	128
4.1.1. Sistema de Cobros	128
4.1.2. Sistema de pagos	128
4.2. Presupuesto de ingresos y costos	129
4.2.1. Presupuesto de ingresos.....	129
4.2.2. Presupuesto de costos.....	130
4.2.3. Estado proforma de pérdidas y ganancias	135
4.2.4. Análisis de punto de equilibrio	136
4.3. Inversiones	138
4.3.1. Análisis de inversiones.....	138
4.3.2. Cronograma de inversiones	139
4.4. Plan de financiamiento	139
4.4.1. El costo del proyecto y su financiamiento	141
4.4.2. Estado Balance General.....	143
4.4.3. Tasa interna de retorno	144
4.4.4. Período de recuperación de la inversión.....	145
4.4.5. Retorno de la Inversión ROI y Justificación Financiera	146
5. Anexos	148

Índice de Tablas

Tabla 1: Adquisición de artículo	15
Tabla 2: Objetivos estratégicos	17
Tabla 3: Equipo, formación y experiencia	22
Tabla 4: Formación y experiencia	24
Tabla 5: Matriz FODA.....	28
Tabla 6: Matriz EFI.....	29
Tabla 7: Matriz EFE	30
Tabla 8: Descripción de la organización	36
Tabla 9: Equipo Directivo	38
Tabla 10: Segmentación	59
Tabla 11: Genero de Encuestados	65
Tabla 12: Rango de edades de los motociclistas	66
Tabla 13: ¿Conoce usted un almacén que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos que brinde servicio técnico y modificaciones en estética personalizado, ubicado en el cantón Junín?	67
Tabla 14: ¿Qué tipo de motocicletas tiene usted?	68
Tabla 15: ¿Si estaría dispuesto a realizar modificaciones mecánicas o estéticas, ¿En qué parte de su moto las realizaría?	69
Tabla 16: ¿Quiénes realizan mantenimiento a sus motocicletas son profesionales?	70
Tabla 17: ¿Con que frecuencia realiza mantenimiento a su motocicleta?	72
Tabla 18: ¿Cuánto dinero destina mensualmente para su motocicleta? (Incluyendo: mantenimiento, personalización e indumentaria)	73
Tabla 19: ¿En qué medios de comunicación usted observa publicidad de estos productos? (más de uno)	74
Tabla 20: ¿Cómo califica el servicio de otros almacenes que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos?.....	75
Tabla 21: ¿Le gustaría que en el cantón se implementara un almacén que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos que brinde servicio técnico y modificaciones en estética personalizado?	77
Tabla 22: ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicado el local?	78
Tabla 23: Mercado meta	80
Tabla 24: Calculo de la Demanda	80
Tabla 25: Proyección de ventas	84
Tabla 26: Comparación con la competencia	88
Tabla 27: Aspectos diferenciales	108
Tabla 28: Proceso de elaboración o servucción	110
Tabla 29: Adquisición de artículos	113
Tabla 30: Cronograma de Servucción	113
Tabla 31: Proyección de ventas	114
Tabla 32: Muebles de oficina	116

Tabla 33: Equipos de oficina	118
Tabla 34: Equipos necesarios para la producción.....	120
Tabla 35: Sueldos empleados primer año	123
Tabla 36: Agencia de marketing digital	124
Tabla 37: Agencia de marketing digital	125
Tabla 38: Proyección de ventas	129
Tabla 39: Costos fijos anuales	130
Tabla 40: Costos variables anuales	131
Tabla 41: Consolidado del Presupuesto de Gastos Anuales	132
Tabla 42: Presupuestos de gastos anuales.....	133
Tabla 43: Estado de perdida y ganancias.....	135
Tabla 44: Punto de equilibrio mensual	136
Tabla 45: Rango de punto de equilibrio	136
Tabla 46: Estructura Accionaria.....	138
Tabla 47: Plan de inversión	138
Tabla 48: Cronograma de inversión.....	139
Tabla 49: Plan de inversión y origen de fondos	140
Tabla 50: Origen de fondos	140
Tabla 51: Estructura accionaria	141
Tabla 52: Costo del proyecto	141
Tabla 53: Inversiones, orígenes de fondos y estructura accionaria	141
Tabla 54: Tabla de amortización del crédito	142
Tabla 55: Flujo de caja	142
Tabla 56: Balance general proyectada	143
Tabla 57: Flujo de fondo neto, VAN, Tasa de descuento, TIR y ROI.....	144
Tabla 58: Periodo de recuperación de la inversión	145

Índice de Figuras

Figura 1: Organigrama Estructural y Funcional	19
Figura 2: Hoja de Vida.....	26
Figura 3: Documento de Absolución de Dominio	41
Figura 4: Estadísticas de transportes livianos 2008	51
Figura 5: Estadísticas de transportes livianos 2010	51
Figura 6: Estadísticas de transportes livianos 2011	52
Figura 7: Estadísticas de transportes livianos 2012.....	52
Figura 8: Estadísticas de transportes livianos 2013.....	53
Figura 9: Estadísticas de transportes livianos 2014	53
Figura 10: Estadísticas de transportes livianos 2015.....	54
Figura 11: Estadísticas de transportes livianos 2016.....	54
Figura 12: Certificado de la UMTTTSV GAD JUNIN.....	56
Figura 13: Estadísticas de transportes livianos 2010.....	58
Figura 14: Genero de los encuestados	65
Figura 15: Rango de Edades de los motociclistas	66
Figura 16: ¿Conoce usted un almacén que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos que brinde servicio técnico y modificaciones en estética personalizado, ubicado en el cantón Junín?	67
Figura 17: ¿Qué tipo de motocicletas tiene usted?	68
Figura 18: ¿Si estaría dispuesto a realizar modificaciones mecánicas o estéticas, ¿En qué parte de su moto las realizaría?	69
Figura 19: ¿Quienes realizan mantenimiento a sus motocicletas son profesionales?	71
Figura 20: ¿Con que frecuencia realiza mantenimiento a su motocicleta?	72
Figura 21: ¿Cuánto dinero destina mensualmente para su motocicleta? (Incluyendo: mantenimiento, personalización e indumentaria)	73
Figura 22: ¿En qué medios de comunicación usted observa publicidad de estos productos? (más de uno)	74
Figura 23: ¿Cómo califica el servicio de otros almacenes que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos?	76
Figura 24: ¿Le gustaría que en el cantón se implementara un almacén que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos que brinde servicio técnico y modificaciones en estética personalizado?	77
Figura 25: ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicado el local?	78
Figura 26: Diamante de Porter	90
Figura 27: 5 Fuerzas de Porter	94
Figura 28: Distribución y Localización	102
Figura 29: Página de Facebook.....	103
Figura 30: Rotulo Publicitario	104
Figura 31: Gorra	105
Figura 32: Agenda	105
Figura 33: Valla Publicitaria.....	105

Figura 34: Pagina Web	106
Figura 35: Logotipo	109
Figura 36: Capacidad Instalada del almacén	112
Figura 37: Imagen de Silla	116
Figura 38: Imagen de Escritorio.....	116
Figura 39: Imagen de Juego de Muebles.....	117
Figura 40: Imagen de Dispensador de Agua.....	117
Figura 41: Imagen de Aire Acondicionado.....	117
Figura 42: Computadora	118
Figura 43: Impresora EPSON	118
Figura 44: Televisor	119
Figura 45: Teléfono	119
Figura 46: Parlante	119
Figura 47: Computadora	120
Figura 48: Impresora EPSON	120
Figura 49: Tecla	121
Figura 50: Caja Registradora	121
Figura 51: Pulidora.....	121
Figura 52: Compresor	122
Figura 53: Gata hidráulica	122
Figura 54: Caja de Datos.....	122
Figura 55: Caja de Herramientas	123
Figura 56: Taladro.....	123
Figura 57: Punto de Equilibrio.....	137

TEMA:

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA INSTALACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE UN ALMACEN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ACCESORIOS Y REPUESTOS DE MOTOCICLETAS EN EL CANTÓN JUNÍN, PROVINCIA DE MANABÍ"

Datos Generales del Proyecto

Nombres: Luis Gioverti

Apellidos: Intriago Intriago

Curso: 10

Paralelo: B

Teléfono: 0991483687

Correo electrónico: luisgio2011@hotmail.com

Tutor: Dr. Deodato Loor Chavez

Tema: Plan de negocio para la instalación y funcionamiento de un almacén para la comercialización de accesorios y repuestos de motocicletas en el cantón Junín, provincia de Manabí.

Nueva propuesta: Ninguna

¿Por qué escogió el tema?

En la Actualidad el mercado de las motos tiene un auge en el crecimiento del sector, debido a que en los últimos años han presentado grandes acrecentamientos, esto se debe al ingreso de marcas nuevas al mercado de las motocicletas. Moto Repuestos Intriago permitirá que los usuarios, busquen una mayor comodidad al momento de adquirir los repuestos y accesorios para realizar la reparación a sus motocicletas, que a la vez tenga una cualidad mucho más sofisticada, siendo estos repuestos originales, con mayor cilindraje y a precios no muy elevados.

Antecedentes Metodológicos

Resumen Ejecutivo

Moto repuestos Intriago es un almacén direccionado a ofrecer repuestos para motocicletas, especializado en todas las marcas existentes en el mundo de las motos, enfocándose en conceptos como las necesidades, gustos, preferencias y sobre todo la comodidad al encontrar todo en un mismo lugar.

En este caso el producto viene a ser repuestos de motocicletas y se lleva a cabo, puesto que en el cantón Junín no existen almacenes que brinden toda clase de repuestos de las diferentes marcas ya sean de alto o menor cilindraje, en donde los propietarios de las motos se trasladan a los cantones vecinos para adquirir una pieza o un accesorio.

El producto son los repuestos de motocicletas y estarán enfocados en captar todas las ideas que aporten los clientes con respecto a los repuestos, ya sean por cilindraje, los accesorios y sus colores.

Los clientes son los propietarios de las 4356 motocicletas que circulan en el cantón que están representados desde la clase social baja hasta la clase alta, algunos de ellos practican el deporte de motocross, otros se dedican a ser motociclistas de rutas y la mayoría de los motociclistas son de las zonas rurales, que adquieren este producto por que les brinda seguridad y comodidad al momento de adquirirlo.

En cuanto al valor que tiene el producto es que se brinda repuestos para las motos con mayor cilindraje ya sea de 400 en adelante, ya que en el cantón existen 200 motos con este cilindraje, de acuerdo con datos de una investigación basada en la observación, logrando satisfacer las necesidades de los clientes.

De igual manera en el cantón Junín existen alrededor de 4 almacenes de motos, pero solo se dedican a comercializar los repuestos más comunes, por ende, no hay un almacén que se enfoque en la comercialización de repuestos con mayor

cilindraje y originales. En cuanto al volumen de mercado hay que aclarar que en la ciudad de Portoviejo existe una gran participación en todo lo que respecta a los almacenes de repuestos que ofrecen toda clase de productos de este tipo.

En cuanto a la inversión para el almacén se requiere entre unos \$ 35.000 a \$ 40.000 dólares, para la adquisición de los repuestos, accesorios y los inmuebles para la adecuación del establecimiento. Por ende, los beneficios económicos que se espera obtener en primera instancia es recuperar la inversión que se destinó para la implementación del proyecto (40.000), como segunda pretensión se comenzara con la ampliación del negocio para que las instalaciones permitan ofrecer un mejor servicio y sean mucho más acogedoras.

Adquisición de Artículos

Tabla 1: Adquisición de artículo

Adquisición de artículos			
Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Valor
6	Perchas	\$140,0	\$840
3	Computadoras	\$550,0	\$1.650
2	Impresora Multifuncional	\$125,0	\$250
2	Cajas Registradoras	\$166,0	\$332
2	Vitrinas	\$90,0	\$180
2	Teléfonos	\$45,0	\$90
2	Sillas	\$40,0	\$160
100	Mascarillas	\$0,2	\$20
40	Guantes	\$1,5	\$60
6	Gafas	\$3,0	\$18
3	Botas	\$35,0	\$105
6	Overoles	\$25,0	\$150
TOTAL		\$1.220,7	\$3.855

Elaborado por: Luis Intriago

A efectos de este plan de negocio, las proyecciones manifiestan que la demanda anual de Moto Repuestos Intriago comprende a la atención de 10.188 clientes en el primer año de funcionamiento con una venta total de \$82.211 en los diversos repuestos y servicios que ofrece el almacén.

1. Organización Estratégica

MISIÓN:

Brindar al cliente satisfacción en nuestros servicios de venta de repuestos para motocicletas de primera calidad y a menor costo.

VISIÓN:

En el 2023 ser un almacén líder en la venta de repuestos para motocicletas, en la ciudad de Junín, que responda a los intereses de nuestros clientes, garantizando presencia en las ventas de repuestos.

1.1. Objetivos

Objetivo General

Elaborar un plan de negocio para la creación de un almacén de repuestos para motos en la ciudad de Junín que permita cubrir la demanda existente por los dueños de motocicletas en dicho cantón.

Objetivos Específicos

- Conocer el tipo de atención que ofrecen en el cantón, los pequeños negocios de este tipo.
- Determinar las necesidades de los futuros clientes del Almacén y Taller Moto Repuestos Intriago.
- Realizar un Análisis de la situación actual para conocer la realidad del negocio a instalar.
- Proponer la creación de un almacén que entregue un valor agregado a los requerimientos de los futuros clientes.
- Justificar la creación de un almacén de repuestos para motos, mediante un análisis financiero.

Objetivos Estratégicos

Tabla 2: Objetivos estratégicos

Tipo de objetivo	Objetivo	Indicador	Meta
Corto plazo	- Determinar el medio de comunicación más utilizado por los clientes.	% de medios de comunicación observados	100%
	- Determinar la calidad del servicio de los almacenes dedicados a la venta de repuestos y accesorios para motos.	% de la calidad servicio	100%
Mediano plazo	- Incrementar el volumen de mercado de ingenio.	% del volumen de mercado	10%
	- Posicionar a Moto Repuestos Intriago como un almacén y Taller altamente capacitado.	% de personas que conocen Moto Repuestos Intriago.	100%
Largo plazo	- Posicionar a Moto Repuestos Intriago como principal proveedor en la ciudad de Junín.	% de personas que prefieren Moto Repuestos Intriago	100%

Elaborado por: Luis Intriago

1.2. Actividad (modelo de negocio)

La actividad de Moto Repuestos Intriago se basará en la comercialización de accesorios y repuestos de motocicletas al por menor, con la implementación de un taller como establecimiento físico en donde se brinde atención los siete días a la semana en horarios de oficina, donde el servicio se destaque por el profesionalismo y la excelencia que son factores fundamentales en la diferenciación con la competencia.

La idea de este negocio surge a partir de buscar un tema para obtener la titulación de la carrera Ingeniería en Marketing y también a raíz de la explotación de las habilidades que poseen los socios principales, los cuales tienen mucho que ver

con el entorno de este mercado y que ha sido adquirida y mejorada a lo largo de los años con mucha práctica.

El producto que se presenta en este proyecto son los repuestos de motocicletas, para todas las marcas existentes en el mercado motorizado.

El mercado objetivo son los propietarios de las 4.356 motocicletas que circulan en el cantón que están representados desde la clase social baja hasta la clase alta, que algunos practican el deporte de motocross, como también los motociclistas de rutas que estén dispuestos a adquirir este producto y servicio para su comodidad.

La empresa como tal estará ubicada en la calle principal Eloy Alfaro entre las avenidas 10 de agosto y 8 de noviembre. La actividad por el momento no está iniciada, por lo cual se espera que a través de este proyecto se pueda encontrar la oportunidad de establecerlo y generar plazas de trabajo en el Cantón.

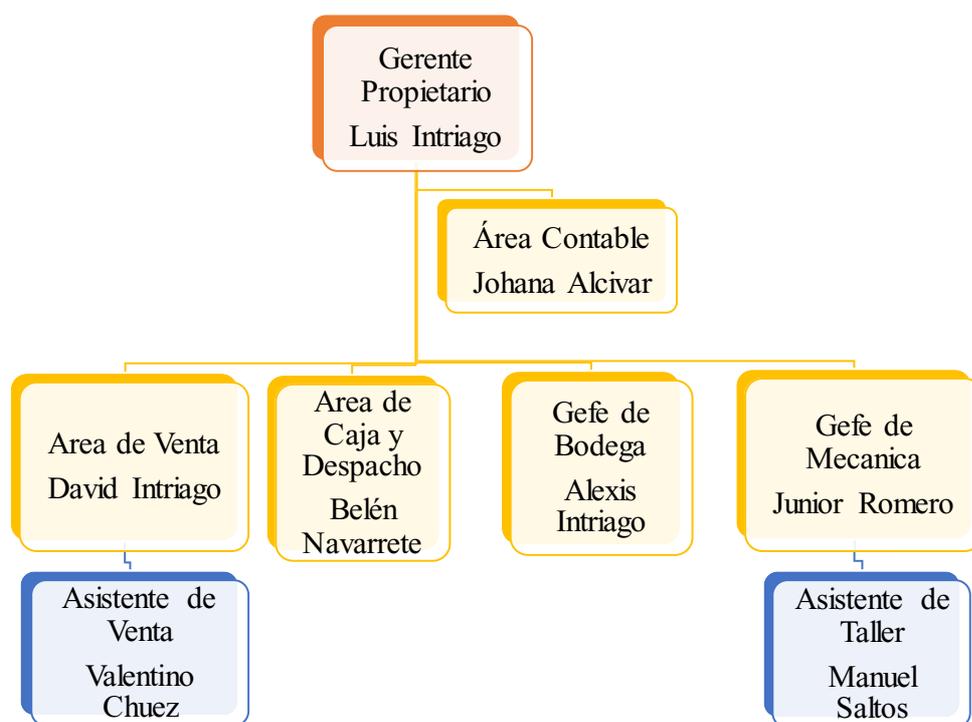
1.3. Oportunidad de negocio detectada

Los habitantes del cantón Junín buscan una mayor comodidad al momento de adquirir los repuestos y accesorios para realizar la reparación a sus motocicletas, pero que a su vez tenga una cualidad más sofisticada, siendo estos repuestos originales, con mayor cilindraje y a precios no muy elevados.

A pesar de que este mercado es liderado en un 30% por los almacenes ubicados en Junín y el otro 60% por la ciudad de Portoviejo, se cree que este proyecto logrará un porcentaje justo en este mercado pues se aspira a ofrecer un valor agregado, en cuanto a la variedad de productos y la calidad de servicio, a diferencia de la competencia.

1.4. Organigrama Estructural y Funcional

Figura 1: Organigrama Estructural y Funcional



Elaborado por: Luis Intriago

En el Diagrama Estructural se desempeñan los cargos de la siguiente forma el Gerente Propietario el Ingeniero Luis Intriago, el Área de Contabilidad la contadora Johana Alcívar, en ventas David Intriago y Valentino Chuez, el área de caja la

licenciada Belén Navarrete, Bodega lidera el señor Alexis Intriago y el área de mecánica el técnico Junior Romero y el asistente Manuel Saltos.

1.5. Descripción del emprendedor y su equipo directivo

Luis Intriago, Gerente Propietario y cofundador de Moto Repuestos Intriago, es Ingeniero en Marketing, ha formado parte de varias microempresas como Avipechichal S.A. y Comercial Intriago S.A., aplicando estrategias que han ayudado a obtener mejora continua en dichos establecimientos y sean reconocidos en el mercado. Dentro de sus labores en Moto Repuestos Intriago está encargado de la administración de la Microempresa como también de la elaboración de estrategias y la evaluación de la evolución del mercado específicamente de la competencia y de sus clientes.

Johanna Alcívar, Área Contable de Moto Repuestos Intriago es Auditora, cuenta con una gran experiencia en Contabilidad y Auditoría, ha colaborado en varias instituciones y empresas, llevando con rectitud todas las normas legales. Dentro de sus deberes en Moto Repuestos Intriago es la encargada de llevar la contabilidad del almacén y los conocimientos sobre las normas legales.

David Intriago, Área de Venta de Moto Repuestos Intriago, es especialista en administración de clientes; dentro de sus labores para el almacén es encargado de la relación con los clientes, la intuición de los precios y los cambios que se den en el mercado.

Valentino Chuez, Asistente de Venta de Moto Repuestos Intriago, experto y líder en ventas, cuenta con cursos de atención al cliente, dentro del local es encargado

de la relación con los clientes y en ayudar a que el público se mantenga fiel al negocio y genere ingresos.

Alexis Intriago, Jefe de Bodega de Moto Repuestos Intriago, es hábil en distribución e inventario. Intrínsecamente es encargado del orden de la bodega, comprensión de los productos existentes y faltantes.

Belén Navarrete, Área de Caja y Despacho de Moto Repuestos Intriago, es especialista en atención al cliente y Contabilidad. Esta encargada del dinero en caja, la relación con los clientes para que contribuya a la consecución final de los objetivos de marketing que es vender más, la percepción de los precios y los cambios que se den en el mercado.

Junior Romero, Jefe de Mecánica de Moto Repuestos Intriago, es analista Técnico en Mecánica y Electrónica de Motocicletas, dentro del taller es el encargado de reparar las motos y llevar a cabo las fases del cumplimiento del control de calidad.

Manuel Saltos, Asistente de Mecánica de Moto Repuestos Intriago, es analista Técnico en Mecánica y Electrónica de Motocicletas, dentro del taller es el encargado de reparar las motos.

1.5.1. Equipo, Formación y experiencia

Equipo

Tabla 3: Equipo, formación y experiencia

NOMBRE	Conocimiento	Aporte	Contactos	Objetivos Comunes
Luis Intriago	Experto en Administración de Empresa	Encargado de la gestión Administrativa de la empresa	Conocimiento de los proveedores	Coordina continuamente con las demás áreas.
Johanna Alcívar	Experto en área contable	Encargado de llevar la contabilidad del almacén	Conocimientos sobre las normas legales.	Coordinación con el gerente
David Intriago	Experto y líder en ventas	Encargado de la relación con los clientes del Almacén	Intuición de los precios y los Cambios que se den en el mercado	Sistematiza los conocimientos con el gerente
Valentino Chuez	Líder en ventas	Encargado de la relación con los clientes del Almacén	Intuición de los precios y los Cambios que se den en el mercado	Sistematiza los conocimientos con el gerente
Alexis Intriago	Hábil en distribución e inventario.	Encargado del orden de la bodega	Compresión de los productos	Coordinar con el equipo de ventas

			existentes y faltantes.	
Belén Navarrete	Especialista en atención al cliente y Contabilidad	Encargada del dinero en caja	Percepción de los precios y los Cambios que se den en el mercado	Coordinar con la contadora y el equipo de venta
Junior Romero	Especializado en mecánica de motos	Encargado del taller	Conocimiento de los proveedores	Sistematiza los conocimientos con el equipo de venta
Manuel Saltos	Especializado en mecánica de motos	Asistente de Taller	Conocimiento de los proveedores	Sistematiza los conocimientos con el equipo de venta

Elaborado por: Luis Intriago

Formación y Experiencia.

Tabla 4: Formación y experiencia

Nombre	Experiencia	Formación	¿Conocimientos de tipo Empresarial?
Luis Intriago	5 años de Experiencia en Administración de Empresa	Administración de Empresa	Ha Ayudado a mejorar algunas Empresas en el manejo de la Administración
David Intriago	6 años de Experiencia en el Área de Ventas	Cursos para Atención al Cliente	Ha sido Agente Vendedor en tres Empresas
Valentino Chuez	4 años de Experiencia en el Área de Ventas	Cursos para Atención al Cliente	Ha sido Agente Vendedor en dos Empresas
Johanna Alcívar	14 años de Experiencia en Contabilidad y Auditoria	Ingeniera en Contabilidad y Auditoria	Ha Incrementado la Rentabilidad de Varias Empresas de la Ciudad
Alexis Intriago	8 años de Experiencia en logística	Estudios de nivel Bachillerato en contabilidad	Ha sido Bodeguero en 2 Empresas
Belén Navarrete	2 años de Experiencia en contabilidad	Ingeniera en Contabilidad y Auditoria	Ha formado parte de importantes compañías telefónicas.
Junior Romero	8 años de experiencia en mecánica para motos.	Analista Técnico en Mecánica y	Ha colaborado en diversos talleres para motos a nivel de Manabí

		Electrónica de Motocicletas	
Manuel Saltos	4 años de experiencia en mecánica para motos.	Analista Técnico en Mecánica y Electrónica de Motocicletas	Ha colaborado en diversos talleres para motos en la ciudad de Junín

Elaborado por: Luis Intriago

Nombre: Luis Gioverti Intriago Intriago

Cedula de ciudadanía: 1314306075

Lugar y fecha de nacimiento: Ciudad de Junín, el 30 de junio de 1995

Dirección: Km 4 vía Junín Portoviejo

Teléfono: 0991483687

E-mail: luisgio2011@hotmail.com

Perfil profesional

Profesional en Ingeniería en Marketing con práctica laboral en el área de Administración de Empresa y Contabilidad, con habilidad para trabajar en equipo o individualmente. Orientado en la Administración de la producción; con responsabilidad y fácil interpretación de las políticas organizacionales.

Experiencia y logros

Figura 2: Hoja de Vida

12/12/2018 Untitled Document



Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabi SECRETARIA GENERAL

HOJA DE VIDA

Datos Personales		
Cédula o Pasaporte (Con guión) 131430607-5		
Apellidos INTRIAGO INTRIAGO	Nombres LUIS GIOVERTI	
Ap. Patr. Padre INTRIAGO VERA ALEXIS LUIS	Ap. Matr. Madre INTRIAGO MURILLO BLANCA ROSA	
Fecha Nac. día/mes/año 30/06/1995	Sexo Masculino	Estado Civil Soltero
Telefono 2689036	Nro. Votación 013-0279	Letra Militar SD
Tipo Sangre O+	Código Postal SD	Correo Electronico luisgio2011@hotmail.com
Lugar de Nacimiento		
País ECUADOR		
Provincia MANABI	Cantón JUNIN	Parroquia JUNIN, CABECERA CANTONAL
Raíces RIO-FRÍO	Dirección Km3 VIA JUNIN	Forma Rural
Lugar de Residencia Actual		
Provincia MANABI	Cantón JUNIN	Parroquia JUNIN
Raíces RIO-FRÍO	Dirección Km3 VIA JUNIN	Res. Casa SD
Datos Academicos		
Escuela Primaria QUITO # 59	Ciudad JUNIN	
Colaborador CARLOS ANTONIO GARCIA MORA	Ciudad JUNIN	Tipo Colegio Fiscal
Título Colegio CIENCIAS SOCIALES		
Títulos Superiores SD		
Fecha en que ingresó a la Universidad (U.E.A.M) 08/04/2013		
Datos Discapacidad		
Discapacidad Ninguna	Porcentaje 0	
Causa Discap. 0	Clasificación Discapacidad	
Otros datos		
Orientación Sexual Heterosexual	Grupo Sanguíneo Montubio	
Datos Laborales		
Lugar donde Laboreo Actualmente SD		Cargo SD

Firma Estudiante _____

1.6. Alianzas estratégicas

Las alianzas estratégicas dan apoyo al almacén Moto Repuestos Intriago, de una forma poderosa, aplicando herramientas de marketing que representan una excelente oportunidad de colaboración para competir, debido a que se está buscando el beneficio mutuo. Se trata de un acuerdo entre las empresas, en el cual acoplan sus fuerzas Moto Repuesto Intriago, la Isla Junín Enduro, Comercial Intriago, Compañía de Taxis Junín S.A, Multirepuestos Bajaj y Moto Repuesto Yamaha, para superar barreras comerciales en este nuevo mercado.

La alianza estratégica se dará con los proveedores de repuestos como MULTIREPUESTOS BAJAJ que se encuentra ubicado en la ciudad de Guayaquil y MOTO REPUESTO YAMAHA la matriz está situada en la ciudad de Machala, por parte de Moto repuestos Intriago se les brindará publicidad a los dos establecimientos, obteniendo beneficios para el almacén como facilidad de pagos y que los precios sean más cómodos.

También se espera poder establecer alianzas exitosas con el grupo LA ISLA JUNÍN ENDURO es la agrupación de jóvenes de motocrós, en donde se les entregara unos cupones con descuento al momento de acudir al almacén o taller, por la cual ellos ubicaran en sus motos adhesivas con la publicidad del local, para así poder obtener beneficios recíprocos.

De la misma manera Moto Repuestos Intriago hace alianza con la COMPAÑÍA DE TAXIS JUNÍN S.A., es un medio de transporte que circula por toda la ciudad de Junín, la cual se les aplicaría unas adhesivas del establecimiento ayudando a difundir la publicidad, a cambio reciben cupones de descuento para sus motocicletas o de algún familiar.

1.7. Análisis FODA

En cuanto al análisis de la matriz FODA para el almacén de Repuestos de Motos y Accesorios es el siguiente.

Tabla 5: Matriz FODA

Fortalezas <ul style="list-style-type: none">✓ Buena ubicación geográfica.✓ Atención al cliente de lunes a domingo.✓ Poder de negociación que tiene la empresa con los proveedores.✓ Precios cómodos.✓ Se contará con variedad de repuestos originales.✓ Personal altamente capacitado.	Oportunidades <ul style="list-style-type: none">✓ Variedad de proveedores.✓ Facilidades de pago que brindan los proveedores.✓ Aumento de consumo de artículos motorizados y sus derivados✓ Alta exposición en eventos de Motocrós.✓ La gente espera un servicio innovador que dé resultados.✓ Creación de sucursales en otras localidades.
Debilidades <ul style="list-style-type: none">✓ Nuevos en el mercado.✓ Cartera de clientes reducida.✓ Baja reputación de la marca.	Amenazas <ul style="list-style-type: none">✓ Inestabilidad de política de precios de producto.✓ Incremento de la inseguridad social.✓ Saturación de ofertantes en el mercado.✓ Inestabilidad de política de tributos.✓ Bajo nivel de confiabilidad de los clientes.

Elaborado por: Luis Intriago

Por medio de las siguientes matrices EFI y EFE se realizará un análisis del factor interno y externo de Moto Repuestos Intriago.

Matriz EFI

Tabla 6: Matriz EFI

FACTOR A ANALIZAR	PES O	CALIFICACIÓ N	PONDERACIÓ N
FORTALEZAS			
Buena ubicación geográfica.	0,12	3	0,3
Atención al cliente de lunes a domingo.	0,1	3	0,24
Poder de negociación que tiene la empresa con los proveedores.	0,12	3	0,3
Precios cómodos.	0,13	4	0,48
Se contará con variedad de repuestos originales.	0,16	4	0,6
Personal altamente capacitado	0,12	3	0,3
SUBTOTAL			0
DEBILIDADES			0
Nuevos en el mercado.	0,1	3	0,3
Cartera de clientes reducida.	0,05	2	0,1
Baja reputación de la marca	0,1	3	0,3
SUBTOTAL			0
TOTAL	1		2,92

Elaborado por: Luis Intriago

En cuanto a la Matriz EFI se obtuvo respuestas en un nivel promedio con un resultado total de 2,92 lo cual indica que Moto Repuestos Intriago tiene solidez como almacén de repuestos para motos, en sus asuntos internos. Siendo así de esta manera la variedad de repuestos originales y mantener precios cómodos, los elementos de mayor peso para certificar el éxito en la industria en la que se encuentra.

Matriz EFE

Tabla 7: Matriz EFE

FACTOR A ANALIZAR	PESO	CALIFICACION	PONDERACION
OPORTUNIDADES			
Variedad de proveedores.	0,1	3	0,3
Facilidades de pago que brindan los proveedores.	0,12	4	0,6
Aumento de consumo de artículos motorizados y sus derivados	0,1	3	0,3
Alta exposición en eventos de Motocrós.	0,05	2	0,1
La gente espera un servicio innovador que dé resultados	0,8	3	0,3
Creación de sucursales en otras localidades.	0,05		
SUBTOTAL			0
AMENAZA			
Inestabilidad de política de precios de producto.	0,05	2	0,1
Incremento de la inseguridad social.	0,1	3	0,3
Saturación de ofertantes en el mercado.	0,15	4	0,6
Inestabilidad de política de tributos.	0,1	3	0,3
Bajo nivel de confiabilidad de los clientes.	0,1	3	0,3
SUBTOTAL			0
TOTAL	1		3,2

Elaborado por: Luis Intriago

La matriz EFE muestra resultados favorables en cuanto a las oportunidades y amenazas que dieron como resultado un 3,2, cifra que indica una excelente respuesta por parte de Moto Repuestos Intriago ante el sector en el que se desenvuelve; esto quiere decir que las estrategias de la organización aprovechan en forma eficaz las oportunidades existentes y reducen al mínimo los efectos adversos.

A continuación, se presentará de forma explicativa cada uno de los puntos detallados en la matriz anterior

1.7.1. Puntos Fuertes

- Buena ubicación geográfica, debido a que se encuentra localizado en la vía principal, avenida Eloy Alfaro, Junín
- Atención al cliente de lunes a domingo, por la razón que otros locales comerciales dejan de atender los domingos.
- Poder de negociación que tiene la empresa con los proveedores, debido a que cuenta con una amplia cartera de proveedores, de las marcas más reconocidas.
- Precios cómodos, con la finalidad de atraer la mayor cantidad de compradores.
- Se contará con variedad de repuestos originales, con la finalidad de que los clientes tengan más opciones de elegir al comprar, con el respaldo y garantía de las marcas más reconocidas.
- Personal altamente capacitado, debido a que los consumidores necesitan sentirse seguros al momento de comprar.

1.7.2. Puntos débiles

- Nuevos en el mercado, lo cual no genera la confianza necesaria para el cliente.
- Cartera de clientes reducida, debido al reciente inicio de actividad de Moto Repuestos Intriago.
- Baja reputación de la marca, generada también por la poca confiabilidad de los clientes.

1.7.3. Oportunidades

- Variedad de proveedores, lo cual refleja la capacidad de brindar un amplio stop de productos a los clientes.

- Facilidades de pago que brindan los proveedores, que permite solicitar créditos y a la vez ayuda al crecimiento del almacén.
- Aumento de consumo de artículos motorizados y sus derivados, lo que indica que el almacen tiene un amplio mercado por satisfacer.
- Alta exposición en eventos de Motocrós, en los cuales Moto Repuestos Intriago estará presente y se dará a conocer a los potenciales clientes.
- La gente espera un servicio innovador que dé resultados, cuya iniciativa será respondida por Moto Repuestos Intriago ofreciendo personal capacitado y disponibilidad de repuestos y accesorios.
- Creación de sucursales en otras localidades, con el objetivo de facilitarle a los clientes la adquisición de los productos en el menor tiempo posible.

1.7.4. Amenazas

- Inestabilidad de política de precios de producto, en dependencia de la economía del país y las necesidades que tienen los proveedores.
- Incremento de la inseguridad social, que es una realidad nacional que afecta tanto a la población como a los negocios.
- La Saturación de ofertantes en el mercado se ve impulsada por la facilidad que existe para iniciar este negocio, haciendo sencillo que la competencia se lleve una parte del mercado.
- Inestabilidad de política de tributos, debido a que constantemente las regulaciones para importadoras están siendo renovadas y varían en cada gobierno.
- Bajo nivel de confiabilidad de los clientes, por el motivo de que no existe un mayor conocimiento del almacén.

1.7.5. Estrategias de desarrollo en base al análisis FODA

<p>MATRIZ FODA</p>	<p>Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Buena ubicación geográfica. 2. Atención al cliente de lunes a domingo. 3. Poder de negociación que tiene la empresa con los proveedores. 4. Precios cómodos. 5. Se contará con variedad de repuestos originales. 6. Personal altamente capacitado. 	<p>Debilidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nuevos en el mercado. 2. Cartera de clientes reducida. 3. Baja reputación de la marca.
<p>Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Variedad de proveedores. 2. Facilidades de pago que brindan los proveedores. 3. Aumento de consumo de artículos motorizados y sus derivados 4. Alta exposición en eventos de Motocrós. 5. La gente espera un servicio innovador que dé resultados. 6. Creación de sucursales en otras localidades. 	<p>FO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se contará con variedad de repuestos originales con la finalidad de vender el artículo adecuado para el cliente. • Mediante la facilidad de pago que brindan los proveedores, se negociaran créditos con los mismos. 	<p>DO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al ser nuevos en el mercado se tomará como estrategia la innovación ya que se ha convertido en la herramienta fundamental para aumentar la competitividad de las empresas. • Debido a que la gente espera un servicio innovador que dé resultados, Moto Repuestos Intriago necesita estar preparado para enfrentar el futuro, pensar en cambios en los productos.
<p>Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inestabilidad de política de precios de producto. 2. Incremento de la inseguridad social. 3. Saturación de ofertantes en el mercado. 4. Inestabilidad de política de tributos. 5. Bajo nivel de confiabilidad de los clientes. 	<p>FA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer precios cómodos, estableciendo un sistema de fijación de precios adecuado al mercado. • En cuanto a la Saturación de ofertantes en el mercado se aplicará la estrategia Low Cost. 	<p>DA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baja reputación de la marca, debido al reciente inicio del negocio y a la existencia de competencia. • Considerando que las ventajas que recibe un cliente son numerosas con respecto al servicio contratado por un precio razonable, las oportunidades de generar una interacción basada en la confianza crecen notablemente.

- ✓ Moto Repuestos Intriago se encuentra situado en la vía principal la cual es una vía de fácil acceso, contando con una excelente ubicación geográfica, permitiendo tener una mayor acogida, por lo cual se debe realizar una estrategia que involucre, abastecer adecuadamente el local, con buena exhibición, alcance de productos, demostración de uso, decoración interna, servicios de seguridad.
- ✓ Atención al cliente de lunes a domingo, días en los cuales se debe guiar todos los esfuerzos hacia el ofrecimiento de los beneficios que atraerán a los

clientes, tales como rapidez, entrega inmediata, resolución de problemas, asesoría y servicio técnico, trato personalizado.

- ✓ Mediante el poder de negociación que tiene la empresa con los proveedores, se debe fomentar la colaboración con los mismos, alimentando relaciones fuertes y consolidadas, trabajando con marcas certificadas.
- ✓ Ofrecer precios cómodos, estableciendo un sistema de fijación de precios adecuado al mercado, de acuerdo a los valores adicionales que se prestan, tales como comodidad, ahorro de tiempo, cercanía; estableciendo las formas de pago adecuadas, descuento por pagos al contado.
- ✓ Se contará con variedad de repuestos originales con la finalidad de vender el artículo adecuado para el cliente, en las cantidades suficientes, que tenga disponibilidad inmediata y que pueda satisfacer las necesidades de un cliente.
- ✓ Creación de sucursales en otras localidades, aprovechando la ventaja de exponer el negocio a una audiencia más amplia. Esta cantidad aumentada de clientes potenciales mejorara las ventas en mayor medida, lo que da como resultado una mejor rentabilidad, con la expansión adecuada, el almacén se colocara en la mente de muchos clientes.
- ✓ Personal altamente capacitado, con el conocimiento adecuado para que pueda convencer al cliente sobre el producto; teniendo un alto nivel de compromiso, motivación, capacitación y grandes habilidades para la venta.
- ✓ Al ser nuevos en el mercado se tomará como estrategia la innovación ya que se ha convertido en la herramienta fundamental para aumentar la competitividad de las empresas. Independientemente del tamaño y actividad del almacén, se incluirá la innovación en sus procesos y productos como recurso fundamental para incrementar su productividad y la competitividad en su sector.
- ✓ Cartera de clientes reducida, para la cual se busca ofrecer a los clientes existentes ventajosas promociones si recomiendan el negocio a terceros.

- ✓ Baja reputación de la marca, debido al reciente inicio del negocio y a la existencia de competencia que puede tener una marca más fuerte y mejor reputación que la del Almacén Moto Repuestos Intriago.
- ✓ Teniendo en cuenta que se posee variedad de proveedores, se debe de continuar con un proceso de selección cuidadoso, lo cual permitirá establecer relaciones duraderas a largo plazo, que impulsen el crecimiento del almacén y el taller.
- ✓ Mediante la facilidad de pago que brindan los proveedores, se negociaran créditos con los mismos; esto supone una fuente de financiación corriente para el almacén y taller Moto Repuestos Intriago, ya que en muchos casos representa un apoyo importante.
- ✓ A través del aumento de consumo de artículos motorizados y sus derivados, se debe conseguir que Moto Repuestos Intriago crezca por encima de la media del crecimiento del mercado y sea capaz de transformar este crecimiento en más clientes, ganando cuota de mercado; como resultado se conseguirá más facturación.
- ✓ Aprovechando la alta exposición en eventos de Motocrós, se puede Incrementar la lealtad del consumidor, gracias a la exposición que tiene la marca con esta estrategia, la experiencia que genera y el acercamiento que tiene con el cliente final, se puede generar confianza.
- ✓ A raíz de que la gente espera un servicio innovador que dé resultados, Moto Repuestos Intriago necesita estar preparado para enfrentar el futuro, pensar en cambios en los productos.
- ✓ En cuanto a la inestabilidad de política de precios de producto se puede decir que la mayoría de negocios piensan en ahorrar para aquellos momentos en que la economía del país no está en mejor forma; la realidad es que en ese punto las opciones de ahorro serán más bien limitadas, sin embargo, se debe ahorrar planificando más allá de las imposiciones económica que tenga el mercado.

- ✓ Para combatir el incremento de la inseguridad social, se contratará un buen seguro, con una cobertura que garantice el bienestar del capital.
- ✓ En cuanto a la Saturación de ofertantes en el mercado se aplicará la estrategia Low Cost, en la que el precio es un factor muy determinante, incluso antes que por la calidad del servicio. Es decir que valorarán a Moto Repuestos Intriago como posibilidad ante un competidor según el coste que vaya a suponer al cliente. Por ello, detectar qué es lo que realmente quiere este cliente y reducir el resto de servicios "extras" a ojo del consumidor, permitirá ofrecer un servicio centralizado y personalizado a menor coste.
- ✓ En cuanto a la Inestabilidad de política de tributos se debe tener la contabilidad al día, lo que es fundamental para saber cuanto antes el importe de las liquidaciones de impuestos y tener un mayor margen de maniobra.
- ✓ Opuestamente al Bajo nivel de confiabilidad de los clientes, considerando que las ventajas que recibe un cliente son numerosas con respecto al servicio contratado por un precio razonable, las oportunidades de generar una interacción basada en la confianza crecen notablemente; en efecto los agentes deben conocer lo que cada cliente desea en el presente para anticipar el futuro.

1.8. Legal Jurídico y Fiscal

1.8.1. Descripción de la organización

Tabla 8: Descripción de la organización

Nombre de la empresa	Moto Repuestos Intriago
Razón Social	Sociedad Anónima
Descripción del negocio	Almacén de Repuestos para Motos
RUC	
Domicilio Legal	Junín, Manabí, Ecuador
Teléfono	0991483687
Persona de contacto	Luis Gioverti Intriago Intriago
Cargo	Gerente Propietario

Elaborado por: Luis Intriago

1.8.2. Antecedentes de la empresa y las partes constituyente

Según el Artículo 430 del Código de Trabajo vigente en el Ecuador, una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación limitada, donde el propietario figura como trabajador de la misma.

Una microempresa es el paso para comenzar un emprendimiento, puesto que en ello se encuentran los conocimientos para obtener estructuración, organización de personal limitado y la oportunidad de acceder a créditos medianos con la posibilidad de administrar dichos recursos.

La ejecución o la puesta en marcha de la idea del negocio se determinan como micro emprendimiento, que por lo general es de baja inversión, con un solo dueño que figura como empleado.

En definitiva, existen varios tipos de micro emprendimiento: expansión, transformación y supervivencia. El escoger o saber en cual de esos tipos se encuentra el negocio depende de las características del mismo, por ende, la microempresa de servicios es de tipo transformador.

1.8.3. Aspectos legales (forma jurídica de la empresa, forma jurídica de trabajo con alianzas)

De acuerdo al tipo de actividad de Moto Repuestos Intriago como almacén y taller, se determinará que dos socios estarán a cargo de la compañía mediante la figura de sociedad anónima debido a que cada socio responde con el capital aportado

1.8.4. Equipo directivo

La sociedad anónima como forma jurídica permite que los socios de Moto Repuestos Intriago puedan ser parte del equipo directivo es así que a continuación se puede establecer su participación dentro de la empresa, expresada en porcentajes:

En cuanto a las personas que son socios de la empresa Moto Repuestos Intriago se han interesado en conformar una sociedad anónima, puesto que esta se adapta a las tipologías de este proyecto. Se conforma por 2 socios los cuales ayudan cada uno con aspectos económicos, físicos e intelectuales que permitirán la conformación de la asociación y capital de trabajo.

La empresa se conformó con un capital suscrito de 40.000 dólares los cuales son aportados por los socios en particiones iguales.

Las participaciones de los socios son los siguientes:

Tabla 9: Equipo Directivo

SOCIOS	PARTICIPACION	ESTADO CIVIL	NACIONALIDAD	DOMICILIO
Luis Gioverti Intriago Intriago	50%	Soltero	Ecuatoriana	Junín
Alexis Luis Intriago Vera	50%	Unión libre	Ecuatoriana	Junín

Elaborado por: Luis Intriago

1.8.5. Modalidad contractual (emprendedor y empleado)

Para el presente proyecto se va a acoger al código de trabajo porque es el que permite regular las relaciones laborales en las empresas privadas con los empleados.

La contratación del personal será expreso y tácito de acuerdo con el artículo 12 del código de trabajo que menciona “El contrato es expreso cuando el empleador y el trabajador acuerden las condiciones, sea de palabra o reduciéndolas a escrito. A falta de estipulación expresa, se considera tácita toda relación de trabajo entre empleador y trabajador”.

¿Cómo debe legalizar el empleador un contrato de trabajo?

- Ingresar a la página web: www.relacioneslaborales.gob.ec
- Ingresar al link “contratos en línea”
- Registrar su empresa o persona natural
- Llenar datos empleador y trabajador
- Cargar el contrato previamente escaneado
- Imprimir el extracto
- Esperar a la revisión
- Una vez aprobado imprimir el turno.
- Acudir a la Delegación, el día y la hora señalada en el turno adjuntando todos los requisitos para ser atendido por el inspector de trabajo. (Ministerio de Trabajo, 2018)

1.8.6. Permisos y licencias necesarios para el funcionamiento y venta de productos

- **Inscripción en la superintendencia de compañías**

De acuerdo con el portal web de la superintendencia de compañías del Ecuador, ara constituir una compañía por vía electrónica se debe ingresar al sitio web www.supercias.gob.ec para posteriormente registrarse en el portal de constitución de compañías en donde se debe llenar un formulario de Solicitud de constitución de compañías compuesto por cinco secciones que permiten ingresar información de socios o accionistas, datos de la compañía, cuadro de

suscripciones y pago de capital, información de representantes legales y documentos adjuntos. A continuación, una lista de los principales datos requeridos:

- Nombre comercial
- Domicilio legal y dirección
- Actividades vinculatorias
- Información de contactos
- Establecimientos de la compañía
- Capital suscrito
- Valor nominal de acciones

Una vez que se encuentren ingresados todos los requerimientos que solicita el sistema se mostrarán los costos por servicios notariales y registrales correspondientes y se puede iniciar el trámite el cual debe ser completado mediante la recepción de un correo electrónico indicando los procesos finales.

- Certificado de la Superintendencia de Compañías respecto al trámite de constitución y fecha de reservación del nombre de la compañía.
- Inscripción de marca (IEPI) (SUPERINTENDENCIA de Compañías, valores y Seguros , 2018)

Documento de Absolución de Denominaciones

Figura 3: Documento de Absolución de Dominio



REPÚBLICA DEL ECUADOR
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS
ABSOLUCIÓN DE DENOMINACIONES
OFICINA: PORTOVIEJO

FECHA DE RESERVACIÓN: 04/07/2018 12:00 AM
NÚMERO DE RESERVA: 7810578
TIPO DE RESERVA: CONSTITUCIÓN
RESERVANTE: 1314306075 INTRIAGO INTRIAGO LUIS GIOVERTI

PRESENTE:

A FIN DE ATENDER SU PETICIÓN, PREVIA REVISIÓN DE NUESTROS ARCHIVOS, LE INFORMO QUE SE HA APROBADO LA SIGUIENTE DENOMINACIÓN.

NOMBRE PROPUESTO: MOTOREPUESTOSINTRIAGO SOCIEDAD ANÓNIMA

ACTIVIDAD PRINCIPAL	K8420.00	ACTIVIDADES DE SOCIEDADES DE CARTERA, ES DECIR, UNIDADES TENEDORAS DE ACTIVOS DE UN GRUPO DE EMPRESAS FILIALES (CON PARTICIPACIÓN DE CONTROL EN SU CAPITAL SOCIAL) Y CUYA ACTIVIDAD PRINCIPAL CONSISTE EN LA PROPIEDAD DEL GRUPO. LAS SOCIEDADES DE CARTERA CLASIFICADAS EN ESTA CLASE NO SUMINISTRAN NINGÚN OTRO SERVICIO A LAS EMPRESAS PARTICIPADAS, ES DECIR, NO ADMINISTRAN NI
---------------------	----------	---

ESTA RESERVA DE DENOMINACIÓN SE ELIMINARÁ EL 19/12/2019 12:00 AM

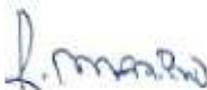
RECUERDE QUE DEBERÁ FINALIZAR EL PROCESO DE CONSTITUCIÓN DENTRO DEL PERIODO DE VALIDEZ DE SU RESERVA. UNA VEZ FINALIZADO EL TRÁMITE DE CONSTITUCIÓN, ADICIONALMENTE DEBERÁ PRESENTAR A LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS Y VALORES EL FORMULARIO PARA REGISTRO DE DIRECCIÓN DOMICILIARIA, EL MISMO QUE PODRÁ ENCONTRAR EN LA SECCIÓN "GUÍAS PARA EL USUARIO" DEL PORTAL WEB INSTITUCIONAL.

LA RESERVA DE NOMBRE DE UNA COMPAÑÍA NO OTORGA LA TITULARIDAD SOBRE UN DERECHO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL, SEA MARCA, NOMBRE COMERCIAL, LEMA COMERCIAL, APARIENCIA DISTINTIVA, ENTRE OTROS. LOS MISMOS REQUIEREN PARA SU TITULARIDAD LA EJECUCIÓN DEL PROCEDIMIENTO RESPECTIVO ANTE EL INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL (IEPI).

LA RESERVA DE DENOMINACIÓN NO IMPLICA LA AUTORIZACIÓN PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE (PÚBLICO O COMERCIAL), PARA EL CUAL SE REQUIERE OBTENER PREVIAMENTE EL TÍTULO HABILITANTE EMITIDO POR EL ENTE REGULADOR COMPETENTE: ANT, UNIDADES ADMINISTRATIVAS DE LA ANT O GADS.

LA RESERVA DE LA RAZÓN SOCIAL DE UNA COMPAÑÍA DEBERÁ CONTENER EXCLUSIVAMENTE LOS NOMBRES Y APELLIDOS DE LOS SOCIOS O ACCIONISTAS QUE INTEGREN LA COMPAÑÍA EN FORMACIÓN, Y QUE HAYAN AUTORIZADO EXPRESAMENTE LA INCLUSIÓN DE SU NOMBRE CASO CONTRARIO, DICHA RESERVA NO SURTIRÁ EFECTO JURÍDICO.

PARTICULAR QUE COMUNICO PARA LOS FINES PERTINENTES.



AB. KATHERINE MERINO ESPINOZA
SECRETARIO GENERAL

04/07/2018 1.48 PM

Elaborado por: Luis Intriago

- Registro único de contribuyente (RUC)

El RUC permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código Tributario en materia de impuesto. Los requisitos para la obtención del RUC son los siguientes:

- Presentar el documento original del registro de la sociedad.
- Copia de planillas en que aparezca la dirección donde funcionará la compañía.
- Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
- Carta de autorización a la persona que va a realizar el trámite.
- El trámite para la obtención del registro único del contribuyente no tiene ningún costo monetario.
- El plazo de la obtención del RUC es de treinta días posteriores a la iniciación de actividades o constitución de una compañía. De acuerdo con la ley, este deberá constar en matriculas, facturas, planillas de sueldos, declaraciones de tributos, etiqueta, envases, etc. (Servicio de Rentas Internas , 2018)

- **Afiliación a la Cámara de Comercio**

Emitido por la Cámara de Comercio donde se valla a realizar las actividades comerciales

- Llenar solicitud en línea
- Copia de la escritura de constitución de la compañía
- Copia de la cédula de identidad del representante legal
- Copia de nombramiento.
- Copia del RUC
- Una foto tamaño carné (Camara de Comercio de Manta , 2018)

- **Patente municipal**

Este permiso y documento se lo obtiene en las oficinas de la ilustre municipalidad del cantón Manta. Presentando la siguiente documentación:

- Registro Único de Contribuyente (RUC)
- Copia de cedula de identidad del representante legal
- Copia de certificado de votación del representante legal
- Formulario de declaración de votación para obtener la patente (GAD Municipal del Cantón Junín , 2014)

- **Permisos cuerpo de bomberos**

- Premiso que es emitido por el benemérito Cuerpo de Bombero del cantón Junín.

- **Certificación ambiental**

- Solicitud u oficio dirigido al administrador de la zona correspondiente, solicitando el registro, filmada por el representante legal de la empresa.
- Llenar el formulario del registro

- **Inscripción de marca (IEPI)**

- Realizar la búsqueda fonética de denominación (este trámite dura 5 días hábiles).
- Para el efecto se debe presentar una carta o enviar un correo electrónico en el que detalle la denominación cuya búsqueda va a solicitar, así como adjuntar el valor de US \$51.00 (US \$16.00 que corresponden a tasa que cobra Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, y \$35.00 que corresponden a honorarios a favor de la Cámara de Comercio de Manta). En caso de no ser socio, la CCG cobra de honorarios \$70.
- Una vez revisado el resultado de la búsqueda fonética se inicia el trámite de registro de marca y/o nombre comercial. - (Este trámite dura 6 meses aproximadamente)

Para el efecto se deberá presentar:

Carta dirigida a la Cámara de Comercio de Manta, solicitando que se realice el trámite de registro de marca y/o de nombre comercial.

La carta deberá contener:

- Datos generales a favor de quién se va a registrar el título de registro de marca (Nombres completos, nacionalidad, dirección, teléfonos, correo electrónico);
- Detalles de la marca a registrar (Nombre, logo, tipo de signo, naturaleza del signo, descripción clara y completa del signo, especificación individualizada de los productos o servicios, signo que acompaña al lema comercial).

- Solicitud de registro de signos distintivos, suscrita por el peticionario, llenada a máquina o en computador.
- Dos copias de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación del peticionario.
- Copia notariada del nombramiento del representante legal, en caso de ser compañía.
- Si la marca es figurativa o mixta deberá presentar seis etiquetas a color tamaño 5 x 5 cm., en papel adhesivo.
- “Declaración de exoneración de responsabilidades”, debidamente suscrita por el socio, por medio de la cual el socio declara que, si se presenta trámite de oposición, inmediatamente cesará el patrocinio de la asesora legal y la Cámara de Comercio de Guayaquil no reembolsará al socio el valor cancelado por concepto de honorarios profesionales.
- Gastos por cancelar:
 - US \$116.00 correspondiente a tasa del IEPI; y,
 - US \$150.00 por honorarios a favor de la Cámara de Comercio de Manta. En caso de no ser socio la CCG cobra de honorarios \$250.
- Finalmente, cuando el IEPI conceda el registro de la marca a favor del socio, se deberá solicitar la emisión de título de registro de marca/nombre comercial. (esta parte del trámite dura 1 mes, aproximadamente). (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales , 2018)

1.8.7. Certificaciones técnicas, costos, disponibilidad de financiamiento

De acuerdo con el portal web de la superintendencia de compañías del Ecuador, para constituir una compañía por vía electrónica se debe ingresar al sitio web www.supercias.gob.ec para posteriormente registrarse en el portal de constitución de compañías en donde se debe llenar un formulario de Solicitud de constitución de compañías compuesto por cinco secciones que permiten ingresar información de socios o accionistas, datos de la compañía, cuadro de suscripciones y pago de capital, información de representantes legales y documentos adjuntos. A continuación, una lista de los principales datos requeridos:

- Nombre comercial
- Domicilio legal y dirección
- Actividades vinculatorias
- Información de contactos
- Establecimientos de la compañía
- Capital suscrito
- Valor nominal de acciones

Una vez que se encuentren ingresados todos los requerimientos que solicita el sistema se mostrarán los costos por servicios notariales y registrales correspondientes y se puede iniciar el trámite el cual debe ser completado mediante la recepción de un correo electrónico indicando los procesos finales.

Incluye aquí una descripción de los permisos que deberás obtener para realizar tus actividades. Estos permisos pueden ser: registro sanitario, permisos ambientales, uso de suelo, permiso de bomberos, etc.

Las limitaciones pueden darse por las condiciones del entorno, por ejemplo, cercanía a un área protegida. (SUPERINTENDENCIA de Compañías, valores y Seguros , 2018)

1.8.8. Cobertura de responsabilidades (seguros)

Moto Repuestos Intriago, por ser una microempresa de venta de repuestos para motos, hará uso de dos tipos de seguros, a continuación de detalla el tipo de seguro y el porqué de su elección:

Seguro de incendio, este seguro cubre las instalaciones por desastres naturales o por incendios suscitados, este es el principal seguro para poder acceder a otros más.

Seguro de robo, se encarga de cubrir los elementos que están dentro del establecimiento, se realiza con el fin de salvaguardar los bienes materiales existentes y que son de capital propio del empresario. Para poder obtener un valor exacto del pago de seguro se debe realizar un inventario de todos los bienes para poder calcular el monto.

1.8.9. Patentes, marcas y otros tipos de registros (protección legal)

- Realizar la búsqueda fonética de denominación (este trámite dura 5 días hábiles).
- Para el efecto se debe presentar una carta o enviar un correo electrónico en el que detalle la denominación cuya búsqueda va a solicitar, así como adjuntar el valor de US \$51.00 (US \$16.00 que corresponden a tasa que cobra Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, y \$35.00 que corresponden a honorarios a favor de la Cámara de Comercio de Manta). En caso de no ser socio, la CCG cobra de honorarios \$70.
- Una vez revisado el resultado de la búsqueda fonética se inicia el trámite de registro de marca y/o nombre comercial. - (Este trámite dura 6 meses aproximadamente)

Para el efecto se deberá presentar:

Carta dirigida a la Cámara de Comercio de Manta, solicitando que se realice el trámite de registro de marca y/o de nombre comercial.

La carta deberá contener:

- Datos generales a favor de quién se va a registrar el título de registro de marca (Nombres completos, nacionalidad, dirección, teléfonos, correo electrónico);
 - Detalles de la marca a registrar (Nombre, logo, tipo de signo, naturaleza del signo, descripción clara y completa del signo, especificación individualizada de los productos o servicios, signo que acompaña al lema comercial).
- Solicitud de registro de signos distintivos, suscrita por el petitionerario, llenada a máquina o en computador.
 - Dos copias de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación del petitionerario.
 - Copia notariada del nombramiento del representante legal, en caso de ser compañía.
 - Si la marca es figurativa o mixta deberá presentar seis etiquetas a color tamaño 5 x 5 cm., en papel adhesivo.
 - “Declaración de exoneración de responsabilidades”, debidamente suscrita por el socio, por medio de la cual el socio declara que si se presenta trámite de oposición, inmediatamente cesará el patrocinio de la asesora legal y la Cámara de Comercio de Guayaquil no reembolsará al socio el valor cancelado por concepto de honorarios profesionales.
 - Gastos por cancelar:
 - US \$116.00 correspondiente a tasa del IEPI; y,
 - US \$150.00 por honorarios a favor de la Cámara de Comercio de Manta. En caso de no ser socio la CCG cobra de honorarios \$250.
 - Finalmente, cuando el IEPI conceda el registro de la marca a favor del socio, se deberá solicitar la emisión de título de registro de marca/nombre comercial. (esta parte del trámite dura 1 mes, aproximadamente).

2. MERCADO

2.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1.1. EVIDENCIA DE MERCADO

El Cantón Junín fue fundado el 8 de noviembre de 1952, pertenece a la provincia de Manabí, cuenta con una extensión territorial de 246 km² y una población aproximada de 26.942 habitantes del cual el mayor porcentaje corresponde a la zona rural.

Una de las características primordiales de este cantón es que existe un gran desarrollo económico tanto en el comercio y en la agricultura por lo que sus habitantes se dedican al cultivo de productos como: Banano, Maíz, Teca, Cacao, Caña de Azúcar, Plátano, entre otros los mismos que sirven como un medio de sustento, ya que de esta manera pueden cubrir sus necesidades diarias también cuentan con lugares comerciales como farmacias, tiendas de moda, panaderías, ferreterías, bazares, venta de motos, venta de repuestos de motos, los cuales contribuyen con el progreso de este cantón.

Actualmente el mercado de las motos tiene un auge en cuanto al crecimiento del sector, debido a que en los últimos años han presentado grandes acrecentamientos, esto se debe al ingreso de marcas nuevas al mercado de las motocicletas.

Es por ello que en estos momentos es relevante conocer los gustos y preferencias del cliente en cuanto a necesidades, deseos y demanda que permite determinar el comportamiento, motivaciones y hábitos el cual es la razón del mercadeo el comenzar en el cliente y terminar en él.

La zona de influencia para este plan de negocio corresponde a la ciudad de Junin, entre los medios de transporte más utilizados están las motos de todas las marcas y modelos como Honda, Yamaha, Suzuki; estas son utilizadas para transportarse con mayor rapidez, seguridad y agilidad a sus lugares de trabajo que generalmente son en el campo o lugares donde no pueden ingresar con un carro.

Los Hombres y las mujeres de todos los estratos socio-económicos que poseen o deseen adquirir una motocicleta, bien sea de alto cilindraje (motor > 250 centímetros cúbicos.) o bajo (motor < 250 centímetros cúbicos), pero en algunas situaciones las personas no realizan la compra de una moto con un cilindraje de 400 por el motivo de que en el cantón solo existen almacenes que realizan la venta de repuestos de motos con bajo cilindraje y algunos de ellos no son originales o de buena calidad y sus precios son muy elevados.

Según Revistas Líderes (2018)

De acuerdo con la revista líderes, las motocicletas están tomando mayor lugar en las vías del Ecuador. En consecuencia, tenemos que, actualmente circulan por el país entre 800.000 y un millón de estos vehículos. De esas cifras, cerca de 100.000 motocicletas fueron armadas en Ecuador. Este número muestra el aumento que se viene dando en este mercado de la industria y manufactura, que genera unos 2 000 empleos directos.

Por otra parte, los datos sobre venta y ensamblaje permitieron que 12 empresas se asocien desde mediados del 2016 con cuatro objetivos: promover, apoyar, defender y fortalecer las actividades de ensamblaje y fabricación de las partes de las motocicletas. Cabe mencionar que, las compañías que integran la Asociación de Empresas Ensambladoras de Motocicletas y Afines (Aeame) son: Imveresa, Vehículos y Comercio Astudillo, Unnomotors, Metaltronic, Prointer, Motosa, Dukare, Indufrance, Assemblimotos, Mercantil Dismayor, Massline e Ivthunder Motors.

En referencia a lo mencionado anteriormente, los representantes del sector, mueven entre USD 150 millones y 200 millones al año, lo que indica que en el país 17 empresas ensamblan motocicletas.

En este propósito, el armado de estos vehículos empezó hace aproximadamente cinco años y se destaca por utilizar partes o piezas chinas. “Casi el 100% del Kit para ensamblaje / Kit de montaje, Completely Knock Down (CKD) viene de China.

Es importante mencionar que solo marcas como Motor Uno o Thunder tienen partes nacionales, pero en no más del 3% de las piezas utilizadas”, coinciden Juan Pablo Vélez y Oswaldo Landázuri, representantes de la Asociación.

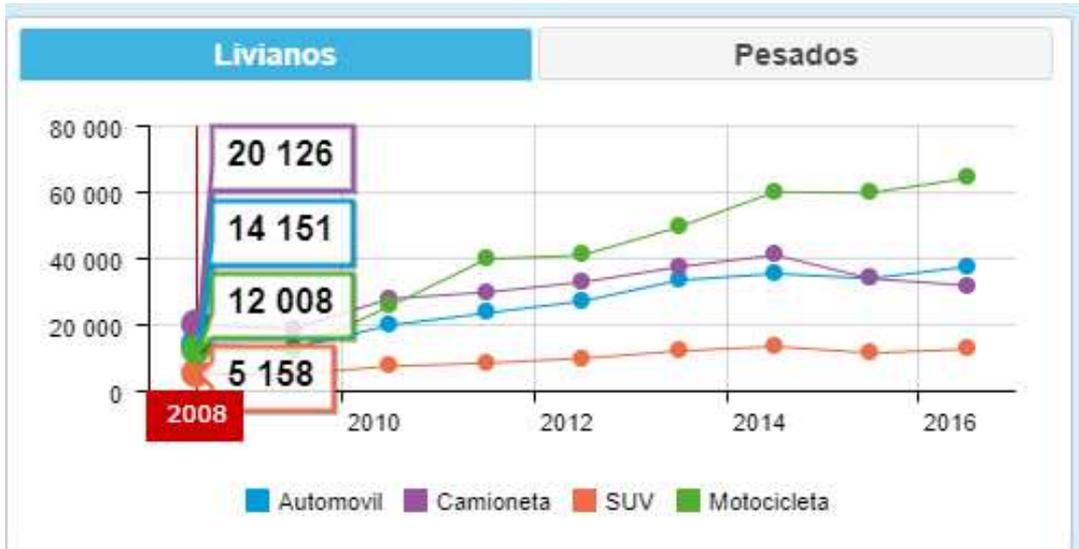
Por su parte, Gonzalo Rueda, gerente General de la consultora Market Watch, indica que la conformación de una asociación es un proceso válido, porque se crea economías de escala que se transforman en mayor peso competitivo y menciona que “Lo importante es que las ensambladoras se complementen, aporten con sus fortalezas y generen un producto de mayor valor agregado”.

En cuanto a la fabricación de partes, Rueda piensa que es un tema que tiene una curva de aprendizaje. “Es un proceso de tiempo, pero hay que hacerlo porque es un sector con alto potencial”. De tal modo que, en la actualidad, según los representantes de la Asociación de Empresas Ensambladoras de Motocicletas y Afines (Aemae), elaborar una pieza para motocicletas cuesta dos o tres veces más que una extranjera. Es por ello que en el país se fabrican partes como parrillas, volantes, etc. en donde la Asociación de Ensambladoras enfrenta retos.

Con base en los bajos precios para acceder a una motocicleta nueva resulta que del total de matrículas registradas ante el Registro Único Nacional de Tránsito (Runt) en 2018 (99.513), cerca de 71% sean vehículos a dos ruedas, es decir, 70.996 unidades. Lo que resulta en un crecimiento importante en el sector, pero también respalda el aumento en ventas de 4,8% que registró este nicho de mercado al cierre de febrero del 2018. (Revista Líderes, 2018)

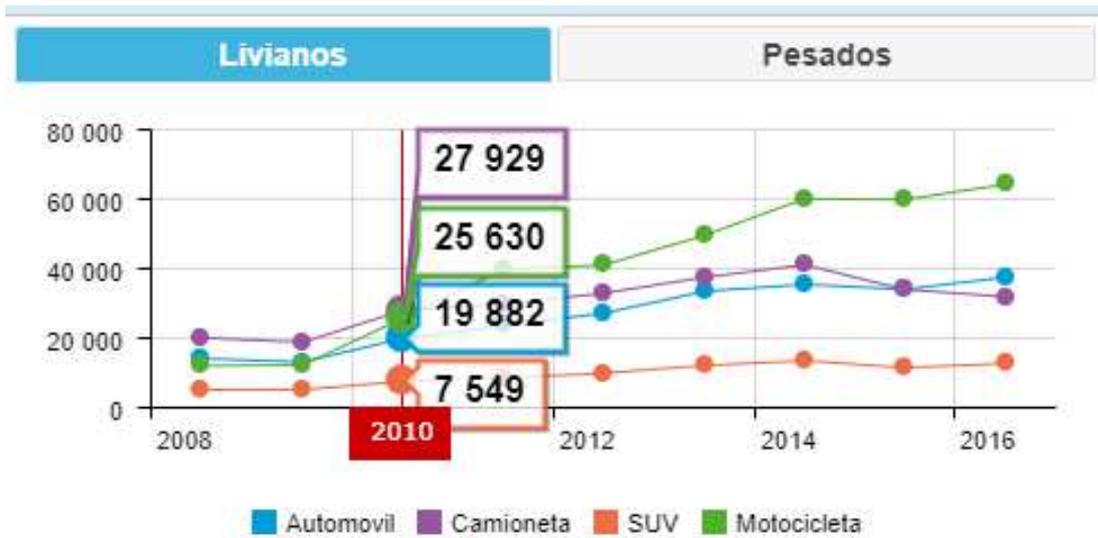
Es preciso mencionar que más familias ecuatorianas consideran que las motocicletas son la mejor opción para ahorrar, generar empleo, mejorar sus tiempos de desplazamiento y mejorar su calidad de vida. Por otra parte, la diferencia de motos matriculadas en Ecuador con el resto de automotores livianos se evidencia en los registros del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) de los últimos ocho años.

Figura 4: Estadísticas de transportes livianos 2008



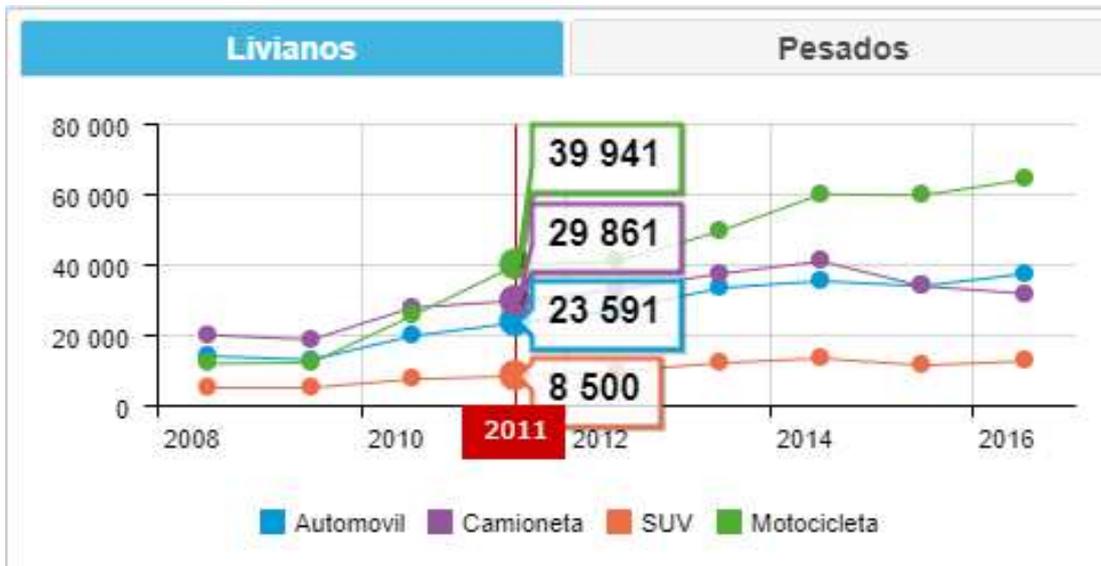
Elaborado por: El Comercio

Figura 5: Estadísticas de transportes livianos 2010



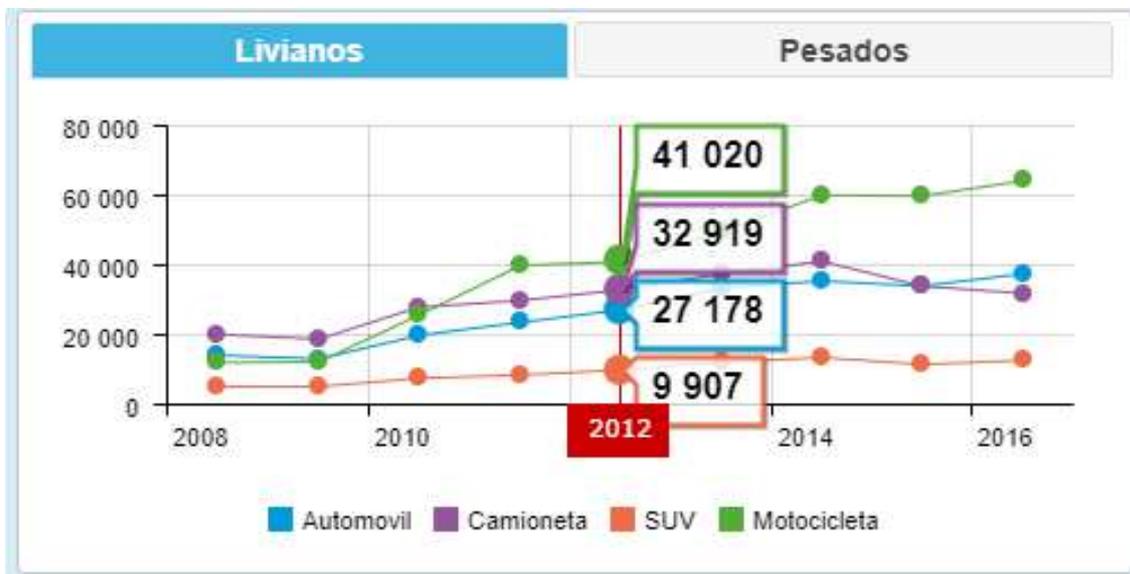
Elaborado por: El Comercio

Figura 6: Estadísticas de transportes livianos 2011



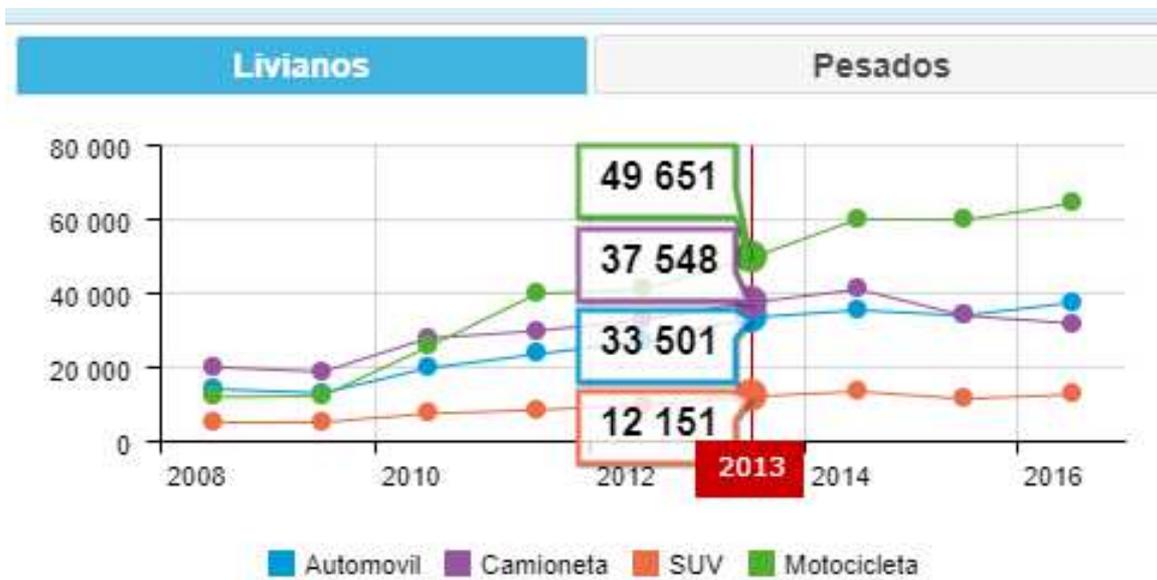
Elaborado por: El Comercio

Figura 7: Estadísticas de transportes livianos 2012



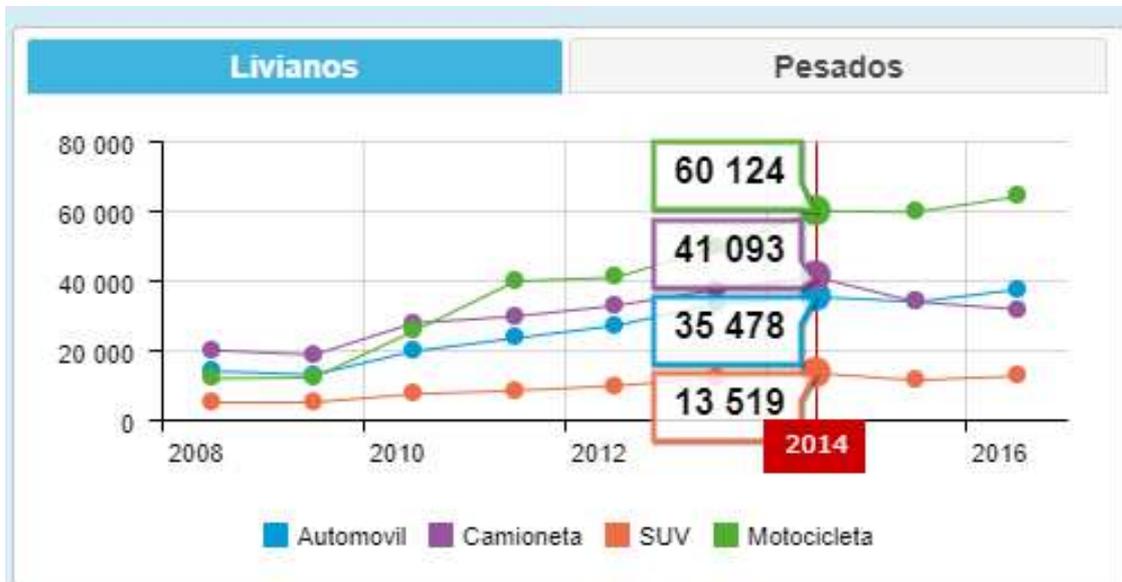
Elaborado por: El Comercio

Figura 8: Estadísticas de transportes livianos 2013



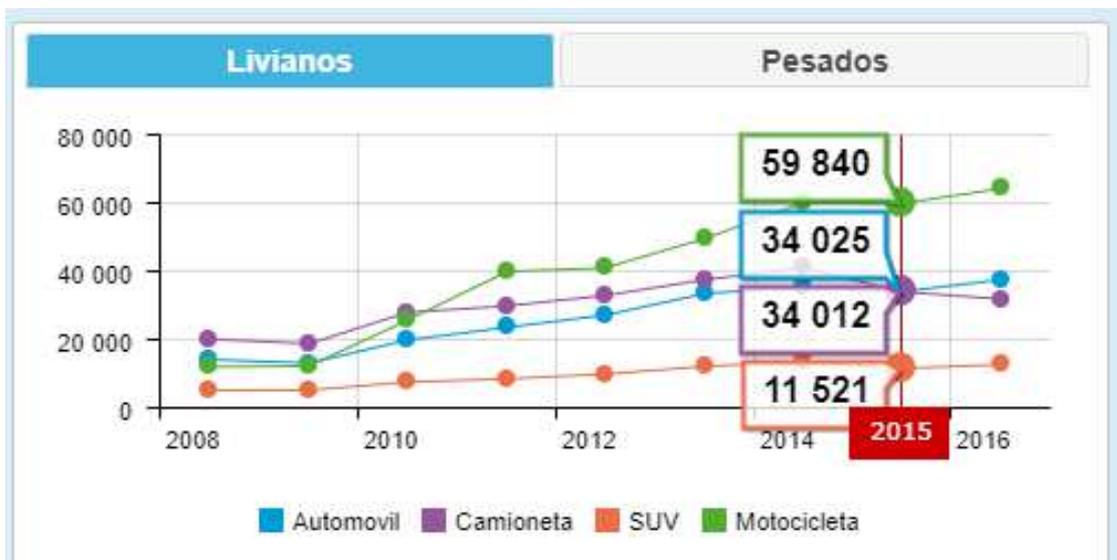
Elaborado por: El Comercio

Figura 9: Estadísticas de transportes livianos 2014



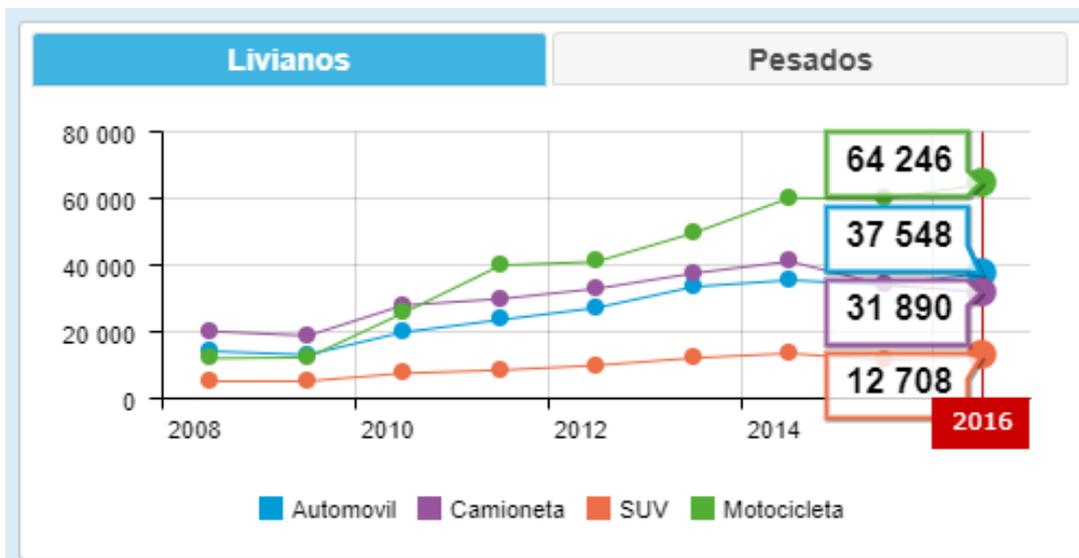
Elaborado por: El Comercio

Figura 10: Estadísticas de transportes livianos 2015



Elaborado por: El Comercio

Figura 11: Estadísticas de transportes livianos 2016



Elaborado por: El Comercio

Como puede apreciarse, de acuerdo con datos de Diario El Comercio, desde el 2008 hasta 2016 la cantidad de motos matriculadas registro un aumento de 85.918 a 477.918, es decir, seis veces más. En este mismo período, los vehículos registrados, en cambio, ascendieron de 336.281 a 636.296. Esto es dos veces más. El promedio anual de crecimiento de motos ha sido del 30%, mientras que de los vehículos tipo SUV (todoterreno pero ligeros) fue del 13,88% y seguido de los autos con un 8,88%. Alejandro Piñeyros, de 30 años, menciona que prefirió adquirir una moto a inicios del 2017 por la facilidad para movilizarse en la ciudad de Quito, considerando que es menos costoso que un vehículo usado en el que pensaba gastar USD 8.000. La moto también usada le costó USD 700. Los gastos de gasolina también son más bajos. A la semana se paga máximo USD 3, cuando solo se transporta desde la casa al trabajo. Otro de los beneficios para Piñeyros es el ahorro de tiempo. Desde el norte de Quito se demora 30 minutos en llegar al trabajo, en el centro norte; anteriormente se demoraba hasta una hora dependiendo del tráfico vehicular y el horario. Jaime Cucalón, presidente de la Asociación Ecuatoriana Automotriz, confirma que la preferencia por las motos se debe, en su mayoría, a los costos. “La persona que antes gastaba hasta USD 40 mensuales en bus, ahora puede pagar por 70 las letras de la moto y tener su propia movilización”.

Con respecto a las provincias donde se registraron más motocicletas en el 2008 se dieron en este orden: Los Ríos, Guayas, Manabí, Pichincha y El Oro. Ocho años después, Guayas pasó a encabezar la lista, seguido de Pichincha; Los Ríos descendió al tercer puesto y después están Manabí y El Oro. A diferencia del 2015, Guayas es la provincia donde más motos se han vendido, sin embargo, desde noviembre del 2017, se establecieron nuevas medidas para su venta.

En cuanto a la Agencia de Tránsito Municipal fijó que cada moto vendida debe entregarse matriculada y con las placas colocadas. Para Antonio Torres, presidente de la Federación Ecuatoriana de Motociclismo del Ecuador, coincide en que la tendencia a comprar más motos es por los bajos costos (en gasolina y mantenimiento) y la facilidad que implica utilizarla en las ciudades con intensa congestión vehicular.

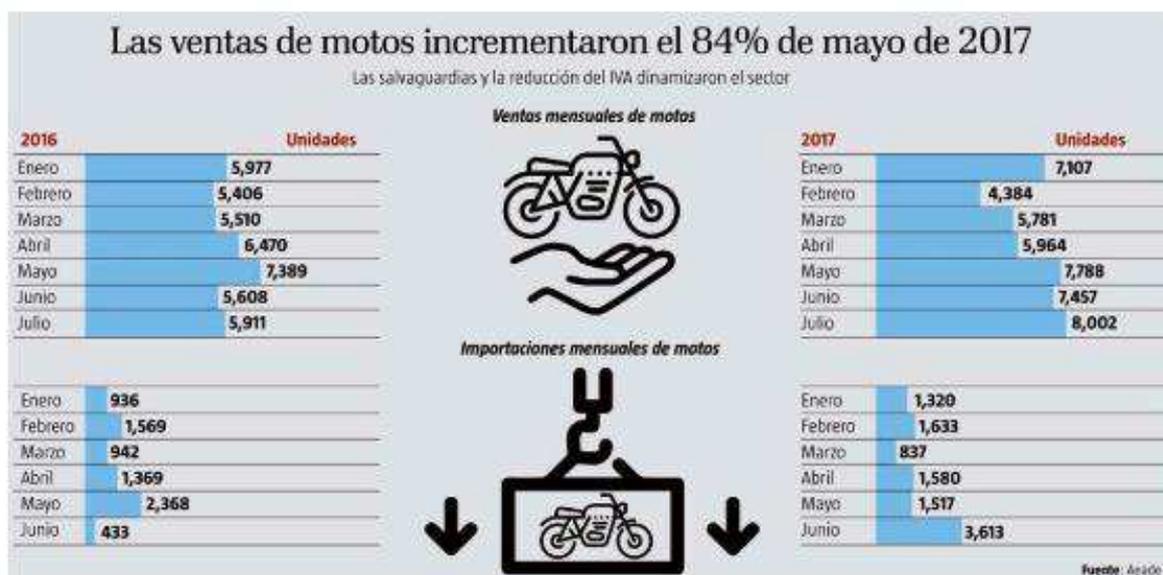
A efectos de este proyecto es importante mencionar que, en el área rural de Manabí se destaca la compra de motos para movilizar los productos agrícolas y facilitar los traslados a la ciudad. César Arias, experto en movilidad, opina que el

Al mismo tiempo los avances tecnológicos brindan cada vez más alternativas de artículos para mejorar la experiencia de los aficionados por las motocicletas: desde ropa hasta accesorios para los pilotos. Un problema que todos los motociclistas comentan es el ruido de los motores, lo que puede ocasionar daño en el oído. Se aconseja usar tapones para los oídos, pero una opción más completa son los audífonos que aíslan gran parte de la bulla exterior. Para mencionar algunos de los artículos tenemos los LG Tone Ultra son una opción, se pueden utilizar debajo del casco y funcionan con Bluetooth. Para la motocicleta aun es necesario adquirir un GPS que sea resistente a los exteriores, pueda ser usado con guantes y brinde recomendaciones de rutas específicas para motociclistas. El TomTom Rider es una alternativa que también tiene montura para fijarse entre los manubrios. Finalmente, para los que quieran registrar sus aventuras, esto es posible gracias a las múltiples alternativas de las cámaras Go Pro cuya marca está pensada para los deportes extremos, así que cuenta con accesorios para montarlas en el casco o entre los manubrios. (Revista Líderes, 2017)

Sobre la base de las consideraciones anteriores, la motocicleta es en el Ecuador es el segundo tipo de vehículo más utilizado luego del automóvil, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), lo que ha llevado a la industria a la dinamización e incentivo a la producción local. Sin embargo, desde finales de 2015 y en 2016, esta se vio perjudicada por un periodo de recesión económica que afectó al país. De acuerdo con lo analizado se evidencia una mejora del sector tanto en ventas como en importaciones. En efecto, Oswaldo Landázuri, presidente de la (Aeame), destacó que en julio del 2017 se registró un aumento en la demanda de motocicletas del 84% con respecto a 2016, gracias a la reducción de las salvaguardias y la disminución del Impuesto del Valor Agregado (IVA) del 14% al 12%, por lo que hay un repunte en el sector. De acuerdo con los datos de Aeade, la venta de este tipo de vehículos pasó de 5.911 unidades comercializadas entre enero y julio del año pasado, a 8.002 en el mismo periodo de 2017. De la misma manera, la importación de estos vehículos durante el primer semestre de 2017 también registró un aumento significativo, pues ingresaron al país 10.500 unidades, 2.883 más que en el mismo periodo del año pasado. Otro escenario plantea Francisco Salazar, gerente general de la empresa Galardi-Motoimport, para quien la

eliminación de las salvaguardias y la reducción en dos puntos del IVA ha dinamizado el sector, abriendo un panorama de crecimiento para 2018. “De mayo a septiembre se ha registrado un aumento del 65% en ventas, lo que nos ha generado mayor seguridad para continuar invirtiendo”. Afirmó que este crecimiento de los últimos meses tanto en la comercialización como en el ensamblaje, ha permitido que haya más empleo. (El Telégrafo, 2017)

Figura 13: Estadísticas de transportes livianos 2010



Elaborado por: El Telégrafo

Luego de lo mencionado anteriormente se puede decir que los motociclistas del Cantón Junín se sienten afectados por no contar con un lugar donde comprar repuestos y sobre todo que brinden servicio técnico garantizado, la falta de puntos de venta genera alteración de precios y por ende mala inversión. Frente a esta situación se ven en la necesidad de recurrir a cantones vecinos como Portoviejo, Calceta, Rocafuerte y Tosagua, con el fin de adquirir productos de mejor calidad, variedad y a un menor precio.

Se hace necesario investigar el mercado de servicio de transporte motorizado para la posterior toma de decisiones, para lo cual se pone de manifiesto la necesidad de la población de este floreciente cantón.

Cabe mencionar que al analizar la composición de mercado el almacén de repuestos y el taller estará ubicado estratégicamente en la ciudad de Junín, ya que la población prefiere contar con un lugar para la compra de repuestos y el arreglo de sus vehículos,

2.1.2. BINOMIO PRODUCTO-MERCADO

La actividad del almacén tiene que ver con la comercialización de accesorios y repuestos de motocicletas, con la implementación de un taller, dirigido para la zona céntrica del cantón Junín, a un segmento de mercado de clase social baja, media y alta, a quienes buscan estar a la vanguardia con sus motocicletas; el servicio esta diferenciado tanto por productos como por la atención que se le brinda al cliente, con personas altamente capacitadas y maestro especializados en el mantenimiento y reparaciones de motos.

2.1.3. SEGMENTACIÓN

Tabla 10: Segmentación

Tipo de variable	Descripción de la variable
Geográfica	Zonas: Urbana y Rural de Junín
	Densidad: 4.356 Propietarios de las motos
Demográfica	Sexo: Masculino y Femenino
	Nacionalidad: Ecuatoriana
	Nivel de ingresos: Básico en adelante
Económica	Clase socioeconómica: Baja, Media y Alta
Psicográfica	Estilo de vida: Activo y Deportivo
	Personalidad: Aventurera
	Hobbies: Utilizar redes sociales, Socializar

	Momento de uso: Horarios laborales y Tiempos Libres.
Comportamiento	Beneficios: Podrá desplazarse a su lugar de preferencia con la mayor seguridad, sin tener ninguna complicación, gracias a la garantía de los repuestos y a la confiable mano de obra realizada a su motocicleta.
	Nivel de uso: Frecuente
	Frecuencia de uso: Mensual
	Nivel de lealtad: Media
	Disposición a la compra: Dispuestos a invertir en sus motocicletas
	Actitud hacia tu producto: Interesado en el mantenimiento y mejoramiento de las motos.
	Toma de decisión: Investiga para tomar una decisión

Elaborado por: Luis Intriago

El cliente potencial de Moto Repuestos Intriago es de clase baja, media y alta; en promedio, de acuerdo con una investigación exploratoria, poseen hasta dos motocicletas por hogar, gustan estar a la vanguardia y buscan calidad en los productos como también obtener un buen servicio.

Los productos y servicios de Moto Repuestos Intriago están dirigidos a personas que requieren asesoría y profesionalismo en los servicios mecánicos, como medio para garantizar la seguridad personal y de sus vehículos.

2.1.4. PERFIL DEL CONSUMIDOR

El cliente ideal de Moto Repuestos Intriago es un consumidor que busca asegurar y mejorar su medio de transporte, a quien le gusta buscar un servicio que ofrezca garantía, seguridad y confianza tanto al momento en que entrega su vehículo como cuando lo recibe.

Usualmente cree que el servicio mecánico es necesario para el mantenimiento y duración de su vehículo sin embargo considera, que el servicio, actualmente, no goza de profesionalismo; por lo que toman en cuenta confiar su motocicleta en un establecimiento conocido o al menos a personas de su confianza. Por lo cual tienen muchas más opciones de que el trabajo final tenga una garantía con precios cómodos, lo que indica que buscan una relación entre el precio y la calidad.

2.1.5. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN MERCADO

Debido a que se trata de un proyecto de emprendimiento se desarrolló una investigación empírica de campo, en la que se utilizó como técnica principal la observación, permitiendo esta detectar los factores esenciales dentro del negocio; además se aplicó una encuesta para conocer aspectos de los clientes y la industria para fundamentar dicho proyecto.

2.1.6. Tamaño actual y proyectado

MUESTREO

Se escogió el tipo de muestreo **No Probabilístico, Intencional**, ya que el investigador ya tiene referencia de cuáles son los lugares a elegir, como lo podría ser los eventos de carreras de motocross, Torneos de enduro, en los diferentes talleres, etc. teniendo la idea clara de quienes podrían ser los partícipes de las encuestas, obteniendo como referencia de que existen 4356 motos legalmente en el cantón Junín, logrando obtener un resultado óptimo.

MUESTRA

Se puede observar que para la realización de la muestra de esta investigación se seleccionó el número de motocicletas legales en la ciudad de Junín que tiene un total de 4356, también se consideró una desviación estándar de la población de 0,5 un nivel de confianza del 95% para obtener datos que se acerquen a la realidad y con un límite aceptable de error maestral del 5% del número de encuestas que se deben realizar el cual es de 353 encuestas.

N	4.356	Tamaño de la población
σ	0,5	Desviación Estandar de la población --> 0,5
Z	95%	Nivel de confianza
e	5%	Limite aceptable de error muestral

$$n = \frac{(4356) (0,5)(0,5) (1,96)(1,96)}{(4356-1)(0,05)(0,05) + (0,5)(0,5) (1,96)(1,96)}$$

$$n = \frac{(4356) (0,25) (3,8416)}{(4355)(0,0025) + (0,25) (3,8416)}$$

$$n = \frac{4183,50}{11,85}$$

$$n = \boxed{353}$$

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2 (N - 1) + Z^2 \sigma^2}$$

Modelo de encuesta

Buenos días / tardes.

Reciba un respetuoso saludo de parte de la carrera Ingeniería en Marketing de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí. Estamos realizando un estudio para adaptar a sus necesidades un almacén para la comercialización de accesorios, repuestos de motocicletas y un taller en el Cantón Junín, Provincia de Manabí"

Edad	18 – 25	
	26 – 35	
	36 – 46	
	47 en adelante	

Sexo	Masculino	
	Femenino	
	LGTB	

1) **¿Conoce usted un almacén que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos que brinde servicio técnico y modificaciones en estética personalizado, ubicado en el cantón Junín?**

Sí No

2) **¿Qué tipo de motocicleta tiene usted?**

Suzuki Honda Yamaha Pulsar

Motor1 Sukida Daytona Otras Marcas

3) **Si estaría dispuesto a realizar modificaciones mecánicas o estéticas, ¿En qué parte de su moto las realizaría?**

Exterior Pintura Motor No Modifico

4) **Quienes realizan mantenimiento a sus motocicletas son profesionales**

Si No No lo sé

5) **¿Con que frecuencia realiza mantenimiento a su motocicleta?**

Semanal Mensual Semestral

6) **¿Cuánto dinero destina mensualmente para su motocicleta?
(Incluyendo: mantenimiento, personalización e indumentaria)**

5 a 10 dólares 20 a 50 dólares 100 a 300 dólares
400 a 600 dólares

7) **¿En qué medios de comunicación usted observa publicidad de estos productos? (más de uno)**

Internet Televisión Radio Prensa Boca a Boca
Otros.

8) **¿Cómo califica el servicio de otros almacenes que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos?**

Regular satisfactorio excelente

9) **¿Le gustaría que en el cantón se implementara un almacén que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos que brinde servicio técnico y modificaciones en estética personalizado?**

Sí No

10) **¿Dónde le gustaría que estuviera ubicado el local?**

Calle principal Calles Alternas

Análisis de la encuesta aplicada a los motociclistas del Cantón Junín

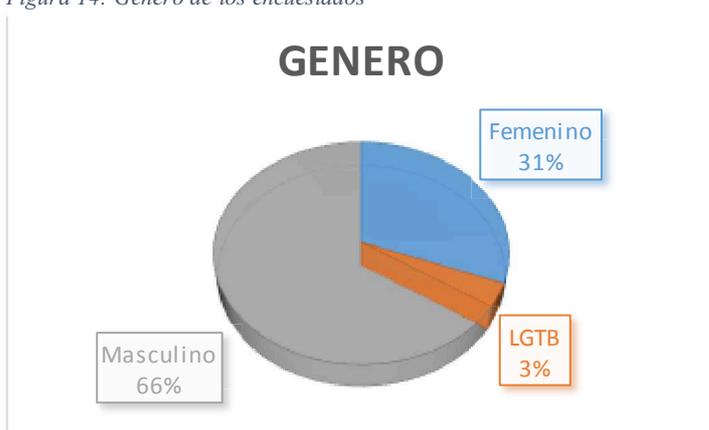
a) Genero de los Encuestados.

Tabla 11: Genero de Encuestados

Genero	Personas	Porcentaje
Femenino	109	31%
LGTB	12	3%
Masculino	232	66%
Total	353	100%

Elaborado por: Luis Intriago

Figura 14: Genero de los encuestados



Elaborado por: Luis Intriago

INTERPRETACIÓN:

En base a la encuesta aplicada el 66% de las personas que conducen motocicletas son de género masculino, otra gran parte con el 31% son de género femenino y con el restante del 3% se encuentran las personas LGTB.

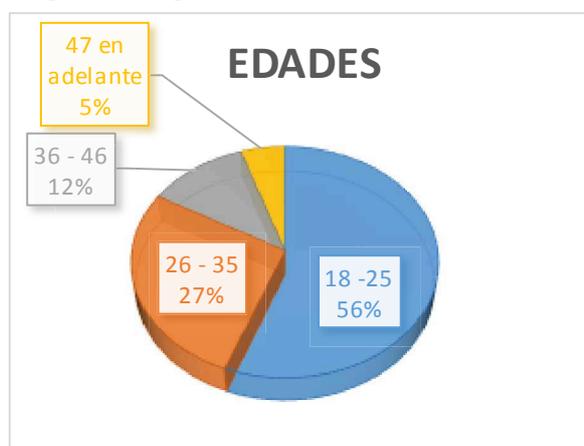
b) Rango de Edades de los Motociclistas.

Tabla 12: Rango de edades de los motociclistas

Edades	Frecuencia	Porcentaje
18 -25	197	56%
26 – 35	97	27%
36 – 46	41	12%
47 en adelante	18	5%
Total	353	100%

Elaborado por: Luis Intriago

Figura 15: Rango de Edades de los motociclistas



Elaborado por: Luis Intriago

INTERPRETACIÓN:

Se pudo determinar que gran parte de la juventud conduce motocicletas, en base a la encuesta ejecutada el 56% de los motociclistas que conducen están entre los 18-25 años, seguidamente con el 27% están entre los 26-35 años, así mismo con el 12% cursan los 36-47 años y por ultimo con un menor porcentaje del 5% se encuentran las personas que tienen desde los 47 años en adelante.

Pregunta #1

¿Conoce usted un almacén que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos que brinde servicio técnico y modificaciones en estética personalizado, ubicado en el cantón Junín?

Tabla 13: ¿Conoce usted un almacén que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos que brinde servicio técnico y modificaciones en estética personalizado, ubicado en el cantón Junín?

Pregunta #1	Frecuencia	Porcentaje
No	353	100%
Si	0	0%
Total	353	100%

Elaborado por: Luis Intriago

Figura 16: ¿Conoce usted un almacén que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos que brinde servicio técnico y modificaciones en estética personalizado, ubicado en el cantón Junín?



Elaborado por: Luis Intriago

ANALISIS E INTERPRETACIÓN:

Se comprueba que los negocios dedicados a este sector de la venta de repuestos no se están dando a conocer de manera adecuada ante el público. Con base a la encuesta realizada se puede determinar que el 100% de los encuestados, contestaron que no conocen un almacén que se dedique a la venta de repuestos y

accesorios para motos que brinde servicio técnico y modificaciones en estética personalizado.

Pregunta # 2

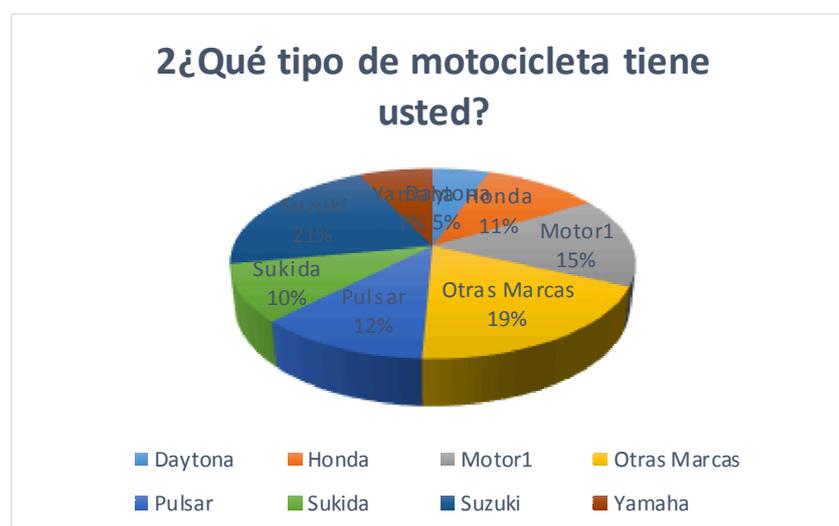
2¿Qué tipo de motocicleta tiene usted?

Tabla 14: ¿Qué tipo de motocicletas tiene usted?

Pregunta #2	Frecuencia	Porcentaje
Daytona	19	5%
Honda	39	11%
Motor1	54	15%
Otras Marcas	67	19%
Pulsar	41	12%
Sukida	34	10%
Suzuki	74	21%
Yamaha	25	7%
Total	353	100%

Elaborado por: Luis Intriago

Figura 17: ¿Qué tipo de motocicletas tiene usted?



Elaborado por: Luis Intriago

INTERPRETACIÓN:

En esta pregunta se puede verificar que la marca que goza de mayor popularidad es Suzuki. Tomando en cuenta las encuestas aplicadas se puede expresar que la mayor parte de los encuestados con un 21% manifestaron que la marca que más utilizan es Suzuki, como segunda marca de preferencia con un 15% esta Motor1, seguida de esta con el 12% se encuentra la marca Pulsar, luego se hallan con un 11% la marca honda y así mismo con un 10% las motos Sukida, dando como reflejo que las motos que menos se utilizan o son de preferencias por los moradores del Cantón son la Yamaha con el 7% y Daytona con el 5%; así mismo con el 19% una gran parte de los encuestados manifestaron que utilizan otras marcas ya que esas les brindan más satisfacción a sus necesidades.

Pregunta #3

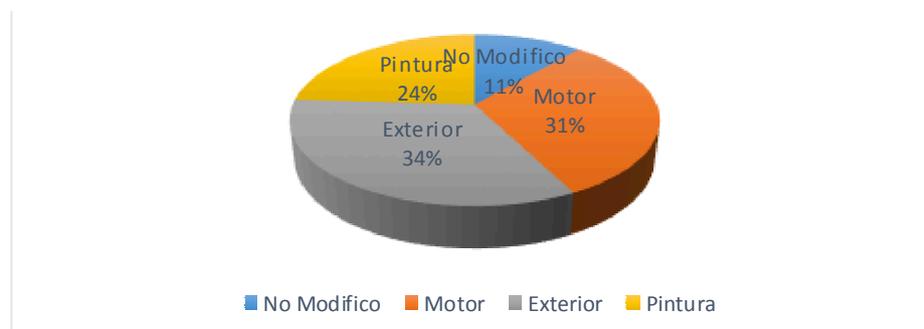
3 ¿Si estaría dispuesto a realizar modificaciones mecánicas o estéticas, ¿En qué parte de su moto las realizaría?

Tabla 15: ¿Si estaría dispuesto a realizar modificaciones mecánicas o estéticas, ¿En qué parte de su moto las realizaría?

Pregunta #3	Frecuencia	Porcentaje
No Modifico	40	11%
Motor	110	31%
Exterior	118	33%
Pintura	85	24%
Total general	353	100%

Elaborado por: Luis Intriago

Figura 18: ¿Si estaría dispuesto a realizar modificaciones mecánicas o estéticas, ¿En qué parte de su moto las realizaría?



Elaborado por: Luis Intriago

INTERPRETACIÓN:

La mayor preocupación que tiene los motorizados, tiene que ver con la fachada exterior de sus vehículos y el funcionamiento óptimo del motor del mismo. En base a la encuesta aplicada el 33% de los encuestados manifiestan que los cambios que le realizarían a sus motos serían en la parte exterior, mientras que el 31% expreso que modificarían el motor, por otra parte, el 24% delibero que sería en la pintura, sin embargo el 11% de los encuestados no quieren hacer modificaciones o cambios a sus motos.

Pregunta #4

4 ¿Quienes realizan mantenimiento a sus motocicletas son profesionales?

Tabla 16: ¿Quienes realizan mantenimiento a sus motocicletas son profesionales?

Pregunta #4	Frecuencia	Porcentaje
No	244	69%
NO Lo Se	62	18%
Si	47	13%
Total general	353	100%

Elaborado por: Luis Intriago

Figura 19: ¿Quiénes realizan mantenimiento a sus motocicletas son profesionales?



Elaborado por: Luis Intriago

INTERPRETACIÓN:

En el mercado de la reparación de motocicletas se ha acostumbrado a que los talleres no cuenten con servicios profesionales, sino más bien vasados en la experiencia. Sin embargo, para los clientes es fundamental que el servicio se dado por un profesional con experiencia. En base a la encuesta aplicada el 69% de los encuestados manifiestan que las personas que les brindan mantenimiento no son especializadas, de igual manera el 18% de los encuestados expresan que no lo saben, por ende, el 13% expresaron que las personas encargadas del mantenimiento de sus motos si son especializadas.

Pregunta #5

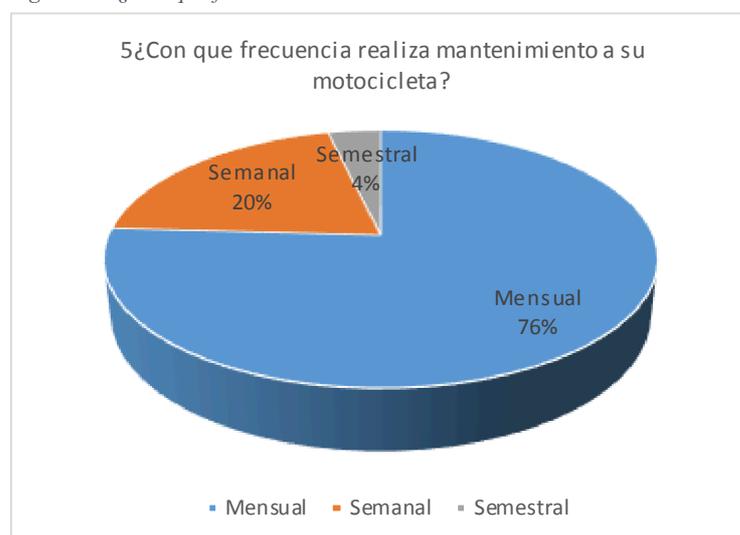
5 ¿Con que frecuencia realiza mantenimiento a su motocicleta?

Tabla 17: ¿Con que frecuencia realiza mantenimiento a su motocicleta?

Pregunta #5	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	268	76%
Semanal	72	20%
Semestral	13	4%
Total	353	100%

Elaborado por: Luis Intriago

Figura 20: ¿Con que frecuencia realiza mantenimiento a su motocicleta?



Elaborado por: Luis Intriago

INTERPRETACIÓN:

La cultura de la prevención del buen funcionamiento de las motocicletas es de preocupación de la población debido a que una gran parte de ellos buscan realizar mantenimiento de sus vehículos frecuentemente. En referencia a la encuesta aplicada la mayor parte con el 76% manifestaron que realizan mantenimiento a sus motocicletas mensualmente, mientras que el 20% lo realizan semanalmente lo cual le permite un mayor desenvolvimiento en la forma de conducir y el 4% expreso que lo hace semestralmente.

Pregunta #6

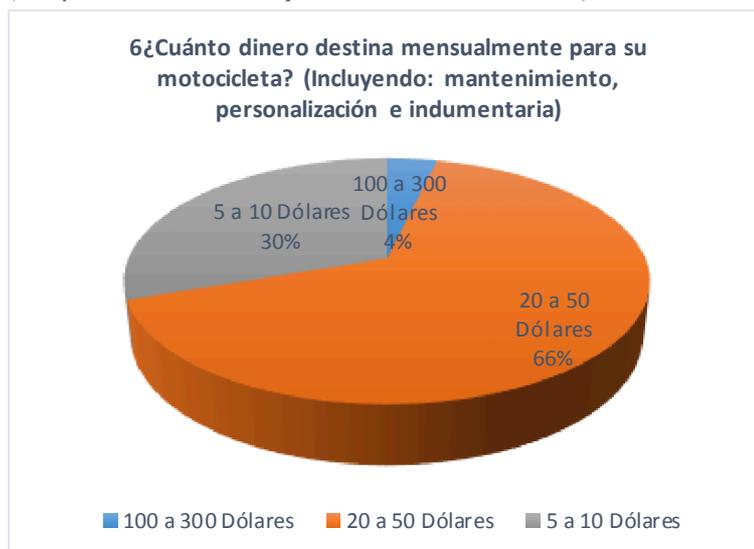
6 ¿Cuánto dinero destina mensualmente para su motocicleta? (Incluyendo: mantenimiento, personalización e indumentaria)

Tabla 18: ¿Cuánto dinero destina mensualmente para su motocicleta? (Incluyendo: mantenimiento, personalización e indumentaria)

Pregunta #6	Frecuencia	Porcentaje
100 a 300 Dólares	13	4%
20 a 50 Dólares	233	66%
5 a 10 Dólares	107	30%
Total	353	100%

Elaborado por: Luis Intriago

Figura 21: ¿Cuánto dinero destina mensualmente para su motocicleta? (Incluyendo: mantenimiento, personalización e indumentaria)



Elaborado por: Luis Intriago

INTERPRETACIÓN:

Se ha podido determinar que los precios considerados por la personas encuestadas no reflejan el valor real de los productos y servicios que se ofrecen es así que lo que ellos están dispuestos a pagar está por debajo de lo que realmente se debería. En base a la encuesta realizada el 66% de los motociclistas manifestó que destinan de \$20 a \$50 dólares mensual para gastos de la moto, mientras que

el 30% expreso que gastan de \$5 a \$10 dólares, por lo consiguiente el 4% destina un monto de \$100 a \$300 dólares mensuales para los gastos que tiene la motocicleta.

Pregunta #7

7 ¿En qué medios de comunicación usted observa publicidad de estos productos?
(más de uno)

Tabla 19: ¿En qué medios de comunicación usted observa publicidad de estos productos? (más de uno)

Pregunta #7	Frecuencia	Porcentaje
Internet	264	39%
Televisión	38	6%
Radio	98	14%
Prensa	54	8%
Boca a Boca	149	22%
Otros Medios	79	12%
Total	682	100%

Elaborado por: Luis Intriago

Figura 22: ¿En qué medios de comunicación usted observa publicidad de estos productos? (más de uno)



Elaborado por: Luis Intriago

INTERPRETACIÓN:

Se puede determinar que el medio de comunicación preferido para dar a conocer el almacén es sin duda alguna el internet liderado por las redes sociales. En base a la encuesta aplicada el 39% de motociclistas expresan que el medio de comunicación que les brinda más información o publicidad sobre motos es el internet, seguido con el 22% que es boca a boca, luego el 14% de ellos dicen que, por medio de las radios, por otro lado el 8% por medio de la prensa escrita como el periódico, el 6% manifiesta que la publicidad de estos productos se da por la televisión, posteriormente el 12% de los encuestados expresan que lo observan en otros medios.

Pregunta #8

8) ¿Cómo califica el servicio de otros almacenes que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos?

Tabla 20: ¿Cómo califica el servicio de otros almacenes que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos?

Pregunta #8	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	31	9%
Regular	249	71%
Satisfactorio	73	21%
Total general	353	100%

Elaborado por: Luis Intriago

Figura 23: ¿Cómo califica el servicio de otros almacenes que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos?



Elaborado por: Luis Intriago

INTERPRETACIÓN:

Los consumidores de este tipo de servicio generalmente están acostumbrados a recibir una atención no tan ajustada a los estándares recomendables de un buen servicio. En referencia a la encuesta aplicada el 71% de los usuarios califican el servicio que les brinda otros almacenes como regular, en cambio el 21% lo califican como satisfactorio y de igual forma el 9% de los encuestados dan una ponderación de excelente servicio.

Pregunta #9

9 ¿Le gustaría que en el cantón se implementara un almacén que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos que brinde servicio técnico y modificaciones en estética personalizado?

Tabla 21: ¿Le gustaría que en el cantón se implementara un almacén que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos que brinde servicio técnico y modificaciones en estética personalizado?

Pregunta #9	Frecuencia	Porcentaje
Si	350	99%
No	3	1%
Total general	353	100%

Elaborado por: Luis Intriago

Figura 24: ¿Le gustaría que en el cantón se implementara un almacén que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos que brinde servicio técnico y modificaciones en estética personalizado?



Elaborado por: Luis Intriago

INTERPRETACIÓN:

En base a la encuesta aplicada el 99% de las personas implicadas manifestaron que si les gustaría que en el Cantón se implemente un almacén que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos y que este brinde servicio técnico y modificaciones en estética personalizado ya que de esta forma todos los motociclistas estarían seguros a la hora de conducir, por ende, el 1% expreso que no estarían de acuerdo.

Pregunta #10

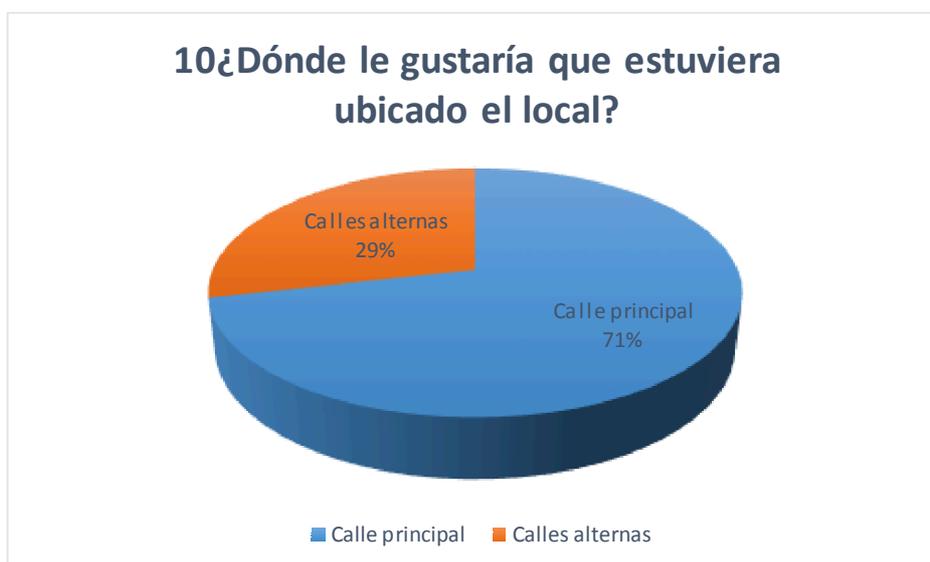
10 ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicado el local?

Tabla 22: ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicado el local?

Pregunta#10	Frecuencia	Porcentaje
Calle principal	252	71%
Calles alternas	101	29%
Total general	353	100%

Elaborado por: Luis Intriago

Figura 25: ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicado el local?



Elaborado por: Luis Intriago

INTERPRETACIÓN:

Referente a la encuesta realizada y aplicada el 71% de los motociclistas están de acuerdo que el lugar del local a crear debe ser en la calle principal mientras que el 29% prefieren que este local este en las calles alternas del Cantón, las razones por la cuales se ha elegido esta opción, tiene que ver con la facilidad que existe para acceder al lugar.

Análisis

En base a la encuesta aplicada el proyecto es realizable, se puede manifestar que la mayor parte de los motociclistas son hombres y que están entre los 18-25 años, también se puede evidenciar que la moto de preferencia es la Suzuki, de igual forma existe un desconocimiento por parte de ellos en cuanto a la persona que realiza cambios o modificaciones a su motos así mismo gran parte de los encuestados expresan que realizan mantenimientos mensualmente mientras que otros lo hacen semanalmente y en su mayoría destinan de \$20.00 a \$30.00 dólares para los gastos de la misma.

Ellos manifiestan que si les gustaría que en el cantón se implemente un local de venta de repuestos y que este almacén ofrezca el servicio de asesoramiento al usuario, la gran parte de los motociclistas aseguran que el local debe estar en la calle principal del cantón; de la misma forma los motoristas desconocen de algún local que les brinde asesoramiento a la hora de adquirir un producto y que la mayoría de veces se informan por medios como el internet ya que este tiene más influencia por lo tanto la mayoría de los encuestados califican el servicio de los demás locales como regular.

Mercado Meta

Tabla 23: Mercado meta

MERCADO	Detalle	PORCENTAJE	PERSONAS
Mercado Total		100,00%	18.942
Población económicamente activa	<i>% de personas que padecen con ingresos fijos.</i>	52,57%	9.958
Mercado Potencial	<i>% de persona que aceptan el servicio</i>	97,00%	9.659
Rango de edades del mercado Potencial	<i>% de personas comprendidas entre 18 a 54 años</i>	71,00%	6.858
Mercado Disponible Calificado	<i>Mercado dispuesto un precio promedio</i>	67,00%	4.595
MERCADO META	<i>Mercado que la empresa está dispuesta a atender</i>	10,00%	459

Elaborado por: Luis Intriago

Cálculo de la Demanda

Tabla 24: Calculo de la Demanda

M. META		459	F.	30	4,2	2	1	0,5	0,33	0,17	0,08	Total
Servicio	%	Uso		Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Bimen	Trim	Semest	Annual	
Productos de \$0,50	10,00%	1			50%		25%			25%		110
Productos de \$1,00	9,00%	1			50%		25%			25%		99
Productos de \$1,50	8,00%	1			50%		25%			25%		88
Productos de \$ 2,00	7,00%	1			50%		25%			25%		77
Productos de \$ 3,00	7,00%	1			50%		25%			25%		77
Productos de \$4,00	7,00%	1			50%		25%			25%		77
Productos de \$5,00	9,00%	1			50%		25%			25%		99

Productos de \$10,00	6,00%	1	45%	30%	25%	62
Productos de \$20,00	5,00%	1	25%	50%	25%	37
Productos de \$30,00	9,00%	1	10%	20%	40% 30%	33
Productos de \$50,00	4,00%	1	10%	20%	45% 25%	15
Productos de \$80,00	3,00%	1	10%	20%	50% 20%	11
Servicio de Mantenimiento	9,00%	1	5%	80%	15%	43
Servicio de Reparación	7,0%	1	5%	35%	60%	21

Elaborado por: Luis Intriago

Las proyecciones estimadas indican una disposición del Almacén Moto Repuestos Intriago de atender a un mercado meta del 10%, correspondiente a un grupo de 459 clientes de la ciudad de Junín de 26.942 habitantes. La razón primordial por la cual se eligió esa cantidad, tiene que ver con la capacidad instalada y el talento humano disponible. Teniendo en cuenta que hay demanda de productos de \$0,50 hasta \$5,00 dólares, cifras en las cuales se puede observar que 50% de estas se da semanal, mensualmente se da un 25% y semestral el otro 25%, con promedio de 627 repuestos. Puesto que los productos de \$10,00 a \$80,00 dólar puede significar un precio más elevado se requiere de un proceso de compra minucioso, por lo que se estima que se realice en un menor porcentaje a lo largo de todo el año.

2.1.7. Tendencias de mercado

Carlos Vera, propietario de un taller de motos ubicado en la ciudad de Junín, menciona que las incorporaciones de nuevas marcas de motocicletas estaban

obligando a los maestros y a sus ayudantes a especializarse por cada marca y por modelo que se comercializa en el mercado.

Oswaldo Landázuri, presidente de la Asociación de Empresas Ensambladoras de Motocicletas y Afines (Aeame), destacó que en julio de este año se registró un aumento en la demanda de motocicletas del 84% con respecto a 2016, gracias a la reducción de las salvaguardias y la disminución del Impuesto del Valor Agregado (IVA) del 14% al 12%, por lo que hay un repunte en el sector.

El parque motociclístico del país ha incrementado, sobre todo por la preferencia de viajar con mayor facilidad a las urbes cada vez más congestionadas. En donde en el año 2012 se matricularon 300.607 motos, mientras que en el 2014 fueron 405 173. Es información de la Agencia Nacional de Tránsito, la cual aún procesa los datos del año pasado. En cuanto a las provincias que registran una mayor cantidad de motos son Guayas, Manabí, Los Ríos y Pichincha (en ese orden), donde su uso tiene fines laborales o también son una alternativa más para desplazarse.

(El Telégrafo, 2017)

La industria motociclista muestra un interés y una demanda creciente en nuestro país, ya que se lo puede considerar como un medio de transporte y una herramienta para la labor diaria, la industria de motocicletas y sus componentes integran un espacio en el que las empresas comienzan a mostrar su interés para instalarse en el deseado sector comercial de dicho producto.

Las empresas del sector comercial han gozado de una relativa estabilidad y crecimiento no muy significativo pero importante en la economía del país, debido a la íntima relación existente con la tecnología que avanza a pasos agigantados.

(Yont Arteaga Angela Marisela, 2009)

Se puede considerar que las tendencias de mercados son atractivas para el negocio debido que reflejan una preferencia a los productos y servicios que este ofrece, tomando en consideración el aumento en la venta de motocicletas que se viven en el país como un medio de transporte de uso diario y de mayor rapidez, que permite un viaje más fácil para los motorizados y es así también que se puede

determinar que es un segmento rentable, debido a que las cifras reflejan que las provincias con mayor cantidad de motos son Guayas y Manabí.

2.1.8. Factores de riesgo

Los factores de riesgo que se pueden encontrar en este proyecto son:

En este mercado la competencia existente es muy alta a pesar de solo estar establecida en el cantón Junín ha llegado a desarrollarse de este modo al área rural de Manabí, se destaca la compra de motos para movilizar los productos agrícolas y facilitar los traslados a la ciudad; pero por otra parte las vías no dan abasto para los vehículos particulares y cada vez hay más congestión, por ello la competencia es alta y se debe optar por ofrecer un valor agregado diferente a la competencia, para que de esta manera el cliente se dirija a su beneficio.

Es así que, para el desarrollo de este proyecto se necesitarán recursos financieros propios y de instituciones de entidad bancaria, llevando a cabo un crédito bancario o firmando un convenio con determinado proveedor.

2.1.9. Ingresos en base al análisis de mercado

La investigación de mercado ejecutada en los puntos anteriores y de acuerdo al tamaño proyectado y la demanda establecida se determina que los ingresos anuales son los siguientes:

Proyección de ventas

Tabla 25: Proyección de ventas

					5%	7%	10%	15%
					2%	2%	2%	2%
				Inflación	3%	3%	3%	3%
Producto	Cantidad	Precio	T.I Mensual	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Productos de \$0,50	109,893	0,50	55	659	727	818	945	1.142
Productos de \$1,00	98,904	1,00	99	1.187	1.309	1.472	1.701	2.055
Productos de \$1,50	87,914	1,50	132	1.582	1.746	1.962	2.268	2.740
Productos de \$ 2,00	76,925	2,00	154	1.846	2.037	2.289	2.646	3.197
Productos de \$ 3,00	76,925	3,00	231	2.769	3.055	3.434	3.969	4.795
Productos de \$4,00	76,925	4,00	308	3.692	4.073	4.579	5.292	6.393
Productos de \$5,00	98,904	5,00	495	5.934	6.546	7.359	8.504	10.275
Productos de \$10,00	62	10,00	615	7.383	8.144	9.155	10.581	12.783
Productos de \$20,00	37	20,00	731	8.776	9.681	10.883	12.577	15.196
Productos de \$30,00	33	30,00	997	11.959	13.193	14.831	17.139	20.707
Productos de \$50,00	15	50,00	746	8.951	9.874	11.100	12.827	15.498
Productos de \$80,00	11	80,00	904	10.851	11.970	13.456	15.551	18.788
Servicio de Mantenimiento	43	15,00	642	7.704	8.499	9.554	11.041	13.339
Servicio de Reparación	21	35,00	743	8.916	9.835	11.056	12.777	15.437
Totales \$			6.851	82.211	90.689	101.948	117.817	142.345
Totales Unid	848			10.175	10.684	11.432	12.575	14.462
PVP Promedio		8,08		8,1	8,5	8,9	9,4	9,8

Elaborado por: Luis Intriago

De acuerdo con los antecedentes de Moto Repuestos Intriago ofrece catorce productos dedicados al mejoramiento y mantenimiento de las motocicletas para los cuales se calcula que en base a los resultados de la encuesta y el mercado que el almacén está dispuesto a atender, se puede servir un promedio de 848 clientes mensuales o 10.175 clientes al año con ventas de 6,851 dólares al mes o 82.211 anuales. Para esto, teniendo en cuenta un incremento en la demanda del 5% al 15%. Además de un incremento en los precios del 2% que al principio es proporcionalmente bajo para atraer al mercado, pero por la razón de que continuamente se ofertaran productos y servicios de calidad y mejoramiento de los mismos, el aumento al precio por un tiempo limitado, hasta que el precio vuelva a quedar fijo. Asimismo, una inflación de 3% durante los primeros 5 años y se estima una proyección de ventas de 142.345 dólares.

Sumado al interés que tienen las personas, en la reparación y modificación de sus motocicletas y el esfuerzo que tiene el almacén al ofrecer este servicio, se puede decir que Moto Repuestos Intriago estará en capacidad de atender a esa cantidad de personas.

2.2. Análisis de la competencia

2.2.1. Descripción de la competencia.

Competencia Directa:

La competencia directa de Moto Repuestos Intriago son todos los almacenes de repuestos para motos que están establecidos en la ciudad de Junín, como: Almacén Dakar, Almacén Saltos, que brindan un servicio con los mismos productos y de precios similares.

- **Repuestos Yamaha**

Servicio de Repuestos:

- ✓ Frenos
- ✓ Motor
- ✓ Eléctrico
- ✓ Suspensión
- ✓ Tracción
- ✓ Carenaje
- ✓ Chasis

- **Almacén Dakar**

- Servicio de Repuestos:

- ✓ Frenos
- ✓ Motor
- ✓ Eléctrico
- ✓ Tracción
- ✓ Carenaje
- ✓ Chasis

- **Almacén Saltos**

- Servicio de Repuestos:

- ✓ Motor
- ✓ Eléctrico
- ✓ Tracción
- ✓ Carenaje
- ✓ Chasis

Competencia Indirecta:

Guayaquil:

- Centro de Accesorios Méndez
- Almacén el Mellizo

Quito:

- EUROMOTO
- Honda Repuestos

Manta:

- Dr Yamaha
- Almacén Parrales

Luego de enlistar a los siguientes Almacenes de Repuestos y accesorios para motos, se puede mencionar que son competencia indirecta y directa de Moto Repuestos Intriago que están establecidos en las diversas ciudades del País; pero se olvidan de la implementación de un taller, que facilite al usuario poder encontrar las dos cosas en un mismo lugar.

Productos Sustitutos:

- Distribuidora Abel
- Almacén el Económico

Para el Almacén Moto Repuestos Intriago, considera que los productos sustitutos son todos los almacenes que se encuentran ubicados en el cantón Junín que se dedican a la venta de electrodomésticos, bicicletas, tecnología y motos, ya que ellos pueden conseguir repuestos y accesorios originales por medio de las empresas ensambladoras.

2.2.2. Comparación con la competencia

Los almacenes ubicados en el cantón Junín, ofrecen Repuestos y accesorios para motos, a continuación, se hace uso de la siguiente matriz que permite comparar los puntos fuertes y débiles de Moto Repuestos Intriago y los de la competencia, establece una puntuación para el servicio, precio, promoción y distribución de las siguientes empresas:

Tabla 26: Comparación con la competencia

GRUPO	SUBGRUPO	Mi empresa	Competencia 1	Competencia 2	Competencia 3
Producto/ Servicio	Características	Moto Repuestos Intriago		El Colorado	Salto
	Calidad	10	8	9	8
	Garantía	9	8	9	8
	Diseño	10	8	9	9
	Servucción	7	8	8	7
Sub total		36	32	35	32
Precio	Lista de precios	10	9	8	8
	Costos	8	8	8	7
	Métodos de pago	8	8	8	8
Sub total		26	25	24	23
Promoción	Promoción de venta	9	7	6	6
	Publicidad	10	7	6	6
	Relaciones Públicas	10	8	8	7
	MKT Digital	10	8	7	6
Sub total		39	30	27	25
Distribución	Canales	10	7	7	7
	Localización	10	8	9	7
	Abastecimiento	9	8	7	7
Sub total		29	23	23	21
Sub total		130	110	109	101
TOTAL		9,2	7,8	7,7	7,2

Elaborado por: Luis Intriago

En cuanto a la competencia su punto fuerte, es que cuentan con una larga experiencia en el mercado, con la venta de repuestos para motos, en donde han conseguido establecer una clientela fiel, no cuentan con una cartera amplia de productos, por lo que tan solo poseen repuesto y accesorios que tiene mayor salida y de las marcas más reconocidas.

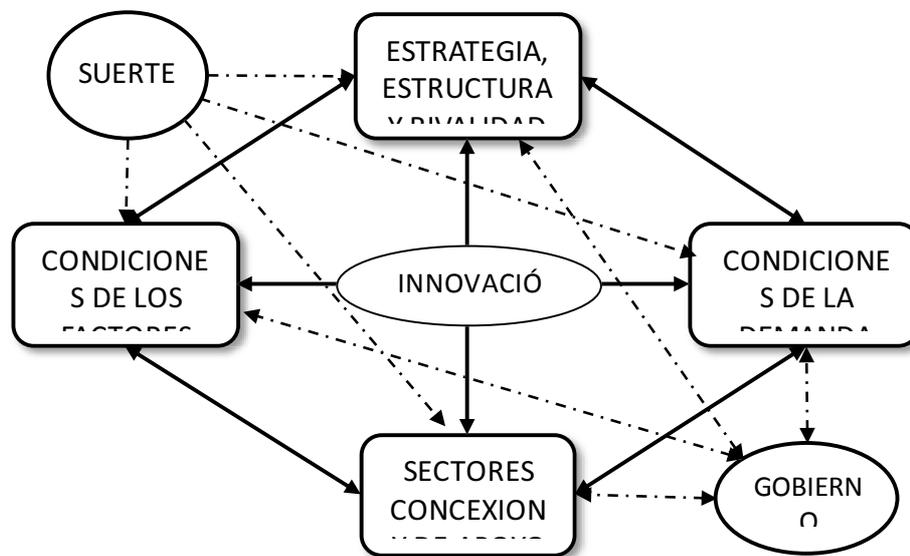
En cuanto a los precios en algunos de los productos son muy elevados, no manejan lo que son descuentos o rebajas y mucho menos realizan lo que son créditos. En lo que respecta a las promociones los almacenes no realizan y sobre la publicidad la ejecutan por medios como la radio, el internet y boca a boca.

2.2.3. Ventajas competitivas

La diferenciación

La ventaja competitiva de Moto Repuestos Intriago es por diferenciación, porque además de ofrecer repuestos y asesorías para la reparación de motos, se le permitirá al cliente, a través de la atención de los profesionales un diagnóstico y una guía práctica para el mantenimiento de su vehículo; de la mano de expertos en mecánica, se ayudará a potenciar la calidad de las motocicletas con el uso de repuestos de calidad certificada.

Figura 26: *Diamante de Porter*



Fuente: Michael Porter, La Ventaja Competitiva de las Naciones

Ante la situación planteada se procede a elaborar un análisis mediante el Diamante de Porter:

Estrategia, Estructura y Rivalidad

Es evidente que a nivel nacional hay una creciente competencia en cuanto a los almacenes de repuestos y talleres de reparación, pero en lo que es el entorno local, se puede decir que aún se están formando establecimientos que formalmente ofrecen soluciones mecánicas. Por otra parte, el auge de las motocicletas y deportes relacionados al tema, abren nuevas oportunidades de trabajo para este tipo de negocios y técnicos especializados que prometen un servicio mecánico basado en su experiencia y en algunos casos de manera empírica. Considerando este fenómeno de la mecánica, los almacenes y talleres quieren aprovechar todas las ventajas ofreciendo soluciones para los vehículos de sus clientes. Como se puede evidenciar, la reparación mecánica requiere criterios de especialistas, pero además necesita la ayuda de conceptos técnicos, que no funcionarían por separado. De tal modo que esto obliga a que emprendimientos como Moto Repuestos Intriago deseen ofertar servicios integrales que permitan tener mejor desempeño para los vehículos a través de servicios muy especializados como lo es mantenimiento de

motos. En otro sentido, los profesionales pueden formarse con mucha facilidad en talleres. Sin embargo, esa facilidad puede convertirse en una desventaja para Moto Repuestos Intriago, porque al contratar a personas sin principios éticos o profesionales estos se estarían llevando gran parte de los clientes del almacén; es por esto que se debe seleccionar a expertos calificados, más allá de considerar el hecho de ofrecer beneficios laborales y comodidad para el trabajador, disminuyendo así el riesgo de este problema.

Condiciones de la demanda

Ecuador se adapta muy bien al uso de vehículos motorizados y eso deviene de la demanda de la facilidad que aportan en el ahorro de tiempo y dinero. En este caso las necesidades del mercado global y local están permitiendo que el sector de los almacenes y talleres de mecánica puedan responder al mercado de las motocicletas.

Gobierno

Cabe mencionar que nacionalmente el gobierno ha eliminado impuestos que antes no permitía la comercialización adecuada de productos necesarios para el mantenimiento y reparación de las motocicletas, con ello se evidenciara un crecimiento en los negocios dedicados a esta área.

Sectores relacionados y de apoyo

Hay que mencionar que para este punto se tiene el apoyo de marcas importantes a nivel nacional e internacional, con las cuales se puede contar tanto para el financiamiento como el abastecimiento de los almacenes y talleres de motocicletas, lo cual califica a los mismos para ofrecer productos y servicios de la mejor calidad.

Condiciones de los factores

La educación del Ecuador juega un papel fundamental en la formación de nuevos técnicos en mecánica y electromecánica, ya que existen ofertas educativas privadas que brindan posibilidades de capacitación y profesionalización.

En otro aspecto, los recursos humanos cada vez más informados y capacitados permiten seleccionar trabajadores en diferentes ramas en la mecánica e incluso existen expertos en dichos ámbitos que pueden respaldar el trabajo de reparación de una moto.

Suerte

En lo que tiene que ver con los almacenes y talleres de reparación de motocicletas, se puede decir que es uno de los negocios más implementado en estos tiempos lo cual lleva a crear un conjunto de conocimientos y servicios que respaldan el trabajo de todo el sector. Esto quiere decir que el país está siendo impulsado por una de las industrias más rentables que existen lo cual puede resultar en que nuevos negocios como Moto Repuestos Intriago puedan aprovechar las ventajas que tiene este mercado.

2.2.4. Barreras de entrada

Las barreras económicas. - En el proyecto se requiere de una inversión aproximadamente de 39,283 dólares, para la adquisición de los repuestos y Accesorios para motor, las herramientas y la inmobiliaria para el almacén y el taller.

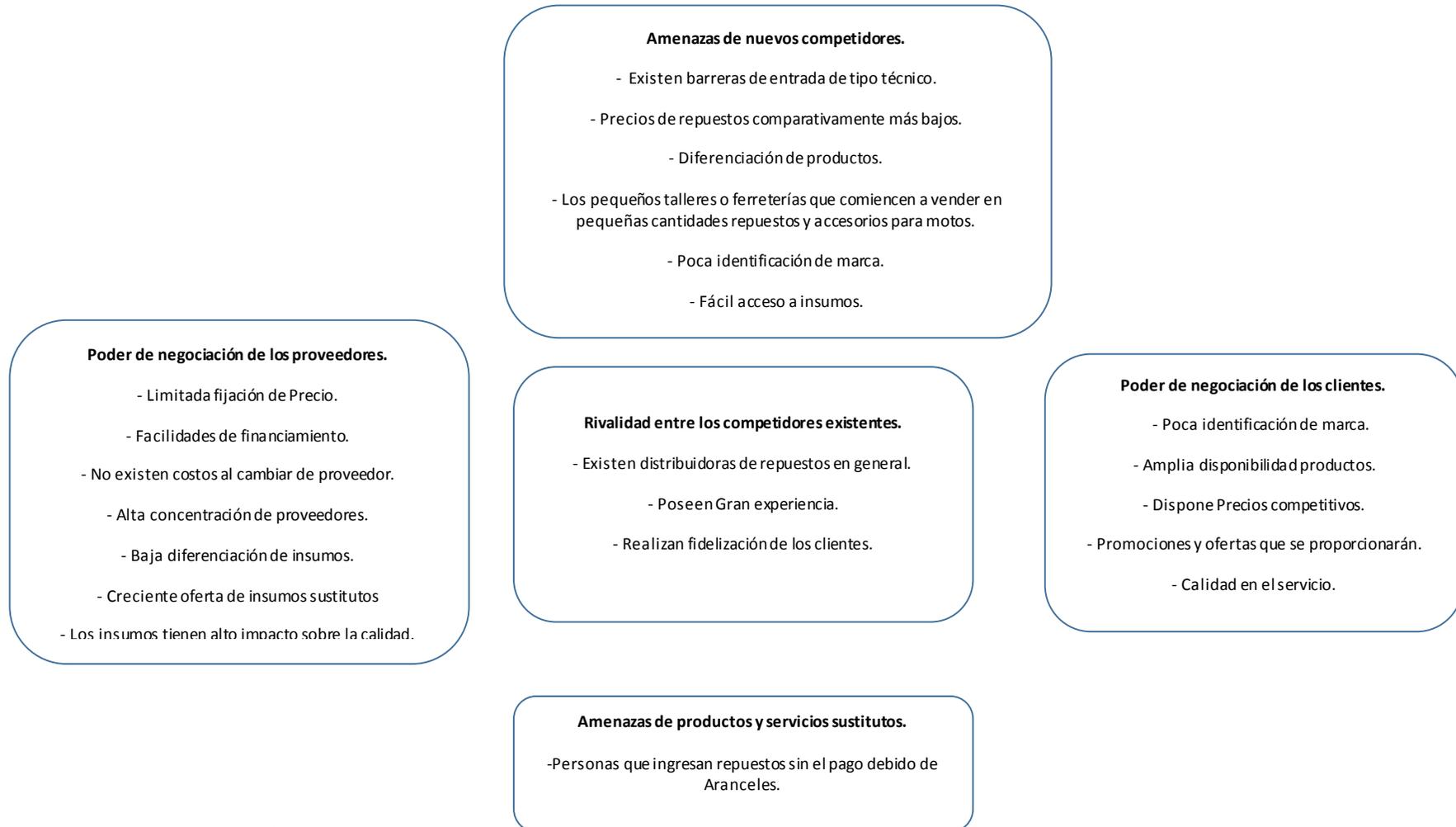
Las barreras de carácter legal. - Están establecidas por la superintendencia de compañías.

La actividad de Moto Repuestos Intriago se basa en venta de repuestos y servicio de reparación de motocicletas. Aunque la industria del motociclismo, en Ecuador, está en crecimiento y se vuelve cada vez más competitiva aún no se ha puesto en

marcha un negocio de mercado como este, especializado en brindar un servicio integral para los usuarios de motos. Es así que la misma dificultad de entrada al principio, hace difícil la entrada masiva de competidores; cabe mencionar que para emprendimientos de esta clase pueden aparecer altos gastos operativos, incluido el hecho de tener establecimiento físico.

2.2.5. Análisis 5 Fuerzas Porter

Figura 27: 5 Fuerzas de Porter



Elaborado por: Luis Intriago

Amenazas de nuevos competidores.

Ingresar al mercado dependerá de una serie de barreras creadas por los competidores que existan, aunque en la actualidad dentro del cantón Junín existen empresas que ofrecen los repuestos, pero no dan un servicio personalizado, sin embargo, Moto Repuestos Intriago contará con la experiencia, y un posicionamiento del mercado lo cual no resultara fácil de igualar por los nuevos participantes que desean apoderarse con una parte del segmento del mercado.

Rivalidad entre los competidores existentes.

Se puede identificar que las ventajas que se brindara con respecto a nuestro servicio en comparación a la competencia no es tan amplia; al contrario, existe una brecha muy corta. Es por ello que la ventaja de Moto Repuestos Intriago está basada en un enfoque de costos y variedad de productos. El Almacén de Repuestos, ofrecerá los productos a precios menores a los de la competencia, sin descuidar los costos, para así ganar aceptación y persuasión de los clientes hacia dicha microempresa.

Amenazas de productos y servicios sustitutos.

Se puede mencionar que sí existen personas que presten servicios que desempeñen la misma función o sean alternativos a los del sector que estamos ingresando, logrando satisfacer las necesidades de los clientes, lo que ocasiona cambios con los precios de los servicios. Sin embargo, el cliente considera más la calidad, desempeño y beneficios que desea obtener.

Poder de negociación de los proveedores.

Cabe mencionar que los proveedores son pocos y tendrán a su mano una ventaja de poder realizar facilidades de financiamiento, fijación de precios y garantía de que sus servicios deben satisfacer todas las necesidades de Moto Repuestos Intriago.

Poder de negociación de los clientes.

El poder en la negociación lo poseen los clientes, ya que en el mercado existe una gran variedad de locales dedicados a la venta de repuestos de moto y por lo tanto los clientes pueden acudir a cualquiera de ellos. Es por esto que Moto Repuestos Intriago presta calidad y cantidad de los productos, precios competitivos, promociones u ofertas y la calidad en el servicio para los posibles clientes.

2.3. Precio

2.3.1. Variables para la fijación del precio

Para determinar la fijación de precio se consideran las siguientes variables:

La competencia directa: El mercado Juninense cuenta con 3 almacenes de repuestos para Motocicletas, cada uno de ellos tiene precios y ofertas muy similares, es por esta razón que al realizar el análisis se llega a la conclusión, de que el precio debe ser cercano al de los competidores, recalcando que será una estrategia de penetración del mercado.

Segmento de clientes: El proyecto se enfoca a los propietarios de las motocicletas que circulan en el cantón Junín, que cuenta con un grupo de clientes con diferentes características y exigencias que deben ser satisfechas de manera precisa.

Es por eso que se establecerán ofertas y precios que no excedan sus expectativas para que así el producto esté al alcance de ellos.

2.3.2. Determinación del Precio

Moto Repuestos Intriago posee productos y servicios que pueden ser adquiridos tanto por la clase socioeconómica baja como por clase alta, así como también existen precios para las necesidades para la clase media por lo cual no se puede asegurar que se orienta a precios bajos o altos, por lo contrario, tiene que ver con la necesidad que tiene un cliente y cuanto puede pagar por determinado servicio. Por ello se utiliza la estrategia de fijación de precio

añadiendo margen de beneficio por encima del coste ya que de lo contrario el emprendimiento no sería realizable.

A continuación, se detalla una lista con los principales productos y sus precios:

Productos de \$0,50

- Fusible de 25 A
- Bombillo de stop
- Bombillos de gias
- Cuarto de manguera de gasolina
- Filtro de gasolina
- Tornillo placa aluminio
- Graduacion acel carburador
- Caucho acople tapa lateral
- Caucho amortiguador universal

Productos de \$1,00

- Anillo de juego
- Rectificador de corriente
- Caña de acelerador
- Medio litro de aceite 40 al granel
- Tapón caja de aceite
- Esponja depurador
- Laima torque
- Carbón motor de arranque

Productos de \$1,50

- Bombillo de luz
- Bujías: grande y pequeña EUD
- Pata lateral
- Aceite hidráulico al granel
- Extensión amortiguador reforzado
- Caucho conector filtro aire
- Capchon bujía universal

- Empaque cabezote
- Barra porta zapatas

Productos de \$ 2,00

- Caucho estribo
- Leva freno
- Kit de retenedores
- Boya carburador
- Caucho diafragma
- Llave gasolina
- Caucho acople tanque
- Cucho deslizador Cadena
- Caucho manzana
- Cable de alta (Bujía)
- Varilla freno posterior
- Manija de freno

Productos de \$ 3,00

- Reposapiés aluminio
- Cable de freno
- Cable de embrague
- Pedal arranque
- Cables de acelerador
- Base carburador
- Manubrio de caucho
- Leva de freno posterior
- Manija de embrague
- Eje central trinche
- Eje de rueda (delantero y posterior)

Productos de \$4,00

- Espejos
- Pedal freno
- Pedal cambio

- Piñón bomba de aceite
- Llave gasolina
- Bobina bujía
- C.D.I.
- Flashes direccional
- Bomba freno - manija (hidráulico delantero)
- Pistas (cuñas de trinche)

Productos de \$5,00

- Automático de encendedor
- Pito o bocina
- Disco separador de embrague
- Aceite sellado Kendall
- Par de gias direccionales
- Horquilla cambios
- Tubos de toda medida
- Bobina de encendido
- Disco embrague
- Pastillas freno
- Porta zapatas

Productos de \$10,00

- Barra leva
- Carenaje mascarilla lateral
- Guarda fango
- Aceite sellado Motul
- Kit rodamiento rulimanes y retenes
- Rines
- Balancín admisión
- Bendix arranque
- Bomba de aceite
- Válvula admisión
- Cerebro comando (derecha e izquierda)
- Brazo de embrague

Productos de \$20,00

- Aro delantero
- Kit de arrastre completo
- Carenaje cola de sillín
- Llantas
- Guías de válvulas
- Manzana (delantera y posterior)
- Batería
- Carenaje mascarilla frontal con foco
- Plato de embrague
- Eje de arranque
- Eje motriz
- Eje piñón salida
- Base de barra telescópica

Productos de \$30,00

- Carburador
- Cigüeñal
- Caja de cambio (transmisión completa)
- Eje árbol de levas
- Llantas (maxis)
- Kit biela
- Kit pistón
- Amortiguadores

Productos de \$50,00

- Cilindro pistón y empaque
- Kit pistón
- Instalación eléctrica
- Escape cromado
- Escape negro
- Barra telescópica

Productos de \$80,00

- Carburador Moxal
- Eje de árbol de leva
- Cigüeñal
- Caja de cambio
- Llantas Kendall
- Kit biela
- Escape Moxal
- Amortiguador

Servicio de Mantenimiento

- Engrasar la moto
- Cambio de aceite
- Ajuste de chasis

Servicio de Reparación

- Reparación de motor completo

2.4. Distribución y localización

El negocio estará ubicado en la ciudad de Junín, específicamente el establecimiento estará en la calle “Eloy Alfaro” y avenida 10 de agosto.

Figura 28: Distribución y Localización



Elaborado por: Luis Intriago

El canal de distribución que se utilizara es el “**Canal directo**” explicando que se tratan de productos y servicios y no tiene la necesidad de pasar a través de otros intermediarios, para llegar al consumidor final.

2.5. Estrategias de Promoción

2.5.1. Clientes Claves

Tomando como referencia las encuestas realizadas anteriormente, se llega a las siguientes conclusiones con respecto la difusión de la oferta para los clientes claves.

- El grupo de personas comprendido entre las edades de 18 – 35 años se tomará como público objetivo para las Redes Sociales.
- Para el siguiente grupo de personas que están entre los 36 – 46 años, se orientaran a la radio.

2.5.2. Estrategia de captación de clientes

Con el fin de dar a conocer la identidad y los servicios de Moto Repuestos Intriago, se buscará mostrarlo ante clientes potenciales y ganar prestigio, se prevé utilizar medios tradicionales e Internet como medio de comunicación personalizada hacia el consumidor, para comunicar las principales actividades del almacén y taller de motos, así como los beneficios de los servicios y resultados reales, la misma que va a servir de apoyo para los siguientes fines y medios publicitarios:

La captación de los clientes se llevará a cabo de las estrategias de publicidad realizadas mediante los diferentes medios publicitarios, tales como el internet (página web y redes sociales), la radio y otro tipo de publicidad ATL y BTL, que se dará en el exterior y estará expuesta a todo tipo de cliente

- **Creación de Redes Sociales.**

En cuanto se ponga en funcionamiento el negocio debe ser lanzado también en redes sociales, lo cual ayudará a que el perfil se ubique en los primeros puestos de los motores de búsqueda cuando las palabras claves del negocio sean buscadas.

Con esto, lo que se busca es interpretar los datos e información de los usuarios en redes sociales. Ayudando a determinar sus intereses y características, se puede conseguir clientes importantes para las estrategias de marketing de acuerdo con este proyecto.

Figura 29: Página de Facebook



Elaborado por: Luis Intriago

- **Pauta publicitaria en radio**

Para realizar esta campaña se debe comenzar por saber que va dirigida al público objetivo de Moto Repuestos Intriago que fue detallado anteriormente, estableciendo aquello que se quiere comunicar. Además, es muy importante establecer un horario adecuado, el cual de preferencia será matutino. Llevado a cabo en la zona urbana y rural del cantón Junín.

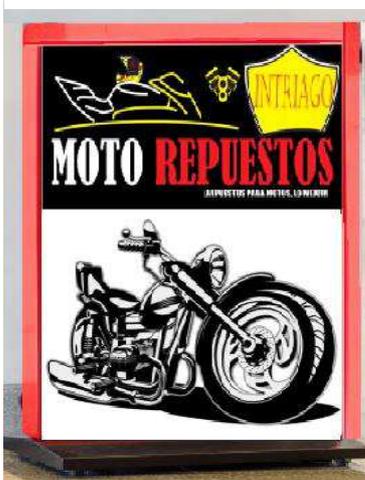
Radio Junín será el medio escogido para la publicación de la presentación del almacén, las promociones y entre otras publicidades que se den para promocionar el producto.

En cuanto al texto que se transmitirá en la Pauta publicitaria es (Moto repuestos Intriago ofrece a su distinguida clientela gran variedad y un alto stock en repuestos, con los mejores precios, atención de primera y servicio de taller. Estamos ubicados en el centro del cantón Junín en la avenida Eloy Alfaro. Moto repuestos Intriago, la solución definitiva a sus problemas con la moto.)

- **Material POP**

Así también, debido a que la publicidad en el punto de venta juega un papel fundamental en la decisión de compra de los consumidores se debe optar por realizarla de manera que se aumente la notoriedad de la marca y se venda también de forma visual. El objetivo de utilizar este medio es posicionarnos en la mente de los futuros clientes.

Figura 30: Rotulo Publicitario



Elaborado por: Luis Intriago

Figura 31: Gorra



Elaborado por: Luis Intriago

Figura 32: Agenda



Elaborado por: Luis Intriago

Figura 33: Valla Publicitaria



Elaborado por: Luis Intriago

- **Página Web**

Se ha optado por desarrollar este tipo de herramienta debido a que gran público se encuentra en internet; un sitio web brinda la información necesaria de los servicios y formas de contacto de la empresa y visualmente juega un papel fundamental para transmitir el mensaje que se quiere comunicar.

Figura 34: Pagina Web



Elaborado por: Luis Intriago

3. Operaciones

3.1. Producto

3.1.1. Diseño del Servicio

El servicio de Reparación de Motos se enfoca en la atención que los técnicos puedan ofrecer y la excelencia de servicio ofreciendo un valor agregado a diferencia de la competencia. Lo que se busca es la adecuación del vehículo desde el momento de la entrada al taller lo que implica la limpieza, análisis y diagnóstico de los posibles problemas que pueda tener además de la asesoría profesional por parte de los colaboradores.

3.1.2. Prototipo

Moto Repuestos Intriago comercializa productos y servicios en forma física y parcialmente en el entorno digital. En cuanto al local es un espacio para brindar el servicio de reparación, así como la venta de accesorios; el almacén tendrá una distribución conformada por: una sala de exhibición, oficinas de comando en donde se controlará el sistema, oficina de trabajo, boga, un servicio higiénico y el área de taller. Pero por otra parte en lo que tiene que ver con redes sociales se ofertaran los servicios y producto mediante la elaboración de imágenes atractivas que permitan al cliente observar los procesos, marcas y calidad del trabajo, así como también información del negocio y otras formas de contacto.

3.1.3. Descripción

El almacén Moto Repuestos Intriago, se origina en la necesidad que tienen las personas al momento de adquirir un repuesto o un servicio de taller de reparación de motos altamente capacitado que garantice la seguridad de sus vehículos. Por lo cual los clientes buscan no solamente un lugar en donde puedan reparar sus motos sino se asegure el bienestar de la misma en manos de las personas adecuadas.

Así mismo, un establecimiento en donde se pueda recibir asesoría profesional para comprender el funcionamiento y mantenimiento de sus automotores con las mejores practica posibles.

El público de Moto Repuestos Intriago encuentra en este almacén, un sitio adecuado en donde estar seguros de lo que ahí se ofrece.

3.1.4. Calidad

El producto tiene una calidad media y alta, pues se cuenta con proveedores que distribuyen repuestos y accesorios chinos que viene a ser de calidad media y el japonés son de calidad alta.

Dentro del proceso de la reparación de una moto, este pasa a ser evaluado por el encargado de control de calidad, lo revisa estrictamente para observar si

no tiene algún fallo, además que al momento que ya está armado el vehículo es probado para verificar su funcionalidad.

- **Empresa innovadora**

Ofrece servicios mejorados, brindando calidad profesional y experiencia.

- **Servicio personalizado**

Teniendo la idea de que cada cliente tiene necesidades diferentes que pretende ofertar un servicio ajustado al requerimiento de cada persona, garantizando una cobertura total al problema o mantenimiento que tenga su vehículo.

3.1.5. Aspectos diferenciales

Considerando con el diseño del servicio de Moto Repuestos Intriago es necesario dar a conocer las características y valor agregado que posee el almacén, señalando una ventaja competitiva, a continuación se detalla las siguientes variables:

Tabla 27: Aspectos diferenciales

CARACTERÍSTICAS	DETALLE	BENEFICIO
Ambiente de local	Las instalaciones del Almacén Moto Repuestos Intriago está diseñada con estilo vanguardista	El cliente se sentirá cómodo en un ambiente de seguridad y confianza.
Lugar	El Almacén se localiza en una zona estratégicamente accesible, en el centro de la Ciudad de Junín, calle Eloy Alfaro entre la avenida 10 de Agosto.	Fácil acceso al local, exposición ante clientes potenciales y público en general, parqueaderos cercanos

Calidad y precio	La calidad, permite al cliente valorar el servicio y las cualidades, ser comparativos con la competencia y sus precios están relacionados según el servicio que contrate.	La percepción del cliente es notable.
Marca	Permitirá la identificación del servicio y ayudara a su recuerdo asociado a uno o más atributos: Se busca que Moto Repuestos Intriago, como marca, sea el activo más valioso de la empresa.	El cliente relaciona las variables COSTO-BENEFICIO
Servicio al cliente	Moto Repuestos Intriago ofrece un servicio especializado, con asesoría, para asegurar la buena percepción del servicio.	Fidelización y recomendación por parte de los clientes.

Elaborado por: Luis Intriago

3.1.6. Logotipo

Figura 35: Logotipo



Elaborado por: Luis Intriago

El identificador de Moto Repuestos Intriago, utiliza colores como el Negro, blanco, rojo y amarillo, destacando principalmente fuerza y energía además de elementos esenciales como el nombre del negocio y la actividad al que este se

dedica. Para ello se ha elaborado una figura lineal que representa una moto y un casco de seguridad acompañado de un motor figura que es muy importante dentro del taller. Se ha empleado tipografía recta con terminaciones que le dan un toque de prestigio a la marca, destacando también un eslogan que indica el posicionamiento que quiere lograr.

3.1.7. Proceso de investigación y desarrollo

Con la información antes analizada y debido a que Moto Repuestos Intriago ofrece servicios mantenimiento y venta de repuestos, se requiere de la investigación en cuanto a marcas, nuevas tecnologías y herramientas, ofreciendo así un servicio de calidad para los clientes, con técnicas diferenciadoras ante la competencia. Dicha investigación se obtendrá de capacitaciones y la experiencia obtenida realizando trabajos de mantenimiento y reparación de vehículos motorizados.

En cuanto al desarrollo de Moto Repuestos Intriago se ampliará los puntos de atención y la cartera de clientes como la implementación de otros accesorios y repuestos.

Proceso servuctivo

3.1.8. Proceso de elaboración o Servucción

Tabla 28: Proceso de elaboración o servucción

Cursograma analítico				
Diagrama Num:	Hoja Núm de	Resumen		
Objeto:		Actividad	Actual	Economía
		Operación Transporte Espera Inspección Almacenamiento		
Actividad: Método: Actual/Propuesto				
Lugar:				
Operario (s):	Ficha núm:	Distancia (m)		
		Tiempo (min-hombre)		
		Costo - Mano de obra - Material		
Compuesto por: Aprobado por:	Fecha: Fecha:	Total		

Descripción		TIEMPO	Símbolo					Observaciones
			○	□	D	⇒	▽	
Recepción de cliente		10 min		●				
Diagnostico		30 min	●					
Decisión del cliente		15 min			●			Depende de los objetivos del cliente
Ingreso del vehículo		10 min					●	
Reparación		2 días		●				
Prueba de control		30 min	●					
Facturación		29 min		●				
Entrega del vehículo		10 min					●	
Total			2	3	1	1	1	

Elaborado por: Luis Intriago

3.1.9. Capacidad instalada o tamaño

La capacidad instalada de Moto Repuestos Intriago, esta determina por la venta de repuestos y servicios. Tomando en consideración que será un local comercial para receptor las compras de repuestos y servicios de taller. Se puede mencionar que el almacén está en capacidad de atender a un promedio de 848 clientes mensuales o 10.175 clientes al año.

Para el funcionamiento del almacén se requiere de:

- Área local/comercial: 19m de ancho x 25 m de largo.
- Instalación de hormigón
- Área de Bodega.
- Área de sistema.
- Área de taller.
- Área de exhibición.
- Caja.
- Área de venta.

- Oficina de trabajo
- Baño
- Ventilación a base de aire acondicionado para mantener el ambiente
- Puerta principal (vidrio) de acceso al local

Figura 36: Capacidad Instalada del almacén



Elaborado por: Luis Intriago

3.1.10. Materiales y tecnologías necesarias para la operación

Para la operatividad del almacén Moto Repuestos Intriago se solicita de la adquisición de herramientas necesarias para ofrecer los productos y servicios que se ofrecen en el establecimiento.

Tabla 29: Adquisición de artículos

Adquisición de artículos			
Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Valor
3	Computadoras	\$550,0	\$1.650
2	Impresora Multifuncional	\$125,0	\$250
2	Cajas Registradoras	\$166,0	\$332
2	Teléfonos	\$45,0	\$90
TOTAL		\$886	\$2.322

Elaborado por: Luis Intriago

3.1.11. Cronograma de Servucción

En función a la información de mercado obtenida en los puntos anteriores y de acuerdo a la dimensión proyectado y a la demanda establecida se determina que la capacidad disponible para realizar la venta de repuestos y el servicio de taller, se está cumpliendo con la participación de mercado que se ha proyectado:

Tabla 30: Cronograma de Servucción

CRONOGRAMA DE VENTAS DE REPUESTOS Y SERVICIOS	
Mensual	848
Anual	10,175
Segundo año	10,684
Tercer año	11,432
Cuarto año	12,575
Quinto año	14,462

Elaborado por: Luis Intriago

Tabla 31: Proyección de ventas

		<i>Incremento Volumen</i>		5%	7%	10%	15%
Producto		Mensual	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Productos de \$0,50	Cantidad	55	659	727	818	945	1.142
Productos de \$1,00	Cantidad	99	1.187	1.309	1.472	1.701	2.055
Productos de \$1,50	Cantidad	132	1.582	1.746	1.962	2.268	2.740
Productos de \$ 2,00	Cantidad	154	1.846	2.037	2.289	2.646	3.197
Productos de \$ 3,00	Cantidad	231	2.769	3.055	3.434	3.969	4.795
Productos de \$4,00	Cantidad	308	3.692	4.073	4.579	5.292	6.393
Productos de \$5,00	Cantidad	495	5.934	6.546	7.359	8.504	10.275
Productos de \$10,00	Cantidad	615	7.383	8.144	9.155	10.581	12.783
Productos de \$20,00	Cantidad	731	8.776	9.681	10.883	12.577	15.196
Productos de \$30,00	Cantidad	997	11.959	13.193	14.831	17.139	20.707
Productos de \$50,00	Cantidad	746	8.951	9.874	11.100	12.827	15.498
Productos de \$80,00	Cantidad	904	10.851	11.970	13.456	15.551	18.788
Servicio de Mantenimiento	Cantidad	642	7.704	8.499	9.554	11.041	13.339
Servicio de Reparación	Cantidad	743	8.916	9.835	11.056	12.777	15.437
Total		848	10.175	10.684	11.432	12.575	14.462

Elaborado por: Luis Intriago

3.1.12. Control de calidad

Moto Repuesto Intriago busca superar los estándares de calidad establecidos por la industria, por lo cual se requiere:

- Mejora permanente de la gestión interna y del sistema de gestión de calidad
- Profundizar en el conocimiento de los deseos y necesidades de los clientes y otras partes interesadas y ajustar las capacidades internas para poder satisfacer con continuidad dichas necesidades.
- Incremento (sostenibilidad) del volumen de negocio.
- Potenciar la actualización e innovación de recursos técnicos y humanos, contando con un completo cuarto de metrología perfectamente acondicionado, en el que se encuentran todos los elementos de medición necesarios para taller, así como los últimos avances en sistemas de medición.
- Extender el Sistema de Calidad a toda actividad que afecte a la Calidad del producto y del servicio.
- Enfatizar la importancia de la prevención como actitud de trabajo
- Desde el punto de vista de calidad del producto y servicio, se debe de asegurar que los clientes reciban el producto con el nivel de Calidad deseado y que cumplan con todos los requisitos y normas aplicables.

(Talleres Atondoa, 2018)

3.2. Equipos e infraestructura necesaria

En cuanto a las herramientas, recursos y materiales de los que Moto Repuestos Intriago requiere se pueden adquirir fácilmente en las tiendas comerciales del país lo cual nos permite tener una rápida adquisición de los mismos.

En cuanto a la operatividad se necesita de la adecuación de las instalaciones para ofrecer los repuestos y servicios ya mencionados; esta información será especificada más adelante, detallando los activos para iniciar la venta de los repuesto y servicio en el almacén y taller de Moto Repuestos intriago.

Tabla 32: Muebles de oficina

MUEBLES DE OFICINA			
Activo	Cantidad	Precio	Total
Sillas para escritorios	4	40,00	160
Escritorios	1	100,00	100
Juego de muebles	1	260,00	260
Dispensador de agua	2	120,00	240
Aire Acondicionado	2	400,00	800
TOTAL			1.560

Elaborado por: Luis Intriago

Figura 37: Imagen de Silla



Fuente: Internet

Figura 38: Imagen de Escritorio



Fuente: Internet

Figura 39: Imagen de Juego de Muebles



Fuente: Internet

Figura 40: Imagen de Dispensador de Agua



Fuente: Internet

Figura 41: Imagen de Aire Acondicionado



Fuente: Internet

Tabla 33: Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Activo	Cantidad	Precio	Total
Computadora	1	\$ 550,0	\$ 550
Teléfono inalámbrico	2	\$ 45,0	\$ 90
Impresora Multifuncional	2	\$ 150,0	\$ 300
TV plasma 32'	1	\$ 500,0	\$ 500
Parlantes	1	\$ 50,00	\$ 50
TOTAL			\$ 1.490

Elaborado por: Luis Intriago

Figura 42: Computadora



Fuente: Internet

Figura 43: Impresora EPSON



Fuente: Internet

Figura 44: Televisor



Fuente: Internet

Figura 45: Teléfono



Fuente: Internet

Figura 46: Parlante



Fuente: Internet

Tabla 34: Equipos necesarios para la producción

Equipos necesarios para la producción			
Detalle	Cantidad	Precio	Total
<i>Computadoras</i>	2	550,00	1.100
<i>Impresora Multifuncional</i>	2	170,00	340
<i>Tecles</i>	2	75,00	150
<i>Caja Registradora</i>	1	166,00	166
<i>Pulidora Bosch</i>	1	180,00	180
<i>Compresor de Aire</i>	1	160,00	160
<i>Gatas Hidráulicas</i>	2	100,00	200
<i>Caja de Datos</i>	2	130,00	260
<i>Caja de Herramientas Stalin</i>	2	120,00	240
<i>Taladro BOSCH</i>	1	150,00	150
<i>Soldadora</i>	1	198,00	198
	TOTAL		3.144

Elaborado por: Luis Intriago

Figura 47: Computadora



Fuente: Internet

Figura 48: Impresora EPSON



Fuente: Internet

Figura 49: Tecla



Fuente: Internet

Figura 50: Caja Registradora



Fuente: Internet

Figura 51: Pulidora



Fuente: Internet

Figura 52: Compresor



Fuente: Internet

Figura 53: Gata hidráulica



Fuente: Internet

Figura 54: Caja de Dados



Fuente: Internet

Figura 55: Caja de Herramientas



Fuente: Internet

Figura 56: Taladro



Fuente: Internet

3.3. Requerimiento de mano de obra

En lo que respecta al requerimiento personal fijo: Cabe mencionar que estos cálculos son simulaciones contempladas en el lapso de un año de labor, contemplando las aportaciones de tipo Trabajador.

Tabla 35: Sueldos empleados primer año

SUELDOS EMPLEADOS PRIMER AÑO							
CARGO PERSONAL	Remuneración \$		Beneficios \$				Total anual
	<i>Mensual</i>	<i>T. Anual</i>	<i>13er S.</i>	<i>14to S.</i>	<i>Vacaciones</i>	<i>A. Patronal</i>	
<i>Gerente Propietario</i>	900	10.800	900	386	450	1.204,2	13.740
<i>Contador</i>	800	9.600	800	386	400	1.070,4	12.256
<i>Ventas</i>	500	6.000	500	386	250	669,0	7.805

Asistente de Ventas	400	4.800	400	386	200	535,2	6.321
Cajero	370	4.440	370	386	185	495,1	5.876
Jefe de Bodega	370	4.440	370	386	185	495,1	5.876
Jefe de Mecánica	700	8.400	700	386	350	937	10.773
Asistente de Taller	600	7.200	600	386	300	803	9.289

Elaborado por: Luis Intriago

El Gerente Propietario de Moto Repuestos Intriago se hará cargo de contratar servicios mediante un contrato formal a los trabajadores de planta, la cancelación de sus servicios será mediante pagos mensuales por la prestación de los servicios.

Cabe recalcar que los trabajadores de planta serán contratados según el tipo de servicio.

3.4. Requerimiento de insumos productivos

Tabla 36: Agencia de marketing digital

Almacén Moto Repuestos Intriago			
DETALLE	GASTO	V. MENSUAL	V. ANUAL
Utiles de oficina	Mensual	\$ 8,00	\$ 96,00
Servicios básicos (luz, teléfono e internet)	Mensual	\$ 120,00	\$ 1440,00
Suministros de limpieza	Mensual	\$ 10,00	\$ 320,00
TOTAL		\$ 138,00	\$ 1856,00

Elaborado por: Luis Intriago

Tabla 37: Agencia de marketing digital

Almacén Moto Repuestos Intriago	
ACTIVOS INTANGIBLES REQUERIDOS	
DETALLE	VALOR
Permisos, patente, cuerpo de bombero, etc.	\$ 90
Publicidad por lanzamiento de marca y promoción	\$ 600
Sitio web	\$ 1000
Adecuación del local	\$ 3000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS REQUERIDOS	\$ 4450

Elaborado por: Luis Intriago

3.5. Seguridad industrial y medio ambiente

3.5.1. Normativa de prevención y riesgos

Con el fin de generar rentabilidad, mejora continua y desarrollo organizacional, además de velar por el bienestar de los recursos y trabajadores en un mercado competitivo es necesario considerar los riesgos en el trabajo, que pueden provocar enfermedades profesionales y accidentes laborales a mediano y largo plazo, debido a las condiciones inadecuadas del trabajo y el deficiente control en la organización.

La seguridad industrial y la salud ocupacional de los trabajadores deben estar enmarcadas dentro de las leyes vigentes de seguridad industrial. Los empleadores estarán obligados a otorgar a los trabajadores, las condiciones de seguridad que eviten el peligro para su salud o su vida, según lo indica el Art. 410 del código de trabajo Registro Oficial N° 75, 2 de mayo del 2007 (Ministerio del Trabajo).

De conformidad con el art. 14 del reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mantenimiento del medio ambiente, la empresa deberá contar con una comisión de seguridad, esta al ser una microempresa su conformación está compuesta por el propietario y coordinador de eventos.

Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo. Según el artículo 1 “Las disposiciones del presente Reglamento se aplicarán a toda actividad laboral y en todo centro de trabajo, teniendo como objetivo la prevención, disminución o eliminación de los riesgos del trabajo y el mejoramiento del medio ambiente de trabajo”. Decreto ejecutivo 2393. (Ministerio de Trabajo, 2018)

Por estos motivos, bajo el respaldo de las normativas, se busca capacitar a Moto Repuestos Intriago en la seguridad y salud ocupacional, brigadas de emergencia, fundamentos de ergonomía, brigadas contra incendios, evacuación y primeros auxilios, análisis y prevención de riesgos laborales entre otros.

3.5.2. Normativa ambiental

Para desarrollar el proceso de planeación ambiental se deben considerar aspectos importantes para aportar con el cuidado del entorno del medio ambiente.

Identificar, cuantificar y reducir las huellas ambientales creadas por el proceso de la elaboración del servicio, lo cual busca catalogar los desechos de tal manera que puedan ser eliminados como se dispone en las leyes ambientales vigentes. Determinar cuál ha sido el impacto que se ha ocasionado en el entorno cercano para la creación de políticas internas de la empresa.

En cuanto al estudio del impacto ambiental se determinan los instrumentos de política ambiental, que buscan primordialmente tomar decisiones dentro de la institución pública responsable de la gestión ambiental, así como de moto Repuestos Intriago.

Cabe recalcar que la estructura de la empresa de una u otra manera genera desechos en el proceso de generación de los servicios siendo necesario conocer los tipos de residuos existentes, así mismo como la información que compone su estructura y tasas de generación, ello es para el diseño y puesta en marcha de las políticas corporativas con el fin de gestionar los residuos de tal manera que cumplan con parámetros permitidos por las leyes ambientales (Ministerio del Ambiente , 2015)

4. FINANCIERO

4.1. Sistema de cobros y pagos

4.1.1. Sistema de Cobros

Moto Repuestos Intriago se enfoca en el entorno físico y electrónico, por esta razón las transacciones de cobro se realizan mediante tarjetas de crédito, transferencia, depósito y efectivo; en función del modelo de negocio, orientado a ofrecer productos y servicios, el almacén se ve obligado a obtener un pago final del 100% del valor total una vez que el cliente retira el vehículo; el pago se realiza bajo las condiciones previamente estipuladas con el respaldo de los documentos que certifiquen dicho pago: la adquisición de los servicios concluye y realiza el pago, el cliente obtiene la factura respectiva emitida por el almacén.

4.1.2. Sistema de pagos

Los proveedores de Moto Repuestos Intriago son Almacenes que se dedican a la comercialización de repuestos para motos por lo cual los pagos se harán de forma electrónica y en efectivo. Estos proveedores son marcas, así como Almacenes que abastecen a Moto Repuestos Intriago, cuyos productos y servicios serán cancelados al momento de realizar el pedido y verificar la emisión de la factura respectiva.

4.2. Presupuesto de ingresos y costos

4.2.1. Presupuesto de ingresos.

En función de la venta de servicios presupuestada se procede a justificar los ingresos de Moto Repuestos Intriago, datos que se encuentran detallados también en el capítulo de estudio de mercado. Se establece que los ingresos anuales son los siguientes:

Proyección de ventas

Tabla 38: Proyección de ventas

			Incremento Volumen	5%	7%	10%	15%	
			Incremento Precios	2%	2%	2%	2%	
			Inflación	3%	3%	3%	3%	
Producto	Cantidad	Precio	T.I Mensual	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Productos de \$0,50	109,893	0,50	55	659	727	818	945	1.142
Productos de \$1,00	98,904	1,00	99	1.187	1.309	1.472	1.701	2.055
Productos de \$1,50	87,914	1,50	132	1.582	1.746	1.962	2.268	2.740
Productos de \$ 2,00	76,925	2,00	154	1.846	2.037	2.289	2.646	3.197
Productos de \$ 3,00	76,925	3,00	231	2.769	3.055	3.434	3.969	4.795
Productos de \$4,00	76,925	4,00	308	3.692	4.073	4.579	5.292	6.393
Productos de \$5,00	98,904	5,00	495	5.934	6.546	7.359	8.504	10.275
Productos de \$10,00	62	10,00	615	7.383	8.144	9.155	10.581	12.783
Productos de \$20,00	37	20,00	731	8.776	9.681	10.883	12.577	15.196
Productos de \$30,00	33	30,00	997	11.959	13.193	14.831	17.139	20.707
Productos de \$50,00	15	50,00	746	8.951	9.874	11.100	12.827	15.498
Productos de \$80,00	11	80,00	904	10.851	11.970	13.456	15.551	18.788
Servicio de Mantenimiento	43	15,00	642	7.704	8.499	9.554	11.041	13.339
Servicio de Reparación	21	35,00	743	8.916	9.835	11.056	12.777	15.437
Totales \$			6.851	82.211	90.689	101.948	117.817	142.345
Totales Unid	848			10.175	10.684	11.432	12.575	14.462
PVP Promedio		8,08		8,1	8,5	8,9	9,4	9,8

Elaborado por: Luis Intriago

4.2.2. Presupuesto de costos

Los costos y gastos que se requieren desde la puesta en marcha de Moto Repuestos Intriago están detallados en la siguiente matriz por el tiempo de 1 año. De acuerdo con los costos y gastos desde la iniciación del almacén, se pueden estimar los valores requeridos:

Costos y gastos

Tabla 39: Costos fijos anuales

COSTOS FIJOS ANUALES				
SERVICIOS BASICOS				
Item	Unid. Totales	P. unitario	Total Mes	Total anual
Luz	1,0	150,00	150,0	1.800,0
Agua	1,0	65,00	65,0	780,0
Telefono	1,0	66,00	66,0	792,0
Internet	1,0	50,00	50,0	600,0
Totales			331	3.972
UTILES DE OFICINA				
Item	Unid. Totales	P. unitario	Total Mes	Total anual
Resmas de papel	2,0	3,50	7,0	84,0
Caja de Clips	1,0	1,50	1,5	18,0
Combo de tinta para impresora	1,0	48,00	48,0	576,0
Juegos de bolígrafos	1,0	1,75	1,8	21,0
Folders	5,0	3,50	17,5	210,0
Caja de grapas	1,0	1,50	1,5	18,0
Totales			77,3	927,0
IMPLEMENTOS DE LIMPIEZA				
Item	Unid. Totales	P. unitario	Total Mes	Total anual
Cloro	3,0	3,00	9,0	108,0
Desinfectante	2,0	2,30	4,6	55,2
Detergente	4,0	2,75	11,0	132,0
Paquetes de fundas de basura	3,0	1,00	3,0	36,0
Pastillas desinfectante para retrete	4,0	2,00	8,0	96,0
Escobas	2,0	3,00	6,0	72,0

Guantes de limpieza	4,0	1,50	6,0	72,0	
Rollos de papel higienicos	8,0	1,00	8,0	96,0	
Trapeadores	2,0	3,50	7,0	84,0	
Totales			63	751	
MATENIMIENTOS					
Item	Unid. Totales	P. unitario	Total Mes	Total anual	
Chequeo preventivo de equipos	3,0	25,00	75,0	900,0	
Desinfectante y Aromatizante	2,0	1,90	3,8	45,6	
Adecuación de las instalaciones	1,0	100,00	100,0	1.200,0	
Renovación de herramientas	1,0	50,00	50,0	600,0	
Totales			229	2.746	
SEGUROS					
Materia prima	Unid. Totales	P. unitario	Total Mes	Total anual	
Seguros contra siniestros	1,0	75,00	75,0	900,0	
Totales			75	900	
PUBLICIDAD					
Materia prima	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pagina Web y diseños	1.000	500	500	500	500
Redes sociales	500	500	500	500	500
Material P.O.P	200	200	200	200	200
Impulsadores	1.500				
Radio	500	300	300	300	300
Totales	3.700	1.500	1.500	1.500	1.500

Elaborado por: Luis Intriago

Tabla 40: Costos variables anuales

COSTOS VARIABLES ANUALES					
Cantidad total proyectadas anual:	10.175	Unidades mensuales proyectadas		848	
Materia prima	Unid. Totales	Unid/Medi	P. unitario	Total Mes	Total anual

Productos de \$0,50	- PRODUCTO	0,50	-	-
Productos de \$1,00	- PRODUCTO	1,00	-	-
Productos de \$1,50	- PRODUCTO	1,50	-	-
Productos de \$ 2,00	- PRODUCTO	2,00	-	-
Productos de \$ 3,00	- PRODUCTO	3,00	-	-
Productos de \$4,00	- PRODUCTO	4,00	-	-
Productos de \$5,00	- PRODUCTO	5,00	-	-
Productos de \$10,00	- PRODUCTO	10,00	-	-
Productos de \$20,00	- PRODUCTO	20,00	-	-
Productos de \$30,00	- PRODUCTO	30,00	-	-
Productos de \$50,00	- PRODUCTO	50,00	-	-
Productos de \$80,00	- PRODUCTO	80,00	-	-
Servicio de Mantenimiento	- SERVICIO	15,00	-	-
Servicio de Reparación	- SERVICIO	35,00	-	-

Elaborado por: Luis Intriago

Tabla 41: Consolidado del Presupuesto de Gastos Anuales

PRESUPUESTOS DE GASTOS ANUALES							
	Costos/Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Consolidado
Fijos	GASTOS DE PERSONAL	71.936	55.214	55.214	55.214	55.214	
	PUBLICIDAD	3.700	1.500	1.500	1.500	1.500	
	Total	75.636	56.714	56.714	56.714	56.714	302.492

Elaborado por: Luis Intriago

Las posibilidades para que aumente el presupuesto de datos son limitadas, debido a q se debe estar seguro de optimizar los recursos para no invertir en materiales innecesario, es por ello que se estable únicamente gasto fijo de personal y publicidad que consolidados a los 5 años resultan en 302.492.

Tabla 42: Presupuestos de gastos anuales

PRESUPUESTOS DE GASTOS ANUALES						
AÑO 1						
	Costos/Gastos	Directo	Indirecto	Administ.	Ventas	Total
Fijos	GASTOS DE PERSONAL	31.873	-	-	40.064	71.936
	SERVICIOS PRESTADO	-	-	-	-	-
	SERVICIOS BASICOS	-	-	-	-	-
	ARRIENDOS	-	-	-	-	-
	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	-	-	-	-	-
	IMPLEMENTOS DE LIMPIEZA	-	-	-	-	-
	MANTENIMIENTOS	-	-	-	-	-
	PUBLICIDAD	-	-	-	3.700	3.700
	SEGURO POR SINIESTROS	-	-	-	-	-
	SubTotal	31.873	-	-	43.764	75.636
Variables	GASTOS DE PERSONAL	-	-	-	-	-
	SERVICIOS PRESTADO	-	-	-	-	-
	SERVICIOS BASICOS	-	-	-	-	-
	COSTO DE LA MATERIA PRIMA	-	-	-	-	-
	SubTotal	-	-	-	-	-
TOTAL		31.873	-	-	43.764	75.636
PRESUPUESTOS DE GASTOS ANUALES						
AÑO 2						
	Costos/Gastos	Directo	Indirecto	Administ.	Ventas	Total
Fijos	GASTOS DE PERSONAL	34.960	-	-	21.910	56.870
	SERVICIOS PRESTADO	-	-	-	-	-
	SERVICIOS BASICOS	-	-	-	-	-
	ARRIENDOS	-	-	-	-	-
	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	-	-	-	-	-
	IMPLEMENTOS DE LIMPIEZA	-	-	-	-	-
	MANTENIMIENTOS	-	-	-	-	-
	PUBLICIDAD	-	-	-	1.545	1.545
	SEGURO POR SINIESTROS	-	-	-	-	-
	SubTotal	34.960	-	-	23.455	58.415
Variables	GASTOS DE PERSONAL	-	-	-	-	-
	SERVICIOS PRESTADO	-	-	-	-	-

SERVICIOS BASICOS	-	-	-	-	-
COSTO DE LA MATERIA PRIMA	-	-	-	-	-
SubTotal	-	-	-	-	-
TOTAL	34.960	-	-	23.455	58.415

PRESUPUESTOS DE GASTOS ANUALES

AÑO 3

	Costos/Gastos	Directo	Indirecto	Administ.	Ventas	Total
	GASTOS DE PERSONAL	36.009	-	-	22.567	58.576
	SERVICIOS PRESTADOS	-	-	-	-	-
	SERVICIOS BASICOS	-	-	-	-	-
	ARRIENDOS	-	-	-	-	-
Fijos	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	-	-	-	-	-
	IMPLEMENTOS DE LIMPIEZA	-	-	-	-	-
	MANTENIMIENTOS	-	-	-	-	-
	PUBLICIDAD	-	-	-	1.545	1.545
	SEGURO POR SINIESTROS	-	-	-	-	-
	SubTotal	36.009	-	-	24.112	60.121
	GASTOS DE PERSONAL	-	-	-	-	-
	SERVICIOS PRESTADO	-	-	-	-	-
Variables	SERVICIOS BASICOS	-	-	-	-	-
	COSTO DE LA MATERIA PRIMA	-	-	-	-	-
	SubTotal	-	-	-	-	-
TOTAL		36.009	-	-	24.112	60.121

PRESUPUESTOS DE GASTOS ANUALES

AÑO 4

	Costos/Gastos	Directo	Indirecto	Administ.	Ventas	Total
	GASTOS DE PERSONAL	37.089	-	-	23.244	60.333
	SERVICIOS PROFESIONALES	-	-	-	-	-
	SERVICIOS BASICOS	-	-	-	-	-
	ARRIENDOS	-	-	-	-	-
Fijos	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	-	-	-	-	-
	IMPLEMENTOS DE LIMPIEZA	-	-	-	-	-
	MANTENIMIENTOS	-	-	-	-	-
	PUBLICIDAD	-	-	-	1.545	1.545
	SEGURO POR SINIESTROS	-	-	-	-	-
	SubTotal	37.089	-	-	24.789	61.878
	GASTOS DE PERSONAL	-	-	-	-	-
	SERVICIOS PRESTADO	-	-	-	-	-
Variables	SERVICIOS BASICOS	-	-	-	-	-
	COSTO DE LA MATERIA PRIMA	-	-	-	-	-
	SubTotal	-	-	-	-	-

TOTAL		37.089	-	-	24.789	61.878
PRESUPUESTOS DE GASTOS ANUALES						
AÑO 5						
	Costos/Gastos	Directo	Indirecto	Administ.	Ventas	Total
	GASTOS DE PERSONAL	38.202	-	-	23.942	62.143
	SERVICIOS PROFESIONALES	-	-	-	-	-
	SERVICIOS BASICOS	-	-	-	-	-
	ARRIENDOS	-	-	-	-	-
Fijos	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	-	-	-	-	-
	IMPLEMENTOS DE LIMPIEZA	-	-	-	-	-
	MANTENIMIENTOS	-	-	-	-	-
	PUBLICIDAD	-	-	-	1.545	1.545
	SEGURO POR SINIESTROS	-	-	-	-	-
	SubTotal	38.202	-	-	25.487	63.688
	GASTOS DE PERSONAL	-	-	-	-	-
	SERVICIOS PRESTADO	-	-	-	-	-
Variables	SERVICIOS BASICOS	-	-	-	-	-
	COSTO DE LA MATERIA PRIMA	-	-	-	-	-
	SubTotal	-	-	-	-	-
TOTAL		38.202	-	-	25.487	63.688

Elaborado por: Luis Intriago

4.2.3. Estado proforma de pérdidas y ganancias

Cuando los ingresos sean calculados debidamente, además de los ingresos, costos y gastos, se procede a elaborar el estado de pérdidas y ganancias con el propósito de obtener y proyectar la utilidad neta del Almacén.

Tabla 43: Estado de perdida y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
<i>Rubros</i>	1	2	3	4	5
VENTAS NETAS	82.211	90.689	101.948	117.817	142.345
COSTO DE VENTAS					
(-)Costos directos	31.873	34.960	36.009	37.089	38.202
(-)Gastos indirectos	-	-	-	-	-
(-)Depreciación	2.777	2.777	2.777	2.280	2.280

UTILIDAD BRUTA	47.561	52.952	63.162	78.447	101.863
(-)Gastos de administración (A2)	-	-	-	-	-
(-)Gastos de venta (A2)	43.764	23.455	24.112	24.789	25.487
(-)Amort. de activos diferidos	396	396	396	396	396
UTILIDAD OPERATIVA	3.402	29.101	38.654	53.262	75.981
(-)Gastos financieros (Tabla amort)	1.114	939	742	522	276
V.A.I.PE	2.288	28.163	37.911	52.740	75.705
(-)Particip. Empl. 15%	343	4.224	5.687	7.911	11.356
V.A IMP. RENTA.	1.945	23.938	32.225	44.829	64.349
(-)Impuesto a la renta 25%	486	5.985	8.056	11.207	16.087
UTILIDAD NETA	1.458	17.954	24.169	33.622	48.262

Elaborado por: Luis Intriago

4.2.4. Análisis de punto de equilibrio

Para este análisis se debe procurar que, el ingreso total es igual al costo total. Obteniendo entradas por encima de dicho punto se tiene beneficios y por debajo se obtienen pérdidas.

Tabla 44: Punto de equilibrio mensual

PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL	
Indicador	Valor
Costos Fijos	6.303
Unidades a Vender	848
Precio de venta u.	8,08
Costo variable u.	0,000
P. E. en unidades	780
P. E. en en US\$	6.303

Elaborado por: Luis Intriago

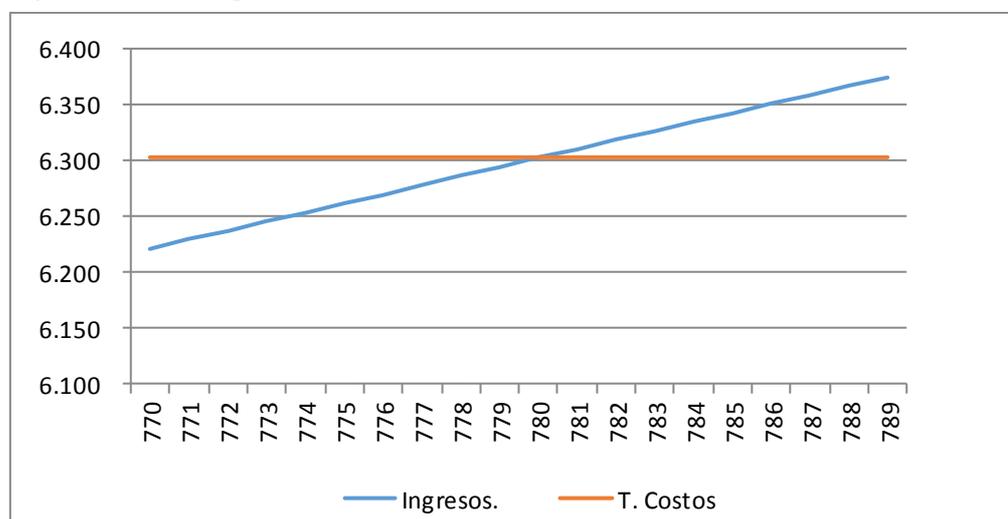
Tabla 45: Rango de punto de equilibrio

Unidades	T. Costos Fijos	C. V. U	T.C.V	T. Costos	PVP Prom.	Ingresos.	Rentab.
770	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.221	-82
771	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.229	-74
772	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.237	-66

773	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.245	-58
774	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.253	-50
775	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.262	-42
776	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.270	-33
777	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.278	-25
778	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.286	-17
779	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.294	-9
780	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.302	-1
781	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.310	7
782	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.318	15
783	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.326	23
784	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.334	31
785	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.342	39
786	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.350	47
787	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.358	55
788	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.367	64
789	6.303	0,0	-	6.303	8,1	6.375	72

Elaborado por: Luis Intriago

Figura 57: Punto de Equilibrio



Elaborado por: Luis Intriago

Para que Moto Repuestos Intriago consiga mantenerse en el mercado competitivo y generar ganancias, debe de realizar 780 servicios mensuales.

4.3. Inversiones

Luego de haber elaborado el estudio de mercado se comprueba de que existe una demanda y que técnicamente es factible llevar a cabo el desarrollo del proyecto, se debe probar si es o no rentable para proceder a emprenderlo. Usando de base el capítulo de operaciones que muestran los valores requeridos para la inversión y dar inicio a la venta de Productos y servicio.

Tabla 46: Estructura Accionaria

ESTRUCTURA ACCIONARIA		
<i>DETALLE</i>	<i>MONTO</i>	<i>%</i>
<i>Luis Intriago</i>	<i>15.000</i>	<i>50%</i>
<i>Alexis Intriago</i>	<i>15.000</i>	<i>50%</i>
<i>Accionista 3</i>	<i>-</i>	
TOTAL	30.000	100%

Elaborado por: Luis Intriago

4.3.1. Análisis de inversiones

En la siguiente tabla se muestra el presupuesto de inversiones de Moto Repuestos Intriago, para el primer año con un valor de gastos del total de la inversión.

Tabla 47: Plan de inversión

PLAN DE INVERSIÓN				
<i>Inversión fija</i>	<i>Monto</i>	<i>Aporte</i>	<i>Credito</i>	<i>Total</i>
ACTIVOS				
<i>Terreno</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>Edificio</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>Adecuaciones</i>	<i>4.200</i>	<i>4.200</i>	<i>-</i>	<i>4.200</i>
<i>Maquinarias, equipos y herramientas</i>	<i>4.634</i>	<i>4.634</i>	<i>-</i>	<i>4.634</i>
<i>Vehículo</i>	<i>8.000</i>	<i>8.000</i>	<i>-</i>	<i>8.000</i>
<i>Muebles y equipos de oficina</i>	<i>1.560</i>	<i>1.560</i>	<i>-</i>	<i>1.560</i>
<i>Gastos de Constitución</i>	<i>1.980</i>	<i>1.980</i>	<i>-</i>	<i>1.980</i>
TOTAL	20.374	20.374	-	20.374
CAPITAL DE TRABAJO				
<i>Costo directo</i>	<i>7.968</i>	<i>7.968</i>	<i>0</i>	<i>7.968</i>
<i>Costo indirecto</i>	<i>-</i>		<i>-</i>	<i>-</i>

<i>Gastos Administrativos</i>	-		-	-
<i>Gastos de ventas</i>	10.941	1.658	9.283	10.941
TOTAL	18.909	9.626	9.283	18.909
INVERSIÓN TOTAL= INV.FIJA.+CAP.TRABAJO				39.283

Elaborado por: Luis Intriago

4.3.2. Cronograma de inversiones

En la siguiente tabla se determina que la inversión se desarrollara durante los primeros cuatro meses del año 2019.

Tabla 48: Cronograma de inversión

No.	ACTIVIDADES:	SEMANAS														Total actividad	
		MES 1				MES 2				MES 3				MES 4		Semanas	%
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
1	Adecuación del local				•	•	•	•								4	28,6
2	Compra de Maquinaria y Equipo										•	•	•			3	21,4
3	Compra de Muebles y Enseres									•	•					2	14,3
4	Compra de Suministros e implementos Productivos													•	•	2	14,3
5	Permisos, Patente, Cuerpo de Bomberos, etc.	•	•	•												3	21,4
	TOTAL:															14	100

Elaborado por: Luis Intriago

4.4. Plan de financiamiento

El Almacén de Moto Repuestos Intriago se presenta como un proyecto de emprendimiento, por lo cual se establece que el 76% estará cubierto por fondos propios de parte de los accionistas, mientras que el 24% restante se accederá a un préstamo bancario.

Tabla 49: Plan de inversión y origen de fondos

PLAN DE INVERSIÓN Y ORIGEN DE FONDOS				
PLAN DE INVERSIÓN				
<i>Inversión fija</i>	<i>Monto</i>	<i>Aporte</i>	<i>Credito</i>	<i>Total</i>
ACTIVOS				
<i>Terreno</i>	-	-	-	-
<i>Edificio</i>	-	-	-	-
<i>Adecuaciones</i>	4.200	4.200	-	4.200
<i>Maquinarias, equipos y herramientas</i>	4.634	4.634	-	4.634
<i>Vehículo</i>	8.000	8.000	-	8.000
<i>Muebles y equipos de oficina</i>	1.560	1.560	-	1.560
<i>Gastos de Constitución</i>	1.980	1.980	-	1.980
TOTAL	20.374	20.374	-	20.374
CAPITAL DE TRABAJO				
<i>Costo directo</i>	7.968	7.968	0	7.968
<i>Costo indirecto</i>	-	-	-	-
<i>Gastos Administrativos</i>	-	-	-	-
<i>Gastos de ventas</i>	10.941	1.658	9.283	10.941
TOTAL	18.909	9.626	9.283	18.909
INVERSIÓN TOTAL= INV.FIJA.+CAP. TRABAJO				39.283

Elaborado por: Luis Intriago

Tabla 50: Origen de fondos

ORIGEN DE FONDOS		
<i>DETALLE</i>	<i>MONTO</i>	<i>%</i>
<i>Recursos propio</i>	30.000	76%
<i>Crédito bancario</i>	9.283	24%
TOTAL	39.283	100%

Elaborado por: Luis Intriago

Tabla 51: Estructura accionaria

ESTRUCTURA ACCIONARIA		
DETALLE	MONTO	%
Luis Intriago	15.000	50%
Alexis Intriago	15.000	50%
TOTAL	30.000	100%

Elaborado por: Luis Intriago

4.4.1. El costo del proyecto y su financiamiento

Tabla 52: Costo del proyecto

COSTO DEL PROYECTO	39.283
---------------------------	---------------

Elaborado por: Luis Intriago

Tabla 53: Inversiones, orígenes de fondos y estructura accionaria

INVERSIONES		
INVERSIÓN	\$	%
ACTIVO FIJO	20.374	52%
ACTIVO CIRCULANTE	18.909	48%
TOTAL	39.283	100%

ORIGEN DE FONDOS		
DETALLE	MONTO	%
Recursos propio	30.000	76%
Crédito bancario	9.283	24%
TOTAL	39.283	100%

ESTRUCTURA ACCIONARIA		
DETALLE	MONTO	%
Luis Intriago	15.000	50%
Alexis Intriago	15.000	50%
Accionista 3	-	
TOTAL	30.000	100%

Elaborado por: Luis Intriago

El crédito bancario a realizar cumplirá con una tasa de interés anual del 12% durante un periodo de 5 años cumpliendo con la siguiente tabla de amortización.

Tabla 54: Tabla de amortización del crédito

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO					
CRÉDITO BANCARIO EN DOLARES					
FORMA DE PAGO: en amortizaciones anuales iguales					
MONTO		9.283,08	PAGO	\$2.575,22	
INTERÉS (ie)		12,00%	PERIODO	5	
Periodo	Saldo Inicial	Pago de interés	Pago de capital	Cuota Total	Saldo final
0					
1	9.283	1.114	1.461	2.575	7.822
2	7.822	939	1.637	2.575	6.185
3	6.185	742	1.833	2.575	4.352
4	4.352	522	2.053	2.575	2.299
5	2.299	276	2.299	2.575	-

Elaborado por: Luis Intriago

Tabla 55: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
Rubros	0	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERATIVOS						
Ventas netas		82.211	90.689	101.948	117.817	142.345
TOTAL DE INGRESOS OPERATIVOS	-	82.211	90.689	101.948	117.817	142.345
EGRESOS OPERATIVOS						
COSTOS DE FABRICACIÓN (-DEP)		31.872,66	34.960,09	36.008,89	37.089,16	38.201,83
GASTOS DE VENTAS		43.763,66	23.454,90	24.112,20	24.789,22	25.486,54
GASTOS ADM. Y GENER. (-A D)		-	-	-	-	-
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS		75.636	58.415	60.121	61.878	63.688
SUPERAVIT O (D) OPERT. IAÑO		6.575	32.274	41.827	55.939	78.657
SUPERAVIT O (D) OPERT. IACUM		6.575	38.849	80.676	136.614	215.271

INGRESOS NO OPERATIVOS		-	-	-	-	-
CREDITO	9.283	-	-	-	-	-
APORTE PROPIO	30.000	-	-	-	-	-
TOTAL DE INGRESOS NO OPERATIVOS	39.283	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS		-	-	-	-	-
INV. FIJA	18.394					
INV. DIFERIDA	1.980					
AMORTIZACIÓN PRINCIPAL (Capital)		1.461	1.637	1.833	2.053	2.299
GASTOS FINANCIEROS (intereses)		1.114	939	742	522	276
PAGO IMP RENTA Y PART. EMPL			829	10.209	13.743	19.118
TOTAL EGRESO NO OPERT.	20.374	2.575	3.405	12.784	16.318	21.693
SUPERAVIT O (D) NO OPERTIAÑO	18.909	2.575	3.405	12.784	16.318	21.693
SUPERAVIT O (D) NO OPERTIACUM	18.909	16.334	12.929	145	16.173	37.866
SUPERAVIT O (D) TOTALIAÑO	18.909	3.999	28.870	29.042	39.621	56.963
SUPERAVIT O (D) TOTALIACUM	18.909	22.909	51.778	80.821	120.441	177.405

Elaborado por: Luis Intriago

4.4.2. Estado Balance General

Tabla 56: Balance general proyectada

BALANCE GENERAL PROYECTADO							
	Rubros	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS	Caja	18.909	22.909	51.778	80.821	120.441	177.405
	TOTAL ACT. CTE.	18.909	22.909	51.778	80.821	120.441	177.405
	ACTIVOS FIJOS						
	Inversión fija	18.394	18.394	18.394	18.394	18.394	18.394
	Depreciación acumulada (-)		2.777	5.554	8.331	10.611	12.892
	TOTAL ACT. FIJO NETO	18.394	15.617	12.840	10.063	7.783	5.502
	ACTIVOS DIFERIDOS						
	Gastos preoperativos	1.980	1.980	1.980	1.980	1.980	1.980

PASIVO	Amortización acumuladas (-)	-	396	792	1.188	1.584	1.980
	TOTAL ACT. DIF. NETO	1.980	1.584	1.188	792	396	-
	TOTAL ACTIVOS	39.283	40.110	65.806	91.676	128.620	182.907
	Part. Empl. Por pagar	-	343	4.224	5.687	7.911	11.356
	Imp. por pagar a la renta	-	486	5.985	8.056	11.207	16.087
	TOTAL PAS. CTE.	-	829	10.209	13.743	19.118	27.443
	PASIVO LARGO PLAZO						
	Crédito bancario	9.283	7.822	6.185	4.352	2.299	-
	TOTAL PAS. LARGO PLAZO	9.283	7.822	6.185	4.352	2.299	-
	TOTAL PASIVOS	9.283	8.651	16.394	18.095	21.418	27.443
PATRIMONIO	Capital	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
	Utilida ejercicio anterior	-	-	1.458	19.412	43.581	77.202
	Utilidad presente ejercicio	-	1.458	17.954	24.169	33.622	48.262
	TOTAL PATRIMONIO	30.000	31.458	49.412	73.581	107.202	155.464
TOTAL PAS. Y PATR.		39.283	40.110	65.806	91.676	128.620	182.907

Elaborado por: Luis Intriago

4.4.3. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno para el proyecto, es del 44.7%, superando la tasa de descuento que es del 12.6%.

Tabla 57: Flujo de fondo neto, VAN, Tasa de descuento, TIR y ROI

FLUJO DE FONDOS NETOS						
Rubros	0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta		1.458	17.954	24.169	33.622	48.262
(+)Depreciación		2.777	2.777	2.777	2.280	2.280
(+)Amort. de activos diferidos		396	396	396	396	396
(-)Costo de inversión fija	20.374	-	-	-	-	-
(-)Capital de trabajo	18.909	-	-	-	-	-
(-)Pago del capital (amortización) Prestamo		1.461	1.637	1.833	2.053	2.299
Flujo de fondos Netos	39.283	3.170	19.490	25.509	34.245	48.243

VAN	44.728
Tasa de descuento	12,6%
TIR	40,1%
ROI (retorno de la inversión)	1,14

Elaborado por: Luis Intriago

4.4.4. Período de recuperación de la inversión

Tabla 58: Periodo de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN					
Años	Inversión	FFN	VP FFN	VP Acum.	Recup.
-	-39.283				-39.283
1		3.170	2.831	2.831	-36.453
2		19.490	15.537	5.661	-33.622
3		25.509	18.157	21.199	-18.085
4		34.245	21.763	39.355	72
5		48.243	27.374	61.118	21.835

a	3
b	39.283
c	21.199
d	39.355
PRI	3,46

**3 años 5 meses
15 días**

Elaborado por: Luis Intriago

Fórmula:

$$PR = a + [(b - c) / d]$$

□ Donde:

□ **a**= Año anterior inmediato a que se recupera la inversión.

□ **b**= Inversión inicial.

□ **c**= Suma de los flujos de efectivo anteriores.

□ **d**= FNE del año en que se satisface la inversión.

Analizando el valor del VAN del proyecto de inversión, se puede ver que es positivo (44.728) lo que nos indica que el proyecto generará riqueza para Moto Repuestos Intriago más allá del retorno del capital invertido en el proyecto y financiado en una parte con los fondos de una entidad crediticia y otra parte con fondos propios.

En lo que tiene que ver con la Tasa de Rendimiento Interno cuyo valor expresa el 40,1%, es la tasa de descuento en la que se iguala el valor de la inversión, lo que indica que los pagos, con el valor de los flujos de caja futuros, corresponden a los cobros.

En otras palabras, se expresa la tasa de descuento que iguala el valor actualizado de los flujos de fondos netos obtenidos en este plan con la inversión realizada para la puesta en marcha. Si se financiara la inversión a un coste equivalente a esa tasa el proyecto ni aportaría riqueza ni supondría coste económico alguno.

4.4.5. Retorno de la Inversión ROI y Justificación Financiera

El periodo de recuperación de la inversión se dará en el tercer año con 5 meses y 15 días de operaciones del Almacén Moto Repuestos Intriago.

El estudio económico de este proyecto, más allá de necesitar de una gran cantidad de información, calculo y análisis de la misma, arroja resultados sencillos y de fácil interpretación, tales como el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR) y rendimiento sobre la inversión, los cuales fueron implementados en el presente proyecto; cuyos indicadores facilitan en gran medida la toma de decisiones, que para este capítulo se orientan en la factibilidad financiera de la puesta en marcha de Moto Repuestos Intriago.

Como se ha indicado en este último capítulo, el proyecto propuesto obtuvo, en todos los indicadores, resultados favorables; por una parte, el VAN es positivo, lo cual quiere decir, que el proyecto puede dar una tasa mayor a la establecida, que es lo mismo que un mayor rendimiento para los inversores; con un valor de \$44.728 anual.

En lo que tiene que ver con la Tasa Interna de Retorno indica que el proyecto es capaz de ofrecer una tasa del 40,1% anual. Dicha tasa expresa que se obtendrá siempre y cuando se cumplan las condiciones de tiempo y costo establecidas.

Por otra parte, el rendimiento sobre la inversión indica una ventaja de \$ 1,14 que obtiene el capital a invertir respecto a la utilidad del proyecto.

En cuanto al análisis de sensibilidad, el proyecto muestra un comportamiento positivo aun cuando el ritmo de comercialización de los servicios de Moto Repuestos Intriago no sea el previsto.

Finalmente es importante mencionar que el hecho de invertir en un proyecto de comercialización de productos y servicios como el de Moto Repuesto Intriago en un sector en donde el servicio al cliente juega un papel fundamental, resulta, por su nivel de rentabilidad, altamente atractivo para los inversionistas, quienes tendrán un margen de utilidad neta de \$53.676 en un panorama de 5 años.

5. Anexos

Anexo B

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Junín
RUC: 1360000710001

Unidad de Tránsito, Transporte Terrestre Y Seguridad Vial

CERTIFICADO DE SOLVENCIA

ESPECIE VALORADA
USD. 2000.
Nº 01564
UMTTTSV GAD JUNIN
TESORERIA MUNICIPAL
05 de mayo del 2018

ASUNTO: REPORTE DE MOTOCICLESTAS EXISTENTE EN CANTÓN JUNIN

Por medio del presente informe y reporte del parque **AUTO MOR** de motocicletas, correspondiente al Cantón Junín, indicamos que el resultado de las motocicletas que circulan habilitadas en dicho cantón es de **4356** las cuales se encuentran matriculados en la UMTTTSV GAD JUNIN.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Junín

Particular que comunico a usted para trámite administrativo pertinente

Atentamente,

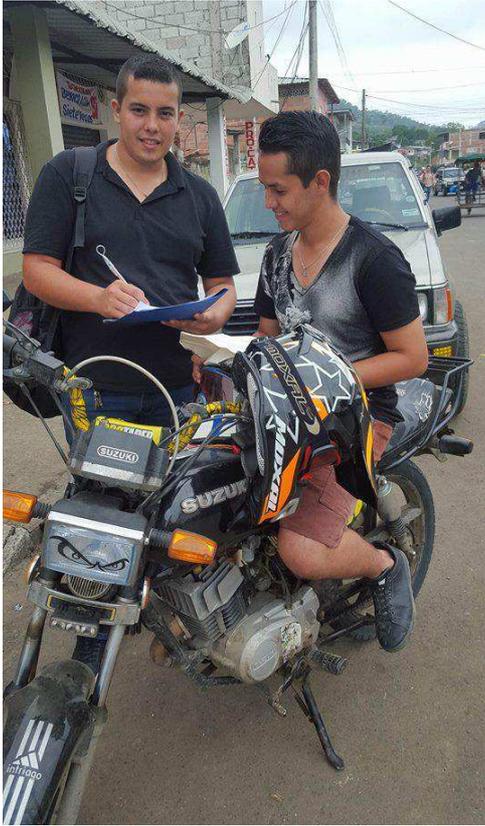
UNIDAD DE TRANSPORTE TERRESTRE
TRANSPORTE Y SEGURIDAD VIAL
GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN JUNÍN

Miguel Ángel Santana Moreira
Sr. Miguel Ángel Santana Moreira
Responsable de la UTTTSV Servidor Público Municipal

Av. Dr. Altamir y Calle Colonel García
(593) 5 266 99 18
valencia@municiplodjunin.gob.ec
www.municipiodejunin.gob.ec

Junín GAD MUNICIPAL UTTTSV

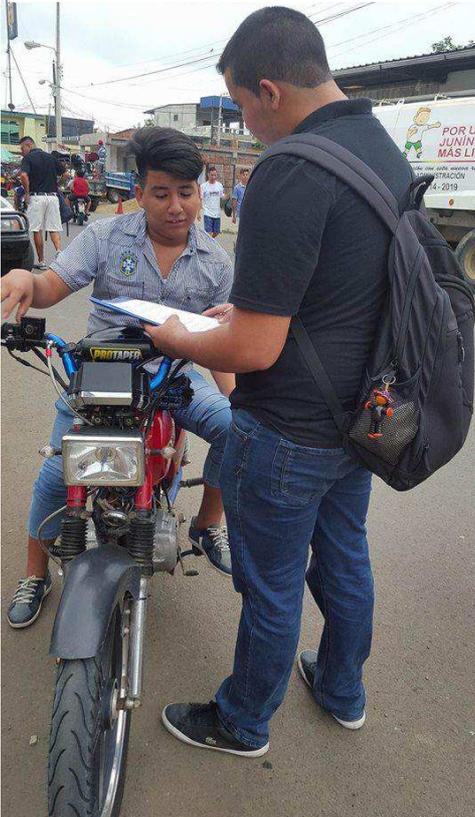
Anexo D



Anexo C



Anexo F



Anexo E



Anexo G



Anexo H



Modelo de encuesta

Buenos días / tardes.

Reciba un respetuoso saludo de parte de la carrera Ingeniería en Marketing de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí. Estamos realizando un estudio para adaptar a sus necesidades un almacén para la comercialización de accesorios, repuestos de motocicletas y un taller en el Cantón Junín, Provincia de Manabí"

Edad	18 – 25	
	26 – 35	
	36 – 48	
	47 en adelante	

Sexo	Masculino	
	Femenino	
	LGTB	

1) ¿Conoce usted un almacén que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos que brinde servicio técnico y modificaciones en estética personalizado, ubicado en el cantón Junín?

Sí No

2) ¿Qué tipo de motocicleta tiene usted?

Suzuki Honda Yamaha Pulsar

Motor1 ~~Sukida~~ ~~Daytona~~ Otras Marcas

3) |Si estaría dispuesto a realizar modificaciones mecánicas o estéticas, ¿En qué parte de su moto las realizaría?

Exterior Pintura Motor No Modifico

4) Quienes realizan mantenimiento a sus motocicletas son profesionales

Si, No No lo sé

5) ¿Con que frecuencia realiza mantenimiento a su motocicleta?

Semanal Mensual Semestral

6) ¿Cuánto dinero destina mensualmente para su motocicleta?
(Incluyendo: mantenimiento, personalización e indumentaria)

5 a 10 dólares 20 a 50 dólares 100 a 300 dólares

400 a 600 dólares

7) ¿En qué medios de comunicación usted observa publicidad de estos productos? (más de uno)

Internet Televisión Radio Prensa Boca a Boca

Otros.

8) ¿Cómo califica el servicio de otros almacenes que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos?

Regular satisfactorio excelente

9) ¿Le gustaría que en el cantón se implementara un almacén que se dedique a la venta de repuestos y accesorios para motos que brinde servicio técnico y modificaciones en estética personalizado?

Sí No

10) ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicado el local?

Calle principal Calles Alternas

Bibliografía

- Camara de Comercio de Manta . (2018). *Camara de Comercio de Manta* .
Obtenido de <https://www.ccm.org.ec/socios/afiliate>
- El Comercio . (03 de Enero de 2018). *www.elcomercio.com*. Obtenido de
<https://www.elcomercio.com/datos/motos-matriculadas-crecieron-ecuador-transporte.html>
- El Telégrafo. (02 de Octubre de 2017). *www.eltelegrafo.com.ec*. Obtenido de
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/el-mercado-de-las-motos-espera-repunte-en-ventas>
- GAD Municipal del Cantón Junín . (10 de 12 de 2014). *Recaudación de Impuestos de Patentes* . Obtenido de
<https://municipiodejunin.gob.ec/junin/index.php/2012-10-01-19-49-35/2014-01-22-21-56-14/ordenanzas-2014>
- Miguel Moreira. (2018). *Reporte de motocicletas existentes en el Cantón Junín*.
Junín: GAD Municipal del Cantón Junín.
- Ministerio de Trabajo. (2018). *Ministerio de Trabajo*. Obtenido de
<http://www.trabajo.gob.ec/>
- Ministerio del Ambiente . (2015). *Ministerio del Ambiente* . Obtenido de
<http://www.ambiente.gob.ec/>
- Revista Líderes. (1 de Noviembre de 2017). *www.revistalideres.ec*. Obtenido de
<https://www.revistalideres.ec/lideres/tecnologia-motociclistas-aplicaciones-moviles-internet.html>
- Revista Líderes. (28 de Febrero de 2018). *www.revistalideres.ec*. Obtenido de
<https://www.revistalideres.ec/lideres/12-ensambladoras-motos-asociacion-velocidad.html>
- Servicio de Rentas Internas . (2018). *Registro Único de Contribuyentes (RUC)* .
Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales . (2018). *Inscripción de Marca*.
Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- SUPERINTENDENCIA de Compañías, valores y Seguros . (2018).
SUPERINTENDENCIA de Compañías, valores y Seguros . Obtenido de
<https://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>
- Talleres Atondoa. (2018). *Talleres Atondoa*. Obtenido de
<http://www.atondoa.com/calidad.html>
- Yont Arteaga Angela Marisela, H. Y. (2009). Plan de Negocios para la creación de una empresa dedicada a la importación de repuestos de motocicletas

y bicicletas para su distribución en la ciudad de Quito con un punto de venta servicio técnico autorizado. Loja , Ecuador : Universidad Técnica Particular de Loja.