



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.
TRABAJO DE GRADO

TEMA:

TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE REPUESTOS AUTOMOTRICES PARA VEHÍCULOS QUE FUNCIONAN A GASOLINA EN EL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR.”

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA- CPA**

AUTORAS:

ARCINIEGAS GUAMÁN ADRIANA BELÉN

VALLADARES QUITO MARILYN FERNANDA

DIRECTORA:

MGS. MARÍA GABRIELA ARCINIEGAS ROMERO

Ibarra, Junio 2021

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En calidad de Directora de Trabajo de Grado presentado por las estudiantes **ARCINIEGAS GUAMÁN ADRIANA BELÉN** y **VALLADARES QUITO MARILYN FERNANDA** de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, carrera de Contabilidad y Auditoría, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE REPUESTOS AUTOMOTRICES PARA VEHÍCULOS QUE FUNCIONAN A GASOLINA EN EL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra al 01 día del mes de diciembre del 2020.



Mgs. María Gabriela Arciniegas Romero

C.I.1717245110

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE**

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULAS DE IDENTIDAD:	1004415871		
APELLIDOS Y NOMBRES:	ARCINIEGAS GUAMÁN ADRIANA BELÉN		
DIRECCIÓN:	Pimampiro -Barrio el Rosal -Calle Juan Montalvo		
EMAIL:	abarciniegasg@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	2 937 065	TELÉFONO MÓVIL	0969914330
DATOS DE CONTACTO			
CÉDULAS DE IDENTIDAD:	1003945647		
APELLIDOS Y NOMBRES:	VALLADARES QUITO MARILYN FERNANDA		
DIRECCIÓN:	Ibarra – La Dolorosa del Priorato -Calle San Marcos 2-50		
EMAIL:	mfvalladaresq@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	2 580 188	TELÉFONO MÓVIL	0959780513

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE REPUESTOS AUTOMOTRICES PARA VEHÍCULOS QUE FUNCIONAN A GASOLINA EN EL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR.
AUTOR(ES)	ARCINIEGAS GUAMÁN ADRIANA BELÉN VALLADARES QUITO MARILYN FERNANDA
FECHA: DD/MM/AAA	20/11/2020
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA	INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.
ASESOR/DIRECTOR	MGS. MARÍA GABRIELA ARCINIEGAS ROMERO

CONSTANCIAS

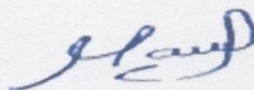
Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se desarrolló, sin vulnerar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de esta y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, 28 de junio del 2021



Arciniegas Guamán Adriana Belén

C.I.100441587-1



Valladares Quito Marilyn Fernanda

C.I. 100394564-7

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a Dios, por darme valor para afrontar adversidades durante el proceso académico y permitirme culminar una etapa más con éxito en mi vida.

A mis queridos padres Miriam y Bolívar por darme la vida, quienes con todo el sacrificio realizado me han brindado su apoyo y me han motivado cada momento para alcanzar mis objetivos.

A mis hermanas Sofia y Katherine quienes son mi fuente de motivación e inspiración, de quien deseo ser un ejemplo.

Adriana Arciniegas

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios por su amor, sabiduría, y permitirte cumplir un objetivo planteado hace unos años.

A mis padres Luis y Magdalena por su amor, sacrificio y ser mis guías con sus consejos y valores, además siempre motivarme cuando las cosas se ponían difíciles.

Para mi hermana Emily por motivarme en este proceso y por quien trato de ser su ejemplo.

Finalmente quiero agradecer a mis abuelitos por sus palabras de ánimo y confiar siempre en mí.

Marilyn Valladares

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por permitirme cumplir una meta importante en mi vida e iluminar mi camino.

A mis padres que me han brindado su apoyo incondicional y me han guiado con sus sabios consejos.

A la Universidad Técnica del Norte institución que me ha permitido obtener una formación profesional de calidad, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.

A la estimada directora de tesis Mgs. Gabriela Arciniegas por compartir sus conocimientos en este proceso tan importante quien nos ha guiado en el desarrollo de esta investigación.

A Marilyn Valladares, compañera y amiga con quien he trabajado a lo largo de mi carrera, por su apoyo y paciencia siempre, gracias.

Adriana Arciniegas

AGRADECIMIENTO

A Dios por bendecirme en el proceso de cumplir mis objetivos.

Agradezco infinitivamente a mis padres por todo su apoyo para cumplir mis metas.

A la Universidad Técnica del Norte, en especial a mis docentes de los cuales adquirí conocimientos durante cinco años para mi formación profesional.

Agradezco además a mi directora de tesis Mgs Gabriela Arciniegas quien fue mi guía en este proceso con su conocimiento, amabilidad y motivación.

A mi compañera de tesis Adriana Arciniegas por su amistad en este caminar y su dedicación en el presente trabajo que gracias a ello logramos culminar este objetivo.

Marilyn Valladares

TABLA DE CONTENIDO

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
ÍNDICE DE TABLAS	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS	xxii
OBJETIVOS	4
Objetivo General	4
Objetivos Específicos	4
CAPÍTULO I.....	5
1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	5
1.1 Introducción	5
1.2 Objetivo.....	5
1.3 Estudios académicos y científicos del problema de investigación	5
1.3.1 Desabastecimiento de bienes y servicios automotrices en zonas agrícolas.....	5
1.4 Fundamentación teórica de procedimientos metodológicos	7
1.5 Fundamentación teórica de diagnóstico.....	8
1.5.1 Diagnóstico.....	8
1.5.2 Análisis PEST	9
1.6 Fundamentación teórica de propuesta.....	10
1.6.1 Estudio de mercado	10
1.6.2 Estudio Técnico.....	13
1.6.3 Estudio Financiero.....	16
1.6.4 Estudio Organizacional	18
CAPÍTULO II	22

2. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	22
2.1 Introducción	22
2.2 Objetivo	23
2.3 Tipo de investigación.....	23
2.4 Métodos	24
2.5 Tipo de muestreo	25
2.5.1 Muestreo probabilístico.....	26
2.5.2 Población.....	26
2.5.3 Cálculo de la Muestra.....	26
2.6 Técnicas e instrumentos.....	27
2.7 Identificación de variables diagnósticas	28
CAPÍTULO III	31
3. DIAGNÓSTICO	31
3.1 Introducción	31
3.2 Objetivo.....	31
3.3 Desarrollo de variables	31
3.3.1 Aspecto Geográfico	31
3.3.2 Aspecto Demográfico	34
3.3.3 Aspecto Económico	36
3.3.4 Político Legal.....	40
3.3.5 Aspecto Social	43
3.3.6 Aspecto comercial del sector automotriz	44
3.4 Análisis de información	46
3.5 Conclusión Diagnóstica	48
Capítulo IV.....	50

4. PROPUESTA.....	50
Objetivo	50
4.1 Estudio de Mercado	50
4.1.1 Introducción	50
4.1.2 Objetivo.....	50
4.1.3 Segmentación de Mercado	53
4.1.4 Variables de segmentación.....	53
4.1.6 Público objetivo	55
4.1.7 Aplicación del Instrumento de Investigación.....	56
4.1.7.1 Encuesta	57
4.1.7.2 Entrevista.....	80
4.1.7.3 Conclusión de los instrumentos de investigación aplicados	82
4.1.8 Demanda	82
4.1.8.1 Identificación Demanda Potencial	82
4.1.9 Oferta.....	88
4.1.9.1 Identificación de la oferta.....	88
4.1.10 Balance Oferta -Demanda	90
4.1.11 Análisis de precios	90
4.1.12 Estrategias de comercialización	91
4.1.12.1 Producto	92
4.1.12.2 Precio.....	92
4.1.12.3 Plaza	93
4.1.12.4 Promoción	93
4.1.12.5 Personas.....	94
4.1.12.6 Procesos.....	94

4.1.12. 7 Presencia Física	94
4.2 Estudio Técnico	97
4.2.1 Introducción	97
4.2.2 Objetivo del Estudio Técnico	97
4.2.3 Localización del proyecto	97
4.2.3.1 Macro localización	98
4.2.3.1.1 Ubicación a nivel Cantonal	98
4.2.3.2 Micro localización	101
4.2.2 Tamaño del proyecto	104
4.2.2.1 Factores condicionantes del tamaño:.....	104
4.2.2.2 Capacidad Instalada	105
4.2.3 Ingeniería del proyecto	106
4.2.3.1 Diseño de proyecto.....	106
4.2.3.2 Descripción técnica de los repuestos automotrices	109
4.2.3.3 Procesos: Estratégicos, operativos, apoyo	114
4.2.3.4 Inversión del proyecto.....	119
4.2.3.4.1 Inversión tangible.....	119
4.2.3.4.2 Inversión Intangible	121
4.2.3.4.3 Gastos de operación	122
4.2.3.4.4 Gastos Administrativos	127
4.2.3.4.5 Gasto de ventas	131
4.3.1 Introducción	135
4.3.2 Objetivo del Estudio Financiero	136
4.3.3 Presupuesto de la inversión.....	136
4.3.4 Estados Financieros Presupuestados.....	150

4.3.6 Evaluación Financiera.....	155
4.3.5 Análisis de sensibilidad	162
4.4 Estudio organizacional	164
4.4.1 Introducción	164
4.4.2 Objetivo	164
4.4.3 La Empresa	164
4.4.4 Constitución Jurídica	181
CAPÍTULO V	186
5. Validación	186
5.1 Introducción	186
5.2 Objetivo	186
5.3 Equipo de trabajo	186
5.4 Metodología de verificación	187
5.5 Factores para validar	187
5.6 Método de calificación.....	189
5.6.1 Rango de interpretación	189
5.7 Resultados	191
5.8 CALIFICACIÓN E INTERPRETACIÓN.....	196
CONCLUSIONES	197
RECOMENDACIONES	199
REFERENCIAS	200
ANEXOS.....	206

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Fórmula para el cálculo del tamaño de mercado.....	11
Tabla2: Matriz de variables.....	29
Tabla 3 : Proyección Poblacional.....	35
Tabla 4 : Cantón Pimampiro: Población Según Niveles de Instrucción	35
Tabla 5: Población Económicamente Activa	38
Tabla 6 : Ventas anuales de vehículos.....	45
Tabla 7: Matriz AOOD.....	46
Tabla 8: Matriz de Estudio de Mercado	51
Tabla 9 : Variables de segmentación.....	53
Tabla 10 : Variables de mercado	55
Tabla 11 : Sitios de aplicación de encuesta.....	57
Tabla 12 : Marcas de Vehículos	59
Tabla 13 : Repuestos automotrices de uso frecuente	61
Tabla 14: Frecuencia de compra de repuestos para motor	62
Tabla 15: Frecuencia de compra repuestos frenos	62
Tabla 16: Frecuencia de compra de repuestos para caja	63
Tabla 17: Frecuencia de compra repuestos suspensión.....	63
Tabla 18: Frecuencia de compra repuestos transmisión.....	63
Tabla 19: Frecuencia de compra de dirección.....	64
Tabla 20: Frecuencia de compra repuestos mantenimiento	64
Tabla 21 : Gasto anual de repuestos para motor	65

Tabla 22 :Gasto anual de repuestos para frenos	65
Tabla 23 :Gasto anual de repuestos para caja.....	65
Tabla 24 :Gasto anual repuestos suspensión	66
Tabla 25 : Gasto anual de repuestos de transmisión	66
Tabla 26 : Gasto anual de repuestos de dirección.....	66
Tabla 27 :Gasto anual de repuestos de mantenimiento	67
Tabla 28 : Preferencia de tipos de repuesto	68
Tabla 29 :Proveedores de repuestos vehiculares.....	69
Tabla 30 :Conformidad de los proveedores	71
Tabla 31 :Criterios de compra para adquirir repuestos vehiculares.....	72
Tabla 32 :Formas de pago	74
Tabla 33 : Aceptación de un nuevo proveedor	75
Tabla 34 :Ubicación estratégica del nuevo proveedor	76
Tabla 35 :Aceptación del comercio electrónico.....	77
Tabla 36 :Medios de comunicación más usados	78
Tabla 37 :Servicios adicionales.....	79
Tabla 38 :Ficha de datos del entrevistado	80
Tabla 39 :Aceptación de nuevo comercializador de repuestos	83
Tabla 40 :Demanda potencial en personas	83
Tabla 41 : Demanda potencial por productos.....	84
Tabla 42 :Demanda potencial en dólares	85
Tabla 43 :Proyección de la demanda.....	87
Tabla 44 :Ofertantes de proveedores de repuestos.....	89

Tabla 45: Proyección de la oferta.....	89
Tabla 46: Balance Oferta -Demanda	90
Tabla 47: Análisis de precios	90
Tabla 48 : Proveedores de productos e insumos de operación.....	99
Tabla 49 : Matriz Ubicación Estratégica.....	102
Tabla 50: Financiamiento.....	105
Tabla 51: Capacidad instalada	106
Tabla 52: Descripción del espacio físico.....	106
Tabla 53: Especificaciones técnicas de repuestos para motor	109
Tabla 54: Especificaciones técnicas de repuestos de frenos	110
Tabla 55: Especificaciones técnicas de repuestos para caja de cambios	110
Tabla 56: Especificaciones técnicas de repuestos de suspensión.....	111
Tabla 57: Especificaciones técnicas de repuestos de transmisión.....	112
Tabla 58: Especificaciones técnicas de repuestos de direcciones	112
Tabla 59: Especificaciones técnicas de repuestos de mantenimientos.....	113
Tabla 60: Mapa de procesos.....	114
Tabla 61: Simbología ANSI.....	115
Tabla 62: Equipo de computo	119
Tabla 63 : Muebles y enseres	120
Tabla 64: Gasto constitución.....	121
Tabla 65: Gastos instalación	121
Tabla 66: Costo de inventarios.....	122
Tabla 67 : Costo de Kit de distribución.....	123

Tabla 68: Costo de Bomba de Agua	123
Tabla 69: Costo de Rodamientos	123
Tabla 70: Costo de Zapatas	123
Tabla 71 : Costo de Líquido de Frenos	124
Tabla 72 : Costo de Zapatillas.....	124
Tabla 73: Costo de Rodamientos	124
Tabla 74: Costo de Sincronizadores	124
Tabla 75: Costo de Kit de Embrague	124
Tabla 76: Costo de Rulimanes	124
Tabla 77: Costo de Bujes	125
Tabla 78: Costo de Amortiguadores.....	125
Tabla 79 : Costo de Corona y Cono	125
Tabla 80: Costo de Planetarios.....	125
Tabla 81: Costo de Retenes	125
Tabla 82: Costo de Axiales	125
Tabla 83 : Costo de Filtro de Aire.....	126
Tabla 84: Costo de Filtro de Aceite	126
Tabla 85: Costo de Bomba de Combustible.....	126
Tabla 86 : Costo anual de repuestos.....	126
Tabla 87: Cálculo del IVA	127
Tabla 88: Servicios Básicos	128
Tabla 89: Gasto arriendo.....	128
Tabla 90: Remuneración de personal administrativo.....	128

Tabla 91: Suministros de oficina.....	129
Tabla 92: Materiales de Aseo y limpieza.....	130
Tabla 93: Remuneración de personal de ventas.....	131
Tabla 94 : Gasto de publicidad.....	132
Tabla 95: Suministros de Oficina del área de ventas	132
Tabla 96: Ciclo de operación	133
Tabla 97: Capital de trabajo	133
Tabla 98: Inversión total	134
Tabla 99: Financiamiento.....	134
Tabla 100 : Promedios de la inflación en los últimos 5 años	136
Tabla 101 : Tasa de incremento de cantidad y precio	137
Tabla 102 : Proyección de ingresos.....	138
Tabla 103 : Resumen de Ingresos	139
Tabla 104 : Proyección de costos.....	140
Tabla 105 : Resumen de Costos	141
Tabla 106 : Tabla de crecimiento salarial	141
Tabla 107 : Proyección de remuneraciones	142
Tabla 108 : Proyección de gastos de servicios Básicos.....	142
Tabla 109 : Proyección gasto arriendo	142
Tabla 110 : Proyección suministro de oficina.....	143
Tabla 111 : Proyección de materiales de aseo y limpieza.....	143
Tabla 112 : Resumen de proyecciones de gastos administrativos.....	144
Tabla 113 : Proyección gastos de publicidad	144

Tabla 114 :Proyecciones de remuneración de personal de ventas	145
Tabla 115 :Proyección de suministros y materiales	145
Tabla 116 :Depreciaciones de activos fijos.....	146
Tabla 117 :Resumen de proyecciones de gastos de ventas	146
Tabla 118 :Datos para crédito bancario.....	147
Tabla 119 :Resumen de interés y capital de crédito bancario	147
Tabla 120 :Amortización anual	148
Tabla 121 : Resumen de costos y gastos.....	149
Tabla 122 : Estado de resultados proyectados.....	151
Tabla 123 : Estado de Flujo de Efectivo proyectado.....	152
Tabla 124 : Estados de fuentes y usos proyectado	153
Tabla 125 :Estado de situación financiera proyectado.....	154
Tabla 126 :Costo de capital.....	155
Tabla 127 :Tasa de rendimiento medio	156
Tabla 128 : Valor actual neto	157
Tabla 129 :Tasa interna de retorno.....	158
Tabla 130 :Relación Costo - Beneficio	158
Tabla 131 :Período de recuperación de inversión	159
Tabla 132 : Resumen de la evaluación financiera.....	161
Tabla 133 : Análisis de sensibilidad.....	162
Tabla 134 :Niveles administrativos.....	170
Tabla 135 :Mapa de Procesos.....	176
Tabla 136 :Equipo de trabajo	187

Tabla 137: Factores para validar	188
Tabla 138: Criterio de calificación.....	189
Tabla 139 : Rangos de interpretación	190
Tabla 140 : Porcentaje de calificación	190
Tabla 141 : <i>Matriz de validación 1</i>	192
Tabla 142 : Matriz de validación 2	193
Tabla 143 : Matriz de validación 3.....	194
Tabla 144: Tabla de Resultados de Validación.....	195

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1:Factores del análisis PEST.....	9
Figura 2:Estudios de la propuesta de factibilidad	10
Figura 3: Pasos para determinar la demanda.....	11
Figura 4 :Elementos de la Ingeniería del proyecto.....	15
Figura 5:Estados financieros proyectados.....	16
Figura 6:Filosofía de la empresa	20
Figura 7.Ubicación Geográfica del Cantón Pimampiro	32
Figura 8 . Principales Actividades Económicas del Cantón Pimampiro.....	37
Figura 9. Actividades económicas	38
Figura 10 .Tenencia de vehículo	58
Figura 11 .Tipo de combustible	58
Figura 12 . Marca de vehículo.....	59
Figura 13.Antigüedad vehicular.....	60
Figura 14.Kilometraje promedio anual del vehículo.....	60

Figura 15:Repuestos automotrices de mayor frecuencia.....	61
Figura 16:Frecuencia de compra de repuestos para motor.....	62
Figura 17:Frecuencia de compra repuestos para frenos	62
Figura 18:Frecuencia de compra repuestos caja	63
Figura 19:Frecuencia de compra de repuestos suspensión.....	63
Figura 20:Frecuencia de compra repuestos transmisión	63
Figura 21:Frecuencia de compra repuestos dirección	64
Figura 22:Frecuencia de compra repuestos mantenimiento.....	64
Figura 23:Gasto anual repuestos motor.....	65
Figura 24:Gasto anual de repuestos frenos	65
Figura 25:Gasto anual de repuestos caja	65
Figura 26:Gasto anual repuestos suspensión.....	66
Figura 27:Gasto anual repuestos transmisión.....	66
Figura 28:Gasto anual repuestos dirección	66
Figura 29:Gasto mantenimiento repuestos mantenimiento.....	67
Figura 30: Preferencia de tipo de repuesto.....	68
Figura 31: Cantidad de proveedores vehiculares	69
Figura 32 : Proveedores de repuestos vehiculares	70
Figura 33:Nivel de conformidad	71
Figura 34:Criterios de compra para adquirir repuestos automotrices	73
Figura 35:Medios de pago.....	74
Figura 36:Aceptación de un nuevo proveedor de repuestos vehiculares	75
Figura 37 : Ubicación estratégica del nuevo proveedor.....	76

Figura 38:Aceptación de comercio electrónico.....	77
Figura 39:Medios de comunicación más usados.....	78
Figura 40: Servicios complementarios.....	79
Figura 41 :Macro localización Provincia de Imbabura	98
Figura 42:Ubicación Estratégica	103
Figura 43:Espacio físico del local comercial	108
Figura 44:Diagrama de flujo de procesos de adquisición de inventario.	117
Figura 45:Diagrama del proceso de comercialización	118
Figura 46: Logotipo Max Repuestos.....	165
Figura 47: Organigrama estructural	169
Figura 48 :Descripción de funciones de organigrama funcional.....	170
Figura 49:Pirámide niveles administrativos.....	171
Figura 50 :Diagrama de flujo planificación estratégica	178
Figura 51: Diagrama de flujo proceso de apoyo	180
Figura 52 Proforma 1	212
Figura 53. Proforma 2	213
Figura 54. Proforma 3	214
Figura 55.Proforma 4	215
Figura 56.Reporte de Urkund.....	216

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación se realiza con la finalidad de verificar la factibilidad de la creación de una microempresa de comercialización de repuestos automotrices para vehículos que funcionan a base de gasolina en el cantón Pimampiro, provincia de Imbabura, donde se evidenció que existe la oportunidad para poner en marcha el proyecto, mismo que está sustentado con investigaciones realizadas anteriormente en temas afines al presente tema de estudio.

Como resultado del diagnóstico situacional se evidenció la existencia de oportunidades del entorno mediante el análisis de variables e indicadores, la propuesta de negocio reúne aspectos positivos que conlleva una oportunidad y una serie de aliados para la creación de la microempresa.

El estudio de mercado determinó una demanda insatisfecha existente, ya que en el cantón no existe un oferente de repuestos, también se identificó el mercado objetivo para lo cual se establecieron estrategias de marketing que contribuirán al cumplimiento de las metas.

A través del estudio técnico se determinó la ubicación idónea para el negocio que es en el centro del cantón debido a la gran afluencia vehicular, asimismo se ha definido la capacidad instalada y los recursos que serán necesarios para iniciar la idea de negocio.

En el aspecto financiero se demuestra la factibilidad económica del proyecto mediante la evaluación de indicadores financieros en los que se obtuvo que el costo de capital es de 12,03%, la tasa de rendimiento medio es del 13,18%, el valor actual neto de \$ 51.907,63, el costo beneficio es de 1,08%, el periodo de recuperación de la inversión es de 1 año 6 meses y 18 días y el punto de equilibrio es de 3412 unidades. Finalmente se estableció la estructura organizacional que contribuya al desempeño de actividades y se determinó los requisitos legales y tributarios que se deben cumplir para la constitución formal de la empresa.

ABSTRACT

This research work is carried out to verify the feasibility of the creation of a micro-company for the commercialization of automotive parts for vehicles that run on gasoline in the Pimampiro canton, Imbabura Province. Where it was evidenced that there is the opportunity to start the project, which is supported by research carried out previously on topics related to the present subject of study.

Moreover, the result of the diagnosis showed the existence of opportunities in the environment through the analysis of variables and indicators. The business proposal brings together positive aspects that carries out an opportunity and series of allies for the creation of the micro-business.

The market study determined an existing unsatisfied demand, since there is no supplier of spare parts in the canton, the target market was also identified, for which marketing strategies were established that will contribute to meeting the goals.

Through the technical study, the ideal location for the business was determined, which is in the center of the canton due to the large influx of vehicles, the installed capacity and the resources that will be necessary to start the business idea have also been defined.

In the financial aspect, the economic feasibility of the project is demonstrated through the evaluation of financial indicators in which it was obtained that the cost of capital is 12.03%, the average rate of return is 13.18%, the net present value of \$ 51,907.63, the cost benefit is 1.08%, the payback period for the investment is 1 year, 6 months and 18 days and the breakeven point is 3412 units. Finally, the organizational structure that contributes to the performance of activities was established and the legal and tax requirements that must be met for the formal constitution of the company were determined.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación, se enfoca en la realización del estudio de factibilidad para una microempresa comercializadora de repuestos para vehículos a gasolina en el cantón Pimampiro, provincia de Imbabura, porque en este cantón con enfoque agrícola, y diversos tipos de actividad comercial de bienes y servicios, se ha limitado el desarrollo del sector automotor siendo este, un indicador clave para el crecimiento del cantón.

En Pimampiro, como se mencionó anteriormente su principal actividad económica es la agricultura y ganadería. Reflejando claramente que el sector comercial de bienes y servicios se encuentra desatendido, en vista de que la mayoría de los habitantes se dedican a la producción agrícola, de modo que, la comercialización de productos distintos a los agrícolas no genera un auge.

Además, de acuerdo con los datos del (Anuario de Estadísticas de Transporte , 2018) se puede evidenciar el crecimiento del parque automotor en la provincia de Imbabura y sus respectivos cantones en función del número de vehículos matriculados anualmente, provocando mayor demanda de repuestos y recambios vehiculares en respuesta al aumento vehicular y la prolongación de su vida útil.

Por otra parte, el desacelerado crecimiento de la comercialización de bienes y servicios promueve el desabastecimiento de diferentes productos necesarios para la población, dado que existen 421 negocios entre manufactura, artesanía y comercio. La realidad comercial estos negocios no satisface la necesidad de adquisición de repuestos vehiculares del parque automotor del cantón Pimampiro, generando que la población se deba trasladar a otros cantones a adquirirlos,

como se puede evidenciar en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón de Pimampiro (CIPRADEC , 2014-2019) .

En vista a esta situación, se considera importante impulsar los medios de vida que incluyan las capacidades, recursos y actividades que la población dispone y utiliza para obtener su bienestar que le ayude a mejorar la calidad de vida, a través del trabajo activo con la disposición de medios existentes en aspecto económico, físico, natural, humanos y social. (Aragón, et al ,2018 ,p.50). Por ende, se aumentará la provisión de productos y servicios por ello la propuesta se enfoca en el comercio de partes de los vehículos automotores, pues una microempresa comercializadora de repuestos de vehículos constituye una idea innovadora en el cantón, generando que la población pueda adquirir repuestos para sus vehículos sin trasladarse a otras localidades. Además, contribuye a la población a la satisfacción de esta necesidad en particular y al desarrollo comercial de la localidad.

OBJETIVOS

Objetivo General

Investigar, fundamentar y desarrollar la propuesta de factibilidad para la creación de una microempresa comercializadora de repuestos automotrices de vehículos que funcionan a gasolina en el cantón Pimampiro, provincia de Imbabura, Ecuador.

Objetivos Específicos

- Establecer los fundamentos teóricos requeridos para el desarrollo de la investigación con el propósito sustentar el proyecto para lograr la comprensión del tema en estudio.

- Determinar el tipo, método, muestreo, técnicas e instrumentos de investigación que se utilizara para la recolección de información veraz, para el desarrollo de la propuesta.
- Desarrollar un diagnóstico situacional a través del análisis PEST, para conocer la situación actual del Cantón Pimampiro y realizar la propuesta de factibilidad.
- Determinar la factibilidad de la propuesta de negocio mediante el estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional para la creación de la comercializadora de repuestos.
- Validar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa comercializadora de repuestos mediante la evaluación de los capítulos correspondientes a este estudio.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Introducción

El presente capítulo ayuda a describir las bases teóricas sobre las cuales se sustentan los aspectos relevantes del presente trabajo, y que están relacionadas con el tema de investigación, lo que permitirá el desarrollo organizado y sistemático del proyecto, fijando un soporte lógico a la propuesta que facilitará la interpretación de los resultados obtenidos en la misma.

1.2 Objetivo

Establecer los fundamentos teóricos requeridos para el desarrollo de la investigación con el propósito sustentar el proyecto para lograr la comprensión del tema en estudio.

1.3 Estudios académicos y científicos del problema de investigación

1.3.1 Desabastecimiento de bienes y servicios automotrices en zonas agrícolas.

Estudios internacionales, mencionan que las comunidades o poblaciones con enfoques agrícolas pasan por problemas de desabastecimiento de productos no agrícolas y pérdida de mercados. Por

ende, los gestores locales plantean la necesidad de dar respuesta al aumento y cambio de la demanda, se puede decir que las localidades deben reformar el sistema productivo y comercial, de manera que se aumente la productividad agraria, empresas de servicios y comercialización de bienes, aumentando competitividad en los mercados locales y externos. (Vasqu ez, 2000)

El desarrollo económico de estos sectores radica en la creación de mercados para productos y servicios no agrícolas, diversificando la base económica de la localidad. De manera que, las economías junto a la población crecen y la provisión de bienes y servicios no van a la par de su crecimiento, especialmente en el ámbito automotriz, dado que el parque automotor tiende a crecer. (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2004)

Sancho (2010) menciona que, en los territorios agrarios, se desarrollan muchas actividades agrícolas tradicionales, pero también otras actividades de tipo no agrícolas que influyen en los estilos de vida, surgiendo nuevas necesidades de adquisición de productos. Por ende, los habitantes deben visualizar estas oportunidades identificando carencias en la oferta de bienes y servicios del mercado, así también, los riesgos existentes en sus alrededores, descubriendo así su potencial para generar nuevos negocios que contribuyan a su propio desarrollo y de su localidad, mediante la implementación de una cultura emprendedora que motive a la creación de empresas y microempresas.

Pindado & Sánchez (2015) indica que los emprendimientos en sectores agrarios son vistos como mecanismos para la reactivación del estancamiento del desarrollo local y solución de problemas a estas zonas, donde el proceso emprendedor representa la probabilidad de consolidación de una idea de negocios superior a otros sectores, como consecuencia de sus características propias direccionadas a satisfacer necesidades locales, por lo tanto , el emprendimiento tiene como objetivo impulsar los tipos de economía del sector agrícola .

En Ecuador, particularmente los emprendimientos están mayormente orientados hacia actividades de comercio de productos y servicios vendidos en el mercado doméstico. Se lleva a cabo para aprovechar una oportunidad de negocio que permita obtener mayores ingresos, independencia económica, generación de empleos y la satisfacción de necesidades. Por ende, el estado aporta con la creación de nueva normativa y programas de apoyo al desarrollo de estas actividades. (Zamora Boza, 2018)

El desabastecimiento de bienes y servicios en las zonas antes mencionadas generan un problema dado que la situación actual del sector automotriz en el Ecuador ha crecido, y cada vez es necesario contar con los servicios de mantenimiento de los vehículos ya que, se hace más frecuente que se alargue la vida útil de los vehículos ya adquiridos frente a una posible compra de uno nuevo. En este sentido, el subsector de los repuestos genera mayor demanda en adquisición en estas localidades. (Cremades Rocamora & Bianchi Calero, 2016)

Con las bases teóricas que se me mencionan anteriormente se sustenta la problemática existente en las poblaciones agrícolas y su desacelerado progreso en el ámbito comercial generando desabastecimiento de repuestos vehiculares para el parque automotor, por ende, se intenta plantear una propuesta de consolidación de un negocio comercializador de repuestos , para lograr diversificar la actividad económica y proveer de estos insumos a la población para que evite trasladarse a otros cantones a adquirir repuestos vehiculares , sustentado en que los emprendimientos mediante la creación de empresas y microempresas son herramientas de desarrollo local.

1.4 Fundamentación teórica de procedimientos metodológicos

Los procedimientos metodológicos de esta investigación se fundamentan en Sampieri (2014) ya que, este autor mantiene una propuesta metodológica encaminadas a obtener conocimiento y

teorías en relación con tipos de investigación, tipo de muestreo e identificación de variables diagnósticas, para el estudio de un fenómeno y resolución de un problema que se desarrollaran dentro de una investigación para cumplir con los objetivos del presente trabajo.

Sin embargo, también la metodología se basa en otros autores que complementan con otros enfoques específicos de la investigación, en el caso de los alcances de tipos investigación nos fundamentamos en los autores Merino, Pintado , Sánchez y Grande (2015) que tiene una propuesta que se centra en la naturaleza del problema a estudiar considerando a la investigación como exploratoria, descriptiva y causal, así también muestra otros alcances en función del tipo de información a obtener y puede ser cualitativa y cuantitativa.

Por otra parte, la selección y aceptación de los métodos de investigación se determinará de acuerdo con el tipo de investigación elegido, así también las técnicas e instrumentos de acuerdo con el autor García (2016) que plantea los métodos teóricos y empíricos más usuales para la investigación con sus respectivas características de recepción de información primaria y secundaria para posteriormente analizarla para la solución del problema.

1.5 Fundamentación teórica de diagnóstico

1.5.1 Diagnóstico

La presente investigación se sustenta en el autor Rodríguez (2015) mencionando que:

“El diagnóstico como un estudio previo a toda la planificación de proyecto, donde se plantea el problema considerando la información y teorías necesarias para formar la bases o cimientos investigativos, mediante la recopilación de información para posteriormente realizar el análisis los aspectos de las variables cualitativas y proponer afirmaciones para cambios en las organizaciones.”

El diagnóstico se enmarca en dos objetivos:

- Proporcionar información sobre la situación geográfica, demográfica, tecnológica y política de la población investigada.
- Con la información obtenida en el diagnóstico, realizar la respectiva propuesta del proyecto y solucionar el problema determinado.

1.5.2 Análisis PEST

Para realizar el diagnóstico en la presente investigación se utilizará la herramienta de análisis PEST que plantea el autor Aguilar (1967) misma que ayuda a comprender el crecimiento o declive de un mercado y, en consecuencia, la posición, potencial y dirección de un negocio, igual que está compuesta por las iniciales de los factores Político, Económico, Social y Tecnológico utilizados para evaluar el mercado en el que se encuentra un negocio.



Figura 1: Factores del análisis PEST

Fuente: (Aguilar, 1967, pág. 96)

Mediante el diagnóstico previo al inicio de un proyecto de inversión, podemos conocer la realidad del entorno en diferentes ámbitos como son el análisis de los factores políticos económicos, sociales y tecnológicos para así identificar los problemas existentes de manera que permita plantear soluciones o recomendaciones específicas.

1.6 Fundamentación teórica de propuesta

La factibilidad del proyecto debe contener los siguientes estudios para identificar su viabilidad.

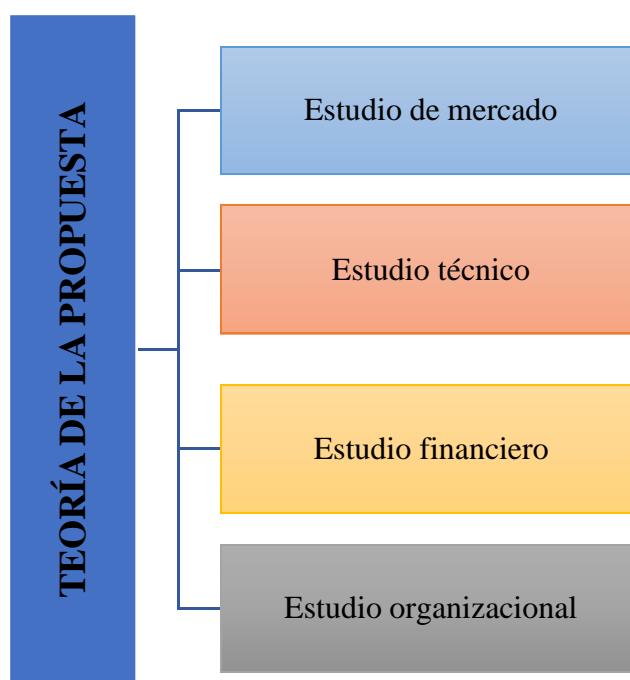


Figura 2: Estudios de la propuesta de factibilidad

Fuente: Elaboración propia con información de (Rodríguez Aranday, 2018, pág. 15).

1.6.1 Estudio de mercado

De acuerdo con el autor Rodríguez Aranday (2018) *“El estudio de mercado es un documento que contiene los resultados del estudio de la demanda que el bien o servicio tendrá entre su mercado meta”* (p. 27)

- **Demanda.** Es la cantidad que los consumidores están dispuestos a comprar referente a bienes y servicios. Por ende, la demanda varia por factores de población, localidad y niveles de ingreso (Rojas López, 2016)

Para la identificación de la demanda el autor Torres Viteri (2016) manifiesta que se debe tomar en cuenta los siguientes pasos:

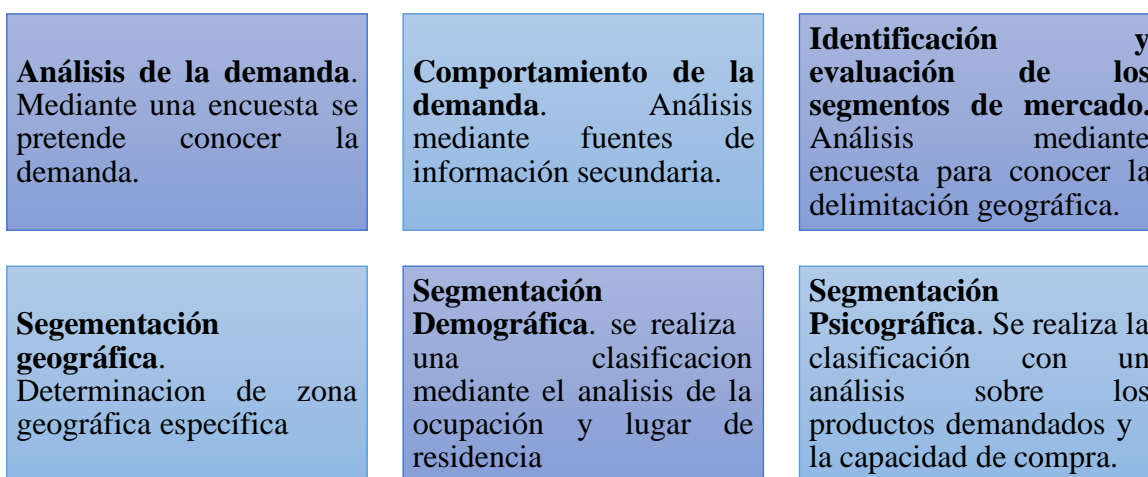


Figura 3: Pasos para determinar la demanda

Fuente: (Torres Viteri, 2016, pág. 12)

- **Tamaño del mercado.**

El objetivo es calcular el tamaño del mercado, es decir, el volumen total de gasto que el mercado efectúa al año para adquirir tu producto. Para esto se utilizará la siguiente formula:

Tabla 1: Fórmula para el cálculo del tamaño de mercado

$Q = q * n$
Q: demanda del segmento de mercado identificado

q: cantidad media de producto adquirida por cada comprador

n: número de compradores

Fuente: (Torres Viteri, 2016, pág. 15)

- **Oferta.** Se refiere al comportamiento de los oferentes o empresarios que ofrecen determinado bien o servicio, donde el precio se establece de acuerdo con los movimientos de la curva de oferta. (Rojas López, 2016)

Para la identificación de la oferta el autor Torres Viteri (2016) manifiesta que se debe tomar en cuenta los siguientes pasos:

- **Análisis de la Oferta.** Una vez calculado el mercado, se debe analizar quienes son los competidores ya instalados en el mercado, verificar cuántas empresas existen, cuáles son las características de su oferta, cuáles son los segmentos de mercado que están atendiendo y además analizar cuáles son sus estrategias.
- **Estructura del sector.** Se debe explorar el sector recabando información mediante la técnica de observación directa sobre las cuestiones:
- **Número de empresas competidoras y su distribución en el territorio.** cuando existe un gran número de empresas en la actividad la competencia suele ser muy intensa, por lo que el precio se convierte en el instrumento clave.
- **Participación en el mercado.** Investigar cual es la facturación anual media de las empresas del sector
- **Concentración o fragmentación del sector.** Averiguar si el sector esta atomizado, es decir, si este compuesto por un gran número de empresas con una gran participación en el mercado.

- **Características de los principales competidores.** Se debe cuantificar las empresas del sector se debe considerar el número de empleado, la localización, ventas anuales y su cartera de productos.
- **Precio.** La asignación de un valor determinado a un bien o servicio, en relación con el equilibrio entre la oferta y demanda. (Rojas López, 2016)

El estudio de mercado, es la recopilación de datos que permite analizar la viabilidad de un negocio antes de entrar al mercado, las estrategias de marketing influyen en la toma de decisiones, es por eso que se debe analizar el mercado meta y realizar el segmento de mercado antes de introducir un producto de tal manera que se podrán conocer las oportunidades y los riesgos.

1.6.2 Estudio Técnico

Rodríguez Aranday (2018) menciona que es un estudio que se debe realizar para demostrar la viabilidad del proyecto donde se seleccionan los medios de producción y los requerimientos de materias en relación con restricciones de recurso, ubicación y tecnología e innovación disponible.

El autor Rodríguez Aranday, (2018) afirma que la viabilidad técnica de proyectos de inversión exige aspectos concretos que son los siguientes.

- **Tamaño del proyecto:** Es la capacidad instalada y se entiende como la capacidad de producir un determinado volumen en la unidad de tiempo: hora, turno, día, mes o año.
- **Capacidad Instalada.** La capacidad instalada se determinará por factores relevantes como es la cantidad de demanda, datos que se obtienen del estudio de mercado, además se debe tener en cuenta la disponibilidad de capital, la infraestructura, los costos, el nivel de almacenamiento y el proceso que se debe realizar para tener la disponibilidad de los productos (Lara P., 2014, p. 122)

- **Localización del proyecto:** determinar la localización geográfica más beneficiosa para ubicar el negocio se debe analizar el alcance de los potenciales clientes. Se debe tener en cuenta la macro localización y micro localización para tener una ubicación estratégica al alcance de los consumidores.
- **Proceso de producción:** Implica conocer el proceso de manera sistemática que permite desarrollar el buen desempeño de las actividades.

Ingeniería del proyecto

Es el conjunto de información referente al lugar disponible, para el funcionamiento de los factores variables y fijos que interactuando entre si permita la instalación adecuada de las unidades en la ejecución del proyecto. (Pacheco Coello & Pérez Brito, 2018)

La descripción del proyecto de acuerdo con el autor Chávez (2018) es:

- **Información técnica sobre productos, procesos y patentes.** Se refiere a la obtención de datos que contengan información del proceso de elaboración de los productos y sobre las patentes.
- **Sistemas de manejo y transporte de materiales.** Se refiere a la manera en que los materiales serán tratados y cómo se llevarán hasta el lugar en donde serán procesados; con este fin, debe elaborarse un manual para proporcionarlo a los trabajadores.
- **Selección y especialización de maquinaria y equipo.** A la hora de la adquisición de la maquinaria y equipo se debe hacer un estudio y análisis acerca de cuál es el más apropiado para la fabricación y que cuente con las características apropiadas.

- **Distribución de equipos.** Es la manera en que la maquinaria y el equipo estarán ubicados dentro de la planta para hacer más fácil y rápido proceso productivo.
- **Distribución de la planta.** Se refiere a cómo estará ubicado cada proceso productivo.
- **Obra civil.** Se refiere a la elaboración del plano para la construcción de la planta, ubicando cada proceso y departamento en el lugar que le corresponde.
- **Programa de la construcción, instalación y puesta en marcha de la planta.** Es el proceso durante el cual se lleva a cabo la obra de construir la planta, adaptándole toda la maquinaria y equipo necesario para el proceso productivo, y termina cuando la planta ya está realizando el proceso de fabricación.

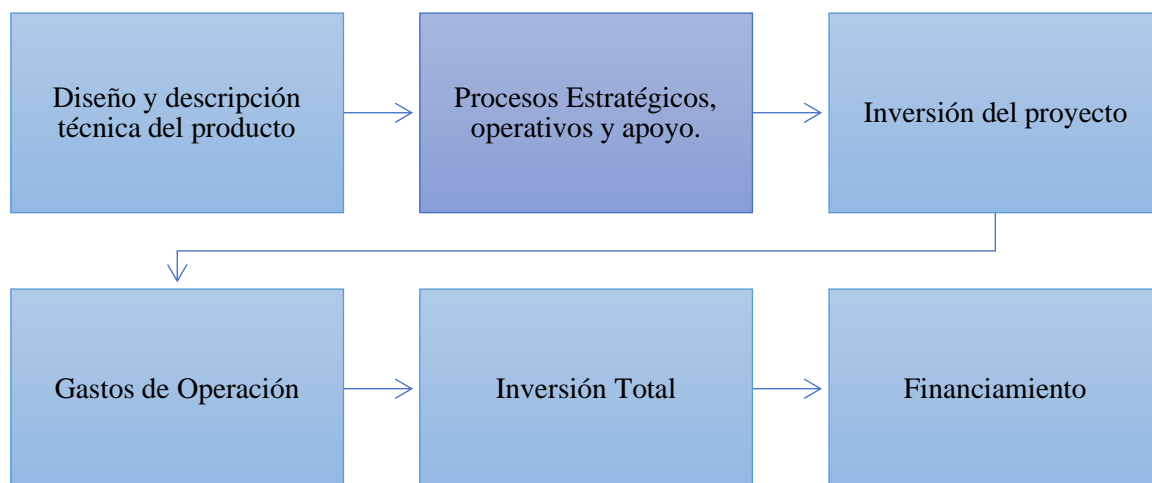


Figura 4 :Elementos de la Ingeniería del proyecto

Fuente: (Chávez, 2018, pág. 28)

La ingeniería del proyecto hace énfasis en el uso de la tecnología específica unida al uso de materiales, mano de obra y demás procesos que intervienen en el proceso de producción es decir analiza todo el proceso productivo.

1.6.3 Estudio Financiero

Según Pacheco Coello & Pérez Brito, (2018) indica que:

En el estudio financiero se analiza la viabilidad económica del negocio es por es que las empresas, para su correcto funcionamiento financiero, deben lograr un costo de capital lo más económico posible, tratando que las fuentes de financiamiento sean equilibradas con manejo visionario y estratégico, así como una relación con lo que van a financiar.
(pág. 113)

Para realizar los estados financieros proyectados en el presente proyecto se basará sobre los argumentos del autor Estupiñán Gaitán (2017) quien manifiesta:

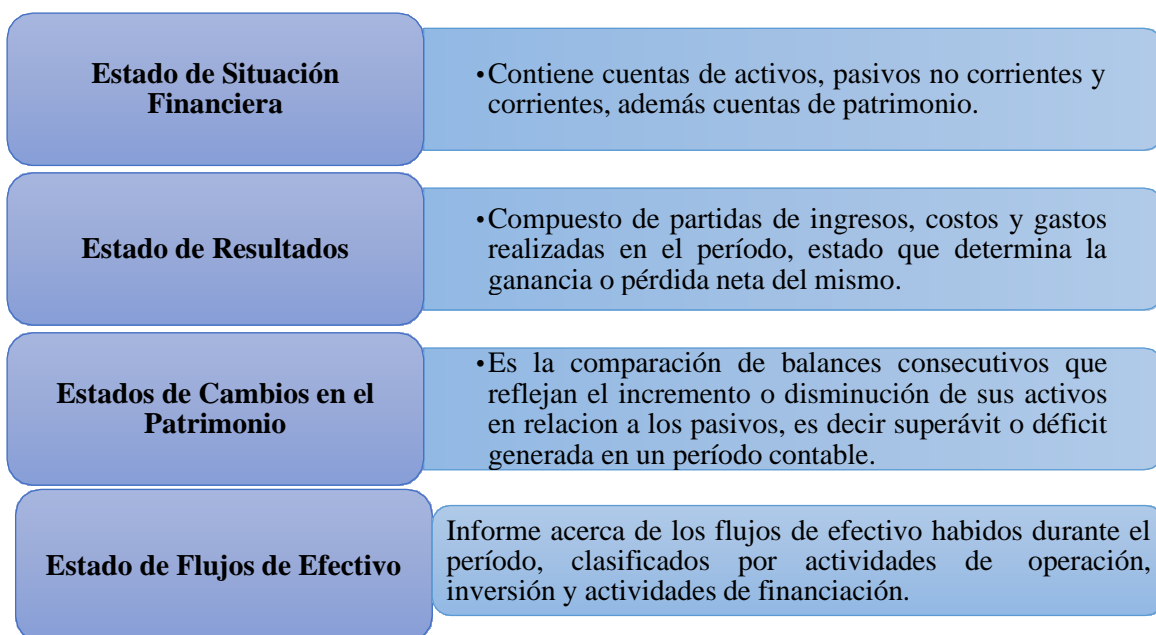


Figura 5: Estados financieros proyectados

Fuente: (Estupiñán Gaitán, 2017, pág. 113)

El estudio financiero se debe hacer de manera ordenada y sistemática para tener una información oportuna, además permitirá conocer el costo total de inversión.

- **Ingresos.** Son estimaciones monetarias que se espera recibir por la actividad comercial, mismas que, pueden variar de acuerdo con el comportamiento del mercado. (Rojas López, 2016)
- **Inversiones en activos.** Son activos que se adquieren para largo plazo en la empresa se deben incluir en el rubro correspondiente, así puede ser edificaciones, maquinaria, muebles, equipos de cómputo, etc. (Flórez Uribe, 2016).
- **Presupuesto de ingresos.** Se refiere a estimaciones de la entrada de efectivo que se plasmará en el estado de resultados para conocer las pérdidas o ganancias y posteriormente realizar evaluación económica del proyecto. (Puentes Montañez, Prieto Puentes, & Caro Gonzales, 2019)
- **Presupuesto de egresos.** Comprende al conjunto de los costos de producción ya sean directos o indirectos y los gastos de operación como: gastos de venta, administración y financieros. (Puentes Montañez, Prieto Puentes, & Caro Gonzales, 2019)
- **Depreciación y Amortización.** La depreciación se aplica únicamente en la inversión física o activo fijo por la pérdida de valor en el tiempo. Por otra parte, la amortización es la pérdida de valor de un activo intangible; esto se aplica a los activos fijos y diferidos de un proyecto (Puentes Montañez, Prieto Puentes, & Caro Gonzales, 2019)
- **Indicadores Financieros.** Son herramientas útiles para medir la liquidez endeudamiento y utilidades de la organización, mediante la interpretación de cifras conociendo así la realidad financiera y utilizarla para contrastar a la competencia. (Puentes Montañez, Prieto Puentes, & Caro Gonzales, 2019)

Es necesario realizar el estudio financiero para conocer la viabilidad económica y poder comprobar la factibilidad del proyecto mediante la aplicación de índices como el TIR, VAN, y el Costo Beneficio.

Los indicadores financieros necesarios para evaluar la viabilidad económica son

- **Valor Presente Neto.** Es el valor monetario que resulta de la diferencia entre el valor actual de todos los ingresos y el valor actual de todos los egresos calculados en el flujo financiero neto, teniendo en cuenta la tasa de interés de oportunidad (Puentes Montañez, Prieto Puentes, & Caro Gonzales, 2019, pág. 150)
- **Tasa Interna de Retorno.** Es la rentabilidad de una empresa o de un proyecto de inversión. Matemáticamente, es la tasa de interés que iguala a cero el valor presente neto, con este indicador podremos conocer si una inversión es viable o no financieramente muestra un porcentaje de beneficio o pérdida (Ramírez Díaz, 2019, pág. 146)
- **Relación Costo -Beneficio.** Se considera el VAN de los ingresos es mayor al de los egresos, es superior a 1 en un período definido y con una tasa de interés de oportunidad, entendiendo así que los ingresos son suficientes para cubrir todos los costos y además dan un excedente por cada peso invertido del restante del valor 1, por ello se habla de un proyecto interesante y financieramente viable (Puentes Montañez, Prieto Puentes, & Caro Gonzales, 2019, pág. 155).

1.6.4 Estudio Organizacional

Según Meza Orozco (2016) es fundamental el estudio organizacional en un proyecto ya que tiene como objetivo estructurar la organización que requiere la entidad con base a su filosofía empresarial, además adecuarlas de acuerdo con las necesidades del proyecto y sus procedimientos.

Nombre de la empresa

El nombre de la empresa deberá transmitir al público su idea y naturaleza, así también mostrar la imagen y concepto que se quiera ofrecer. Es importante buscar un nombre que ofrezca una imagen corporativa. Además se diseña un logotipo que corresponda al concepto de su negocio. (Rodríguez Aranday, 2018).

Logotipo

El logotipo ayuda al posicionamiento de una marca, es por lo que se debe definir aspectos como el mensaje que se desea transmitir, los símbolos y colores, ya que transmite los valores de la compañía y se pretende sea de fácil recepción y retención por parte de los consumidores (Salas, 2017, págs. 2-3).

Eslogan

El eslogan es un enunciado breve y expresivo, fácil de recordar en el que una lenguajes verbales y visuales en el que se una frase, palabras con la finalidad de captar la atención del cliente ya que tiene una tendencia publicitaria o al de la propaganda (Eguizábal, 2017, pág. 15).

A continuación se presenta los elementos de la filosofía empresarial:

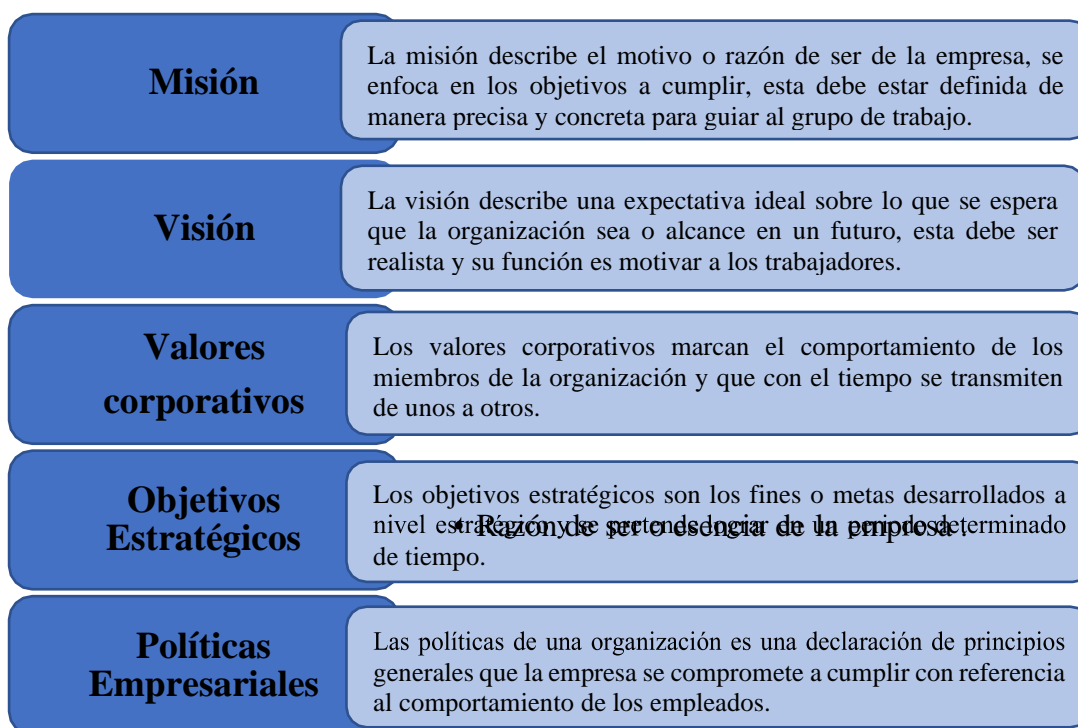


Figura 6: Filosofía de la empresa

Fuente: (Rodríguez Aranday, 2018, pág. 16).

Según el autor Echeverría Ruíz (2017) los enfoques del estudio organizacional son:

- **Organigrama:** Se determina los niveles jerárquicos que la entidad económica necesita, asignación de cargos y funciones al personal.
- **Direccionamiento Estratégico:** Se establece la misión, visión, objetivos, estrategias, valores y políticas de convivencia en el entorno laboral.
- **Mapa estratégico:** Una vez aplicada el direccionamiento estratégico del negocio se establece las perspectivas de análisis.

Para tener una estructura organizacional funcional el autor Pardo Álvarez (2017) define implementar la gestión por procesos:

La planificación de procesos trata de establecer cuál debe ser el orden y la vinculación de los procesos en nuestra organización. Generalmente, se aborda mediante una herramienta gráfica denominada mapa de procesos. Su elaboración es una faceta de la gestión de procesos sumamente importante, pues nos informa de los procesos disponibles, además de poder utilizarse en otros ámbitos de la gestión.

Un enfoque a procesos efectivo implica una adecuada determinación y gestión de los procesos para poder obtener unos resultados acordes a lo esperado por los clientes.

- La planificación de procesos establece el orden y la vinculación de los procesos en nuestra organización. Generalmente, se aborda mediante una herramienta gráfica denominada mapa de procesos. Su elaboración es una faceta de la gestión de procesos sumamente importante, pues nos informa de los procesos disponibles, además de poder utilizarse en otros ámbitos de la gestión. (Pardo Álvarez, 2017)
- La etapa gestión de procesos es “hacer”, es decir, llevar a la práctica lo planificado ejecutando los procesos tal como se ha previsto. Por lo general, en el desarrollo de los procesos se siguen las directrices escritas incluidas en procedimientos, instrucciones, etc. (Pardo Álvarez, 2017)

Constitución Jurídica

La constitución de una empresa se debe realizar ante organismos de control del país para lo cual se debe seguir una serie de pasos necesarios para iniciar las actividades de la empresa.

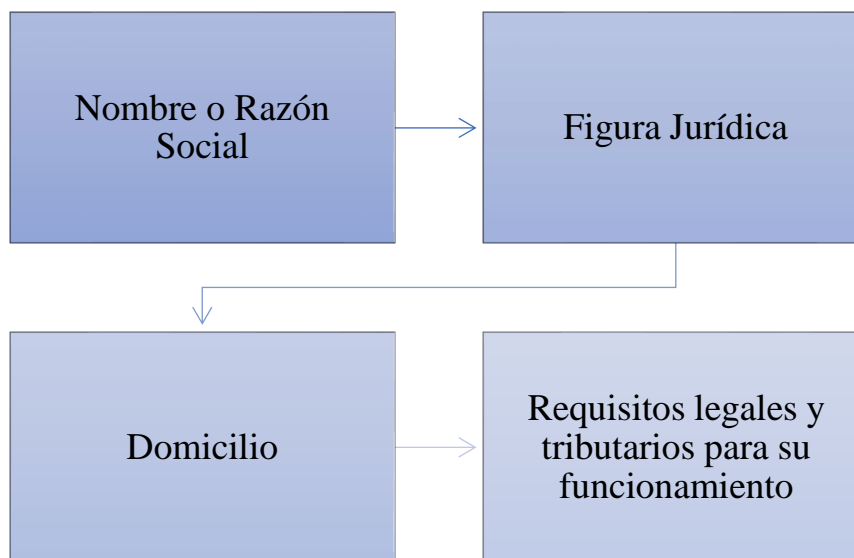


Ilustración 8. Elementos de la constitución Jurídica de una empresa

Fuente: Elaboración propia con información de (Pardo Álvarez, 2017, pág. 39)

El estudio organizacional se debe realizar para determinar la filosofía empresarial, funciones, establecer canales de comunicación y una estructura organizacional con niveles jerárquicos de manera que la administración sea eficiente y se den las condiciones de éxito.

CAPÍTULO II

2. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

2.1 Introducción

En el presente capítulo se describirán los procedimientos metodológicos que serán utilizados en el estudio, así también, como y donde se aplicarán los tipos, métodos, tipo de muestreo, técnicas e instrumentos de investigación, además, se definirán las variables e indicadores que se utilizarán para desarrollo de nuestra propuesta de factibilidad.

2.2 Objetivo

Determinar el tipo, método, muestreo, técnicas e instrumentos de investigación que se utilizará para la recolección de información veraz, para el desarrollo de la propuesta.

2.3 Tipo de investigación

El tipo de investigación se identificó de acuerdo con el enfoque del trabajo con sus respectivos métodos, tipo de muestreo, técnicas, herramientas e identificación de variables, que contribuirá con la recolección de información para el desarrollo del proyecto.

- **Investigación Cualitativa**

La investigación cualitativa proporciona datos referentes a la contextualización del ambiente o entorno, detalles y prácticas únicas. Además, aporta una visión más fresco, natural y general de los fenómenos. (Sampieri, 2014) .

La investigación cualitativa se aplicará en el diagnóstico, estudio mercado y estudio técnico, con el fin de analizar características del entorno y de las variables identificadas en la formulación del proyecto, con la finalidad de contribuir al desarrollo de la propuesta.

- **Investigación cuantitativa**

La investigación cuantitativa generaliza los resultados obtenidos en un grupo o segmento (muestra) a una determinada población investigada. Además, busca que los estudios realizados puedan continuar.” (Sampieri, 2014)

La investigación cuantitativa se aplicará en el diagnóstico y estudio de mercado para analizar el comportamiento de la población, mediante números y datos estadísticos para analizarlos y obtener información clara y concisa.

- **Investigación descriptiva**

Investigación descriptiva describe las características de la población a investigar o un tema específico a estudiar y responde interrogantes como quién, qué, dónde, cuándo y cómo (Merino Sanz, Pintado Blanco, Sánchez Herrera , & Grande Esteban , 2015)

La investigación descriptiva, se aplicará en el capítulo de diagnóstico, con el objetivo de recolectar información de la población y segmento demográfico del cantón Pimampiro con sus respectivas características, para posteriormente procesar la información y utilizarlas en la propuesta del proyecto.

- **Investigación causal**

“Investigación causal identifica relaciones causa-efecto entre las variables específicas y determina cuáles son las causas y cuáles los efectos, además la naturaleza de la relación entre las variables causales y el efecto a suceder.” (Merino Sanz, Pintado Blanco, Sánchez Herrera , & Grande Esteban , 2015)

Finalmente, la investigación causal se utilizada en el diagnóstico ya que analizará las variables determinando causas y efectos de estas, para que sirvan de sustento en el desarrollo de los demás capítulos del proyecto.

2.4 Métodos

Los métodos de investigación, los teóricos y empíricos, poseen sus propias ventajas y desventajas, por lo que la aceptación de diferentes métodos de recopilación de información depende del planteamiento de la tarea de investigación, del grado de elaboración de su programa. (García Dlhigo, 2016, pág. 65)

Por lo tanto, la selección y aceptación de los métodos de investigación se determinará de acuerdo con el tipo de investigación elegido, encaminándose a adquirir nuevo conocimiento para posteriormente analizarlo para la solución del problema.

- **Método inductivo**

El método inductivo se caracteriza por establecer aspectos generales en base a estudios de aspectos singulares, lo que le facilita un desempeño esencial en el proceso de construcción de la hipótesis de un estudio. (García Dlhigo, 2016)

Este método se empleará en el estudio de mercado, técnico y financiero, así pues, podemos examinar y observar hechos específicos que nos ayuda a llegar a conclusiones generales en el transcurso del estudio.

- **Método deductivo**

El método deductivo se basa en principio y leyes que indican aspectos generales, estables, necesarias y fundamentales de los fenómenos de la realidad, ya que la lógica deductiva se basa como indicio el conocimiento general, contribuyendo a la comprensión particular en el que existe lo general o global. (García Dlhigo, 2016)

En esta investigación el método utilizado es el deductivo, ya que, se aplica en los capítulos del proyecto con la finalidad de deducir conclusiones concretas y lógicas que ayudará al desarrollo de la propuesta.

2.5 Tipo de muestreo

Sampieri (2014) indica que, en la selección del tipo de muestreo en el procedimiento metodológico, en primer lugar, hay que definir la unidad de análisis o muestreo ya sea:

poblaciones, ubicaciones, organizaciones, fenómenos, periodos, comunidades, situaciones, piezas, eventos, etc. Concluida la definición del tipo de muestreo o análisis se concreta la población de estudio.

2.5.1 Muestreo probabilístico

“En las muestras probabilísticas, todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo/análisis”. (Sampieri, 2014, pág. 175)

2.5.2 Población

El presente estudio se enfoca a la población del cantón Pimampiro. Sin embargo, se plantea captar una parte de la población del cantón Ibarra, principalmente la parroquia Ambuquí, que es aledaña al Cantón Pimampiro. Además, se enfocará en la población que conforman la Población Económicamente Activa (PEA), con vehículos motorizados que funcionan a gasolina que son 8.409. (INEC, 2015)

2.5.3 Cálculo de la Muestra

Para obtener información se aplicará una encuesta y para ello es necesario realizar el cálculo de la muestra, mediante una fórmula que se presenta a continuación.

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

En donde:

n= Muestra

Z = Nivel de confianza (95% 1,96)

P= Probabilidad de ocurrencia (50%)

N= Población Específica 8.409

e= error

Q=probabilidad de no ocurrencia (50%)

Se reemplaza los valores anteriores en la fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 8.409 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2(8408) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n=368$$

El tipo de muestreo se lo usa en el estudio de mercado, ya que, es la manera como elegir a los interrogados, por ende, en esta investigación se empleará el muestreo probabilístico -aleatorio simple, ya que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser seleccionados.

2.6 Técnicas e instrumentos

Paz (2017) menciona a las técnicas como el conjunto de pasos o mecanismos que contribuye al método a alcanzar su propósito.

- **Entrevista**

Sampieri (2014) indica “Las entrevistas, como herramientas para recolectar datos cualitativos, se emplean cuando el problema de estudio no se puede observar o es muy difícil hacerlo por ética o complejidad” (p. 403)

Esta técnica de investigación se aplica en el estudio de mercado para obtener información mediante expertos en comercialización de repuestos automotrices y contribuir al planteamiento de la propuesta en el cantón Pimampiro.

Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o abiertas, en la presente investigación utilizaremos la entrevista estructurada.

- **Entrevista estructurada**

Sampieri (2014) “el entrevistador realiza su labor siguiendo una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a ésta (el instrumento prescribe qué cuestiones se preguntarán y en qué orden)” (p.403). La entrevista estructurada será utilizada para la recolección de información ya que seguirán un orden específico y previamente diseñadas.

- **Encuesta**

García Dlhigo (2016) define a la encuesta como un método de recolección de datos por medio de preguntas, cuyas respuestas se consiguen de forma escrita u oral con el propósito de estudiar determinados hechos o fenómenos.

Esta técnica se utiliza en el estudio de mercado, mediante la formulación de un cuestionario dirigido a la población muestra del Cantón Pimampiro que aportará de información primaria al proyecto.

2.7 Identificación de variables diagnósticas

Sampieri (2014) menciona que, el proceso de identificación de variables de investigación, estas deben estar relacionadas directamente al problema y relacionadas entre sí. Por ende, una variable debe presentarse en forma clara, precisa y comprensible.

Además, las variables adquieren importancia para la investigación en el capítulo de diagnóstico del proyecto cuando se relacionan con otras variables para mayor análisis del problema específico.

Tabla2: Matriz de variables

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE
Realizar el diagnóstico de la situación actual del cantón Pimampiro mediante de variables con sus respectivos indicadores.	Analizar las características geográficas de cantón Pimampiro.	Geográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación del cantón Pimampiro • Extensión territorial • Límites • División Política • Vías de acceso • Clima 	Investigación Documental	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Pedro de Pimampiro.
	Indagar las características demográficas del cantón Pimampiro.	Demográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Población del cantón Pimampiro • Crecimiento Poblacional • Educación 	Investigación Documental	<ul style="list-style-type: none"> • Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2015.
	Identificar el aspecto económico que influye en la creación de una comercializadora de repuestos.	Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de crecimiento económico • Principales actividades comerciales de Pimampiro • Nivel de Ingreso Cantonal • Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) • Comercio electrónico 	Investigación Documental	<ul style="list-style-type: none"> • Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2020. • Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Pedro de Pimampiro.

Investigar los aspectos políticos – legales del cantón Pimampiro	Político -legal	<ul style="list-style-type: none"> • Constitución de la República Art.336 • Plan Nacional de desarrollo (2017-2021) • Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Art.54 • Ley de Emprendimiento • Ley de Régimen Tributario Interno Art 9.6. • Ley Orgánica De Simplificación Y Progresividad Tributaria Art .20 	Investigación Documental	<ul style="list-style-type: none"> • Asamblea Nacional del Ecuador • Planifica Ecuador • Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Pedro de Pimampiro. • Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales. • Servicios de Rentas Internas.
Analizar el entorno social del cantón Pimampiro para el análisis de la propuesta.	Social	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de empleo • Tasa de desempleo • Cobertura servicios básicos • Cobertura Internet 	Investigación Documental	✓ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
Identificar el sector al que pertenece la propuesta de negocio.	Sector comercial	✓ Sector comercial automotriz	Investigación Documental	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador 2018 ✓ Anuario de Estadística de Transportes 2018

CAPÍTULO III

3. DIAGNÓSTICO

3.1 Introducción

El presente capítulo, se enfoca en recopilar información que permita conocer el ambiente interno y externo del Cantón Pimampiro, de manera que contribuya a la ejecución del trabajo de investigación, mediante la evaluación e interpretación de los indicadores de las variables. Además, con la implementación de la Matriz AOOR, determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que pueden influenciar en la realización del proyecto; todo ello con el objeto de determinar la oportunidad diagnóstica de la propuesta de factibilidad.

3.2 Objetivo

Realizar un análisis situacional mediante la elaboración de una matriz PEST, para comprender la condición actual del Cantón Pimampiro y elaborar la propuesta de factibilidad.

3.3 Desarrollo de variables

Es importante el análisis de las variables, ya que, de esta manera se puede conocer y evaluar el ambiente donde se implantará la propuesta de negocio.

3.3.1 Aspecto Geográfico

La variable geográfica se examinará a través de indicadores como: extensión territorial, clima, límites, división política, ubicación, vías de acceso que posee actualmente el cantón Pimampiro, misma que contribuirá al sustento de la propuesta.

- **Ubicación**

El cantón San Pedro de Pimampiro se ubica al extremo oriente de la Provincia de Imbabura, al norte limita con el cantón Bolívar de la provincia del Carchi, hacia el oriente con los cantones Gonzalo Pizarro y Sucumbíos de la provincia de Sucumbíos, al sur con el cantón Cayambe de la provincia de Pichincha y al con el cantón Ibarra de la provincia de Imbabura (CIPRADEC , 2014-2019, pág. 39)

Pimampiro, se encuentra adyacente a la parroquia de Ambuquí del cantón Ibarra, a 13 km de la cabecera cantonal pimampirense, lo que permite a los habitantes intercambiar actividades comerciales por su cercanía entre ambas localidades.

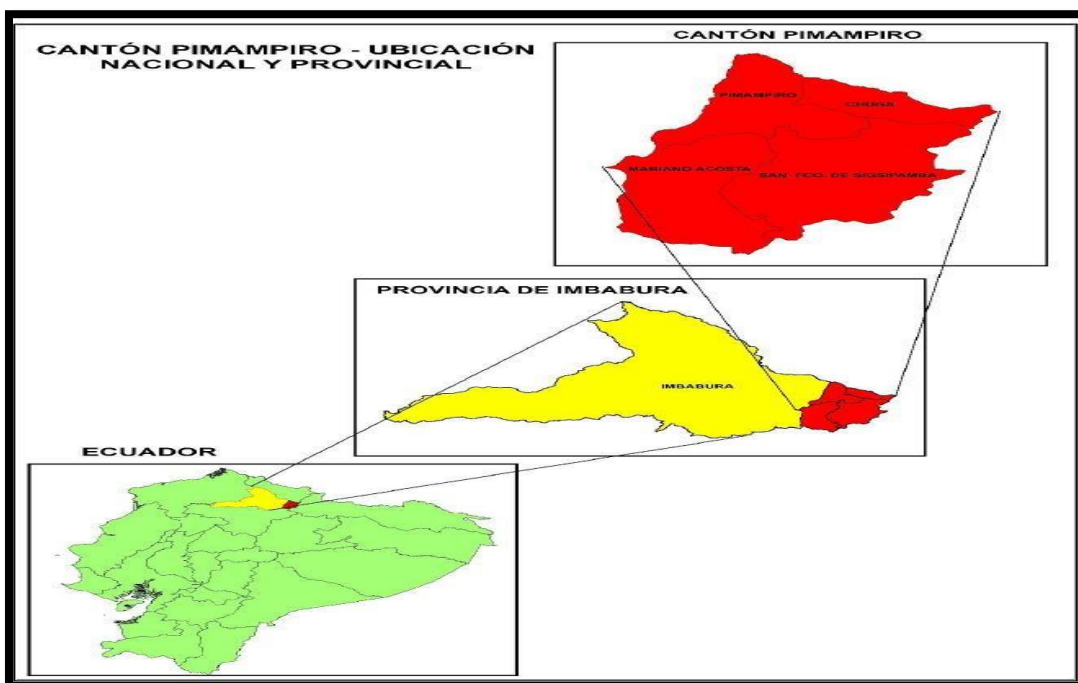


Figura 7. Ubicación Geográfica del Cantón Pimampiro

Fuente: (CIPRADEC , 2014-2019)

- **Límites**

Según datos de (CIPRADEC , 2014-2019, pág. 35) *“Los límites del cantón Pimampiro son al norte con la provincia del Carchi, al Este con la provincia de Sucumbíos, al Oeste con el cantón Ibarra y al sur con la provincia de Pichincha.”*

- **Extensión territorial**

“El cantón San Pedro de Pimampiro es un cantón de Imbabura la superficie 44339,26 hectáreas aproximadamente correspondientes al 9,64%, de la superficie de la provincia” (CIPRADEC , 2014-2019, pág. 42)

- **División Política**

“El cantón San Pedro de Pimampiro menciona que está conformado por las parroquias rurales de Chugá, San Francisco de Sigsipamba, Mariano Acosta, y por la parroquia urbana Pimampiro.” (CIPRADEC , 2014-2019, pág. 204)

- **Vías de acceso**

El cantón Pimampiro cuenta con una vía principal de acceso a la altura del Juncal y atraviesa por la comunidad de Chalguayacu con una extensión de 7 kilómetros, además una vía alterna con conexión a Ibarra que atraviesa por la parroquia de Mariano Acosta usada principalmente para la movilidad de tráfico pesado (CIPRADEC , 2014-2019, pág. 265).

- **Clima**

El cantón San Pedro de Pimampiro cuenta con tres tipos de clima, esto hace que sus tierras sean aptas para variar la producción. El clima es templado- seco con temperatura promedio de 18° C.

- ✓ Ecuatorial Mesotérmico Semi-Húmedo. La característica de este clima se ostenta en la zona baja entre los 1.680 m.s.n.m y 2.440 m.s.n.m tiene influencia directa sobre la Parroquia Pimampiro, su temperatura promedio está entre 15°C y 16°C, y rangos de precipitación de 250 mm a 1.000mm al año (CIPRADEC , 2014-2019, pág. 87).

La variable relacionada a situación geográfica de Pimampiro aporta como aliado al negocio, dado que, el cantón posee vías de primer orden que facilita la movilización vial de los habitantes nativos y no nativos del cantón, por ejemplo, los habitantes de la parroquia de Ambuquí perteneciente al cantón Ibarra misma que se encuentra aledaña al cantón Pimampiro.

3.3.2 Aspecto Demográfico

En esta variable identificaremos la estructura y características de la población del cantón Pimampiro, mediante estadísticas e informes. Por ende, se han tomado en cuenta los siguientes indicadores:

- **Población**

Según INEC (2015) el cantón San Pedro de Pimampiro tiene una población de 12.970 personas, el 49,71% masculina y el 50,29% es femenina, siendo este género el que prevalece dentro del cantón, la diferencia no es muy representativa apenas el 0,58% los diferencian.

- **Proyección Poblacional**

Según información del Sistema Integrado de indicadores Sociales del Ecuador, el cantón tiene un índice de crecimiento Poblacional de 0,43%, se puede verificar el comportamiento entre el año 2001 y 2010 donde vemos que en un lapso de 9 años solo se incrementan 19 habitantes, se observa un crecimiento en la parroquia urbana, mientras se ve un decrecimiento en el sector rural, este comportamiento se repite en las tres parroquias rurales. (INEC, 2015)

Tabla 3 : Proyección Poblacional

AÑO	Población Total		Población por Genero	
	POBLACIÓN	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
		49,91%	50,09%	100%
2010	12970	6473	6497	12970
2011	13026	6501	6525	13026
2012	13082	6529	6553	13082
2013	13138	6557	6581	13138
2014	13195	6585	6609	13195
2015	13251	6614	6638	13251
2016	13308	6642	6666	13308
2017	13365	6671	6695	13365
2018	13423	6699	6724	13423
2019	13481	6728	6752	13481
2020	13539	6757	6781	13539

Fuente: (INEC, 2015)

- **Educación**

El nivel de educación en el cantón no es muy satisfactoria ya que el índice de analfabetismo es de 6.62% en el sector urbano mientras que en el sector rural presenta un 15.5% en total el 22.12% de la población de Pimampiro.

Tabla 4 :Cantón Pimampiro: Población Según Niveles de Instrucción

NIVELES DE INSTRUCCIÓN	TOTAL	HOMBRES	MUJERES						
TOTAL	11515	4216	7297	5779	2.060	3719	5736	2158	3578
Ninguno	1308	276	1032	467	101	366	841	175	666

Centro Alfab.	41	20	21	23	11	12	18	9	9
Primario	7654	2388	5266	4042	1213	2830	3611	1175	2436
Secundario	1584	1066	518	776	509	267	808	557	251
Post. Bachillerato	27	13	14	13	7	6	14	6	8
Superior	294	221	73	138	101	37	156	120	36
Postgrado	2	1	1	0	0	0	2	1	1
No Declarado	605	233	372	319	118	201	286	115	171

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos actualizada 2019

Por consiguiente, la variable demográfica es considerada como un riesgo, ya que, se puede evidenciar un bajo índice de crecimiento poblacional en el cantón, durante, los últimos años, en vista de que los habitantes pimampireños optan por la migración. Sin embargo, es evidente que las propuestas de bienes y servicios podrían también estar enfocadas a poblaciones cercanas.

3.3.3 Aspecto Económico

El análisis de la variable financiera contribuirá a identificar características y actividades económicas tanto del país como del cantón, de modo que, se las pueda considerar adecuadamente para el desarrollo de la matriz AOOD.

- **Tasa de crecimiento económico**

El efecto de la suspensión de las actividades productivas en el país, como resultado de la pandemia del covid-19 y la incertidumbre de los socios comerciales del Ecuador sobre su redención económica, son dos de los factores precisos en los efectos de la proyección macroeconómica para este año, presentado por el Banco Central del Ecuador la economía ecuatoriana restará aproximadamente entre 7.3 % y 9,6% en el 2020 (Banco Central del Ecuador, 2020).

Por consiguiente, este indicador económico es considerado un riesgo para el presente estudio, ya que, la economía ecuatoriana va decreciendo, generando inestabilidad económica en el país.

- **Principales actividades comerciales de Pimampiro**

Las actividades que pueden desarrollar los pimampireños son variadas, sin embargo, las principales actividades económicas productivas en el cantón son la producción agrícola, pecuaria y comercial que refleja la mayor participación de los habitantes debido a los diferentes pisos climáticos en la zona (CIPRADEC , 2014-2019, pág. 177).

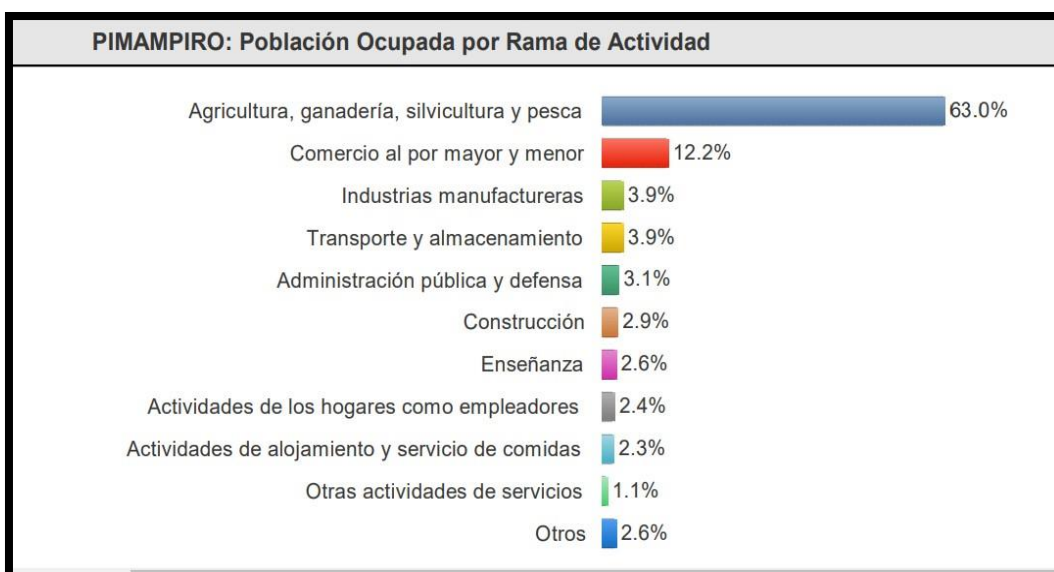


Figura 8 . Principales Actividades Económicas del Cantón Pimampiro

Fuente: (INEC, 2015)

- **Nivel de Ingreso Cantonal**

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2015) la participación económica en el cantón es variada, por ende, las actividades comerciales son las que generan mayor ingreso, es así como las ventas al por mayor y menor son los que generan el 67.3% de

ingresos, así también la enseñanza representa el 9.8% y las industrias de manufactura refleja el 6.2%.

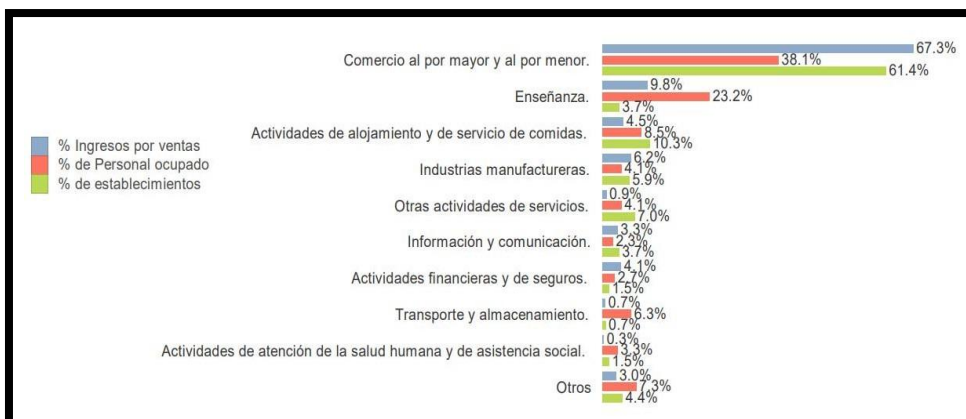


Figura 9. Actividades económicas

Fuente: (INEC, 2015)

- **Población económicamente activa**

Según datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón San Pedro de Pimampiro la población económicamente activa es el 53.8% lo que representa el 3.3% de la población económicamente activa de la provincia de Imbabura.

Tabla 5: Población Económicamente Activa

SECTOR	PEA	%PEA
Urbano	2369	42,20
Rural	3245	57,80
TOTAL	5614	100,00

Fuente: Censo Poblacional y Vivienda 2010

- **Tasa de actividad emprendedora**

Actualmente en el Ecuador según Global Entrepreneurship Monitor Ecuador (GEM), indica que en el año 2019 la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) es de 36,2 %. Por otra parte, los

emprendimientos se enfocan mayormente al sector de comercio mayorista y minorista con un 64,2 % en comparación a los demás sectores. (Lasio., 2020)

- **Comercio electrónico**

El comercio electrónico en la actualidad contribuye al desarrollo de la economía del país, ya que, las empresas se suman a esta tendencia, puesto que alrededor del 20% de las empresas efectúan comercio electrónico a través del uso medios móviles; las redes sociales las de mayor protagonismo, debido a que el consumidor estudia mejor sus necesidades de compra. Muchas organizaciones han optado por esta modalidad a raíz de la pandemia. Una muestra de ello es el canal de Mercado Libre que a nivel regional a finales de marzo 2020 se identificó 1,7 millones nuevos compradores, una tasa significativamente superior, la crisis del COVID-19 ha tenido un impacto importante sobre las ventas debido a la restricción de movilidad. (CECE, 2020).

- **Comercio electrónico propuesta de entregas a domicilio**

El comercio electrónico es la manera más segura para vender a nivel de bioseguridad, es por esta razón, que las cámaras solicitaron al COE Nacional se permita vender digitalmente en empresas de retail con experiencia en el canal online, lo cual ayudará a satisfacer las necesidades de las familias. Gremios empresariales plantean reavivar el comercio mediante la entrega a domicilio. El planteamiento también desea satisfacer las necesidades de las familias que deben permanecer en el domicilio, debido a la emergencia sanitaria por el covid-19. (Molina, 2020).

La propuesta es vender digitalmente en empresas de retail con experiencia en el canal online, lo que evita aglomeraciones en calles y centros comerciales. Las categorías que buscan reactivarse son electrodomésticos, aparatos electrónicos, muebles, prendas de vestir, cosméticos, repuestos de vehículos, papelería, hogar, ferretería, entre otros (Molina, 2020).

Por consiguiente, la información especificada y desarrollada en la variable económica se considera una oportunidad dado que los indicadores como por ejemplo el crecimiento de la Tasa de Actividad Emprendedora en el Ecuador asciende a 36,2 %. Por otra parte, la actividad económica relacionada al comercio y prestación de servicios va creciendo en el cantón Pimampiro, naciendo así una oportunidad para implementar el comercio electrónico para la comercialización de la propuesta de factibilidad.

3.3.4 Político Legal

Esta variable está orientada a conocer el aspecto político legal, mediante un análisis de los indicadores con sus correspondientes bases legales, que influyen en el desarrollo de la propuesta que se planteara posteriormente.

- **Constitución de la República**

La Carta Magna de la República menciona “*Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.*” (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

- **Plan Nacional de Desarrollo todo una Vida**

El eje 2 se enmarca en el sistema económico con un enfoque social y solidario, donde la economía está al servicio a los ciudadanos, mediante la interrelación de subsistemas públicos y privado, por ende, es importante los incentivos y políticas que impulsen la productividad y crecimiento económico. (Plan Nacional de Desarrollo Todo una Vida, 2017 -2021)

Por consiguiente, nuestra propuesta se enmarca con el objetivo 4 que es consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario afianzando la dolarización, ya que, en su

política 4.10 menciona la inclusión de nuevos autores y comercio justo que contribuyan a mejorar la calidad de bienes y servicios de los consumidores. (Plan Nacional de Desarrollo Todo una Vida, 2017 -2021)

- **Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización**

“Art 54.-En las funciones de los gobiernos autónomos descentralizados municipales está promover los procesos de desarrollo económico local, poniendo una atención especial en el sector de la economía social y solidaria, mediante la coordinación con los demás niveles de gobierno.”
(Código Orgánico De Organización Territorial, COOTAD, 2015)

El Gobierno Autónomo descentralizado del Cantón San Pedro de Pimampiro, apoya a todo tipo de emprendimiento en diferentes ámbitos mediante la educación financiera y administrativa tal como capacitación, formación empresarial, técnica y financiera con la finalidad de fortalecer una gestión administrativa eficiente frente a los problemas como limitados conocimientos en aspectos comerciales y productivos y el mal manejo financiero. (PDOT, 2019-2023)

- **Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación**

La ley de emprendimiento e innovación contiene parámetros que fomentan el emprendimiento en el país, con la participación de actores públicos y privados con el propósito de crear espacios que ayuden a mejorar el clima de negocios de los emprendedores, mediante estrategias para la satisfacción de demanda interna.(Albornoz & Rohon, 2018).

Art.20.-Educación Comunitaria Emprendedora. - Los Gobiernos Autónomos Descentralizados promoverán la creación de programas de desarrollo de competencias emprendedoras e innovadoras, en todos los niveles de desarrollo comunitario.(Barrezueta, 2020)

Art 25.-Fuentes de financiamiento e inversión. -Quienes consten en el Registro Nacional de Emprendimiento tendrán acceso inmediato a los servicios financieros y a los fondos públicos que se generen a partir de la aplicación de esta ley.(Barrezueta, 2020)

Además, el proyecto se sustenta otras disposiciones legales vigentes que se presentan a continuación:

Normativa	Artículo
Ley de Régimen Tributario Interno	Art. 9.6.- Exoneración del pago del impuesto a la renta para nuevas microempresas.- Las nuevas microempresas que inicien su actividad económica a partir de la vigencia de la Ley Orgánica para la Reactivación de la Economía, Fortalecimiento de la Dolarización y Modernización de la Gestión Financiera, gozarán de la exoneración del impuesto a la renta durante tres (3) años contados a partir del primer ejercicio fiscal en el que se generen ingresos operacionales, siempre que generen empleo neto e incorporen valor agregado nacional en sus procesos productivos, de conformidad con los límites y condiciones que para el efecto establezca el reglamento a esta Ley. (Ley de Regimen Tributario Interno, LRTI, 2018, pág. 15)
Ley Orgánica De Simplificación Y Progresividad Tributaria.	Artículo 20.- Sustitúyase el artículo 41, por el siguiente: “Art. 41.- Pago del impuesto. - Los sujetos pasivos deberán efectuar el pago del impuesto a la renta en los plazos y en la forma que establezca el reglamento. El pago del impuesto podrá anticiparse de forma voluntaria, y será equivalente al cincuenta por ciento (50%) del impuesto a la renta causado del ejercicio fiscal anterior, menos las retenciones en la fuente efectuadas en dicho ejercicio fiscal. El valor anticipado constituirá crédito tributario para el pago del impuesto a la renta. Las condiciones y requisitos para el pago del anticipo voluntario se establecerán en el reglamento.” (Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria, 2019, pág. 11)

Fuente: (Ley de Regimen Tributario Interno, LRTI, 2018); (Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria, 2019)

Referente a la variable política legal se considera un aliado, dado que la jerarquización de las leyes liderada por la Constitución República del Ecuador sustenta el acceso a bienes y servicios de calidad. Además, tiene otras leyes que apoya la idea de negocio como son el Plan Nacional de Desarrollo y el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización mediante sus GAD'S Municipales con capacitaciones empresariales. Por otra parte, el proyecto también tiene como aliado a la Ley Orgánica de Emprendimiento que plantea parámetros de fomento a los emprendimientos. Además, tiene aspectos favorables con relación a la Ley de Régimen Tributario y la Ley Orgánica De Simplificación Y Progresividad Tributaria.

3.3.5 Aspecto Social

El análisis del factor social nos ayuda a comprender las características de la población en relación con la tasa de empleo y desempleo. Además, otro elemento a considerar es la cobertura de los accesos públicos e internet a las habitantes del cantón Pimampiro.

- **Tasa de desempleo y empleo**

En Ecuador en el año 2019 se evidencio una tasa de 38,8 % de empleo, desempleo 3.8%, subdesempleo 17,8% y empleo no pleno 28%. Por otra parte, enfocándonos a nuestro tema de estudio, Imbabura supera el 3,27 % de desempleo referente a la población económicamente activa (Feijoo & del Pozo, 2019).

- **Cobertura de servicios básicos**

Es importante analizar el abastecimiento de los siguientes servicios básicos:

- **Agua potable**

El sistema actual de agua potable tiene una cobertura para el área urbana de Pimampiro 62,34% y en el sector rural Chuga 9,15%, Mariano Acosta 27,03% y San Francisco de Sigsipamba 31,28%. (CIPRADEC , 2014-2019)

- **Energía eléctrica**

La energía eléctrica en el Cantón Pimampiro referente al sector urbano tiene el 99,54% cobertura de energía mientras que en área rural es el 94,92 %. (CIPRADEC , 2014-2019)

- **Acceso a Servicio de Telecomunicaciones**

En el Cantón Pimampiro, 2884 personas tienen accesibilidad a internet fijo, mientras que tan solo 1353 personas tienen acceso a telefonía fija. De este número de personas que tienen acceso a estos servicios solo representan el 32,67% de la población total del cantón. (CIPRADEC , 2014-2019).

La variable social a través del indicador de cobertura de servicios básicos lo determinamos como un aliado, dado que, posee de suficiente cobertura de energía, agua potable y servicio de internet al cantón lo que permite poner en marcha nuestra propuesta de negocio. Sin embargo, el otro indicador analizado es tasa de desempleo la cual aumentado en los últimos años presentando un riesgo para la adquisición de bienes y servicios.

3.3.6 Aspecto comercial del sector automotriz

Durante el 2018 el sector automotor creció un 31 % en relación con el 2017, y cerró el mercado con 137 615 unidades vendidas, cifra similar a la registrada en el 2011. Esto ocurrió gracias a una mejora de la economía, la expansión del crédito y la eliminación de una serie de restricciones que limitaban la comercialización de vehículos nuevos en Ecuador. (Asociación de Empresa Automotrices del Ecuador, 2018, pág. 45)

La actividad en el subsector de repuestos y recambios está totalmente influenciada por factores como el número de vehículos que existen en el país, la antigüedad del parque móvil, el precio de los automóviles nuevos y, especialmente en el caso de Ecuador, de los aranceles a la importación de automóviles nuevos, partes, repuestos y recambios. (Cremades & Bianchi, 2016, pág. 4)

Tabla 6 : Ventas anuales de vehículos

AÑO	TOTAL
2013	113.812
2014	120.057
2015	81.309
2016	63.555
2017	105.077
2018	137.615

Fuente: (Asociación de Empresa Automotrices del Ecuador, 2018, pág. 55)

- **Crecimiento del parque automotor**

La tasa de crecimiento del parque automotor su información estadística es de acuerdo con el número de vehículos matriculados anualmente, por ende, el crecimiento del parque automotor de Imbabura es 3.61 % basándose en el promedio de los 5 últimos años. Por consiguiente, la tasa de crecimiento automotor del cantón Pimampiro es 1.20%. (Anuario de Estadísticas de Transporte , 2018)

Analizando la variable del sector automotriz se puede inferir que existe una oportunidad de negocio, a consecuencia del crecimiento del sector automotriz en ventas anuales y crecimiento de vehículos matriculados anuales, generando así un aumento de la demanda de repuestos y piezas para automóviles, ya que está estrechamente vinculado con el número de vehículos existentes en el país.

3.4 Análisis de información

Tabla 7: Matriz AOOR

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la Constitución de la República Art 336, Ley de régimen tributario interno Art 9.6. • La Ley de Emprendimiento e Innovación. • Apoyo del GAD-Pimampiro mediante capacitaciones financieras, administrativas e innovadoras para empresas y microempresa del cantón. • Suficientes empresas proveedoras de repuestos automotrices para adquirir los productos necesarios. • Servicios básicos disponibles para el funcionamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Enfoque agrícola en el Cantón Pimampiro. ▪ Tendencias migratorias de la población del cantón. ▪ Gran cantidad de ofertantes en el cantón Ibarra. ▪ Preferencia por locales fuera del país por sus reducidos precios y su amplia variedad. ▪ Desacelerado crecimiento poblacional. ▪ Costos altos para realizar el traslado de los repuestos de las diferentes ciudades del país.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La tasa de actividad emprendedora de la población asciende al 36,2%. ▪ Crecimiento del sector automotor. ▪ Vialidad en excelente estado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inestabilidad económica del país. ▪ Aumento de la tasa de desempleo. ▪ Baja aceptación del público. ▪ Incremento de la competencia.

-
- Auge del comercio electrónico en venta de productos.
 - Aumento de la actividad comercial de bienes y servicios.
 - Aumento en las ventas anuales de automóviles.
 - No existe ningún proveedor que oferte repuestos automotrices en el cantón.
 - Falta de liquidez que impida la adquisición de vehículos y repuestos.
 - Incremento de tasas arancelarias que imposibiliten la importación de los repuestos.
 - Tasas altas de interés en entidades financieras que impidan el acceso a créditos.

Fuente: Elaboración propia con información del diagnóstico situacional

3.5 Conclusión Diagnóstica

En conclusión, el diagnóstico realizado mediante el análisis de los indicadores expuestos en la matriz de variables contribuyó a conocer la situación actual del cantón Pimampiro. El resultado de estudio de la variable geográfica fue un factor positivo debido que representa una oportunidad al negocio de acuerdo con los datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón San Pedro de Pimampiro (CIPRADEC , 2014-2019) indicando que el cantón posee una adecuada ubicación, con vías de acceso de primer orden permitiendo que la población local y vecina, por ejemplo, la parroquia de Ambuquí del cantón Ibarra que se encuentra adyacente al cantón Pimampiro, acceda a la localidad sin problemas.

En cuanto a la variable demográfica esta representa un oponente para el negocio según la información obtenida del Instituto de Censos y Vivienda (INEC, 2015) la población tiene un bajo índice de aumento, a causa de movimientos migratorios. Sin embargo, para contrarrestar lo antes mencionado, la propuesta de factibilidad podría contribuir al desarrollo del cantón, generando beneficios para la población.

Además, la variable económica se organiza como una oportunidad para la propuesta, ya que, los emprendimientos en el país crecieron, forjando a la vez el crecimiento del comercio de bienes y servicios para la ciudadanía, por consiguiente, esto favorece a la implementación del comercio electrónico mismo que se ha desarrollado como canal de intercambio efectivo en las condiciones actuales.

En concordancia a lo antes mencionado, el factor político-legal es un aliado mediante las leyes que sustentan constitución de nuevas empresas y microempresas, que mediante sus respectivos organismos gubernamentales promueven programas de financiamiento y capacitación administrativa.

De acuerdo, a la variable social se concluye que la tasa desempleo ha aumentado los últimos años, generando cierto grado de riesgo al proyecto por su incidencia en la liquidez económica de cada individuo. Por tal motivo, la propuesta se encamina a potenciar la cultura emprendedora para contribuir al desarrollo individual y colectivo primero de la zona y consecuentemente del país.

Recapitulando lo antes dicho, y adaptándola a la última variable sector comercial automotriz correspondiente a la propuesta, según los datos obtenidos de la (Asociación de Empresa Automotrices del Ecuador, 2018) existe una oportunidad como consecuencia de aumento de las ventas anuales de automóviles en el Ecuador, dado que la comercialización de repuestos está influenciada por el aumento de vehículos en el parque automotor.

Finalmente, se puede inferir que la propuesta de negocio reúne los aspectos positivos que conllevan una oportunidad y una serie de aliados para la creación de una microempresa comercializadora de repuestos que funcionan a gasolina en el cantón Pimampiro, que busca impulsar el desarrollo de la localidad satisfaciendo la necesidad de adquirir productos de repuestos vehiculares de calidad.

Capítulo IV

4. PROPUESTA

En el presente capítulo, se realizará la propuesta del proyecto, compuesta por el estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y estudio organizacional, mismos que permiten analizar y sustentar la factibilidad de la creación de la microempresa comercializadora de repuestos vehiculares en el cantón Pimampiro.

Objetivo

Determinar la factibilidad de la propuesta de negocio mediante el estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional para la creación de la comercializadora de repuestos.

4.1 Estudio de Mercado

4.1.1 Introducción

El estudio de mercado es un proceso sistemático, con el propósito de obtener datos mediante información primaria y secundaria, que será usada para tomar decisiones del proyecto. Además, se analizará el comportamiento de la oferta y demanda, mismas que contribuirán a identificar la aceptación de la creación comercializadora de repuestos en el cantón Pimampiro. Después, de la determinación de la demanda y la oferta de repuestos vehiculares se determinará las estrategias de comercialización en la cual se enfocarán al producto, precio, plaza y promoción, logrando que nuestra propuesta de negocio se poseione al mercado.

4.1.2 Objetivo del Estudio de Mercado

Obtener información sobre el mercado, mediante la recolección de información de fuentes primarias y secundarias determinando la demanda, oferta, producto, precio, canales y estrategias de comercialización.

Tabla 8: Matriz de Estudio de Mercado

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	INFORMANTE
Obtener información sobre el mercado, mediante la recolección de información de fuentes primarias y secundarias determinando la demanda, oferta, producto, precio, canales y estrategias de comercialización.	Analizar las condiciones de la oferta y demanda de repuestos vehiculares en el cantón Pimampiro, mediante el balance oferta y demanda.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda potencial • Demanda proyectada 	Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Consumidores • Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2015) • Competencia • Anuario de estadísticas de Transporte 2018 INEC
		Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda Insatisfecha • Oferta Real • Oferta Proyectada 	Entrevista	
	Indagar los productos demandados determinando características y variedad de este.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Características • Variedad • Frecuencia de consumo 	Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Consumidores

Identificar la disposición a pagar de los repuestos automotrices definiendo el precio de venta y su forma de pago.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Proyección de precios • Precio de venta • Forma de pago 	Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Consumidores • Oferta
Determinar los canales de distribución para la comercialización de los repuestos vehiculares.	Plaza	<ul style="list-style-type: none"> • Punto de venta • Canales de distribución 	Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Consumidor
Establecer los medios de comunicación más usados por los consumidores.	Promoción	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de comunicación digitales • Medios de comunicación tradicionales 	Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Consumidor

Fuente: Elaboración propia con información de estudio de mercado

4.1.3 Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado según (Carbonel Valdivia, 2016) es el proceso de dividir un mercado en grupos, con el propósito de conocer específicamente las necesidades de la demanda y posteriormente satisfacerlas generando ventaja competitiva. La segmentación puede efectuarse por ubicación geográfica, características demográficas, estilos de vida y nivel socioeconómico.

En el presente estudio, la segmentación de mercado se determinó de acuerdo con las siguientes variables que se presentan a continuación:

Tabla 9 : Variables de segmentación

Variables	Características
Geográfica	País: Ecuador Región: Sierra o Interandina Provincia: Imbabura Cantón: Pimampiro -Ibarra (Ambuquí)
Demográfica	Población Económicamente Activa (PEA)
Parque automotor	Vehículos Motorizados Matriculados

Fuente: Elaboración propia con datos de (INEC, 2015)

4.1.4 Variables de segmentación

La segmentación de mercado se ha enfocado en tres variables como se menciona anteriormente, para dividir al mercado en subgrupos que poseen similares características para determinar el mercado meta que va dirigido en la comercialización de repuestos vehiculares.

Variable geográfica

Para la segmentación de mercado, se consideró los datos de la población proyectados de acuerdo con el Instituto Nacional de Censos y Vivienda (INEC, 2018) mostrando que la población proyectada del Ecuador del año 2020 es de 17510.643 habitantes, de esos 7847.136 pertenecen a la región sierra o interandina, del cual 476.257 son de la provincia de Imbabura, por ende, la segmentación para nuestro estudio se enfocará en la población del cantón Pimampiro y cantón Ibarra parroquia Ambuquí en base a las proyecciones cantonales 2020 y es de 18.746 habitantes.

Variable demográfica

En esta variable demográfica se enmarca en la población económicamente activa (PEA), del cantón Pimampiro y Ibarra parroquia Ambuquí, tomando en referencia el 53.5 % PEA provincial, dado que, nos enfocaremos de dos cantones dando como resultado 10.029 habitantes. (INEC, 2015)

Variable por parque automotor

La segmentación del parque automotor se realizó según los datos obtenidos de (Anuario de Estadísticas de Transporte, 2018), considerado el número de vehículos matriculados a nivel nacional, nivel provincial y la proporción cantonal, dado que, la investigación se enfoca al cantón Pimampiro y el cantón Ibarra parroquia Ambuquí con 8.409 vehículos.

VARIABLES DE MERCADO

Tabla 10 : Variables de mercado

Segmentación Geográfica	Porcentaje	Número
País: Ecuador	100%	17.510.643
Región: Sierra	44.81 %	7847.136
Provincia: Imbabura	6.06%	476.257
Cantón: Pimampiro	3.93%	18.746
Cantón: Ibarra (Ambuquí)		
R: 18.746 Habitantes del cantón Pimampiro y cantón Ibarra parroquia Ambuquí		
Segmentación Demográfica	Porcentaje	Número
Población Económicamente Activa (PEA) Pimampiro y Ibarra (Ambuquí).	53.5%	10.466
R: 12.466 Población económicamente del cantón Pimampiro y cantón Ibarra (Ambuquí)		
Segmentación por Parque Automotor	Porcentaje	Número
Vehículos Motorizados Matriculados	67.23%	8.409
R: 8407 Vehículos motorizados matriculados en relación con la provincia y distribuidos de acuerdo con el cantón.		

Fuente: Elaboración propia con datos (INEC, 2015)

4.1.6 Público objetivo

Como se precisó anteriormente, el mercado meta de nuestro estudio se alinea a los habitantes de cantón Pimampiro y una parte del cantón Ibarra que es la parroquia Ambuquí que pertenecen a la población económicamente activa (PEA), que poseen vehículos motorizados matriculados los cuales se obtuvo como resultado 8.409.

Cálculo de la muestra

Para obtener información del estudio de mercado se aplicará una encuesta y para ello es necesario realizar el cálculo de la muestra, mediante una fórmula que se presenta a continuación:

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

En donde:

n= Muestra

Z = Nivel de confianza (95% 1,96)

P= Probabilidad de ocurrencia (50%)

N= Población Específica 8409

e= error

Q=probabilidad de no ocurrencia (50%)

Se reemplaza los valores anteriores en la fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 8409 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2(8408) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n=368$$

Por consiguiente, la muestra obtenida es de 368 habitantes del cantón Pimampiro y una parte del cantón Ibarra parroquia Ambuquí que poseen un vehículo los cuales se aplicará la respectiva técnica de investigación para la obtención de información referente al mercado.

4.1.7 Aplicación del Instrumento de Investigación

Los instrumentos de investigación son esenciales para la recolección de información, por ende, en el presente estudio aplicaremos encuestas dirigidas a la población económicamente

activa que poseen vehículos del cantón Pimampiro e Ibarra (Ambuquí). Además, se aplicará una entrevista a expertos para conocer aspectos del mantenimiento de vehículo.

4.1.7.1 Encuesta

La encuesta se aplicó de manera personal y electrónicamente a través de Formularios Google, dirigidas a 368 personas del Cantón Pimampiro e Ibarra de acuerdo con el cálculo anteriormente realizado de la muestra, con el fin de conocer características de la demanda y la oferta, para posteriormente determinar la demanda insatisfecha y finalmente plantear las estrategias de comercialización.

Se aplicó las encuestas referentes a la muestra de 368 personas mismas que fueron realizadas en diferentes sitios del cantón como se muestra a continuación:

Tabla 11 : Sitios de aplicación de encuesta

Sector	Ponderación	Números de encuestas	Fecha de aplicación
Norte del Cantón Pimampiro	30%	110	17-18 de agosto del 2020.
Centro del Cantón Pimampiro	50%	184	17-18-19 de agosto del 2020.
Sur del Cantón Pimampiro	15%	56	19-20 de agosto del 2020.
Cantón Ibarra (Centro de la parroquia de Ambuquí)	5%	18	19-20- de agosto del 2020
Total	100%	368	

Fuente: Elaboración propia de las autoras.

Análisis e interpretación de resultados

Análisis e interpretación de resultados de la encuesta.

Datos de tenencia vehicular y tipo de combustible (Pregunta 1. ¿Posee un vehículo? y pregunta 2. ¿Qué tipo de combustible de su vehículo?)

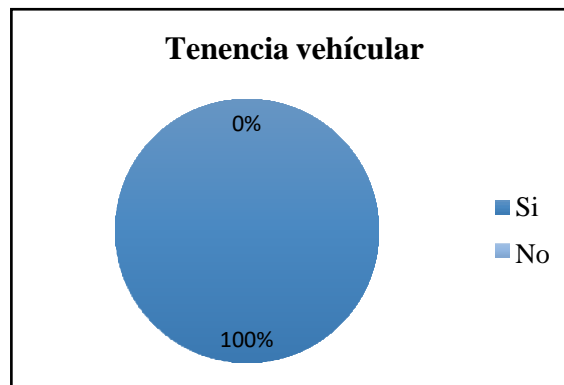


Figura 10 .Tenencia de vehículo

Fuente: Encuesta a la población muestra

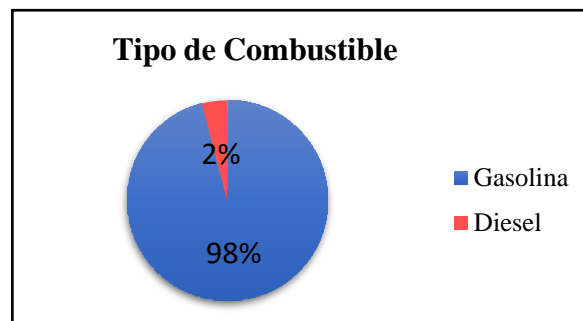


Figura 11 .Tipo de combustible

Fuente: Encuesta a la población muestra

En base a los datos obtenidos en la investigación los resultados arrojan que el 100% de los encuestados poseen un vehículo ,de los cuales el 98 % son a gasolina ,convalidando con datos de (Anuario de Estadísticas de Transporte , 2018), mismo que, muestra que la provincia de Imbabura el 85 % del parque automotor funciona a gasolina ,que permite concluir que los encuestados pertenecen al segmento seleccionado el cual se enfoca la propuesta.

Marca de vehículos con tendencia en el parque automotor (Pregunta 3: ¿Qué marca de vehículo posee?)

Tabla 12 :Marcas de Vehículos

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Chevrolet	76	21%
Honda	10	3%
Toyota	58	16%
Kia	13	4%
Mazda	75	20%
Fiat	5	1%
Renault	7	2%
Hyundai	17	5%
Volkswagen	4	1%
Nissan	13	4%
Suzuki	39	11%
Ford	45	12%
Otros	6	2%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

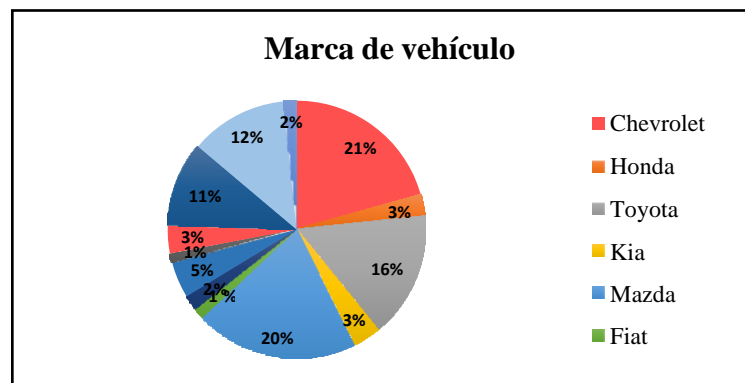


Figura 12 . Marca de vehículo

Fuente: Encuesta a la población muestra

Por consiguiente, los resultados obtenidos de las personas investigadas, referente a la marca del vehículo que poseen los encuestados, se observó que cinco marcas de vehículos tienen mayor incidencia, la marca Chevrolet, seguido de Mazda, posteriormente Toyota, Ford y Suzuki, por lo tanto, esta información será necesaria para la definición de los repuestos a ofertar al público objetivo.

Información de antigüedad y kilometraje vehicular (Pregunta 4 ¿Qué antigüedad tiene su vehículo? y Pregunta 5 ¿Cuál es el kilometraje promedio anual de su vehículo?)

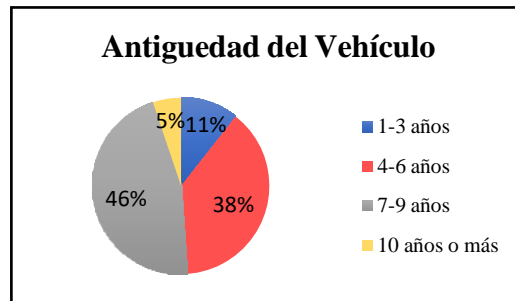


Figura 13. Antigüedad vehicular

Fuente: Encuesta a la población muestra

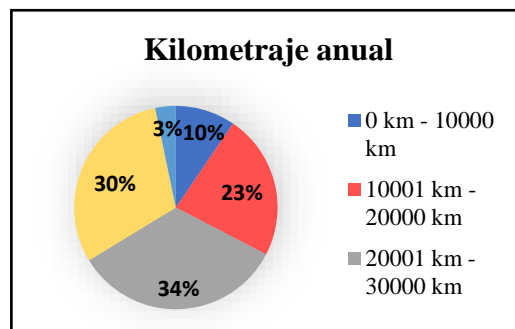


Figura 14. Kilometraje promedio anual del vehículo

Fuente: Encuesta a la población muestra

En relación con el criterio de los encuestados, en cuanto a la antigüedad de sus vehículos, se puede identificar que la antigüedad más representativa es de 7 a 9 años, concluyendo que el parque automotor analizado es antiguo. Por otro lado, de acuerdo con el kilometraje promedio anual los resultados evidencian que en su mayoría tienen entre 20001 km – 30000 km de recorrido anual. En definitiva, la información recopilada es positiva, dado que, según la revista (Objetivo Cero, 2016) los kilómetros recorridos y la antigüedad de los vehículos son dos factores importantes que hay que tomar en cuenta para la reparación y mantenimiento del vehículo dado a su desgaste, lo que esto conlleva a la adquisición de repuestos vehiculares.

Pregunta 6. ¿Qué repuestos para su vehículo compra con más frecuencia?

Tabla 13 : Repuestos automotrices de uso frecuente

Grupo	Detalle	Cantidad	Porcentaje
Motor	Kit de distribución	311	6,20%
	Bomba de agua	225	4,49%
	Rodamientos	184	3,67%
Frenos	Zapatatas	299	5,96%
	Líquido de frenos	224	4,47%
	Zapatillas	197	3,93%
Caja	Rodamientos	291	5,80%
	Sincronizadores	249	4,97%
	Kit de embrague	169	3,37%
Suspensión	Rulemanes	299	5,96%
	Bujes	224	4,47%
	Amortiguadores	202	4,03%
Transmisión	corona y cono	358	7,14%
	planetarios	347	6,92%
Direcciones	Retenes	363	7,24%
	Axiales	348	6,94%
Mantenimientos	Filtro de aire	297	5,92%
	Filtro de aceite	209	4,17%
	bomba de combustible	219	4,37%
TOTAL		5015	100,00%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

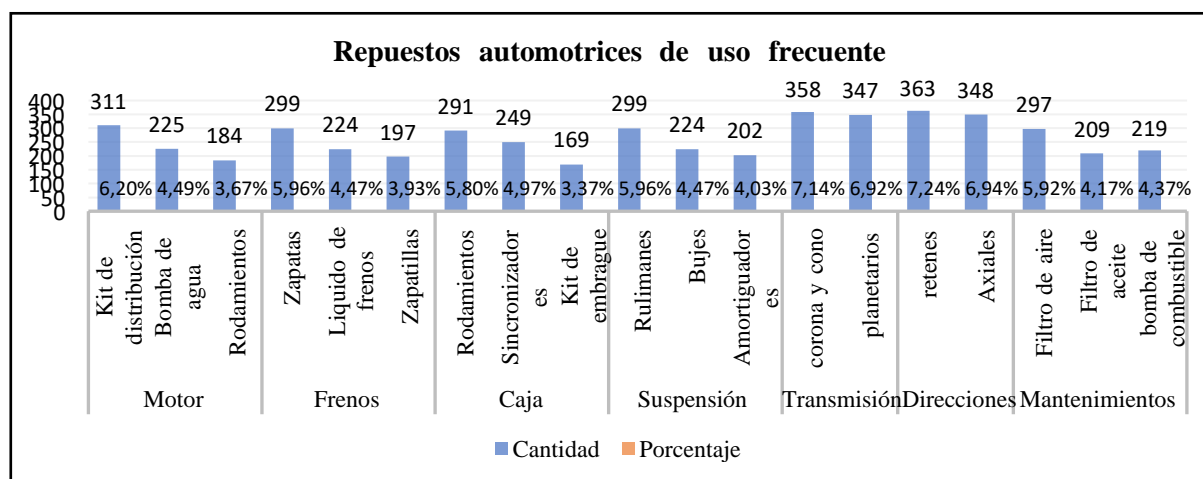


Figura 15: Repuestos automotrices de mayor frecuencia

Fuente: Encuesta a la población muestra.

Según el criterio de las personas encuestadas, los repuestos como kit de distribución, zapatas, rodamientos, rulimanes, corona y cono, retenes y filtro de aceites, son los productos más demandados, información importante para generar los pedidos de adquisición de repuestos y tenerlos en stock disponible, y satisfacer las necesidades de compra del público objetivo.

Pregunta 7. De los siguientes grupos de repuestos para su vehículo, indique su frecuencia de compra al año:

Tabla 14: Frecuencia de compra de repuestos para motor

Detalle	Cantidad	Porcentaje
4 veces al año	5	1%
3 veces al año	9	3%
2 veces al año	16	4%
1 vez al año	38	10%
cada dos años o más	300	82%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de Mercado -Encuestas

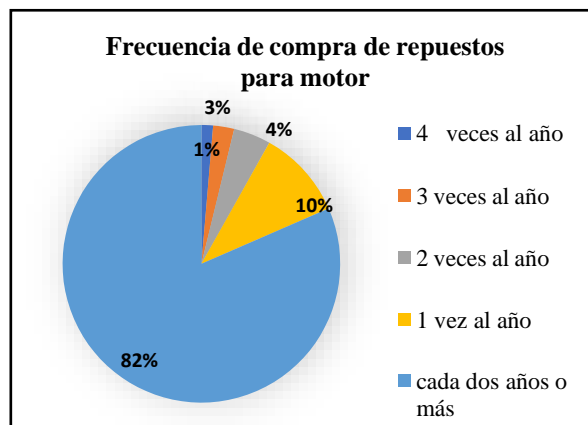


Figura 16: Frecuencia de compra de repuestos para motor

Tabla 15: Frecuencia de compra repuestos frenos

Detalle	Cantidad	Porcentaje
4 veces al año	16	4%
3 veces al año	182	49%
2 veces al año	27	8%
1 vez al año	59	16%
cada dos años o más	84	23%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

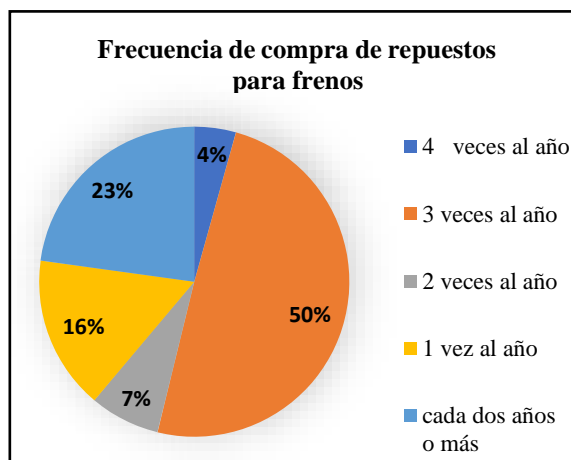


Figura 17: Frecuencia de compra repuestos para frenos

Tabla 16: Frecuencia de compra de repuestos para caja

Detalle	Cantidad	Porcentaje
4 veces al año	15	4%
3 veces al año	13	4%
2 veces al año	24	7%
1 vez al año	108	29%
cada dos años o más	208	56%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

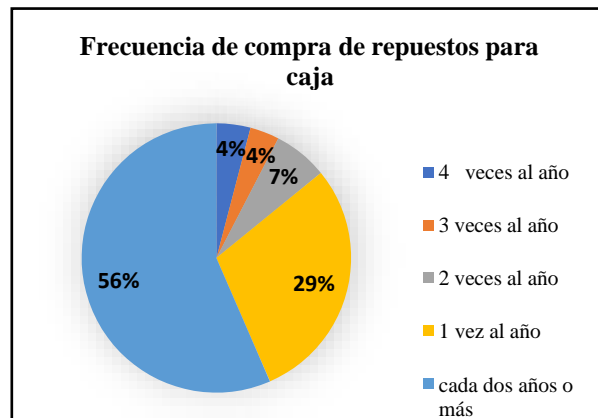


Figura 18: Frecuencia de compra repuestos caja

Tabla 17: Frecuencia de compra repuestos suspensión

Detalle	Cantidad	Porcentaje
4 veces al año	18	5%
3 veces al año	171	46%
2 veces al año	32	9%
1 vez al año	45	12%
cada dos años o más	102	28%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

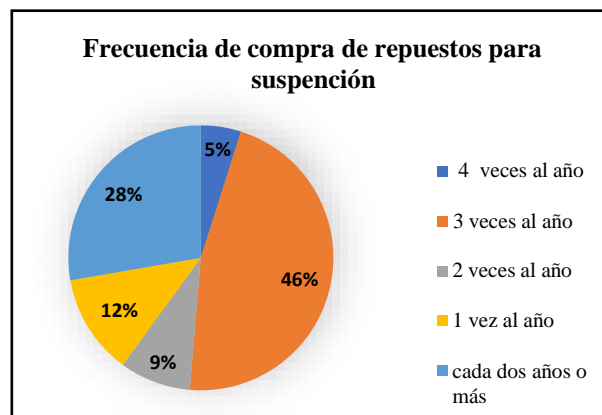


Figura 19: Frecuencia de compra de repuestos suspensión

Tabla 18: Frecuencia de compra repuestos transmisión

Detalle	Cantidad	Porcentaje
4 veces al año	16	4%
3 veces al año	15	4%
2 veces al año	29	8%
1 vez al año	206	56%
cada dos años o más	102	28%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

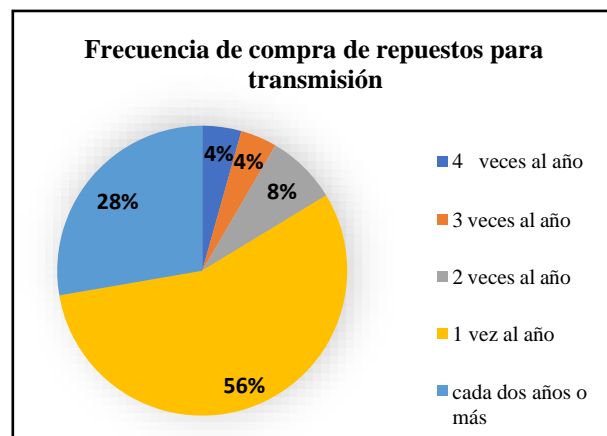
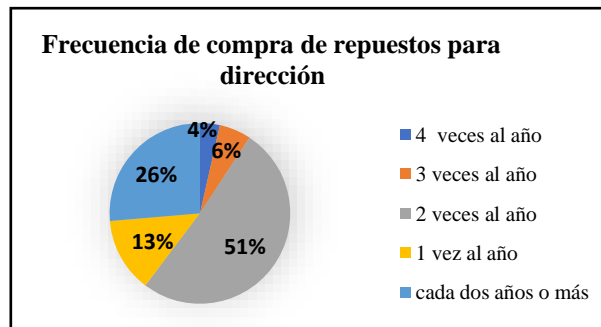


Figura 20: Frecuencia de compra repuestos transmisión

Tabla 19: Frecuencia de compra de dirección

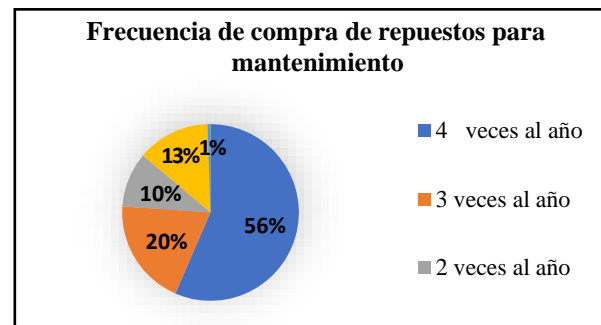
Detalle	Cantidad	Porcentaje
4 veces al año	13	4%
3 veces al año	21	6%
2 veces al año	188	51%
1 vez al año	49	13%
cada dos años o más	97	26%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

*Figura 21:* Frecuencia de compra repuestos dirección**Tabla 20:** Frecuencia de compra repuestos mantenimiento

Detalle	Cantidad	Porcentaje
4 veces al año	208	57%
3 veces al año	72	20%
2 veces al año	37	10%
1 vez al año	49	13%
cada dos años o más	2	1%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

*Figura 22:* Frecuencia de compra repuestos mantenimiento

Por consiguiente, en los datos obtenidos de esta pregunta referente a la frecuencia de compra de cada grupo de repuestos, se puede verificar que la población muestra, menciona que adquieren repuestos para el motor y caja cada dos años o más, porque estos necesitan reparación en un periodo a largo plazo, mientras, los repuestos para transmisión su frecuencia es de cada año dependiendo del estilo de conducción, finalmente los repuestos de frenos, dirección y suspensión su compra es cada 2 o 3 veces al año, esto varía en relación a factores como kilometraje del vehículo.

Finalmente, la adquisición de repuestos de mantenimiento es de 4 veces al año, dado que, se deben realizar cada 4000 kilómetros de recorrido del vehículo. Por ende, la información recolectada la información recolectada en referencia a la frecuencia de consumo es esencial para la determinación de la demanda y proyección de ingresos que se realizará más adelante.

De los siguientes grupos de repuestos para su vehículo, indique su gasto anual

Tabla 21 :Gasto anual de repuestos para motor

Detalle	Cantidad	Porcentaje
\$100-\$150	0	0%
\$151-\$200	33	9%
\$201-\$250	54	15%
\$251-\$300	49	13%
Más de \$301	232	63%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

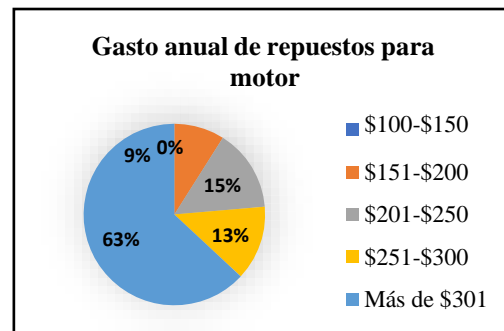


Figura 23:Gasto anual repuestos motor

Tabla 22 :Gasto anual de repuestos para frenos

Detalle	Cantidad	Porcentaje
\$25-\$50	0	0%
\$51-\$75	11	3%
\$76-\$100	230	63%
\$101-\$125	57	15%
Más de \$126	70	19%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

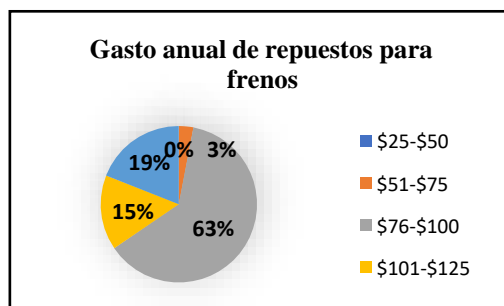


Figura 24:Gasto anual de repuestos frenos

Tabla 23:Gasto anual de repuestos para caja

Detalle	Cantidad	Porcentaje
\$100-\$150	1	0%
\$151-\$200	43	12%
\$201-\$250	54	15%
\$251-\$300	175	48%
Más de \$301	95	26%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado – Encuesta

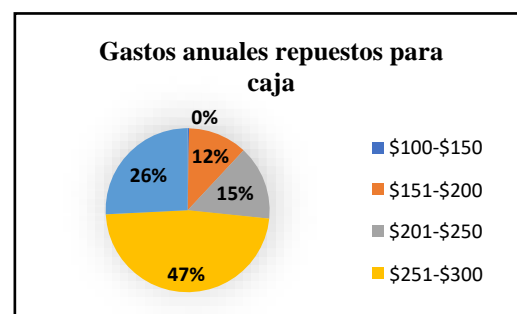


Figura 25:Gasto anual de repuestos caja

Tabla 24: Gasto anual repuestos suspensión

Detalle	Cantidad	Porcentaje
\$160-\$180	139	38%
\$181-\$200	95	26%
\$201-\$220	36	10%
\$221-\$240	39	11%
Más de \$241	59	16%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

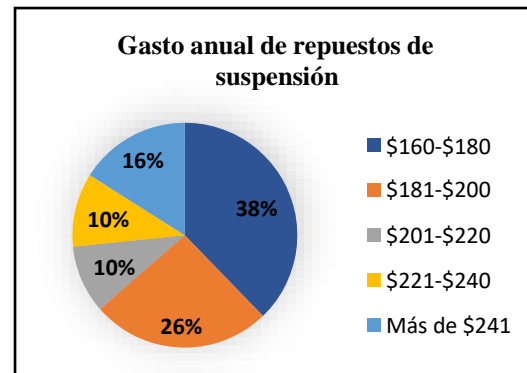


Figura 26: Gasto anual repuestos suspensión

Tabla 25: Gasto anual de repuestos de transmisión

Detalle	Cantidad	Porcentaje
\$160-\$180	14	4%
\$181-\$200	208	57%
\$201-\$220	45	12%
\$221-\$240	53	14%
Más \$241	48	13%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

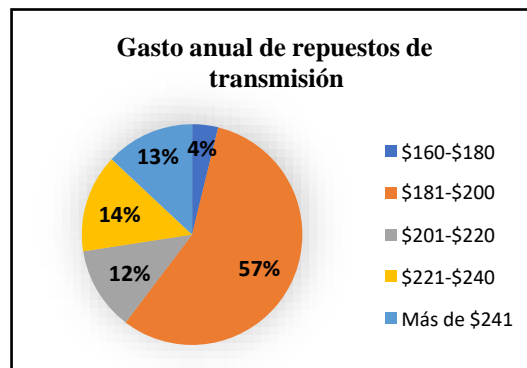


Figura 27: Gasto anual repuestos transmisión

Tabla 26 : Gasto anual de repuestos de dirección

Detalle	Cantidad	Porcentaje
\$50-\$75	0	0%
\$76-\$100	169	46%
\$101-\$125	76	21%
\$126-\$150	62	17%
Más de \$151	61	17%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

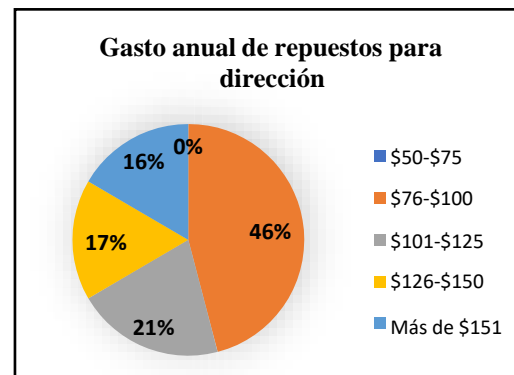


Figura 28: Gasto anual repuestos dirección

Tabla 27: Gasto anual de repuestos de mantenimiento

Detalle	Cantidad	Porcentaje
\$100-\$150	139	38%
\$151-\$200	90	24%
\$201-\$250	32	9%
\$251-\$300	48	13%
Más de \$301	59	16%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

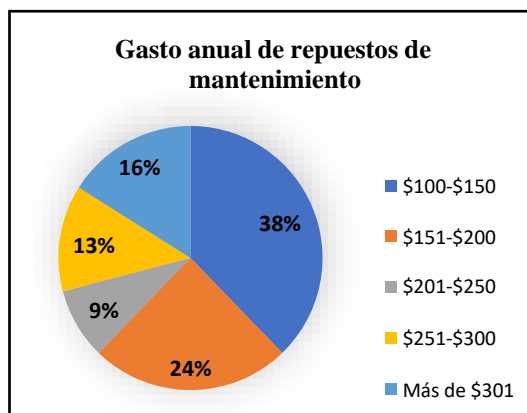


Figura 29: Gasto mantenimiento repuestos mantenimiento

En esta sección de la pregunta, se obtuvo datos acerca del gasto anual de cada grupo de repuestos como se muestra en las gráficas anteriores, referente a la adquisición de repuestos para motor las personas encuestadas indicaron que destinan más de \$301 anualmente, por repuestos para frenos gasta de \$76 a \$ 100, de acuerdo con las partes que necesiten cambios.

Además, para repuestos de caja erogan \$251 a \$ 300, mientras que, para repuestos de suspensión \$160 a \$180, repuestos de transmisión y dirección destinan entre \$76 a \$200, por su parte, los encuestados también mencionaron que para repuestos de manteniendo pagan entre \$100 a \$200.

Está información, es importante para conocer cuál es el poder adquisitivo de los posibles clientes en cuanto a los repuestos vehiculares, posteriormente los gastos anuales de cada grupo serán convertidos en la disponibilidad a pagar del consumidor, para la fijación de precios y proyección de ingresos del proyecto.

Información de tipos de repuestos que adquiere el consumidor (Pregunta 8 ¿Qué tipo de repuesto adquiere para su vehículo?)

Tabla 28: Preferencia de tipos de repuesto

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Repuestos Originales	241	65%
Repuestos genéricos	127	35%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

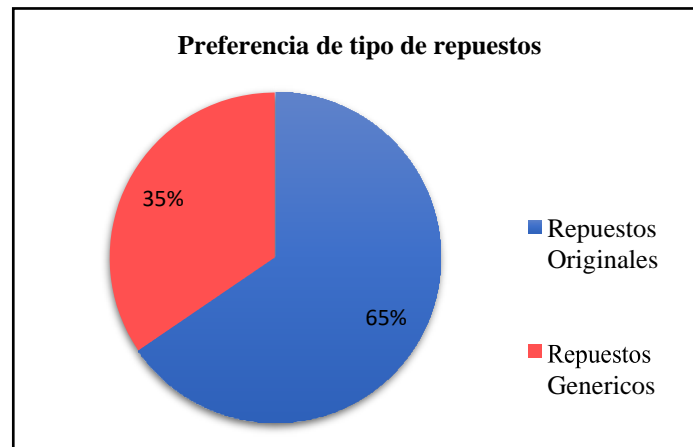


Figura 30: Preferencia de tipo de repuesto

Según los datos obtenidos de las personas encuestadas, se identificó que la mayoría de los consumidores optan por adquirir repuestos originales para sus vehículos, mientras que, la diferencia opta por los repuestos genéricos, esta información es necesaria más adelante para

la adquisición de los productos y poder ofertar una variedad de repuestos a los posibles clientes.

Información de la oferta (Pregunta 9 ¿Cuántos proveedores de repuestos automotrices existen en el cantón Pimampiro)?

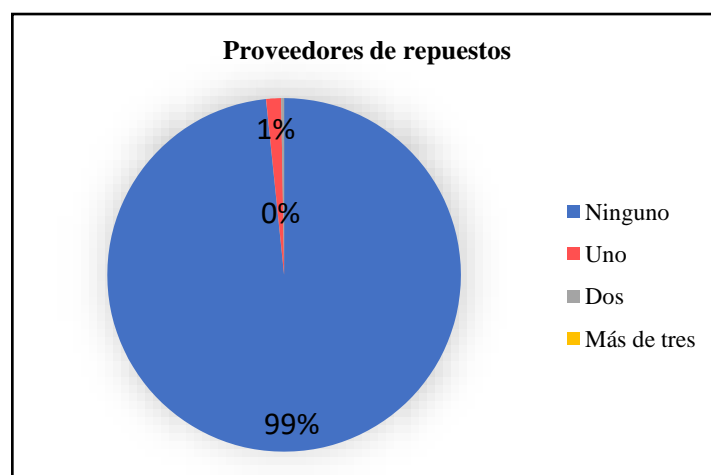


Figura 31: Cantidad de proveedores vehiculares

Referente la población encuestada, el 99 % indica que no hay un proveedor comercializador de repuestos en el cantón Pimampiro, convalidando los datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón de Pimampiro (CIPRADEC , 2014-2019), donde el catastro de negocios indica la carencia de un comercializador de repuestos dentro del cantón. Esta información es positiva para la propuesta de implementación de una comercializadora de repuestos en el cantón.

Pregunta 10. ¿A qué proveedor usted acude al momento de adquirir sus repuestos?

Tabla 29: Proveedores de repuestos vehiculares

Proveedores	Cantidad	Porcentaje
Repuestos Flores	79	21,47%
Automotriz Pabón	73	19,84%
Rodacenter	45	12,23%

Mansuera	44	11,96%
Local de Colombia	19	5,16%
Pequeños Comerciales de Ibarra	37	10,05%
Concesionarias	62	16,85%
Línea	7	1,90%
Otro	2	0,54%
Total	368	100,00%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

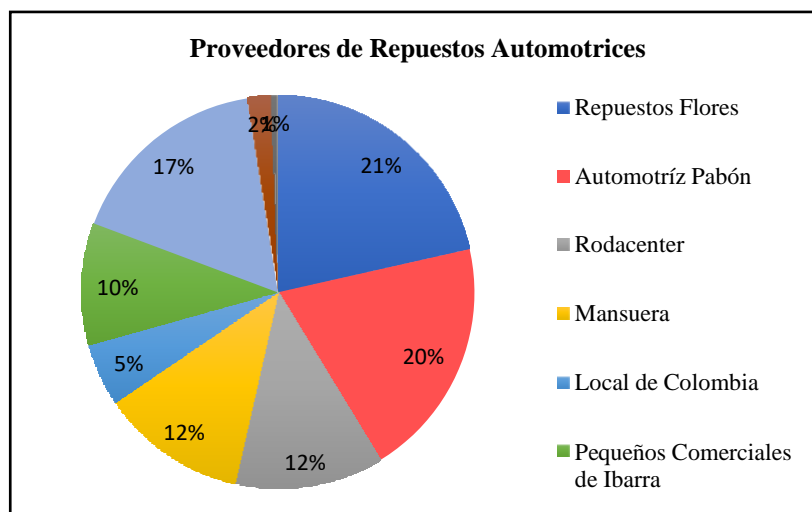


Figura 32 : Proveedores de repuestos vehiculares

Se puede evidenciar que los proveedores con más acogida por parte de los consumidores es el comercial de Repuestos Flores, Automotriz Pabón, Rodacenter y Mansuera, los cuales son ofertantes de todo tipo de repuestos vehiculares, mismos locales están ubicados en la Ciudad de Ibarra. Por otra parte, el 5 % de personas encuestadas en el cantón Pimampiro han manifestado que adquieren repuestos en locales ubicados en Colombia por lo regular en Ipiales, esto debido a la diferencia monetaria, es decir que ofrecen a menores precios.

Un bajo porcentaje ha manifestado que adquieren repuestos en línea, en páginas como OLX y Mercado libre donde se ofrecen servicios de entrega a domicilio, mismos que, pueden

ser no tan beneficiosos al no poder tener garantía de los productos adquiridos y no cumplir con las especificaciones necesarias para cierto tipo de vehículos.

La información resumida en esta sección es necesaria para la identificación de los ofertantes de repuestos automotrices, las cuales se están ubicados en su mayoría en la ciudad de Ibarra y el país cercano de Colombia, datos necesarios para poner en marcha el presente proyecto, esto implica establecer estrategias para posicionarse en el mercado y tener un valor agregado frente a la competencia.

Información referente al nivel de satisfacción del actual proveedor (Pregunta 11. ¿Usted está satisfecho con su proveedor de repuestos actual?)

Tabla 30 :Conformidad de los proveedores

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Muy Satisfecho	81	22%
Medianamente satisfecho	108	29%
Insatisfecho	179	49%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

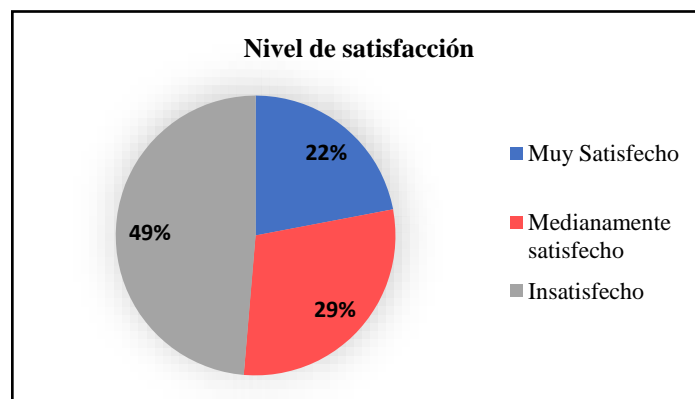


Figura 33: Nivel de conformidad

Los resultados obtenidos de acuerdo con el criterio del público investigado indican que el 78% de la población encuestada, está insatisfecho con su proveedor actual de repuestos vehiculares, dado que, deben trasladarse a otros cantones o al país vecino Colombia a adquirir los insumos vehiculares, lo que conlleva más tiempo y erogaciones de dinero, en conclusión, esto genera una oportunidad a la creación de una comercializadora de repuestos en el cantón Pimampiro.

Pregunta 12: ¿Al momento de adquirir un repuesto en qué criterios se basa para tomar una decisión evalué (siendo 5 más importante y 1 menos importante)?

Tabla 31: Criterios de compra para adquirir repuestos vehiculares

Criterios	Opción		Opción		Opción		Opción	
	1	2	3	4	5	1	2	
Variedad de repuestos	311	47	6	1	3			
Ubicación de almacén	110	201	38	13	6			
Precio	244	89	30	2	3			
Forma de Pago	124	173	59	7	5			
Atención al Cliente	257	93	14	0	4			
Promociones	143	130	82	10	3			

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas



Figura 34: Criterios de compra para adquirir repuestos automotrices

El resultado de la interrogante demostró que al realizar una compra de repuestos, los consumidores consideran como un factor importante la variedad de productos, estos datos son importantes para ofrecer una amplia gama de repuestos, pues todos los clientes no son iguales y buscan repuestos según la marca de su vehículo, entonces contar con una gran variedad de productos permite cubrir una mayor demanda en el mercado.

En segundo factor, que consideraron importante es la atención al cliente, ya que, cada vez son más exigentes y no solo buscan calidad si no también una buena atención, un ambiente agradable, un trato personalizado y sobre todo un servicio rápido. Además, otro factor como el precio y la promoción, afectan a la posición competitiva de la empresa, así como su participación en el mercado, estos factores son de suma importancia porque influyen la decisión para realizar una compra.

Finalmente la ubicación del local es importante, dado que, se debe definir la micro localización posteriormente en el estudio técnico, con la información obtenida se identifica los criterios más importantes mismos que se debe tomar en cuenta para la idea de negocio

mismas estrategias que servirán para competir en el mercado y tener un gran volumen de ventas.

Pregunta 13 ¿A través de que medio de pago usted adquiere los repuestos vehiculares?

Tabla 32: Formas de pago

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Tarjeta de crédito	24	7%
Efectivo	307	83%
Crédito o cuotas	35	10%
Transferencias Bancarias	2	1%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

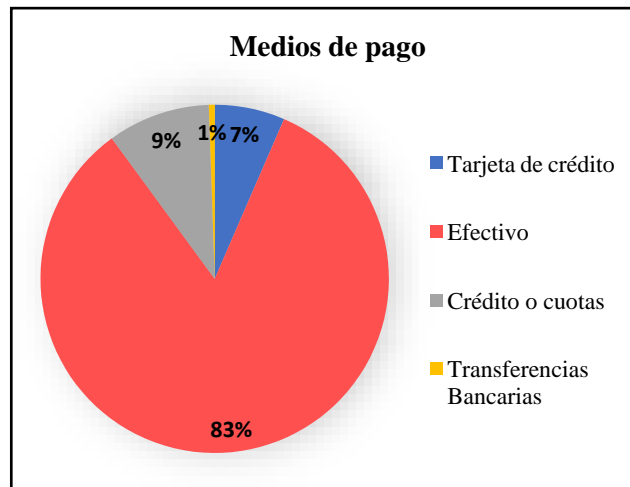


Figura 35: Medios de pago

Los consumidores usan más frecuentemente el medio de pago en efectivo con el 83 % en sus compras de repuestos vehiculares, dado que, mediante este medio de pago pueden acceder descuentos, por ende, esta información es importante para la definición detallada del precio, canales de comercialización y la promoción, además, esto permite la captación del mercado objetivo.

Pregunta 14: ¿Considera usted necesario que en Pimampiro exista un proveedor comercializador de repuestos vehiculares que ofrezca mayor variedad de productos, garantía y asesoría al cliente?

Tabla 33: Aceptación de un nuevo proveedor

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	349	95%
No	19	5%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas



Figura 36: Aceptación de un nuevo proveedor de repuestos vehiculares

La aceptación de un proveedor de repuestos vehiculares, como se observa en la gráfica el 95 % de la población encuestada está de acuerdo con la creación de la comercializadora en el cantón, que ofrezca diversos productos para las diferentes marcas de vehículos, sin tener que trasladarse a otros cantones para adquirirlos, esta información también es necesaria para posteriormente realizar la proyección de demanda.

Pregunta 15 En el caso de responder si en la anterior pregunta. ¿Dónde le gustaría que se ubique el proveedor de vehículos?

Tabla 34:Ubicación estratégica del nuevo proveedor

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Norte del Cantón	52	14%
Centro del Cantón	257	70%
Sur del Cantón	59	16%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

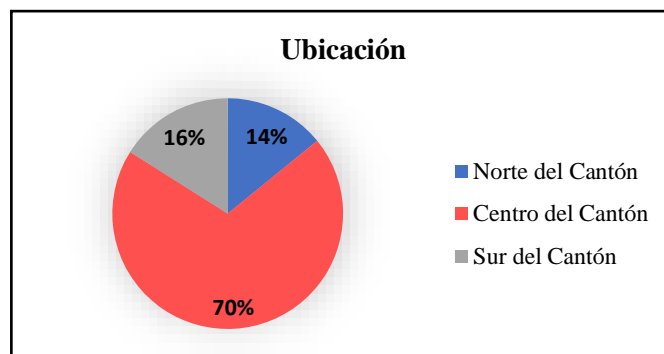


Figura 37 : Ubicación estratégica del nuevo proveedor

Referente a la ubicación estratégica del negocio, se plantearon tres alternativas el norte, centro y sur del cantón, los resultados concluyeron en su mayoría con el 70% en el sector centro del cantón Pimampiro, dada la accesibilidad y concurrencia de los clientes, está información es relevante, pues los clientes consideran a la ubicación como un factor importante para su criterio de compra como se observa en la (Pregunta 12), también estos datos se consideran en el estudio técnico para la definición de micro localización del proyecto.

Pregunta 16 ¿Considera importante que se comercialice los repuestos de vehículo a través de comercio electrónico?

Tabla 35: Aceptación del comercio electrónico

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	325	88%
No	43	12%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

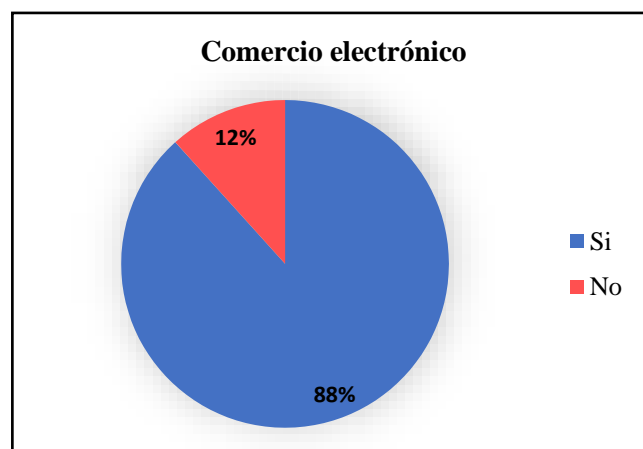


Figura 38: Aceptación de comercio electrónico

El comercio electrónico a tomado un auge en los últimos tiempos de acuerdo a la información de la Cámara de Comercio Electrónico (CECE, 2020), por ende, se preguntó a la población encuestada sobre la implantación del comercio electrónico en nuestro negocio y se obtuvo con conclusión que el 88 % están de acuerdo con el comercio electrónico, información esencial para definir los canales de distribución de los repuestos vehiculares a ofertar.

Pregunta 17 ¿Cuál es el medio que utiliza para busca información acerca de repuestos para su vehículo?

Tabla 36:Medios de comunicación más usados

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Redes Sociales	154	42%
Televisión	5	1%
Radio	36	10%
Voz a voz (Recomendaciones)	143	39%
Google	30	8%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

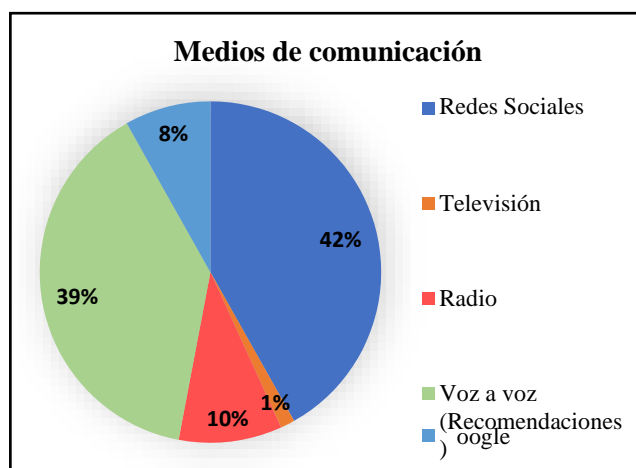


Figura 39:Medios de comunicación más usados

La población encuestada el 42 % indica que busca información acerca de repuestos para su vehículo en redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram, así también, el 39% mediante voz a voz o recomendación, los datos recolectados en esa sección contribuirán para plantear los medios para promocionar el negocio y de esta manera posicionar la marca en el mercado mediante la implementación adecuada de estrategias de marketing. Además, generar una buena comunicación entre la marca y cliente.

Pregunta 18 ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofrezca la nueva comercializadora de repuestos vehiculares?

Tabla 37: Servicios adicionales

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Asesoría Técnica	224	61%
Entregas a Domicilio	48	13%
Mantenimiento	96	26%
Total	368	100%

Fuente: Estudio de mercado - Encuestas

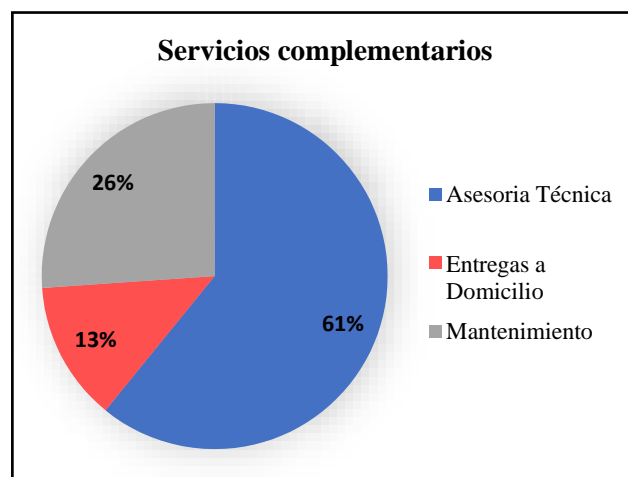


Figura 40: Servicios complementarios

Como se puede observar en la gráfica el servicio complementario que desea acceder el cliente es asesorías técnicas con el 61 %, dado que, desean conocer cuál es el mejor repuesto para su vehículo y las especificaciones de este, estos datos son esenciales para implantar técnicas de diferenciación con la competencia y satisfacer las necesidades del público objetivo.

4.1.7.2 Entrevista

Se realizó una entrevista a un experto en temas automotrices con el objetivo de validar información técnica acerca de los vehículos y su relación con la adquisición de repuestos vehiculares. El experto entrevistado fue el Ing. Omar Arciniegas especializado en mecánica automotriz.

Resultados de la Entrevista

A continuación se presenta la síntesis de la entrevista de un experto en Ingeniería automotriz:

Tabla 38: Ficha de datos del entrevistado

Nombre del Entrevistado:	Ing. Omar Arciniegas
Formación del entrevistado:	Ingeniero Automotriz
Lugar de Trabajo:	Mecánica Automotriz Ramírez
Fecha de la Entrevista:	21 de agosto de 2020
Hora:	10h00
Medio de comunicación utilizado en la entrevista:	Entrevista a través de llamada telefónica.

Fuente: Elaboración propia con información del experto

1.- ¿Qué tipo de combustible usan los vehículos que mayormente asisten a realizar mantenimiento o cambios de partes en su establecimiento?

Los vehículos que frecuentan son los vehículos que funcionan a gasolina, pues la mayoría de la población los adquiere por los bajos costo en reparación en comparación con los de diesel.

2.- ¿Cuáles son las marcas de vehículos de los propietarios que acuden frecuentemente a realizar mantenimiento vehicular sea preventivo o correctivo?

Las marcas que realizan más cambios de componentes vehiculares considerando de la cantidad de propietarios que poseen estas marcas son las siguientes:

- ✓ Chevrolet
- ✓ Suzuki
- ✓ Toyota
- ✓ Ford

3.- ¿Cuándo realizan los propietarios de los vehículos cambio de partes automotrices?

Es de acuerdo con el estado del vehículo, cuando se realiza mantenimiento correctivo lo cual genera la reparación de una parte del vehículo generando su sustitución, pues depende de factores como su kilometraje y los años de antigüedad que tenga el vehículo, en vista de que los de menor kilometraje tienen menos cambios de partes del vehículo porque se demoran en desgastarse, mientras que un vehículo con un amplio kilometraje cambios frecuentes de partes automotrices.

4.- ¿Qué tipo de repuesto recomienda que adquieran a sus clientes?

Es recomendable adquirir repuestos originales del vehículo dado que, es mejor su calidad y duran períodos más largos. Sin embargo, un porcentaje de clientes compran repuestos genéricos por precios más bajos.

5.- ¿Usted considera que exista nuevos proveedores de repuestos automotrices?

Si, pues los vehículos necesitan sustitución de partes cuando están desgastadas o presentan fallas, por ello los propietarios de vehículos necesitan que se oferten los repuestos con variedad en stock y se ajuste a su respectiva marca de vehículo

4.1.7.3 Conclusión de los instrumentos de investigación aplicados

La aplicación de los instrumentos fue esencial para la recolección de información para la identificación oferta y demanda esenciales para los capítulos siguiente, además, plantear las estrategias de comercialización ya que analizamos los aspectos que considera los clientes en su compra y su comportamiento ante ellos.

El dato relevante que se determinó en la encuesta fue la aceptación de una nueva comercializadora de repuestos automotrices en el Cantón Pimampiro, validando así la propuesta, también se realizó una entrevista a un experto en temas de reparación automotriz para convalidar datos generando información fructífera, para satisfacer la necesidad específicas del cliente y posicionar la marca en el mercado con estrategias de diferenciación.

4.1.8 Demanda

La demanda se considera en el presente estudio, como la cantidad de los repuestos de vehículos a gasolina que los consumidores están dispuestos adquirir de acuerdo con sus necesidades y a un precio fijado.

4.1.8.1 Identificación Demanda Potencial

El cálculo de la demanda potencial se consideró los datos del mercado meta que fue 8.409 de las personas de la Población Económicamente Activa (PEA) del cantón Pimampiro y cantón Ibarra parroquia Ambuquí que poseen vehículo. Seguidamente, mediante la información obtenida de la encuesta referente a la aceptación de la nueva comercializadora de repuestos vehiculares (Pregunta 14) el 95% de la población está de acuerdo con un nuevo proveedor de repuestos automotrices, por consiguiente, del mercado objeto de 8.409 personas ,7.988 habitantes indican que estarían dispuestos adquirir insumos vehiculares en un nuevo local comercializador.

Tabla 39 :Aceptación de nuevo comercializador de repuestos

Mercado Meta	8409
(*) Aceptación de nuevo comercializadora de repuestos (Pregunta 14)	95%
Total de Aceptación	7989

Fuente: Estudio de mercado encuestas

Además, se consideró la frecuencia de compra al año de los 7 grupos de repuestos vehiculares, plasmado en la pregunta 7 de la encuesta aplicada, los cuales son repuestos para motor, frenos, caja, suspensión, transmisión, dirección y mantenimiento nos enfocamos en todos estos grupos dado que lo que el consumidor busca variedad de repuestos vehiculares.

Con respecto, al cálculo de la demanda en personas se procedió a multiplicar el número de la población investigada que está de acuerdo con un nuevo proveedor comercializador de repuestos vehiculares, por el porcentaje de demanda anual de cada grupo de repuestos. Por otra parte, con el fin de que no exista sobrestimación de la demanda, se restó del mercado objetivo la demanda de personas que adquieren repuestos para motor y consecuentemente de los siguientes grupos.

Tabla 40 :Demanda potencial en personas

Grupos de repuestos	Mercado Objetivo	(*) Porcentaje de la demanda (Pregunta 7 Frecuencia de compra anual)	Demanda en personas
Repuestos para motor	7989	18%	1476
Repuestos para freno	6513	77%	5002
Repuestos para caja	1511	43%	657
Repuestos para suspensión	854	72%	617
Repuestos para transmisión	237	72%	171
Repuestos para dirección	66	74%	48
Repuestos para mantenimiento	17	99%	17

Fuente: Estudio de mercado encuestas

Seguidamente, se procedió a identificar la demanda anual por cada grupo de repuestos vehiculares en función a la cantidad de demanda en personas, a continuación, se detalla la demanda por productos automotrices:

Tabla 41 : Demanda potencial por productos

Grupos de repuestos	Frecuencia de compra	Porcentaje	Cantidad de demandantes	Número de veces al año	Demanda anual
Repuestos para motor	4 veces al año	1%	109	4	434
	3 veces al año	2%	195	3	586
	2 veces al año	4%	347	2	695
	1 vez al año	10%	825	1	825
	Total	18%	1476		2540
Repuestos para freno	4 veces al año	4%	283	4	1133
	3 veces al año	49%	3221	3	9663
	2 veces al año	7%	456	2	912
	1 vez al año	16%	1042	1	1042
	Total	77%	5002		12749
Repuestos para caja	4 veces al año	4%	62	4	246
	3 veces al año	4%	53	3	160
	2 veces al año	7%	99	2	197
	1 vez al año	29%	443	1	443
	Total	43%	657		1047
Repuestos para suspensión	4 veces al año	5%	42	4	167
	3 veces al año	46%	397	3	1190
	2 veces al año	9%	74	2	148
	1 vez al año	12%	104	1	104
	Total	72%	617		1610
Repuestos para transmisión	4 veces al año	4%	10	4	41
	3 veces al año	4%	10	3	29
	2 veces al año	8%	19	2	37

	1 vez al año	56%	132	1	132
	Total	72%	171		240
Repuestos para dirección	4 veces al año	4%	2	4	4
	3 veces al año	6%	4	3	3
	2 veces al año	51%	34	2	2
	1 vez al año	13%	9	1	1
	Total	74%	48		10
Repuestos para mantenimiento	4 veces al año	57%	10	4	39
	3 veces al año	20%	3	3	10
	2 veces al año	10%	2	2	3
	1 vez al año	13%	2	1	2
	Total	99%	17		55
Total demanda potencial anual en productos					18251

Fuente: Estudio de mercado -encuestas

El cálculo de la demanda en dólares se basó en la pregunta 7 de la encuesta sobre el gasto anual por cada grupo de producto, misma que, para este cálculo se convertirá en la disposición a pagar de los consumidores por cada grupo de repuestos, se consideró los rangos de precios y se fijó un promedio de precios.

Tabla 42 :Demanda potencial en dólares

Grupo de repuestos	Rango de precios	% Población	Valor promedio	Unidades	Demanda en dólares
Repuestos para motor	\$151-\$200	9%	\$ 176,00	228	\$ 40.087,53
	\$201-\$250	15%	\$ 225,00	373	\$ 83.860,79
	\$251-\$300	13%	\$ 275,00	338	\$ 93.006,10
	Más de \$301	63%	\$ 650,00	1601	\$ 1.040.840,03
	Total demanda anual			2540	\$ 1.257.794,44
Repuestos para freno	\$51-\$75	3%	\$ 63,00	381	\$ 24.009,17
	\$76-\$100	63%	\$ 88,00	7968	\$ 701.220,22
	\$101-\$125	15%	\$ 113,00	1975	\$ 223.150,17
	Más de \$126	19%	\$ 313,00	2425	\$ 759.077,82

	Total demanda anual			12749	\$	1.707.457,38
Repuestos para caja	\$151-\$200	12%	\$	176,00	122	\$ 21.527,72
	\$201-\$250	15%	\$	225,00	154	\$ 34.561,55
	\$251-\$300	48%	\$	275,00	498	\$ 136.895,05
	Más de \$301	26%	\$	650,00	270	\$ 175.652,34
	Total demanda anual				1044	\$ 368.636,67
Repuestos de suspension	\$160-\$180	38%	\$	170,00	608	\$ 103.398,80
	\$181-\$200	26%	\$	191,00	416	\$ 79.397,85
	\$201-\$220	10%	\$	211,00	158	\$ 33.238,14
	\$221-\$240	11%	\$	230,00	171	\$ 39.250,41
	Más de \$241	16%	\$	621,00	258	\$ 160.322,84
	Total demanda anual				1610	\$ 415.608,06
Repuestos de transmision	\$160-\$180	4%	\$	170,00	9	\$ 1.551,42
	\$181-\$200	57%	\$	191,00	136	\$ 25.897,04
	\$201-\$220	12%	\$	211,00	29	\$ 6.189,40
	\$221-\$240	14%	\$	230,00	35	\$ 7.946,16
	Más de \$241	13%	\$	621,00	31	\$ 19.430,61
	Total demanda anual				240	\$ 61.014,63
Repuestos de direccion	\$76-\$100	46%	\$	88,00	5	\$ 404,13
	\$101-\$125	21%	\$	113,00	2	\$ 233,37
	\$126-\$150	17%	\$	276,00	2	\$ 465,00
	Más de \$151	17%	\$	176,00	2	\$ 291,74
	Total demanda anual				10	\$ 1.394,24
Repuestos de mantenimiento	\$100-\$150	38%	\$	125,00	21	\$ 2.597,78
	\$151-\$200	24%	\$	176,00	13	\$ 2.368,28
	\$201-\$250	9%	\$	226,00	5	\$ 1.081,28
	\$251-\$300	13%	\$	275,00	7	\$ 1.973,57
	Más de \$301	16%	\$	350,00	9	\$ 3.087,44
	Total demanda anual				55	\$ 11.108,34
Demanda potencial					\$	3.823.013,76

Fuente: Estudio de mercado encuestas

Proyección de la demanda

Para el cálculo de la demanda, se consideró la tasa de crecimiento del parque automotor a nivel provincial según (Anuario de Estadísticas de Transporte , 2018); pues el enfoque es Pimampiro y la parroquia Ambuquí de Ibarra considerando los datos históricos del parque automotor determinando el 3,61 %.

Seguidamente, para la proyección de la demanda se considera la demanda actual de 18.252 y la tasa de crecimiento del parque automotor, mediante la aplicación de la siguiente formula:

$$PD=Do (1+i) n$$

Reemplazando:

PD: Demanda Proyectada

Do: Demanda Actual

1: Constante

i: Tasa de crecimiento parque automotor

n: Años proyectados

Tabla 43:Proyección de la demanda

Periodos	Años	Tasa de crecimiento del parque automotor	Demanda Proyectada
1	2020	3,61%	18.251
2	2021		18.910

3	2022	20.300
4	2023	22.579
5	2024	26.021

Fuente: Estudio de mercado encuestas

Como se puede observar la demanda potencial para el año 2020 es de 18.251 productos y mientras la proyección para el año 2024 será de 26.021 productos.

4.1.9 Oferta

La oferta se considera en el presente estudio, hace referencia a la cantidad de repuestos automotrices que se encuentran disponibles en el mercado ofertados por diferentes locales comerciales, en el cantón Pimampiro no existe ningún local de este tipo siendo así los locales de repuestos automotrices ubicados en el cantón Ibarra son los principales competidores, para la recolección de información se realizó mediante la investigación directa a la competencia y de acuerdo a las respuestas de la pregunta 10 de la encuesta.

4.1.9.1 Identificación de la oferta

El objetivo de la identificación de la oferta es establecer la cantidad de repuestos vendidos de forma anual por la competencia, para esto se ha establecido la (pregunta 10) donde las personas encuestadas han manifestado el lugar donde adquieren los repuestos vehiculares como son: Repuestos Flores, Automotriz Pabón, Mansuera y Rodacenter, para lo que se realizó una investigación directa para identificar la cantidad de productos comercializados anualmente, obteniendo así la cantidad de 11808 productos. Es importante mencionar que los tipos de repuestos que ofertan son original y genéricos de acuerdo con cada grupo de repuestos del vehículo.

Tabla 44:Ofertantes de proveedores de repuestos

Proveedores	Tipos de repuesto que ofertan	Ventas Semanal	Venta Mensual	Venta Anual
Repuestos Flores	Originales -Genéricos	87	348	4176
Automotriz Pabón	Originales -Genéricos	64	256	3072
Mansuera	Originales -Genéricos	56	224	2688
Rodacenter	Genéricos	39	156	1872
Total de ventas de ofertantes				11808

Fuente: Investigación directa

Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se considera la tasa de crecimiento del sector comercial en el cantón Pimampiro que es 4,35 %, misma que, se usará para realizar una proyección de 5 años, para la cual se procede a aplicar la siguiente formula:

$$PO = Oo (1 + i)^n$$

Reemplazando:

PO: Oferta proyectada

Oo: Oferta actual

i: índice de crecimiento de la población

l: constante

n: Número de períodos

Tabla 45:Proyección de la oferta

Período	Año	Tasa de crecimiento sectorial	Oferta Proyectada
1	2020	4.35%	11808
2	2021		12322
3	2022		13418
4	2023		15247
5	2024		18079

Fuente: Estudio de mercado encuestas

4.1.10 Balance Oferta -Demanda

El balance oferta -demanda permite determinar la demanda insatisfecha, mediante la diferencia de la demanda potencial y la oferta del mercado dando como resultado para el 2020, 6443 de demanda insatisfecha.

Tabla 46:Balance Oferta -Demanda

Años	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2020	18251	11808	6443
2021	18910	12322	6588
2022	20300	13418	6882
2023	22579	15247	7332
2024	26021	18079	7942

Fuente: Estudio de mercado encuestas

4.1.11 Análisis de precios

Los precios se han establecido con un margen de ganancia que permita cubrir los gastos necesarios del negocio, además se han analizado los precios de la competencia mismos que son superiores, de esta manera es posible el ingreso al mercado y conseguir una mayor afluencia de personas

Tabla 47:Análisis de precios

PRODUCTOS	RANGO DE PRECIOS	PRECIO DE VENTA	PRECIO DE LA COMPETENCIA
Kit de distribución	\$80 - \$ 150	\$95,00	\$110,00
Bomba de agua	\$40 - \$ 100	\$50,00	\$60,00
Rodamientos	\$50 - \$ 150	\$65,00	\$70,00
Zapatras	\$20 - \$ 100	\$25,00	\$35,00
Líquido de frenos	\$5 - \$ 20	\$6,00	\$7,00
Zapatillas	\$10 - \$ 50	\$20,00	\$30,00
Rodamientos	\$40 - \$ 100	\$45,00	\$50,00
Sincronizadores	\$100 - \$ 200	\$125,00	\$145,00
Kit de embrague	\$70 - \$ 2000	\$85,00	\$95,00
Rulemanes	\$30 - \$ 120	\$45,00	\$50,00
Bujes	\$20 - \$ 100	\$30,00	\$40,00
Amortiguadores	\$80 - \$ 150	\$110,00	\$120
Corona y cono	\$130 - \$ 200	\$140,00	\$150

Planetarios	\$130 - \$ 200	\$150,00	\$160,00
Retenes	\$30 - \$ 100	\$50,00	\$60,00
Axiales	\$20 - \$ 100	\$30,00	\$40,00
Filtro de aire	\$5 - \$ 30	\$10,00	\$15
Filtro de aceite	\$3 - \$ 20	\$5,00	\$7,00
Bomba de combustible	\$20 - \$ 100	\$30,00	\$40

Fuente: Investigación Directa -Encuestas

Demanda objetivo

Demanda insatisfecha en unidades	Porcentaje	Capacidad instalada en unidades
6.443	78%	5.026

Fuente: Investigación Directa -Encuestas

La demanda objetivo del proyecto es 5026 unidades, dado que, se cubrirá el 78 % de la demanda insatisfecha a consecuencia de la capacidad de financiamiento como se detalla en el siguiente estudio técnico.

4.1.12 Estrategias de comercialización

La propuesta al proporcionar un servicio de comercialización es esencial implementar un Mix de Marketing de las 7P con la definición correcta de los elementos como producto (servicio), precio, plaza, personal, proceso, promoción y evidencia física, mismas acciones que contribuirán al posicionamiento en el mercado y aumentar las ventas.

4.1.12.1 Producto

- Las características de los productos dependerán si es un repuesto genérico u original, y de cada marca, la empresa garantizará seguridad y confiabilidad de los repuestos que ofertarán.
- El servicio que brindará el personal encargado de ejecutar las ventas será personalizado y ofrecerá asesoría técnica, esto mejorará la experiencia de compra de los consumidores, para lo que se contará con personal de ventas capacitado que tenga conocimiento acerca de los repuestos y su uso, de tal modo que solucionen las inquietudes de los clientes, el servicio adicionado a un producto puede llevar al éxito a la empresa.
- La principal diferencia de la empresa frente a la competencia es la venta por medio del comercio electrónico ya que contará con una página web misma que permitirá acaparar un mercado más amplio, y el valor agregado que ofrece es la asesoría técnica a los clientes misma que apoyará a una decisión de compra acertada.

4.1.12.2 Precio

- Para la penetración en el mercado se iniciará con precios similares a la competencia pues de esta manera será posible tener afluencia de consumidores y permitirá la rentabilidad futura de la empresa.
- Los precios se establecerán con un margen de ganancia mismo que serán útiles para cubrir los gastos que genere la organización.

4.1.12.3 Plaza

- La ubicación del local es idónea ya que se encuentra en una zona de gran afluencia vehicular en el centro del cantón Pimampiro. Además contará con una página web para realizar el comercio electrónico.
- La distribución de los productos se realizará de manera offline en caso de que la compra se realice en el local, mientras que si la compra se realiza mediante el comercio electrónico en la página web será online mismo que será entregado por medio de un intermediario que realice encomiendas.

4.1.12.4 Promoción

- La difusión del local comercial se realizará a través del internet, ya que en la actualidad gran parte de la población tiene acceso a las redes sociales, por ende se realizará anuncios publicitarios a través de estos medios, además se entregará tarjetas de presentación que permitirán reforzar el contacto entre la empresa y los clientes, adicionalmente se dispondrá de un rótulo para la empresa y obtener el alcance visual del cliente.
- El contenido que será transmitido es sobre los beneficios de los servicios que se van a ofrecer además se dará a conocer los descuentos y ofertas disponibles.

4.1.12.5 Personas

- El personal que laborará en la empresa deberá brindar una excelente atención a los clientes, pues son los que permiten la rentabilidad de una organización en el tiempo y debe ser la prioridad de todas las empresas mantenerlos satisfechos.
- Se debe capacitar de manera permanente a los trabajadores para promover una cultura organizacional encaminada a la atención al cliente para brindar un servicio de calidad y generar nuevas experiencias.

4.1.12.6 Procesos

Se establecerá estratégicamente un proceso y metodología para ejecutar una actividad comercial que se base en una comunicación adecuada y directa con el cliente, aquí se incluye la atención mediante:

- Atención personalizada al cliente de acuerdo con sus requerimientos.
- La respuesta inmediata de las llamadas telefónicas.
- El cliente podrá consultar preguntas a través de la página web.

4.1.12. 7 Presencia Física

La presencia del local abarca un espacio físico el cual contará con:

- Un ambiente limpio, ordenado y acogedor.
- Señales en las áreas de la empresa.
- Área de desinfección para clientes y empleados para precautelar la salud ante el Covid -19.
- Señalética de seguridad.

Conclusiones del estudio de Mercado

Una vez concluido el estudio de mercado se ha logrado conocer la demanda insatisfecha, los principales competidores oferentes de repuestos automotrices y el nivel de aceptación manifestado por parte de los encuestados es de 95% que está de acuerdo en la implementación de un local comercial de repuestos automotrices convirtiéndose en nuestro mercado potencial.

Se identificó una gran variedad de repuestos que la población encuestada adquiere, de acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de instrumentos de investigación, entre los que se puede destacar son los repuestos de mantenimiento, de frenos, dirección, mismos que, son datos esenciales en adquisición de repuestos para ofertar al mercado objetivo y mantener la cantidad suficiente en stock para satisfacer sus necesidades de adquisición.

Por otra parte, en este estudio se realizó el análisis de precios pues es un factor importante con relación al criterio de compra de los diferentes repuestos, por ende, se ha establecido con base a la comparación de los precios de la competencia para poder ingresar al mercado con precios razonables y competitivos para lograr el posicionamiento en el mercado a través de la fidelización del cliente.

Adicionalmente se ha evidenciado el nivel de insatisfacción de las personas encuestadas con su actual proveedor es alto, siendo así que el 49%, han manifestado que están de acuerdo en cambiar de proveedores para satisfacer sus necesidades, lo que representa una oportunidad de ingreso al mercado con la presente propuesta de negocio.

Con la encuesta se ha logrado identificar el lugar estratégico donde los posibles clientes han manifestado su preferencia que es el centro de la ciudad, mismo que es accesible al público, además existe una gran afluencia de vehículos en el sector.

Se estableció la demanda objetivo del proyecto es 5026 unidades, dado que, se cubrirá el 78 % de la demanda insatisfecha a consecuencia de la capacidad de financiamiento y el nivel de aceptación de la nueva propuesta en el Cantón Pimampiro.

Se estableció estrategias de marketing que contribuyan al cumplimiento de objetivos planteados por el proyecto de la misma manera permita introducir al mercado y lograr satisfacer la demanda, también se puede evidenciar que existe una demanda que requiere los productos que se pretende ofertar, por lo tanto, se estima una viabilidad para el presente proyecto.

4.2 Estudio Técnico

4.2.1 Introducción

El estudio técnico se desarrolla con base a datos obtenidos en el estudio de mercado , con el propósito de definir la ubicación del proyecto a nivel macro y micro, de esta forma se diseñará la distribución física del local comercial una vez detallada todos los productos que se van a ofertar, los procesos que se van a ejecutar, además se establecerá los costos que serán precisos para poner en marcha la microempresa también se definirá la inversión, gastos operación, el capital requerido y el recurso humano que permitirá el funcionamiento óptimo del proyecto.

Con el estudio técnico se definirá el tamaño óptimo de la planta y los recursos necesarios mismos que tienen mayor incidencia sobre la magnitud de los costos e inversiones que además permitirán analizar la viabilidad financiera.

4.2.2 Objetivo del Estudio Técnico

Definir si existe viabilidad técnica del proyecto a través del análisis de recursos que ayudara a definir el tamaño, la inversión, mano de obra e ingeniería del proyecto.

4.2.3 Localización del proyecto

La localización del proyecto es importante y se debe definir el lugar adecuado analizando la zona donde se pretende ubicar la microempresa además se debe considerar el diseño de las instalaciones y el tamaño para realizar la distribución del espacio físico.

4.2.3.1 Macro localización

La microempresa comercializadora de repuestos automotrices para vehículos a base de gasolina estará ubicada en el cantón Pimampiro, Provincia de Imbabura, Región Sierra perteneciente al estado ecuatoriano.

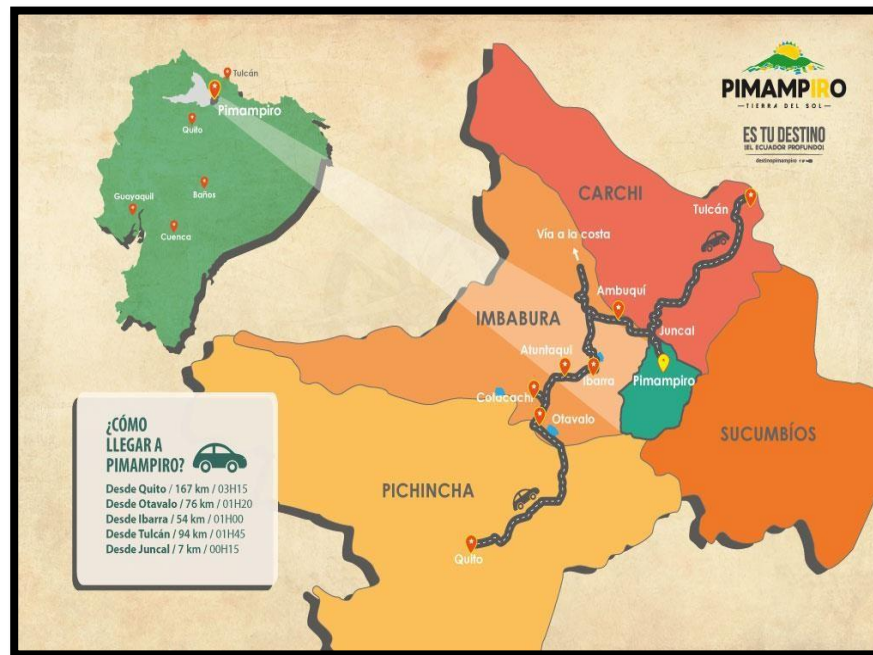


Figura 41 :Macro localización Provincia de Imbabura

Fuente: GAD Pimampiro

4.2.3.1.1 Ubicación a nivel Cantonal

- **Ubicación del Mercado**

La ubicación estratégica para la microempresa comercializadora de repuestos automotrices es la Provincia de Imbabura, cantón Pimampiro, dado el crecimiento del parque automotor a nivel provincial, por ende, surge la necesidad de adquirir repuestos indispensables para el funcionamiento del vehículo.

a) Costos de factores de operación

- **Insumos y Proveedores**

Los insumos son importantes para el inicio del proyecto, así que se debe realizar un análisis de costos, por ende, se debe seleccionar proveedores que van a abastecer de productos y suministros a la empresa, para ello se ha seleccionado a las empresas:

Tabla 48 : Proveedores de productos e insumos de operación

Insumo	Empresa	Dirección	E-mail
Proveedores de repuestos automotrices (Mercadería)	Importadora Cerón	Coop. Liberación Popular - Calle San Antonio No. 237 -Santo Domingo	ventas@importadoraceron.com.ec
	Tecnova	Av. Galo Plaza Lasso N59-94 Y Manuel Zambrano -Quito	tecnova@grupoberlin.com
	Promesa	Km 5.5 vía a Daule -Guayaquil	pedidos@promesa.com.ec
	Casa del Ruliman	Machala 1101 y Vélez esquina - Guayaquil	info@casadelruliman.com
	Importadora Alvarado	Calle Cajamarca SE 01-68 entre Yaguarcocha y Real Audiencia- Ambato	pvo@iav.com.ec
	Giahan	Ingahurco Bajo- Noruega, e, Ambato 180105	administración@giahanecuador.com
Proveedor de equipos de computo	Word Computers	Pedro Moncayo 3-53 y Rocafuerte. - Ibarra	ventas@worldcomputers.com
Proveedor de muebles y enseres	Muebles Catedral	Av. Fray Vacas Galindo & Av. Mariano Acosta, Ibarra	amarillasinternet.com/muebles-catedral

Fuente: *Investigación Directa*

Al seleccionar los proveedores consideramos el tiempo de entrega de los productos y los costos de envío sean favorables para el proyecto, así también se debe tener en cuenta que las vías para el traslado de mercadería se encuentran en excelentes condiciones.

Personal calificado

El proyecto requiere personal idóneo para la ejecución de todas las actividades, como administración, comercialización y cumplimiento de diferentes funciones dentro de lo que corresponde a la comercialización de repuestos automotrices, así pues, cabe mencionar que en la Provincia de Imbabura existen instituciones de educación superior que forman profesionales de calidad que se ajustan a los perfiles solicitados.

✓ Servicios básicos (agua, energía, teléfono, internet)

El cantón Pimampiro existe gran cobertura de los servicios básicos es así como el 96.76 % de la población tiene acceso a los mismos que satisfacen las necesidades primordiales para el correcto desempeño del proyecto.

b) Costos de transporte

Los costos de transporte referente a los repuestos automotrices no representan significatividad, dado que, los proveedores envían sin costos la mercadería representa un beneficio para la puesta en marcha del proyecto.

Infraestructura básica

La provincia de Imbabura cuenta con vías de acceso de primer orden que facilitan la movilidad y transporte, específicamente en el cantón Pimampiro cuenta con una infraestructura moderna apta para instalar cualquier tipo de local comercial, además cuenta con zonas de estacionamiento que son primordiales ya que así los clientes están exentos de multas al momento de adquirir los productos, esto además se considera como una ventaja.

c) Disponibilidad de terreno y local

La provincia de Imbabura no es una zona de alto riesgo es decir no existen fallas geológicas que puedan afectar a un local comercial, lo cual es positivo y permite seguir con la ubicación planteada del proyecto.

d) Riesgos de desastres e impactos ambientales

La propuesta de incrementar la microempresa comercializadora de productos automotrices no genera un impacto ambiental dado que la comercialización no está relacionada de manera directa con la elaboración repuestos.

4.2.3.2 Micro localización

Se debe establecer la ubicación exacta donde estará situada la microempresa comercializadora de repuestos teniendo en cuenta que en estas instalaciones se realizará la distribución física para lo que se debe tener en cuenta lo siguiente:

a) Accesibilidad (Afluencia de público)

El Cantón Pimampiro tiene una gran concentración poblacional en relación al valle del chota, la principal actividad es la agricultura debido a su diversidad de pisos climáticos en las zonas rurales, mientras que en la zona urbana prevalece la actividad comercial, así también el parque automotor ha tenido un gran crecimiento por la necesidad de transportar los productos agrícolas, tanto así que se han fundado cooperativas de transporte e inclusive adquieren vehículos para el uso propio por lo que se intenta implementar la microempresa de repuestos automotrices para vehículos a base de gasolina de esta manera satisfacer las necesidades de los clientes evitando que salgan de la ciudad para adquirir repuestos vehiculares.

b) Alquiler de local

El local comercial que se intenta arrendar para poner en marcha la microempresa comercializadora estará en el centro de la ciudad en una zona transcendental y con un diseño de las instalaciones adecuado que contenga zonas de exposición además de fácil acceso y

gran concurrencia de vehículos también que se considera la cercanía de mecánicas y afluencia vehicular.

c) Costo de servicios básicos

Para la puesta en marcha de la microempresa comercializadora de repuestos vehiculares es necesario contar con los servicios básicos tales como son internet, electricidad, teléfono y servicios de agua potable así también la recolección de desechos sólidos que son indispensables, mismos que en el cantón proporciona de forma permanente lo que es favorable para el buen desempeño del proyecto.

d) Ubicación estratégica

Para definir la ubicación estratégica donde se instalará la microempresa comercializadora de repuestos se debe realizar una matriz para evaluar diferentes opciones que contengan criterios importantes para determinar el lugar adecuado para lo que se debe asignar un puntaje a cada argumento establecido y se procede a evaluar las opciones.

Se propone tres lugares para ser evaluados y son: local en el barrio San Vicente que está ubicada en el centro de la ciudad, local en el barrio Santa Clara ubicado al norte de la ciudad, local comercial en el barrio San Pedro ubicado en el sur de la ciudad. El peso total es de 10 puntos para cada factor y se decidirá por el que tenga la mayor puntuación siendo así 1 el menos adecuado y 5 el más adecuado, también la matriz dará a conocer algunos beneficios que se conseguirán al seleccionar el lugar.

Tabla 49 :Matriz Ubicación Estratégica

Factor	Peso	San Pedro (Sur)		San Vicente (Centro)		Santa Clara (Norte)	
		Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación
Relevante							

Preferencia del mercado meta	3	2	6	4	12	3	9
Afluencia de vehículos	3	3	9	5	15	3	9
Infraestructura viable	2	3	6	4	8	2	4
Gasto arriendo	1	3	3	3	3	2	2
Servicios básicos	1	4	4	5	5	3	3
Total	10		28		43		27

Fuente: Estudio Técnico

e) Localización definitiva

Con los resultados obtenidos de la matriz de variables se establece que la microempresa comercializadora de repuestos para vehículos a base de gasolina debe estar ubicado en el barrio San Vicente que se encuentra en el centro de la ciudad así demostró su alto puntaje además existe una gran afluencia vehicular en el sector antes indicado y la demanda así lo ha manifestado por su localización específica.

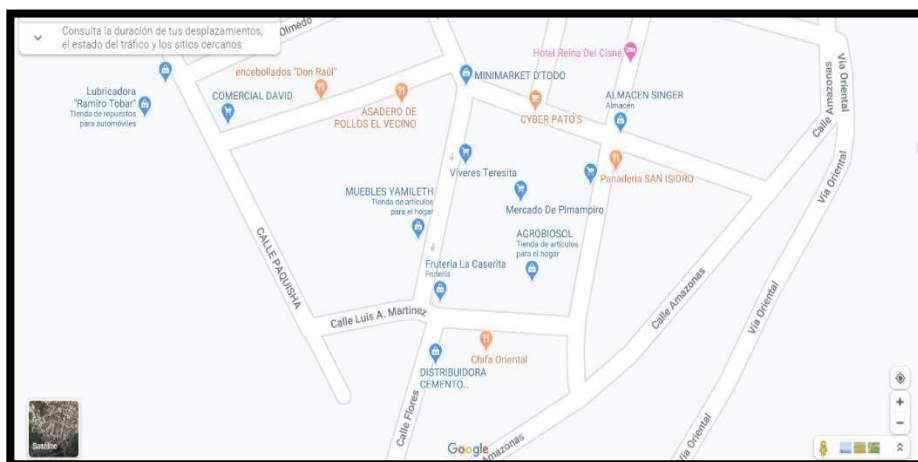


Figura 42: Ubicación Estratégica

Fuente: Estudio Técnico

La localización específica será en el Cantón Pimampiro Cantón Pimampiro, Barrio San Vicente en las calles Paquisha y Luis A. Martínez, en un local comercial amplio con accesibilidad a todos los servicios básicos y que el costo de arriendo se valora en \$ 250 USD, mismo que cuenta con todos los requerimientos legales pertinentes que aportará al buen desempeño del proyecto.

4.2.2 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se puede determinar la demanda que se va a cubrir a través del análisis de factores condicionantes, de acuerdo con su capacidad de comercialización.

4.2.2.1 Factores condicionantes del tamaño:

Mercado

Referente al mercado, es importante considerar la demanda insatisfecha de la población del Cantón Pimampiro y parroquia de Ambuquí del cantón Ibarra, determinado en el estudio de mercado concluyendo en 5.026 unidades anuales que demandan nuestros principales clientes, para posteriormente lograr satisfacer esta demanda insatisfecha de acuerdo con la capacidad instalada.

Disponibilidad de producto

Es importante considerar que exista la cantidad suficiente de stock para satisfacer la demanda, por ende, nos enfocaremos en los proveedores de repuestos a nivel nacional que puedan cumplir con nuestros requerimientos de insumos a tiempo. Entre los principales proveedores tenemos a Importadora Cerón, Tecnova, Promesa, Casa del Ruliman, Importadora Alvarado y Giahan.

Disponibilidad de financiamiento

Si bien es cierto, para poner en marcha nuestra propuesta de negocio es importante determinar fuentes de financiamiento y evaluar la entidad financiera que más se ajuste a nuestra propuesta por ende se analiza las siguientes entidades financieras:

Tabla 50: Financiamiento

Entidades Financiera	Tasa de interés	Monto
BanEcuador	15 %	Desde \$ 50 hasta \$ 150.000
Banco Pacífico	16 %	Desde \$2000 hasta \$ 30.000

Fuente: Estudio técnico

Por consiguiente, se evaluó las dos entidades financieras de acuerdo con dos factores como la tasa de interés más baja y el monto que ofrecen estas instituciones, por ende, se ha determinado que la propuesta se va a financiar a través de BanEcuador.

4.2.2.2 Capacidad Instalada

De acuerdo en los resultados del estudio de mercado en el balance demanda oferta, se determinó una demanda insatisfecha de 6.443 unidades al año. Sin embargo, no se pretende cubrir el 100% de la demanda insatisfecha debido a que existen distintos proveedores de repuestos automotrices quienes son nuestra principal competencia, por ende, la propuesta se enfocará en el 78% de la población que muestra insatisfacción con su actual proveedor identificada en la pregunta 11 de la encuesta, este porcentaje puede aumentar en períodos posteriores.

A continuación se detalla la capacidad instalada del proyecto:

Tabla 51:Capacidad instalada

Demanda insatisfecha en unidades	Porcentaje	Capacidad instalada en unidades
6.443	78%	5.026

Fuente: Estudio de mercado

4.2.3 Ingeniería del proyecto

El objetivo de determinar la ingeniería del proyecto es conocer los recursos necesarios para poner a iniciar las actividades, para lo cual se debe establecer las características del espacio físico acorde a las exigencias necesarias para ofrecer un servicio de calidad.

4.2.3.1 Diseño de proyecto

El local comercial dispondrá de un área de 52.m² que estará distribuido en las diferentes áreas:

Tabla 52.Descripción del espacio físico

Áreas	Descripción
Área Administrativa	En esta área se ubicará la oficina del gerente general con sus respectivos muebles y equipos de oficina, quien realizará las actividades administrativas de la empresa como son la planificación de los diferentes recursos, supervisión de las actividades, y control general de la entidad.
Área de ventas	En esta área se implementará la oficina donde se comercializará los diferentes repuestos automotrices, mismo que cuenta con un escritorio con sus respectivos equipos de cómputo y sus suministros de oficina.

Área de recaudación	El área de recaudación estará equipada con sus muebles y equipos de cómputo, donde se realizará la cobranza una vez efectuada la venta, también se cobrará pagos atrasados con la correspondiente facturación y será el área donde el encargado de realizar los registros de las transacciones que realice la entidad.
Bodega	El área de bodega será un espacio destinado a la recepción y almacenamiento de productos automotrices donde permanecerá hasta ser suministradas al cliente. Por ende, se necesita implantar siete estanterías para cada grupo de repuestos con su correspondiente numeración y codificación.
Baño	Se destinará el espacio para el uso del personal que laborará en la empresa y los clientes, con sus respectivos suministros de aseo.
Sala de espera de clientes	Es importante adecuar un área donde los clientes esperen cómodamente el turno para realizar su compra, mismo que, contarán con el distanciamiento respectivo y estará equipada con muebles confortables y elementos de desinfección.

Fuente: Elaboración propia según Estudio Técnico

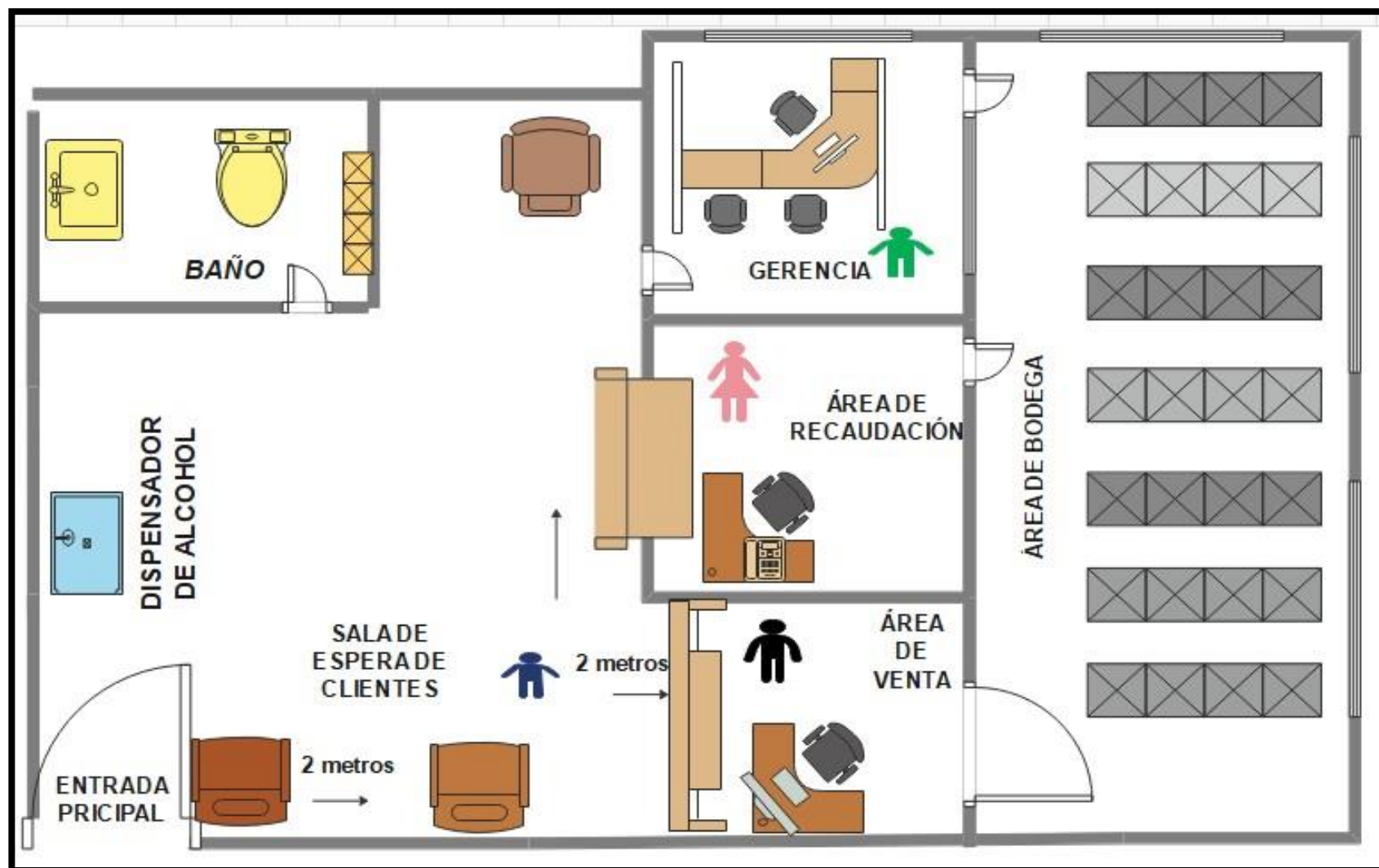


Figura 43: Espacio físico del local comercial

Fuente: Estudio técnico

4.2.3.2 Descripción técnica de los repuestos automotrices

Los repuestos automotrices que se van a ofertar en el local comercial se han seleccionado por grupos, mismos que se ha realizado fichas técnicas donde muestra las características que posee los repuestos.

Tabla 53: Especificaciones técnicas de repuestos para motor

Grupo	Detalle	Tipo de Repuesto	Características	Marcas de vehículos		
Motor	Kit de distribución	Original	<ul style="list-style-type: none"> Los rodillos tensores son automáticos y su doble línea de bolas permite un rodamiento dócil y una vida útil más larga de la correa. Calidad del empaquetado evita cualquier golpe o riesgo de contaminación por grasa y por una incorrecta manipulación de la correa. 	<ul style="list-style-type: none"> Chevrolet Mazda Toyota Suzuki 		
			Bomba de agua	Original	<ul style="list-style-type: none"> Paquete de juntas de anillos deslizantes de gran calidad Rodamientos sin mantenimiento y de larga vida útil. Ruedas-hélices de plástico, acero, aluminio o latón optimizadas para el flujo. 	<ul style="list-style-type: none"> Chevrolet Mazda Toyota Hyundai
					Rodamientos	Genérico

Fuente: Investigación directa de proveedores

Tabla 54: Especificaciones técnicas de repuestos de frenos

Grupo	Detalle	Tipo de Repuesto	Características	Marcas de vehículos
Frenos	Zapatas	Original	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor capacidad de frenado • Mejor protección contra agentes contaminantes de exteriores 	<ul style="list-style-type: none"> • Chevrolet • Mazda • Toyota • Suzuki
	Líquido de frenos	Genérico	<ul style="list-style-type: none"> • Larga duración y eficiencia en transmisión de la presión de frenado de manera inmediata. 	<ul style="list-style-type: none"> • Chevrolet • Mazda • Nissan • Hyundai
	Zapatillas	Original	<ul style="list-style-type: none"> • Larga durabilidad y alto grado de eficacia 	<ul style="list-style-type: none"> • Chevrolet • Mazda • Toyota • Suzuki

Fuente: Investigación directa de proveedores

Tabla 55: Especificaciones técnicas de repuestos para caja de cambios

Grupo	Detalle	Tipo de Repuesto	Características	Marcas de vehículo
Caja	Rodamientos	Original	<ul style="list-style-type: none"> • Alta capacidad de carga. • Adecuados en elevadas velocidades de giro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Chevrolet • Mazda • Toyota • Suzuki

Sincronizadores	Original	<ul style="list-style-type: none"> • Genera facilidad de cambio de marcha. • Sincronización idónea de engranajes. • Material sólido y resistente 	<ul style="list-style-type: none"> • Chevrolet • Mazda • Toyota • Suzuki
Kit de embrague	Original	<ul style="list-style-type: none"> • Brinda mayor seguridad a la conducción y genera durabilidad del sistema de embrague. • Componentes de alta calidad Alta resistencia al desgaste. 	<ul style="list-style-type: none"> • Chevrolet • Mazda • Toyota • Suzuki • Nissan • Hyundai

Fuente: Investigación directa de proveedores

Tabla 56: Especificaciones técnicas de repuestos de suspensión

Grupo	Detalle	Tipo de Repuesto	Características	Marcas de vehículo
Suspensión	Rulemanes	Original	<ul style="list-style-type: none"> • Excelente suavidad de marcha tanto a alta como a baja velocidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Chevrolet
			<ul style="list-style-type: none"> • Resistencia a la corrosión 	<ul style="list-style-type: none"> • Nissan
			<ul style="list-style-type: none"> • Larga durabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Hyundai
	Bujes	Original	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborados con materiales flexibles que ayudan a la amortiguación y la estabilización del vehículo 	<ul style="list-style-type: none"> • Chevrolet • Mazda • Toyota
	Amortiguadores	Original	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor control sobre la dirección y frenos. • Mejora la acción de frenado 	<ul style="list-style-type: none"> • Chevrolet • Mazda • Hyundai

Fuente: Investigación directa de proveedores

Tabla 57: Especificaciones técnicas de repuestos de transmisión

Grupo	Detalle	Tipo de Repuesto	Características	Marcas de vehículo
Transmisión	Corona y cono	Original	<ul style="list-style-type: none"> • Genera menor desgaste de neumáticos. • Alta templabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Chevrolet • Mazda • Nissan • Hyundai
	Planetarios	Original	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora el alineamiento del engranaje • Mejor estabilidad del vehículo 	<ul style="list-style-type: none"> • Chevrolet • Mazda • Nissan • Hyundai

Fuente: Investigación directa de proveedores

Tabla 58: Especificaciones técnicas de repuestos de direcciones

Grupo	Detalle	Tipo de Repuesto	Características	Marcas de vehículos
Direcciones	Retenes	Original	<ul style="list-style-type: none"> • Larga duración garantizada • Contiene el soporte metálico • Fabricada en acero inoxidable 	<ul style="list-style-type: none"> • Chevrolet • Mazda • Toyota • Suzuki • Nissan
	Axiales	Original	<ul style="list-style-type: none"> • Reduce el desgaste asimétrico de los neumáticos. • Elaborados en fibra de carbono 	<ul style="list-style-type: none"> • Chevrolet • Mazda • Toyota • Suzuki • Nissan

Fuente: Investigación directa de proveedores

Tabla 59: Especificaciones técnicas de repuestos de mantenimientos

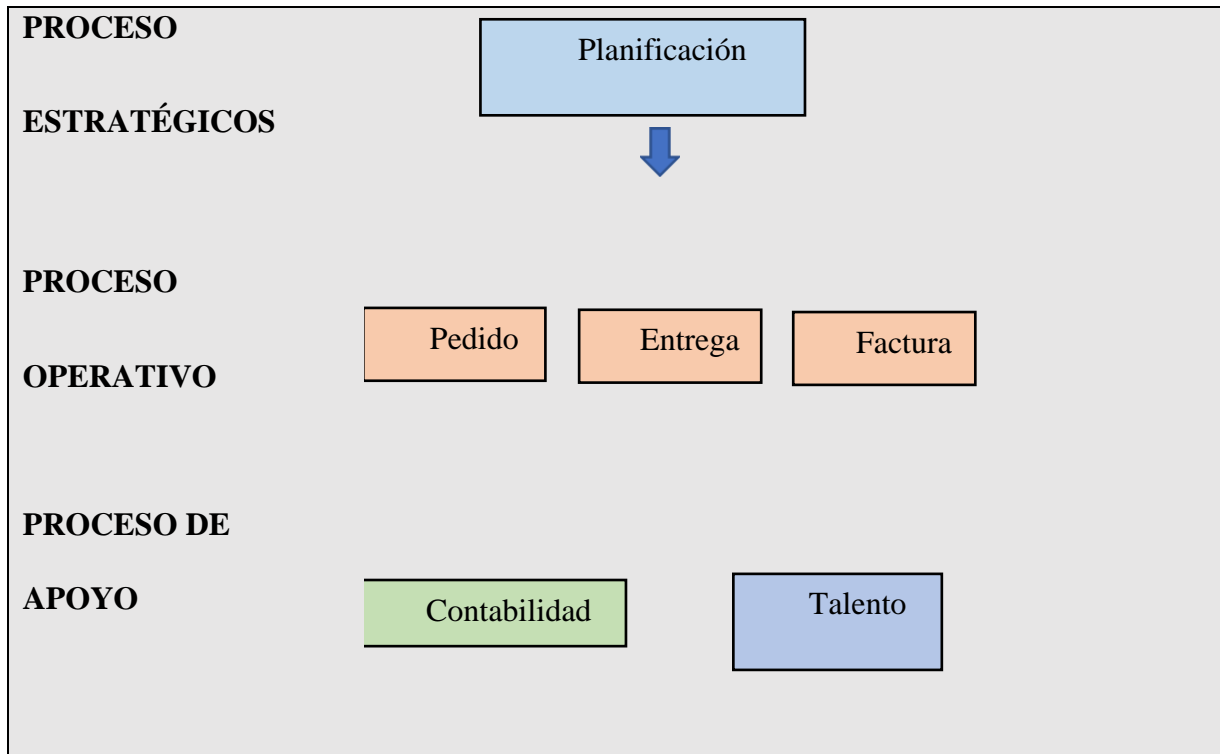
Grupo	Detalle	Tipo de Repuesto	Características	Marcas de vehículos
Mantenimientos	Filtro de aire	Original	<ul style="list-style-type: none"> Filtro especial evita el ingreso de todo tipo de impurezas. Eliminan las partículas de polvo mayores a 0,3 micrómetros. 	<ul style="list-style-type: none"> Chevrolet Mazda Toyota Suzuki
		Genéricos		
	Filtro de aceite	Original	<ul style="list-style-type: none"> Válvula de sobrecarga garantiza el flujo de aceite de manera idónea Elaborado con materiales metálicos que eviten la corrosión 	<ul style="list-style-type: none"> Chevrolet Mazda Toyota Nissan
	Genéricos			
	Bomba de combustible	Original	<ul style="list-style-type: none"> Durabilidad y alta calidad de eficacia Optimización de la cantidad de suministro de combustible Alta estabilidad de rodadura 	<ul style="list-style-type: none"> Chevrolet Mazda Toyota Suzuki Nissan Hyundai

Fuente: Investigación directa de proveedores

4.2.3.3 Procesos: Estratégicos, operativos, apoyo

Para la ejecución del proyecto de manera eficiente y eficaz es importante considerar los procesos estratégicos, operativos y de apoyo como se presenta a continuación:








Tabla 60: Mapa de procesos



Fuente: Elaborado por las autoras según información de (Álvarez, 2013)

Además, se estableció el diagrama de flujo de los procedimientos operativos del proyecto, por ende, para comprender el flujo de procesos se debe definir las funciones oportunas, mismo que se realizará con la simbología basada en la normativa American National Standard Institute (ANSI).

Tabla 61: Simbología ANSI

Símbolo	Significado	Uso
	Inicio / Fin	Muestra el inicio y el final del proceso.
	Actividades	Indica una actividad dentro del proceso.
	Decisión	Señalar las posibles opciones de decisión.
	Documento	Indica un documento utilizado en el proceso
	Conexión de página	Muestra la continuación del diagrama de flujo en otra página
	Líneas de conexión del diagrama de flujo	Une las actividades de los procesos.
	Almacenar	Guardar un documento o información.

Fuente: Normativa ANSI para diagrama de flujos

Proceso de adquisición de inventarios

- ✓ El proceso para adquirir mercancías a los proveedores empieza por hacer una lista de los productos necesarios para satisfacer la demanda esto con base a los resultados del estudio de mercado y la cotización de precios de los diferentes proveedores.
- ✓ Se procede a elegir el proveedor que oferte los precios convenientes con los que se pueda posicionar en el mercado y conjuntamente realizar el pedido para proceder a concretar la compra.
- ✓ Se planea recibir la mercadería por parte de los proveedores con la respectiva documentación y se realizara un control de calidad para verificar el buen estado de los productos.
- ✓ El vendedor es el encargado de recibir e inspeccionar si el pedido ha llegado con las especificaciones necesarias, que en caso de no existir inconvenientes se procede a registrar en el sistema y actualizar los inventarios, caso contrario se procede a devolver el pedido.
- ✓ El bodeguero procede a almacenar en la bodega los productos adquiridos para tener un amplio stock disponible.
- ✓ El personal encargado de la recaudación se encargará de realizar los pagos a los proveedores, registrar las transacciones y proceder a ejecutar la factura por la compra realizada.

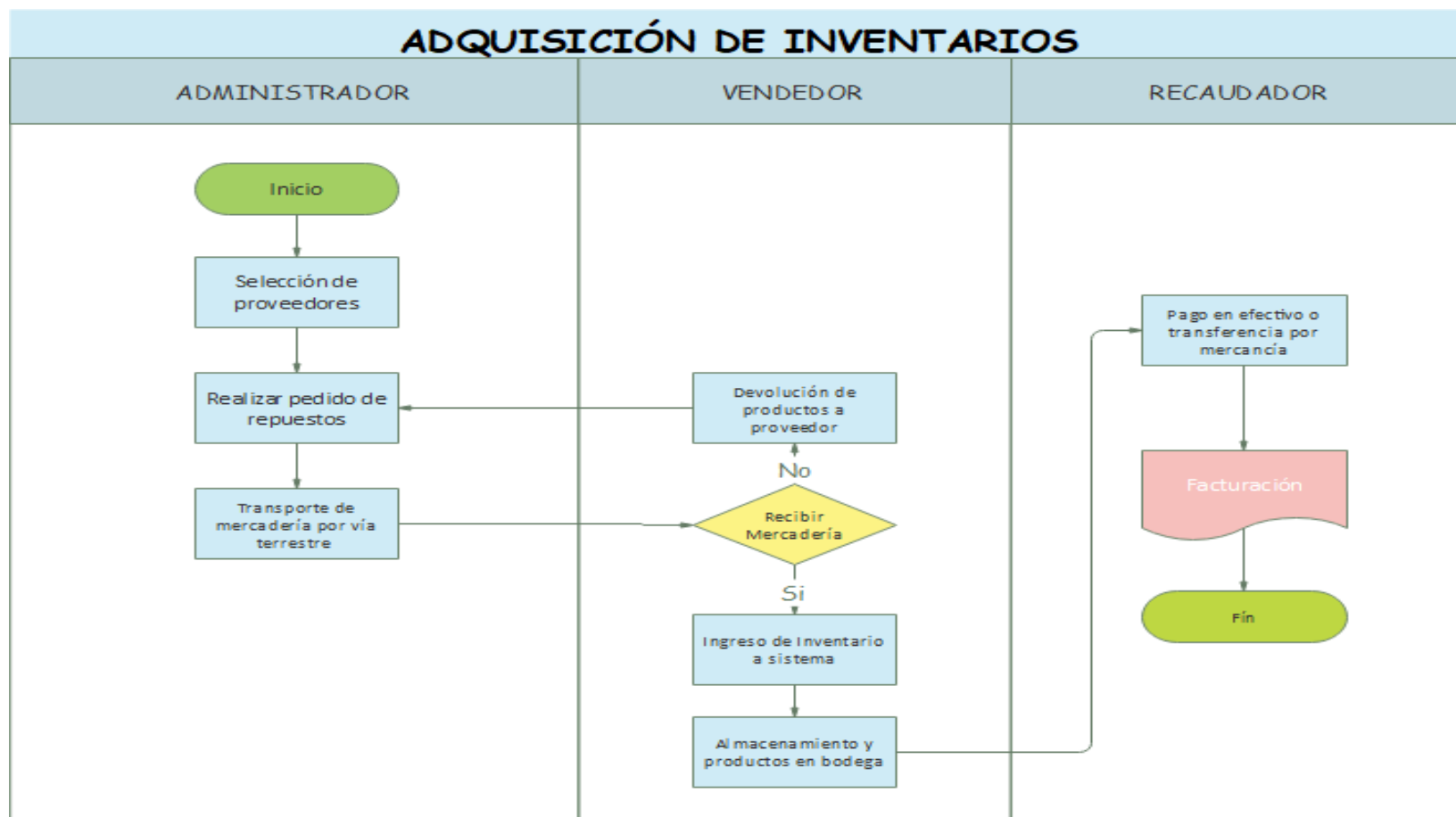


Figura 44: Diagrama de flujo de procesos de adquisición de inventario.

Fuente: (Álvarez, 2013)

Proceso de comercialización

El proceso de comercialización inicia cuando el cliente acude al local comercial de repuestos automotrices, es atendido por el vendedor mismo que toma el pedido y procede a verificar la existencia en stock, en caso de que exista el repuesto deseado procede a realizar la compra y recibe el producto para dirigirse al área de recaudación quien efectuará el cobro y procederá a entregar la factura dando por terminado el proceso de comercialización.

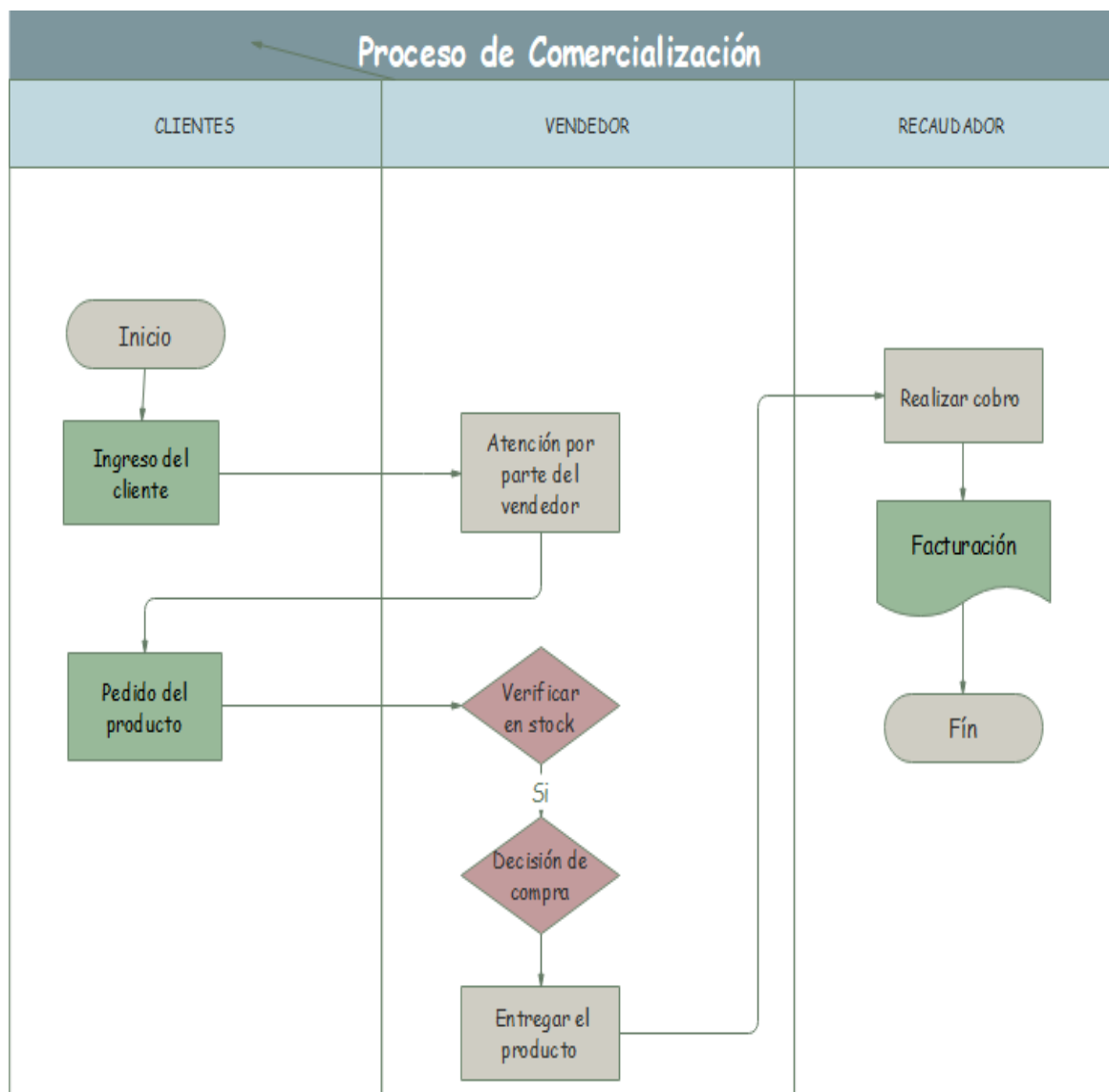


Figura 45: Diagrama del proceso de comercialización
Fuente: (Álvarez, 2013)

4.2.3.4 Inversión del proyecto

El objetivo de determinar el monto de la inversión del proyecto es conocer los recursos que serán necesarios para poner en marcha el proyecto mismo que debe analizar los gastos administrativos y operativos y conocer si se conformara con una inversión fija, inversión intangible y el capital de trabajo.


4.2.3.4.1 Inversión tangible

Para determinar los costos incurridos es necesario realizar una inversión en activos dependiendo el giro de negocio que se vaya a implementar, mismo que será útil para el cumplimiento de las actividades y que se espera obtener beneficios.

Equipos de computación

Para el giro de negocio es necesario implementar equipos de cómputo que son necesarios para el desempeño de las actividades, en este caso se considera necesario se realice la adquisición de 3 computadoras de escritorio y una impresora multifuncional que se detalla las características a continuación:

Tabla 62:Equipo de computo

Ilustración	Producto	Características	Q	Precio Unitario	Precio Total
	Computador de Escritorio	-Procesador Intel Core i7 -Disco duro de 1.000 GB -Memoria RAM de 6 GB Pantalla de 16''	3	\$1800,00	\$5400,00





		Modelo	1		
		6121MFPV/N			
	Impresora	Resolución de		\$800,00	\$1200,00
	Multifuncional	1200 x 600 PPP			
		Memoria de 128 MB			
TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTO				\$6600,00	

Fuente: Estudio Técnico

Muebles y enseres

La comercializadora necesitará muebles de calidad de material de acero inoxidable mismo que es durable y fácil de limpiar para que cumpla con su vida útil planificada.

Tabla 63 :Muebles y enseres

Ilustración	Producto	Características	Q	Precio Unitario	Precio Total
	Escritorio	Fabricado en metal con dimensiones de 1 m por 1,70 de largo	3	\$200,00	\$600,00
	Sillas	Silla giratoria ergonómica	3	\$120,00	\$360,00
	Perchas	Estanterías con cuatro divisiones 2 m de altura	7	\$ 80,00	\$560,00
	Sillones	Silla sofá multiusos.	3	\$100,00	\$300,00



Archivador	Fabricado en metal con 3 gavetas	2	\$290,00	\$580,00
------------	----------------------------------	---	----------	----------

TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES

\$2400,00

Fuente: Estudio Técnico

4.2.3.4.2 Inversión Intangible

La inversión intangible hace referencia a gastos referentes a gastos de constitución, registro de patentes, y solicitud de permisos necesarios para el funcionamiento de la entidad por lo general se realiza una vez al año.

Tabla 64: Gasto constitución

Descripción	Total
Gastos de constitución	\$ 500,00
Patente municipal	\$ 100,00
Permiso funcionamiento	\$ 80,00
Permiso de bomberos	\$ 80,00
Total	\$ 760,00

Fuente: Estudio Técnico

Tabla 65: Gastos instalación

Descripción	Total
Adecuación de instalaciones	\$ 3000,00
Total	\$ 3000,00

Fuente: Estudio Técnico

4.2.3.4.3 Gastos de operación

✓ Costos de Inventarios

Los costos de los repuestos se establecen con el precio que asigna el proveedor, así también se debe establecer la cantidad de repuestos que se necesitara anualmente para la comercialización.

Tabla 66: Costo de inventarios

Categoría de grupo	Producto (repuesto)	Q	Costo unitario	Costo total
Motor	Kit de distribución	311	\$ 79,75	\$ 24.802,25
	Bomba de agua	225	\$ 34,25	\$ 7.706,25
	Rodamientos	184	\$ 49,50	\$ 9.108,00
Frenos	Zapatatas	299	\$ 16,80	\$ 5.023,20
	Líquido de frenos	235	\$ 3,50	\$ 822,50
	Zapatillas	197	\$ 12,50	\$ 2.462,50
Caja	Rodamientos	291	\$ 34,58	\$ 10.062,78
	Sincronizadores	249	\$ 95,35	\$ 23.742,15
	Kit de embrague	169	\$ 69,60	\$ 11.762,40
Suspensión	Rulimanes	299	\$ 34,75	\$ 10.390,25
	Bujes	224	\$ 20,00	\$ 4.480,00
	Amortiguadores	202	\$ 95,64	\$ 19.319,28
Transmisión	Corona y cono	358	\$ 100,78	\$ 36.079,24
	Planetarios	347	\$ 60,60	\$ 21.028,20
Direcciones	Retenes	363	\$ 28,50	\$ 10.345,50
	Axiales	348	\$ 17,00	\$ 5.916,00
Mantenimientos	Filtro de aire	297	\$ 3,20	\$ 950,40
	Filtro de aceite	209	\$ 2,41	\$ 503,69
	Bomba de combustible	219	\$ 22,34	\$ 4.892,46
TOTAL		5026		\$ 209.397,05

Fuente: Estudio técnico

Para la comercialización de los repuestos automotrices se determinará el precio de venta al público, mediante la imposición de un margen de ganancia. Además, se consideró el análisis de precios de la competencia para fijar precios accesibles al público objetivo.

El margen de utilidad varía el porcentaje desde 15% hasta el 50% en diferentes productos, ya que existen productos que son altamente demandados, estos porcentajes se han establecido con un análisis de precios de mercado de cada producto. Mismos que, se han establecido por debajo de los niveles de precios de la competencia.

Tabla 67 :Costo de Kit de distribución

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Kit de distribución		311	\$ 79,75	\$ 24.802,25
Margen de utilidad	35%		\$ 27,91	\$ 8.680,79
PVP			\$ 107,66	\$ 33.483,04

Fuente: Estudio Técnico

Tabla 68:Costo de Bomba de Agua

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Bomba de agua		225	\$ 34,25	\$ 7.706,25
Margen de utilidad	30%		\$ 10,28	\$ 2.311,88
PVP			\$ 44,53	\$ 10.018,13

Fuente: Estudio Técnico

Tabla 69:Costo de Rodamientos

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Rodamientos		184	\$ 49,50	\$ 9.108,00
Margen de utilidad	40%		\$ 19,80	\$ 3.643,20
PVP			\$ 69,30	\$ 12.751,20

Fuente: Estudio Técnico

Tabla 70:Costo de Zapatas

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Zapatatas		299	\$ 16,80	\$ 5.023,20
Margen de utilidad	40%		\$ 6,72	\$ 2.009,28
PVP			\$ 23,52	\$ 7.451,08

Fuente: Estudio Técnico

Tabla 71 :Costo de Líquido de Frenos

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Líquido de frenos		235	\$ 3,50	\$ 822,50
Margen de utilidad	45%		\$ 1,93	\$ 452,38
PVP			\$ 5,43	\$ 1.274,88

*Fuente: Estudio Técnico***Tabla 72** :Costo de Zapatillas

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Zapatillas		197	\$ 12,50	\$ 2.462,50
Margen de utilidad	40%		\$ 4,63	\$ 911,13
PVP			\$ 17,13	\$ 3.373,63

*Fuente: Estudio Técnico***Tabla 73**:Costo de Rodamientos

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Rodamientos		291	\$ 34,58	\$ 10.062,78
Margen de utilidad	40%		\$ 10,37	\$ 3.018,83
PVP			\$ 44,95	\$ 13.081,61

*Fuente: Estudio Técnico***Tabla 74**:Costo de Sincronizadores

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Sincronizadores		249	\$ 114,35	\$ 28.473,15
Margen de utilidad	30%		\$ 11,44	\$ 2.847,32
PVP			\$ 125,79	\$ 31.320,47

*Fuente: Estudio Técnico***Tabla 75**:Costo de Kit de Embrague

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Kit de embrague		169	\$ 74,60	\$ 12.607,40
Margen de utilidad	40%		\$ 11,19	\$ 1.891,11
PVP			\$ 85,79	\$ 14.498,51

*Fuente: Estudio Técnico***Tabla 76**:Costo de Rulimanos

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Rulimanos		299	\$ 34,75	\$ 10.390,25
Margen de utilidad	40%		\$ 8,69	\$ 2.597,56
PVP			\$ 43,44	\$ 12.987,81

Fuente: Estudio Técnico

Tabla 77: Costo de Bujes

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Bujes		224	\$ 20,00	\$ 4.480,00
Margen de utilidad	40%		\$ 7,00	\$ 1.568,00
PVP			\$ 27,00	\$ 6.048,00

*Fuente: Estudio Técnico***Tabla 78:** Costo de Amortiguadores

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Amortiguadores		202	\$ 95,64	\$ 19.319,28
Margen de utilidad	15%		\$ 14,35	\$ 2.897,89
PVP			\$ 109,99	\$ 22.217,17

*Fuente: Estudio Técnico***Tabla 79 :** Costo de Corona y Cono

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Corona y cono		358	\$ 124,78	\$ 44.671,24
Margen de utilidad	15%		\$ 9,98	\$ 3.573,70
PVP			\$ 134,76	\$ 48.244,94

*Fuente: Estudio Técnico***Tabla 80:** Costo de Planetarios

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Planetarios		347	\$ 70,60	\$ 24.498,20
Margen de utilidad	10%		\$ 7,06	\$ 2.449,82
PVP			\$ 77,66	\$ 26.948,02

*Fuente: Estudio Técnico***Tabla 81:** Costo de Retenes

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Retenes		363	\$ 38,50	\$ 13.975,50
Margen de utilidad	20%		\$ 7,70	\$ 2.795,10
PVP			\$ 46,20	\$ 16.770,60

*Fuente: Estudio Técnico***Tabla 82:** Costo de Axiales

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Axiales		348	\$ 17,00	\$ 5.916,00
Margen de utilidad	30%		\$ 5,10	\$ 1.774,80
PVP			\$ 22,10	\$ 7.690,80

Fuente: Estudio Técnico

Tabla 83 :Costo de Filtro de Aire

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Filtro de aire		297	\$ 3,20	\$ 950,40
Margen de utilidad	50%		\$ 1,60	\$ 475,20
PVP			\$ 4,80	\$ 1.425,60

Fuente: Estudio Técnico

Tabla 84:Costo de Filtro de Aceite

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Filtro de aceite		209	\$ 2,41	\$ 503,69
Margen de utilidad	50%		\$ 1,21	\$ 251,85
PVP			\$ 3,62	\$ 755,54

Fuente: Estudio Técnico

Tabla 85:Costo de Bomba de Combustible

Detalle	Porcentaje	Q	Costo unitario	Costo total
Bomba de Combustible		219	\$ 22,34	\$ 4.892,46
Margen de utilidad	30%		\$ 6,70	\$ 1.467,74
PVP			\$ 29,04	\$ 6.360,20

Fuente: Estudio Técnico

- **Costo Anual de Repuestos**

Tabla 86 :Costo anual de repuestos

Categoría de grupo	Producto (repuesto)	Q	Costo total
Motor	Kit de distribución	311	\$ 24.802,25
	Bomba de agua	225	\$ 7.706,25
	Rodamientos	184	\$ 9.108,00
Frenos	Zapatatas	299	\$ 5.023,20
	Líquido de frenos	235	\$ 822,50
	Zapatillas	197	\$ 2.462,50
Caja	Rodamientos	291	\$ 10.062,78
	Sincronizadores	249	\$ 23.742,15
	Kit de embrague	169	\$ 11.762,40
Suspensión	Rulimanes	299	\$ 10.390,25
	Bujes	224	\$ 4.480,00
	Amortiguadores	202	\$ 19.319,28
Transmisión	Corona y cono	358	\$ 36.079,24
	Planetarios	347	\$ 21.028,20
Direcciones	Retenes	363	\$ 10.345,50
	Axiales	348	\$ 5.916,00
Mantenimientos	Filtro de aire	297	\$ 950,40
	Filtro de aceite	209	\$ 503,69
	Bomba de combustible	219	\$ 4.892,46
TOTAL		5026	\$ 209.397,05

Fuente: Estudio Técnico

En la comercialización de repuestos se debe considerar el 12% de Impuesto al Valor Agregado mismo que se considera para la inversión, mismo que se muestra en la siguiente tabla el valor por cada producto que será comercializado.

Tabla 87: Cálculo del IVA

Producto	Base Imponible	IVA 12 %
Kit de distribución	\$ 24.802,25	\$ 2.976,27
Bomba de agua	\$ 7.706,25	\$ 924,75
Rodamientos	\$ 9.108,00	\$ 1.092,96
Zapatás	\$ 5.023,20	\$ 602,78
Líquido de frenos	\$ 822,50	\$ 98,70
Zapatillas	\$ 2.462,50	\$ 295,50
Rodamientos	\$ 10.062,78	\$ 1.207,53
Sincronizadores	\$ 23.742,15	\$ 2.849,06
Kit de embrague	\$ 11.762,40	\$ 1.411,49
Rulimanes	\$ 10.390,25	\$ 1.246,83
Bujes	\$ 4.480,00	\$ 537,60
Amortiguadores	\$ 19.319,28	\$ 2.318,31
Corona y cono	\$ 36.079,24	\$ 4.329,51
Planetarios	\$ 21.028,20	\$ 2.523,38
Retenes	\$ 10.345,50	\$ 1.241,46
Axiales	\$ 5.916,00	\$ 709,92
Filtro de aire	\$ 950,40	\$ 114,05
Filtro de aceite	\$ 503,69	\$ 60,44
Bomba de agua	\$ 4.892,46	\$ 587,10
TOTAL	\$ 209.397,05	\$ 25.127,65

Fuente: Estudio Técnico

4.2.3.4.4 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son los que no están vinculados con la actividad económica dentro de la comercialización, pero son necesarios para el funcionamiento de la organización.

✓ Servicios básicos

Los servicios básicos que serán necesarios para el funcionamiento de la microempresa son agua potable, internet, teléfono y electricidad mismos que se cancelara de manera mensual.

Tabla 88: Servicios Básicos

Detalle	Gasto Mensual		Gasto Anual	
Agua Potable	\$	12,00	\$	144,00
Electricidad	\$	30,00	\$	360,00
Teléfono	\$	18,00	\$	216,00
Internet	\$	27,00	\$	324,00
Total de valor a pagar por servicios básicos			\$	1.044,00

Fuente: Estudio Técnico

✓ Gastos de Arriendo

El gasto del local se deberá efectuar mensualmente por un espacio físico donde funcionará el negocio.

Tabla 89: Gasto arriendo

Detalle	Gasto Mensual		Gasto Anual	
Arriendo	\$	250,00	\$	3.000,00
Total gasto arriendo			\$	3.000,00

Fuente: Estudio técnico

✓ Remuneraciones del personal administrativo

La remuneración del personal administrativo se debe cumplir ya que son quienes contribuyen al desarrollo de las actividades del negocio.

Tabla 90: Remuneración de personal administrativo







Cargo	Valor Mensual	Valor Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Vacaciones	Ingreso Anual
Administrador	\$ 400,00	\$4.800,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 583,20	\$ 200,00	\$ 6.383,20
Contador	\$ 400,00	\$4.800,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 583,20	\$ 200,00	\$ 6.383,20
TOTAL Sueldos Administrativos							\$12.766,40

Fuente: Estudio técnico

✓ Suministros de oficina

Los suministros de oficina son necesarios para desempeñar las actividades diarias de la empresa, es decir se ocupa en cualquier área.

Tabla 91: Suministros de oficina







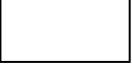



Ilustración	Producto	Característica	Q	Precio Unitario	Precio Total
	Hojas	Formato A4	4	\$5,00	\$20,00
	Porta documentos	Elaborado en acero inoxidable	2	\$5,00	\$10,00
	Engrapadoras	Modelo Rapid E15	2	\$6,00	\$12,00
	Desengrapadoras	Modelo Petrus 260	3	\$2,00	\$6,00
	Carpeta Folders	23.5cm ancho x 34.5cm largo	7	\$3,00	\$21,00
	Artículos de papelería	Lapiceros, clips, grapas	1	\$10,00	\$10,00
TOTAL DE SUMINISTROS DE OFICINA					\$79,00

Fuente: Estudio Técnico

Materiales de aseo y limpieza

Los materiales de aseo son artículos necesarios para poder brindar un ambiente limpio del espacio físico.

Tabla 92: Materiales de Aseo y limpieza

Ilustración	Producto	Q	Precio Unitario	Precio Total
	Escoba	1 unidad	\$ 3,00	\$3,00
	Trapeador	1 unidad	\$ 5,00	\$ 5,00
	Recogedor	1 unidad	\$ 3,00	\$ 3,00
	Basurero	3 unidad	\$ 4,00	\$ 12,00
	Desinfectante	6 GL.	\$4,50	\$ 27,00
	Alcohol antiséptico	12 GL.	\$ 5,00	\$ 60,00
	Cloro	6 GL	\$ 2,50	\$ 15,00
	Jabón líquido	12	\$ 2,00	\$ 24,00
	Mascarilla N95	20	\$ 1,20	\$ 24,00
	Dispensador de gel alcohol.	4	\$ 12,00	\$ 48,00
TOTAL DE SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA			\$ 221,00	

Fuente: Estudio Técnico

4.2.3.4.5 Gasto de ventas

Los gastos de ventas se refieren a los egresos del área de ventas, así como la remuneración del personal, gasto publicidad, gasto de suministros y materiales de oficina.

Remuneración del personal de ventas

Con respecto a la remuneración al personal de ventas, consideramos en la nómina al vendedor y recaudador que se encargaran del proceso de la venta de los repuestos vehiculares, en la siguiente tabla se detalla sus remuneraciones con sus respectivos beneficios sociales generando el valor total a pagar con el total anual.

Tabla 93: Remuneración de personal de ventas

Cargo	Valor Mensual	Valor Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Vacaciones	Ingreso Anual
Vendedor	\$ 400,00	\$4.800,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 583,20	\$ 200,00	\$ 6.383,20
Recaudador	\$ 400,00	\$4.800,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 583,20	\$ 200,00	\$ 6.383,20
Total sueldos de área de ventas							\$12.766,40

Fuente: Estudio Técnico

Gasto publicidad

Las erogaciones de publicidad se desglosan en página web, anuncios publicitarios a través de redes sociales más utilizadas, y el rótulo colocará en el negocio como se presenta a continuación:

Tabla 94 :Gasto de publicidad

Concepto	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Página web	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Redes sociales (anuncios)	25	\$ 2,00	\$ 50,00
Tarjeta de presentación en papel couché	100	\$ 0,17	\$ 17,00
Rótulo de caja a luz de 1,50 x 4 metros	1	\$ 265,00	\$ 265,00
Total			\$ 582,00

Fuente: Estudio Técnico

Suministros de oficina

Para realizar las tareas del área de ventas, se utilizará diferentes suministros de oficina, en la siguiente tabla de detalla las erogaciones correspondientes a este rubro.

Tabla 95: Suministros de Oficina del área de ventas

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor anual
Rollos de impresora	2 docenas	\$ 3,50	\$ 7,00
Esferos	1 caja	\$ 6,50	\$ 6,50
Facturas	2 factureros	\$ 5,00	\$ 10,00
Carpeta archivadora	1 unidad	\$ 1,50	\$ 1,50
Grapadora	1 unidad	\$ 6,00	\$ 6,00
Total		\$ 22,50	\$ 31,00

Fuente: Estudio Técnico

Capital de trabajo

El cálculo para obtener el capital del trabajo se basó en el Método del Periodo de Desfase, considerando la cantidad de recursos para financiar los costos y gasto de operación , desde que inicia el proceso hasta su recuperación, en el presente proyecto se asignarán rubros de contingencias a las utilidades brutas obtenidas a partir del segundo año, en el caso que existas riesgos futuros, para la definición del capital de trabajo se considera en el ciclo de operación la adquisición de los repuestos automotrices correspondiente a 18 días como se presenta a continuación :

Tabla 96: Ciclo de operación

Actividad	Tiempo	
Adquisición de Productos (Repuestos)	10	días
Periodo de almacenaje	2	días
Tiempo de venta a crédito	6	días
TOTAL	18	días

Fuente: Estudio técnico

Tabla 97: Capital de trabajo

FASE	Días cobertura	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de adquisición de mercadería		\$209.397,05	\$219.173,58	\$229.406,56	\$240.117,31	\$251.328,13
TOTAL COSTO DE ADQUISICIÓN		\$209.397,05	\$219.173,58	\$229.406,56	\$240.117,31	\$251.328,13
Gastos de administración		\$17.110,40	\$17.489,83	\$17.859,01	\$18.236,69	\$18.623,06
Gastos de ventas		\$13.374,40	\$13.721,50	\$14.052,18	\$14.390,70	\$14.737,76
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS		\$30.484,80	\$31.211,33	\$31.911,19	\$32.627,39	\$33.360,81
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN		\$239.881,85	\$250.384,91	\$261.317,75	\$272.744,70	\$284.688,95
CAPITAL DE TRABAJO NETO	18	\$11.829,79	\$12.519,25	\$13.065,89	\$13.637,23	\$14.234,45
INCREMENTO DEL CAPITAL DE TRABAJO		\$11.829,79	\$688,46	\$546,64	\$571,35	\$597,21

Fuente: Estudio Técnico

Inversión total

Referente a la inversión total se consideró la inversión fija, intangible y el capital de trabajo costo necesarios para el inicio de las operaciones de la empresa, como se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 98: Inversión total

Descripción	Valor
Inversión tangible	\$9.000,00
Inversión intangible	\$3.760,00
Capital de Trabajo	\$11.829,79
Total	\$24.589,79

Fuente: Estudio técnico

Financiamiento

La inversión total requerida en el proyecto es de \$24.573,76 del cual el 59.31 % se financiará a través de capital propio y el 40,69% mediante un crédito de BanEcuador para cubrir las operaciones del primer mes de operación.

Tabla 99: Financiamiento

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Capital propio	\$14.589,79	59,33%
Capital financiado	\$10.000,00	40,67%
TOTAL	\$24.589,79	100%

Fuente: Estudio técnico

Conclusión del Estudio Técnico

Una vez concluido el estudio técnico se ha logrado determinar la ubicación exacta que será en la provincia de Imbabura cantón Pimampiro, en el sector urbano específicamente en el barrio San Vicente que este situado en el centro de la ciudad entre las calles Paquisha y Luis A. Martínez, misma que se considera oportuna por la gran afluencia vehicular que existe y en la zona mencionada existen locales comerciales adecuados para cualquier tipo de negocio.

4.3 Estudio Financiero

4.3.1 Introducción

El estudio financiero se realiza con la finalidad de determinar la rentabilidad económica del proyecto mediante la proyección de ingresos y gastos que incurrirán en el transcurso del desarrollo de las actividades, mismos que serán utilizados para la proyección de los estados financieros que revelarán si existe una ganancia al final de un periodo, además proporcionará información pertinente para poder tomar una decisión.

Se realizará el análisis de los indicadores financieros que permitirán conocer la viabilidad, el periodo de recuperación, liquidez y solvencia que tendrá el negocio, datos que son claves para iniciar una idea de negocio.

4.3.2 Objetivo del Estudio Financiero

Elaborar un estudio financiero mediante la proyección de ingresos, costos y gastos para realizar los estados financieros que permitirán conocer la viabilidad financiera del proyecto para los 5 años próximos que se han proyectado.

4.3.3 Presupuesto de la inversión

Ingresos

Los ingresos son entradas de efectivo a causa de las ventas de los productos que se van a ofertar, de esta manera se obtiene al multiplicar el precio de venta por la cantidad de bienes a comercializar.

Proyección de Ingresos

La proyección de los ingresos se realizará con la tasa de crecimiento del sector automotriz de la provincia de Imbabura que es de 4,63% según (Anuario de Estadísticas de Transporte , 2018) sin embargo se ha considerado el 3,61 % ya que existe competencia y no se logrará captar todo el mercado correspondiente a toda la provincia, la proyección del precio se proyectará con base al promedio de la inflación que se tomará como referencia los últimos 5 años que comprende el inicio desde el año 2015 al 2020 mismo que se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 100 : Promedios de la inflación en los últimos 5 años

Año	Porcentaje de Inflación
2015	3,38 %
2016	1,12 %
2017	-0,2 %
2018	0,27 %
2019	0,54 %
Total	5,11 %

Promedio	1,022 %
-----------------	----------------

Fuente: Banco Central del Ecuador

Tabla 101 : Tasa de incremento de cantidad y precio

Tasa de Incremento	
Cantidad	3,61 %
Precios	1,022 %

Fuente: Investigación Directa

Tabla 102 : Proyección de ingresos

PRODUCTOS	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Q	Precio Unit.	Total	Q	Precio Unit.	Total	Q	Precio Unit.	Total	Q	Precio Unit.	Total	Q	Precio Unit.	Total
Kit de distribución	311	\$ 107,66	\$ 33.483,04	322	\$ 108,76	\$35.046,33	334	\$ 109,87	\$ 36.682,60	346	\$111,00	\$38.395,27	358	\$ 112,13	\$ 40.187,91
Bomba de agua	225	\$ 44,53	\$ 10.018,13	233	\$ 44,98	\$10.485,86	242	\$ 45,44	\$ 10.975,43	250	\$ 45,90	\$ 11.487,87	259	\$ 46,37	\$ 12.024,22
Rodamientos	184	\$ 69,30	\$ 12.751,20	191	\$ 70,01	\$13.346,54	198	\$ 70,72	\$ 13.969,68	205	\$ 71,45	\$ 14.621,91	212	\$ 72,18	\$ 15.304,59
Zapatatas	299	\$ 23,52	\$ 7.032,48	310	\$ 23,76	\$ 7.360,82	321	\$ 24,00	\$ 7.704,49	333	\$ 24,25	\$ 8.064,20	345	\$ 24,50	\$ 8.440,71
Líquido de frenos	235	\$ 5,08	\$ 1.192,63	243	\$ 5,13	\$ 1.248,31	252	\$ 5,18	\$ 1.306,59	261	\$ 5,23	\$ 1.367,59	271	\$ 5,29	\$ 1.431,44
Zapatillas	197	\$ 17,50	\$ 3.447,50	204	\$ 17,68	\$ 3.608,46	211	\$ 17,86	\$ 3.776,94	219	\$ 18,04	\$ 3.953,28	227	\$ 18,23	\$ 4.137,85
Rodamientos	291	\$ 48,41	\$ 14.087,89	302	\$ 48,91	\$14.745,64	312	\$ 49,41	\$ 15.434,10	324	\$ 49,91	\$ 16.154,70	335	\$ 50,42	\$ 16.908,95
Sincronizadores	249	\$ 123,96	\$ 30.864,80	258	\$ 125,22	\$32.305,84	267	\$ 126,50	\$33.814,17	277	\$127,79	\$ 35.392,91	287	\$ 129,10	\$ 37.045,37
Kit de embrague	169	\$ 97,44	\$ 16.467,36	175	\$ 98,44	\$17.236,20	181	\$ 99,44	\$18.040,94	188	\$100,46	\$ 18.883,26	195	\$ 101,48	\$ 19.764,90
Rulimanes	299	\$ 48,65	\$ 14.546,35	310	\$ 49,15	\$15.225,50	321	\$ 49,65	\$15.936,37	333	\$ 50,16	\$ 16.680,42	345	\$ 50,67	\$ 17.459,21
Bujes	224	\$ 28,00	\$ 6.272,00	232	\$ 28,29	\$ 6.564,83	240	\$ 28,58	\$ 6.871,34	249	\$ 28,87	\$ 7.192,15	258	\$ 29,16	\$ 7.527,95
Amortiguadores	202	\$ 109,99	\$ 22.217,17	209	\$ 111,11	\$23.254,47	217	\$ 112,25	\$24.340,19	225	\$113,39	\$ 25.476,61	233	\$ 114,55	\$ 26.666,09
Corona y cono	358	\$ 108,84	\$ 38.965,58	371	\$ 109,95	\$40.784,84	384	\$ 111,08	\$42.689,04	398	\$112,21	\$ 44.682,15	413	\$ 113,36	\$ 46.768,31
Planetarios	347	\$ 66,66	\$ 23.131,02	360	\$ 67,34	\$24.210,98	373	\$ 68,03	\$25.341,37	386	\$ 68,72	\$ 26.524,53	400	\$ 69,43	\$ 27.762,93
Retenes	363	\$ 34,20	\$ 12.414,60	376	\$ 34,55	\$12.994,22	390	\$ 34,90	\$13.600,91	404	\$ 35,26	\$ 14.235,92	418	\$ 35,62	\$ 14.900,58
Axiales	348	\$ 22,10	\$ 7.690,80	361	\$ 22,33	\$ 8.049,88	374	\$ 22,55	\$ 8.425,72	387	\$ 22,78	\$ 8.819,10	401	\$ 23,02	\$ 9.230,86
Filtro de aire	297	\$ 4,80	\$ 1.425,60	308	\$ 4,85	\$ 1.492,16	319	\$ 4,90	\$ 1.561,83	330	\$ 4,95	\$ 1.634,75	342	\$ 5,00	\$ 1.711,07
Filtro de aceite	209	\$ 3,62	\$ 755,54	217	\$ 3,65	\$ 790,81	224	\$ 3,69	\$ 827,73	232	\$ 3,73	\$ 866,38	241	\$ 3,77	\$ 906,83
Bomba de combustible	219	\$ 29,04	\$ 6.360,20	227	\$ 29,34	\$ 6.657,15	235	\$ 29,64	\$ 6.967,96	244	\$ 29,94	\$ 7.293,29	252	\$ 30,25	\$ 7.633,81
Total	5026	\$ 52,28	\$ 260.262,01	5207	\$ 52,81	\$275.408,84	5395	\$ 53,35	\$288.267,39	5590	\$ 53,90	\$301.726,29	5792	\$ 54,45	\$315.813,57

Fuente: Estudio Técnico

Tabla 103 : Resumen de Ingresos

Año Proyectado	Ingresos por ventas
Año 1	\$ 260.262,01
Año 2	\$ 275.408,84
Año 3	\$ 288.267,39
Año 4	\$ 301.726,29
Año 5	\$ 315.813,57

Fuente: Estudio Financiero

Costos y gastos proyectados

Los costos y gastos comprenden egresos de dinero por cualquier requerimiento necesario para el funcionamiento idóneo de la empresa para lo que se proyectara por 5 años en el que incluirán gastos administrativos y costos relacionadas al giro de negocio.

Costos de adquisición

El costo de adquisición de los productos a comercializar se calculó con base a precios otorgados por el proveedor mismo que se describió en el estudio técnico, los gastos de transporte serán asumidos por parte de los proveedores.

Proyección de costos

La proyección de costos se determinará con los precios de adquisición del primer año, mismo que se realizará la estimación con la inflación para la proyección de precios y la tasa promedio del crecimiento del sector automotriz para calcular la cantidad de productos estimados.

Tabla 104 : Proyección de costos

PRODUCTOS	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Q	Precio Unit.	Total	Q	Precio Unit.	Total	Q	Precio Unit.	Total	Q	Precio Unit.	Total	Q	Precio Unit.	Total
Kit de distribución	311	\$ 79,75	\$ 24.802,25	322	\$ 80,57	\$ 25.960,24	334	\$ 81,39	\$ 27.172,30	346	\$ 82,22	\$ 28.440,94	358	\$ 83,06	\$ 29.768,82
Bomba de agua	225	\$ 34,25	\$ 7.706,25	233	\$ 34,60	\$ 8.066,05	242	\$ 34,95	\$ 8.442,64	250	\$ 35,31	\$ 8.836,82	259	\$ 35,67	\$ 9.249,40
Rodamientos	184	\$ 49,50	\$ 9.108,00	191	\$ 50,01	\$ 9.533,24	198	\$ 50,52	\$ 9.978,34	205	\$ 51,03	\$ 10.444,22	212	\$ 51,55	\$ 10.931,85
Zapatatas	299	\$ 16,80	\$ 5.023,20	310	\$ 16,97	\$ 5.257,73	321	\$ 17,15	\$ 5.503,21	333	\$ 17,32	\$ 5.760,14	345	\$ 17,50	\$ 6.029,08
Líquido de frenos	235	\$ 3,50	\$ 822,50	243	\$ 3,54	\$ 860,90	252	\$ 3,57	\$ 901,10	261	\$ 3,61	\$ 943,17	271	\$ 3,65	\$ 987,20
Zapatillas	197	\$ 12,50	\$ 2.462,50	204	\$ 12,63	\$ 2.577,47	211	\$ 12,76	\$ 2.697,81	219	\$ 12,89	\$ 2.823,77	227	\$ 13,02	\$ 2.955,61
Rodamientos	291	\$ 34,58	\$ 10.062,78	302	\$ 34,93	\$ 10.532,60	312	\$ 35,29	\$ 11.024,36	324	\$ 35,65	\$ 11.539,07	335	\$ 36,02	\$ 12.077,82
Sincronizadores	249	\$ 95,35	\$ 23.742,15	258	\$ 96,32	\$ 24.850,65	267	\$ 97,31	\$ 6.010,90	277	\$ 98,30	\$ 27.225,32	287	\$ 99,31	\$ 28.496,44
Kit de embrague	169	\$ 69,60	\$ 11.762,40	175	\$ 7,31	\$ 12.311,57	181	\$ 71,03	\$ 12.886,39	188	\$ 71,76	\$ 13.488,04	195	\$ 72,49	\$ 14.117,78
Rulimanes	299	\$ 34,75	\$ 1.390,25	310	\$ 35,11	\$ 10.875,36	321	\$ 35,46	\$ 11.383,12	333	\$ 35,83	\$ 11.914,58	345	\$ 36,19	\$ 12.470,86
Bujes	224	\$ 20,00	\$ 4.480,00	232	\$ 20,20	\$ 4.689,17	240	\$ 20,41	\$ 4.908,10	249	\$ 20,62	\$ 5.137,25	258	\$ 20,83	\$ 5.377,11
Amortiguadores	202	\$ 95,64	\$ 9.319,28	209	\$ 96,62	\$ 20.221,28	217	\$ 97,60	\$ 21.165,39	225	\$ 98,60	\$ 22.153,58	233	\$ 99,61	\$ 23.187,90
Corona y cono	358	\$ 100,78	\$ 36.079,24	371	\$ 101,81	\$ 37.763,74	384	\$ 102,85	\$ 39.526,89	398	\$ 103,90	\$ 41.372,36	413	\$ 104,96	\$ 43.303,99
Planetarios	347	\$ 60,60	\$ 21.028,20	360	\$ 61,22	\$ 22.009,98	373	\$ 61,84	\$ 23.037,61	386	\$ 62,48	\$ 24.113,21	400	\$ 63,12	\$ 25.239,03
Retenes	363	\$ 28,50	\$ 10.345,50	376	\$ 28,79	\$ 10.828,52	390	\$ 29,09	\$ 11.334,09	404	\$ 29,38	\$ 11.863,27	418	\$ 29,68	\$ 12.417,15
Axiales	348	\$ 17,00	\$ 5.916,00	361	\$ 17,17	\$ 6.192,21	374	\$ 17,35	\$ 6.481,32	387	\$ 17,53	\$ 6.783,93	401	\$ 17,71	\$ 7.100,66
Filtro de aire	297	\$ 3,20	\$ 950,40	308	\$ 3,23	\$ 994,77	319	\$ 3,27	\$ 1.041,22	330	\$ 3,30	\$ 1.089,83	342	\$ 3,33	\$ 1.140,71
Filtro de aceite	209	\$ 2,41	\$ 503,69	217	\$ 2,43	\$ 527,21	224	\$ 2,46	\$ 551,82	232	\$ 2,48	\$ 577,59	241	\$ 2,51	\$ 604,55
Bomba de combustible	219	\$ 22,34	\$ 4.892,46	227	\$ 22,57	\$ 5.120,88	235	\$ 22,80	\$ 5.359,97	244	\$ 23,03	\$ 5.610,22	252	\$ 23,27	\$ 5.872,16
TOTAL	5026		\$ 209.397,05			\$219.173,58			\$229.406,56			\$240.117,31			\$251.328,13

Fuente: Estudio Financiero

Tabla 105 : Resumen de Costos

Año Proyectados	Costos
Año 1	\$ 209.397,05
Año 2	\$ 219.173,58
Año 3	\$ 229.406,56
Año 4	\$ 240.117,31
Año 5	\$ 251.328,13

Fuente: Estudio Financiero

Proyección de gastos administrativos

La proyección de los gastos administrativos se realiza con el porcentaje promedio de la tasa salarial en este tipo de gastos se incluyen egresos por remuneración del personal, servicios básicos, arriendo y suministros y materiales de limpieza.

Remuneración del personal administrativo

La remuneración del personal se proyectará con base a las variaciones de los salarios básicos unificados de los últimos 5 años para obtener la tasa de crecimiento.

Tabla 106 : Tabla de crecimiento salarial

Año	SBU	Tasa de crecimiento
2016	366	3,39%
2017	375	2,46%
2018	386	2,93%
2019	394	2,07%
2020	400	1,52%
Total		12,38%
Tasa promedio		2,48 %

Fuente: Investigación Directa

La tasa para realizar la proyección salarial es 2,48 %, la cual se utilizará para determinar los sueldos durante los últimos 5 años además se considerarán los beneficios de ley y a partir del segundo año se debe cancelar los fondos de reserva.

Tabla 107 : Proyección de remuneraciones

Cargo	Valor Anual Año 1	Valor Anual Año 2	Valor Anual Año 3	Valor Anual Año 4	Valor Anual Año 5
Administrador	\$ 6.383,20	\$ 6.551,12	\$ 6.713,29	\$ 6.879,48	\$ 7.049,78
Contador	\$ 6.383,20	\$ 6.551,12	\$ 6.713,29	\$ 6.879,48	\$ 7.049,78
TOTAL	\$ 12.766,40	\$ 13.102,24	\$ 13.426,59	\$ 13.758,96	\$ 14.099,57

Fuente: Estudio Técnico

Servicios básicos

Los gastos de servicios básicos se realizarán con la proyección de la tasa promedio de la inflación.

Tabla 108 : Proyección de gastos de servicios Básicos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua potable	\$ 144,00	\$ 145,47	\$ 146,96	\$ 148,46	\$ 149,98
Electricidad	\$ 360,00	\$ 363,68	\$ 367,40	\$ 371,15	\$ 374,94
Teléfono	\$ 216,00	\$ 218,21	\$ 220,44	\$ 222,69	\$ 224,97
Internet	\$ 324,00	\$ 327,31	\$ 330,66	\$ 334,04	\$ 337,45
Total	\$ 1.044,00	\$ 1.054,67	\$ 1.065,45	\$ 1.076,34	\$ 1.087,34

Fuente: Estudio Técnico

Gastos de Arriendo

Los gastos de arriendo se proyectarán para 5 años período por el cual se alquilará el local comercial.

Tabla 109 :Proyección gasto arriendo

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo	\$ 3.000,00	\$ 3.030,66	\$ 3.061,63	\$ 3.092,92	\$ 3.124,53
TOTAL	\$ 3.000,00	\$ 3.030,66	\$ 3.061,63	\$ 3.092,92	\$ 3.124,53

Fuente: Estudio Técnico

Suministros de materiales de oficina

Los egresos realizados en materiales de oficina se calcularán con proyecciones para 5 años, mismos que se utilizarán en las actividades administrativas.

Tabla 110 :Proyección suministro de oficina

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hojas	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,20	\$ 20,41	\$ 20,62
Porta documentos	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,10	\$ 10,21	\$ 10,31
Engrapadoras	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,12	\$ 12,25	\$ 12,37
Desengrapadoras	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,06	\$ 6,12	\$ 6,19
Carpeta folders	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,21	\$ 21,43	\$ 21,65
Artículos de papelería	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,10	\$ 10,21	\$ 10,31
TOTAL	\$ 79,00	\$ 79,20	\$ 79,81	\$ 80,62	\$ 81,45

Fuente: Estudio Técnico

Materiales de aseo y limpieza

En la siguiente tabla se detalla las proyecciones de los materiales que se van a utilizar para las actividades diarias de la empresa.

Tabla 111 : Proyección de materiales de aseo y limpieza

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Escoba	\$ 3,00	\$ 3,03	\$ 3,06	\$ 3,09	\$ 3,12
Trapeador	\$ 5,00	\$ 5,05	\$ 5,10	\$ 5,15	\$ 5,21
Recogedor	\$ 3,00	\$ 3,03	\$ 3,06	\$ 3,09	\$ 3,12
Basurero	\$ 12,00	\$ 12,12	\$ 12,25	\$ 12,37	\$ 12,50
Desinfectante	\$ 27,00	\$ 27,28	\$ 27,55	\$ 27,84	\$ 28,12
Alcohol antiséptico	\$ 60,00	\$ 60,61	\$ 61,23	\$ 61,86	\$ 62,49
Cloro	\$ 15,00	\$ 15,15	\$ 15,31	\$ 15,46	\$ 15,62
Jabón Líquido	\$ 24,00	\$ 24,25	\$ 24,49	\$ 24,74	\$ 25,00
Fundas de Basura	\$ 24,00	\$ 24,25	\$ 24,49	\$ 24,74	\$ 25,00
Papel higiénico	\$ 48,00	\$ 48,49	\$ 48,99	\$ 49,49	\$ 49,99
TOTAL	\$ 221,00	\$ 223,26	\$ 225,54	\$ 227,85	\$ 230,17

Fuente: Estudio Técnico

Resumen de gastos administrativos

Las proyecciones de egresos del área administrativa se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 112 :Resumen de proyecciones de gastos administrativos

Gastos Administrativos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos Administrativos	\$ 12.766,40	\$ 13.102,24	\$ 13.426,59	\$ 13.758,96	\$ 14.099,57
Servicios Básicos	\$ 1.044,00	\$ 1.054,67	\$ 1.065,45	\$ 1.076,34	\$ 1.087,34
Arriendo	\$ 3.000,00	\$ 3.030,66	\$ 3.061,63	\$ 3.092,92	\$ 3.124,53
Suministros de oficina	\$ 79,00	\$ 79,00	\$ 79,81	\$ 80,62	\$ 81,45
Suministros de aseo y limpieza	\$ 221,00	\$ 223,26	\$ 225,54	\$ 227,85	\$ 230,17
TOTAL	\$ 17.110,40	\$ 17.489,83	\$ 17.859,01	\$ 18.236,69	\$ 18.623,06

Fuente: Estudio Técnico

Gastos de Ventas Proyectados

Los gastos de ventas abarcan los egresos por publicidad, gasto de personal de área de ventas y materiales utilizados en el desarrollo de actividades del área.

Gastos de Publicidad y Promoción

Los gastos de publicidad se consideran como estrategia de ventas por lo cual sus costos se reflejarán en los gastos de ventas

Tabla 113 :Proyección gastos de publicidad

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Página web	\$ 250,00	\$ 252,56	\$ 255,14	\$ 257,74	\$ 260,38
Redes sociales (anuncios)	\$ 50,00	\$ 50,51	\$ 51,03	\$ 51,55	\$ 52,08
Tarjetas de presentación	\$ 17,00	\$ 17,17	\$ 17,35	\$ 17,53	\$ 17,71
Rótulo	\$ 265,00	\$ 267,71	\$ 270,44	\$ 273,21	\$ 276,00
Total	\$ 582,00	\$ 587,95	\$ 593,96	\$ 600,03	\$ 606,16

Fuente: Estudio Técnico

Remuneración del Personal de Ventas

En el área de ventas se proyectará los sueldos del vendedor y el recaudador que incluirán los beneficios de ley y son proyectados para 5 años.

Tabla 114 :Proyecciones de remuneración de personal de ventas

Cargo	Valor anual Año 1	Valor anual Año 2	Valor anual Año 3	Valor anual Año 4	Valor anual Año 5
Vendedor	\$6.383,20	\$6.551,12	\$ 6.713,29	\$ 6.879,48	\$ 7.049,78
Recaudador	\$6.383,20	\$6.551,12	\$ 6.713,29	\$ 6.879,48	\$ 7.049,78
Total	\$12.766,40	\$ 13.102,24	\$ 13.426,59	\$ 13.758,96	\$ 14.099,57

Fuente: Estudio Técnico

Suministros y Materiales

Los suministros serán utilizados en el área de ventas para el desempeño de las diligencias diarias.

Tabla 115:Proyección de suministros y materiales

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rollos de impresora	\$ 7,00	\$ 7,07	\$ 7,14	\$ 7,22	\$ 7,29
Esferos	\$ 6,50	\$ 6,57	\$ 6,63	\$ 6,63	\$ 6,70
Facturas	\$ 10,00	\$ 10,10	\$ 10,21	\$ 10,21	\$ 10,31
Carpeta archivadora	\$ 1,50	\$ 1,52	\$ 1,53	\$ 1,53	\$ 1,55
Grapadora	\$ 6,00	\$ 6,06	\$ 6,12	\$ 6,12	\$ 6,19
Total	\$ 31,00	\$ 31,32	\$ 31,64	\$ 31,71	\$ 32,03

Fuente: Estudio Técnico

Depreciaciones

Las depreciaciones son la pérdida de valor adquisitivo que aumenta con el transcurso del tiempo y puede variar el porcentaje de depreciación dependiendo la naturaleza del bien, y su vida útil.

Mismo que se desde considerar a partir del primer año.

El impacto de las Normas Internacionales de Información Financiera en el presente proyecto es importante y por ende es preciso la aplicación de las NIIF, con el objetivo de que la información financiera sea fácil de informar es decir manejar un lenguaje mundial que mostrará una información clara y evidencie una realidad financiera de la empresa sin sobreestimaciones que evidencien un esquema real y de esta manera se pueda evitar una quiebra inesperada de la empresa.

Tabla 116 :Depreciaciones de activos fijos

DETALLE	VALOR	VIDA ÚTIL	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	DEPRECIACIÓN ACUMULADA POR ACTIVO	VALOR EN LIBROS
Muebles y enseres	\$4.000,00	10		\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 2.000,00	\$2.000,00
Equipos de computo	\$5.000,00	3		\$1.666,67	\$1.666,67	\$1.666,67	-	-	\$ 5.000,00	\$ -
TOTAL	\$9.000,00			\$2.066,67	\$2.066,67	\$2.066,67	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 7.000,00	\$2.000,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA ANUAL				\$2.066,67	\$4.133,33	\$6.200,00	\$6.600,00	\$7.000,00		

Fuente: Estudio Financiero

Resumen de Gastos de Ventas

Los egresos del departamento de ventas contienen los gastos de publicidad, remuneración del personal de ventas, suministros y materiales y las depreciaciones de los diferentes bienes que contará la empresa.

Tabla 117 :Resumen de proyecciones de gastos de ventas

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto publicidad	\$ 582,00	\$ 587,95	\$ 593,96	\$ 600,03	\$ 606,16
Sueldos de personal de ventas	\$12.766,40	\$ 13.102,24	\$ 13.426,59	\$13.758,96	\$ 14.099,57
Suministros y materiales	\$ 31,00	\$ 31,32	\$ 31,64	\$ 31,71	\$ 32,03
Total	\$ 13.379,40	\$ 13.721,50	\$ 14.052,18	\$14.390,70	\$ 14.737,76

Fuente: Estudio Técnico

Gastos Financieros

Los gastos financieros son egresos por la adquisición de un préstamo en una entidad financiera por un valor de \$10000,00 mismo que es necesario para iniciar las actividades del negocio y adquirir implementos indispensables, dicho préstamo se realizara en la entidad financiera BanEcuador con un plazo de 5 años que aplica una tasa de interés de 15% y se calcula con el método alemán.

Tabla 118 :Datos para crédito bancario

Datos para crédito Bancario	
Monto del crédito	\$ 10.000,00
Plazo	5 años
Tasa de Interés	15%
Método	Alemán

Fuente: BanEcuador

Cuadro resumen de capital e interés anual

En la siguiente tabla se presenta las proyecciones del interés y amortización que se deberá cancelar por 5 años.

Tabla 119 :Resumen de interés y capital de crédito bancario

Detalle	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Interés	\$1.500,00	\$1.200,00	\$900,00	\$600,00	\$ 300,00	\$4.500,00
Capital	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$10.000,00

Fuente: Estudio Financiero

Amortización

La amortización se realiza de los gastos de instalación y constitución para los años proyectados.

Tabla 120 :Amortización anual

AÑO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACION	SALDO
0				\$10.000,00
1	\$3.500,00	\$ 1.500,00	\$2.000,00	\$8.000,00
2	\$3.200,00	\$ 1.200,00	\$2.000,00	\$6.000,00
3	\$2.900,00	\$ 900,00	\$2.000,00	\$4.000,00
4	\$2.600,00	\$ 600,00	\$2.000,00	\$2.000,00
5	\$2.300,00	\$ 300,00	\$2.000,00	\$0,00

Fuente: BanEcuador

Resumen de costos y gastos

A continuación se presenta el resumen de costos y gastos que se incurren en la creación de la microempresa comercializadora de repuestos automotrices .

Tabla 121: Resumen de costos y gastos

FASE	INVERSIÓN OPERACIONAL					
AÑO	0	1	2	3	4	5
Costo de adquisición		\$209.397,05	\$219.173,58	\$229.406,56	\$240.117,31	\$251.328,13
TOTAL COSTO DE ADQUISICIÓN		\$209.397,05	\$219.173,58	\$229.406,56	\$240.117,31	\$251.328,13
Gastos de administración		\$17.110,40	\$17.489,83	\$17.859,01	\$18.236,69	\$18.623,06
Gastos de ventas		\$13.374,40	\$13.721,50	\$14.052,18	\$14.390,70	\$14.394,06
Amortización de diferidos		\$752,00	\$752,00	\$752,00	\$752,00	\$752,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS		\$31.236,80	\$31.963,33	\$32.663,19	\$33.379,39	\$33.769,12
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN		\$240.633,85	\$251.136,91	\$262.069,75	\$273.496,70	\$285.097,25
Costos de financiamiento del préstamo		\$1.500,00	\$1.200,00	\$900,00	\$600,00	\$300,00
Amortización de intereses de instalación		\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00
TOTAL COSTOS DE FINANCIAMIENTO		\$1.740,00	\$1.440,00	\$1.140,00	\$840,00	\$540,00
TOTAL COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIAMIENTO		\$242.373,85	\$252.576,91	\$263.209,75	\$274.336,70	\$285.980,95

Fuente: Estudio Financiero

4.3.4 Estados Financieros Presupuestados

Los estados financieros contienen información representativa de la viabilidad de la empresa donde se muestran las ganancias proyectadas con la finalidad de poder tomar decisiones acertadas en el futuro de la empresa.

El objetivo de realizar los estados financieros de una empresa es proporcionar información sobre el rendimiento, la situación financiera y los flujos de efectivos de un determinado periodo contables.

Los estados financieros son el reflejo de la administración de una entidad por lo que en el presente proyecto constan estados financieros proyectados con información exacta que se determinado mediante un proceso sistemático y están elaborados bajo Normas Internacionales Financieras (NIC 1).

Estado de Resultados proyectado

El estado de resultados proyectados muestra información sobre las ganancias o pérdidas que ha generado un negocio y presentará todos los movimientos de ingresos y gastos de un período.

Tabla 122: Estado de resultados proyectados

EMPRESA ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO EXPRESADO EN DOLARES AMERICANOS												
CÓDIGO	Cuentas	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5					
4	INGRESOS											
41	INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS											
410101	Ingresos de operación	\$	260.262,01	\$	275.408,84	\$	288.267,39	\$	301.726,29	\$	315.813,57	
	TOTAL INGRESOS	\$	260.262,01	\$	275.408,84	\$	288.267,39	\$	301.726,29	\$	315.813,57	
5	COSTO DE OPERACIÓN											
5101021	Costo de operación	\$	209.397,05	\$	219.173,58	\$	229.406,56	\$	240.117,31	\$	251.328,13	
	TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	\$	209.397,05	\$	219.173,58	\$	229.406,56	\$	240.117,31	\$	251.328,13	
6	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$	50.864,96	\$	56.235,27	\$	58.860,83	\$	61.608,98	\$	64.485,44	
5102	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, VENTAS Y FINANCIAMIENTO											
520201	Gastos Administración	\$	17.110,40	\$	17.489,83	\$	17.859,01	\$	18.236,69	\$	18.623,06	
520115	Gastos de ventas	\$	13.374,40	\$	13.721,50	\$	14.052,18	\$	14.390,70	\$	14.737,76	
520121	Depreciación otros activos	\$	4.133,33	\$	4.133,33	\$	4.133,33	\$	4.133,33	\$	4.133,33	
52022201	Amortización de intangibles	\$	240,00	\$	240,00	\$	240,00	\$	240,00	\$	240,00	
5203	Costos de financiamiento	\$	1.500,00	\$	1.200,00	\$	900,00	\$	600,00	\$	300,00	
	TOTAL GASTOS ADM. VENTAS, DISTRIBUCIÓN, FINANCIACIÓN	\$	36.358,13	\$	36.784,66	\$	37.184,53	\$	37.600,72	\$	38.034,15	
60	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$	14.506,83	\$	19.450,60	\$	21.676,30	\$	24.008,26	\$	26.451,29	
61	Participación trabajadores 15%	15%	\$	2.176,02	\$	2.917,59	\$	3.251,45	\$	3.601,24	\$	3.967,69
62	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$	12.330,80	\$	16.533,01	\$	18.424,86	\$	20.407,02	\$	22.483,60	
63	Impuestos I.R 22%	22%	\$	2.712,78	\$	3.637,26	\$	4.053,47	\$	4.489,54	\$	4.946,39
66	UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	\$	9.618,03	\$	12.895,75	\$	14.371,39	\$	15.917,48	\$	17.537,20	
67	UTILIDADES ACUMULADAS	\$	9.618,03	\$	22.513,78	\$	36.885,17	\$	52.802,64	\$	70.339,85	

Fuente: Estudio financiero

Estado de Flujo de Efectivo proyectado

Este estado financiero proporciona información sobre la variación de efectivo y equivalentes de efectivo además muestra cambios en cuentas de inversión, operación y financiación depende del giro de negocio de la empresa.

Tabla 123: Estado de Flujo de Efectivo proyectado

EMPRESA							
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO							
EXPRESADO EN DÓLARES AMERICANOS							
CÓDIGO	CUENTAS	INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	1. FLUJO DE CAJA OPERACIONAL						
96	UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS		\$ 9.618,03	\$12.895,75	\$14.371,39	\$15.917,48	\$ 17.537,20
97	AJUSTES NO DESEMBOLSABLES						
9701	Gastos de depreciación de activos		\$ 4.133,33	\$ 4.133,33	\$4.133,33	\$ 4.133,33	\$ 4.133,33
9702	Amortización de intangibles		\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
9501	FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		\$13.991,36	\$ 17.269,08	\$18.744,72	\$ 20.290,81	\$ 21.910,54
	2. FLUJO DE CAJA DE INVERSIONES						
9502	INVERSIONES						
950207	(-) Inversión fija	-\$ 9.000,00					
950210	(-) Inversión intangible	-\$ 3.760,00					
950212	(-) Capital de trabajo		-\$ 11.829,79	-\$ 688,46	-\$ 546,64	-\$ 571,35	-\$ 597,21
950222	(+) Valor de salvamento de activos fijos						\$ 2.000,00
950221	(+) Recuperación de capital de trabajo						\$ 14.234,45
	SALDO FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-\$ 12.760,00	\$ 2.161,57	\$ 16.579,63	\$18.198,08	\$ 19.719,46	\$ 37.547,77
9503	3. FLUJO DE CAJA DE FINANCIAMIENTO						
950304	Préstamo	\$ 10.000,00					
950305	Amortización del préstamo		-\$ 2.000,00	-\$ 2.000,00	-\$ 2.000,00	-\$ 2.000,00	-\$ 2.000,00
9820	SALDO FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-\$ 2.760,00	\$ 161,57	\$ 14.579,63	\$ 16.198,08	\$ 17.719,46	\$ 35.547,77
	SALDO ACUMULADO DE CAJA	-\$ 2.760,00	-\$ 2.598,43	\$ 11.981,20	\$ 28.179,28	\$ 45.898,74	\$ 81.446,51

Fuente: Estudio Financiero

Estado de fuentes y usos proyectado

El estado de fuentes y usos es un estado financiero auxiliar que proporciona información sobre el balance general en diferentes periodos que permite comparar y verificar variaciones financieras en diferentes periodos.

Tabla 124: Estados de fuentes y usos proyectado

EMPRESA							
ESTADO DE FUENTES Y USOS PROYECTADO							
EXPRESADO EN DOLARES AMERICANOS							
CÓDIGO	DETALLE	INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENTRADAS DE EFECTIVO							
5203	Recursos financieros	\$ 24.589,79	\$ 11.829,79	\$ 689,46	\$ 546,64	\$ 571,35	\$ 597,21
410102	Ingresos por ventas		\$ 228.222,54	\$ 233.024,83	\$ 264.419,55	\$ 265.877,57	\$ 279.231,42
	TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	\$ 24.589,79	\$ 240.052,33	\$ 233.714,29	\$ 264.966,19	\$ 266.448,92	\$ 279.828,63
SALIDAS DE EFECTIVO							
9803	Incremento de activos fijos	\$ 9.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
9804	Incremento de activos intangibles	\$ 3.760,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
5101021	Costos de operación totales (sin depreciación y amortización)		\$ 209.397,05	\$ 219.173,58	\$ 229.406,56	\$ 240.117,31	\$ 251.328,13
5203	Costos de financiación		\$ 1.500,00	\$ 1.200,00	\$ 900,00	\$ 600,00	\$ 300,00
52022201	Pago amortización de préstamo		\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
61	Participación trabajadores		\$ 2.176,02	\$ 2.917,59	\$ 3.251,45	\$ 3.601,24	\$ 3967,69
63	Impuestos		\$ 2.712,78	\$ 3.637,26	\$ 4.053,47	\$ 4.489,54	\$ 4946,39
	TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO	\$ 12.760,00	\$ 217.785,85	\$ 228.928,43	\$ 239.611,47	\$ 250.808,09	\$ 262.542,22
	TOTAL ENTRADAS MENOS SALIDAS	\$ 11.829,79	\$ 22.266,48	\$ 4.785,85	\$ 25.354,72	\$ 15.640,83	\$ 17.286,42
99	SALDO ACUMULADO DE EFECTIVO	\$ 11.829,79	\$ 34.096,27	\$ 38.882,12	\$ 64.236,84	\$ 79.877,67	\$ 97.164,08

Fuente: Estudio Financiero

Estado de situación financiera proyectado

El estado de situación financiera presenta información específica sobre los periodos, mismo que contiene datos referentes a las cuentas de activo, pasivo y patrimonio. Además, se considera el capital de trabajo en el periodo de inversión en el año 0 para la puesta en marcha de la empresa.

Tabla 125 :Estado de situación financiera proyectado

EMPRESA ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO EXPRESADO EN DOLARES AMERICANOS								
CÓDIGO	CUENTA	INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
1	ACTIVOS							
101	Activos corrientes							
10101	Efectivo y equivalentes de efectivo							
1010101	Efectivo	\$11.829,79	\$34.096,27	\$38.882,12	\$64.236,84	\$79.877,67	\$97.164,08	
	TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$11.829,79	\$34.096,27	\$38.882,12	\$64.236,84	\$79.877,67	\$97.164,08	
102	Activos no corrientes							
10201	Propiedad planta y equipo							
1020105	Muebles y enseres	\$4.000,00	\$4.000,00	\$4.000,00	\$4.000,00	\$4.000,00	\$4.000,00	
1020107	Equipos de computo	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	
1020112	(-) Depreciación acumulada activos fijos		\$-2.066,67	\$-4.133,33	\$-6.200,00	\$-6.600,00	\$-7.000,00	
	TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$9.000,00	\$6.933,33	\$4.866,67	\$2.800,00	\$2.400,00	\$2.000,00	
10204	Activos intangibles							
1020402	Constitución	\$760,00	\$ 608,00	\$ 456,00	\$304,00	\$152,00	\$0,00	
1020406	Instalación	\$3.000,00	\$2.400,00	\$1.800,00	\$1200,00	\$600,00	\$0,00	
10205	Intereses de instalación	\$1.200,00	\$960,00	\$720,00	\$480,00	\$240,00	\$0,00	
	TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$3.760,00	\$3.008,00	\$2.256,00	\$1.504,00	\$752,00	\$0,00	
	TOTAL ACTIVOS	\$24.589,79	\$44.037,60	\$46.004,79	\$68.540,84	\$83.029,67	\$99.164,08	
2	PASIVOS							
201	Pasivo corriente							
20101	Préstamo mediano y largo plazo	\$10.000,00	\$8.000,00	\$6.000,00	\$4.000,00	\$2.000,00	\$0,00	
	TOTAL PASIVO	\$10.000,00	\$8.000,00	\$6.000,00	\$4.000,00	\$2.000,00	\$0,00	
3	PATRIMONIO							
302	Capital social	\$14.589,79	\$26.419,58	\$27.109,04	\$27.655,68	\$28.227,02	\$28.824,24	
30701	Utilidad neta del ejercicio	0	\$9.618,03	\$12.895,75	\$36.885,17	\$52.802,64	\$70.339,85	
	TOTAL PATRIMONIO	\$14.589,79	\$36.037,60	\$40.004,79	\$64.540,84	\$81.029,67	\$99.164,08	
	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$24.589,79	\$44.037,60	\$46.004,79	\$68.540,84	\$83.029,67	\$99.164,08	

4.3.6 Evaluación Financiera

La evaluación Financiera permite conocer la rentabilidad del proyecto que se va a poner en marcha mediante el análisis de indicadores financieros como son el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Costo de Capital, Tasa de Rendimiento Medio, Relación Costo Beneficio, Periodo de Recuperación de la Inversión y el Punto de Equilibrio.

Costo de capital

El costo de capital muestra el rendimiento del financiamiento para lo cual se debe realizar con la tasa de descuento otorgada por una institución financiera, y para obtener el resultado se debe multiplicar la tasa de descuento con el peso relativo, para finalmente sumar el capital propio y el capital financiado.

Tabla 126 :Costo de capital

FINANCIAMIENTO	VALOR	PESO RELATIVO	TASA DE DESCUENTO	PONDERACIÓN
Capital propio	\$14.58,79	59,31%	10,00%	5,93%
Capital financiado	\$10.000,00	40,69%	15,00%	6,10%
TOTAL	\$24.589,79	100%	CK	12,03%

Fuente: Estudio Financiero

Tasa de Rendimiento Medio (TRM)

Este indicador financiero revela la rentabilidad de la idea de negocio para lo cual se debe considerar la tasa promedio de inflación y el costo de capital.

$$\text{TRM} = ((1 + \text{CK}) * (1 + \text{IF}) - 1)$$

Donde:

CK= Costo de capital = 12,03%

IF=Tasa Promedio de Inflación = 1,022%

$$\text{TRM} = ((1+0,0361) * (1+0,1022))-1$$

$$\text{TRM} = 13,18\%$$

Tabla 127 :Tasa de rendimiento medio

Costo de Capital	Tasa promedio de Inflación	Tasa de Rendimiento Medio
12,03%	0,01022	13,18%

Fuente: Estudio Financiero

El proyecto tendrá una tasa de rendimiento medio (TRM) para cubrir los respectivos costos y gastos, por parte se puede observar que esta tasa el mayor al costo de capital (CK) de 12,03 % generando rentabilidad al negocio.

Valor Actual Neto (VAN)

El VAN representa el nivel de ingresos y egresos que tendrá el negocio para determinar si existe una ganancia, si el resultado del VAN es mayor a cero significa que el proyecto será viable, cuando el VAN es negativo representa que el proyecto no es rentable finalmente cuando el VAN tiene un valor igual a cero significa que el proyecto no generará beneficios.

$$VAN = -II + \frac{\sum FNE}{(1+i)^n}$$

Donde:

FNE= Flujo neto de efectivo

II= Inversión Inicial

i = TRM (13,18%)

n = Período de tiempo

Cálculo

$$\text{VAN} = -\$ 2.760,00 \frac{\$161,57}{(1+0,1318)^1} + \frac{\$ 14.579,63}{(1+0,1318)^2} + \frac{\$ 16.198,08}{(1+0,1318)^3} + \frac{\$ 17.719,46}{(1+0,1318)^4} + \frac{\$35.547,77}{(1+0,1318)^5}$$

$$\text{VAN} = \$51.907,63$$

Tabla 128: Valor actual neto

FASE	INVERSIÓN		OPERACIONAL				
	AÑO	0	1	2	3	4	5
SALDO FLUJO DE CAJA FINANCIERO		-\$ 2.760,00	\$161,57	\$ 14.579,63	\$ 16.198,08	\$ 17.719,46	\$ 35.547,77
VAN							\$ 51.907,63

Fuente: Estudio financiero

Por consiguiente, se obtendrá un VAN de \$51.907,63 de rentabilidad concluido los cinco años de su vida útil, dado que, la suma de los flujos de efectivo supera la inversión inicial generando un aspecto favorable para la factibilidad del proyecto.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es la tasa de rentabilidad que genera un proyecto además mide la rentabilidad de la inversión, es decir determinara el porcentaje de beneficio o pérdida de un proyecto. A continuación presentamos la fórmula empleada para su cálculo:

$$\text{TIR} = \text{Ti} + [(\text{Ts} - \text{Ti}) \left(\frac{\text{VAN Ti}}{\text{VAN Ti} - \text{VAN Ts}} \right)]$$

VAN Ti = VAN con tasa inferior

Ti = Tasa inferior

VAN Ts = VAN con tasa superior

Ts = Tasa superior

Tabla 129: Tasa interna de retorno

Tasa Interna de Retorno		
INVERSIÓN INICIAL		\$-2.760,00
	Año 1	\$161,57
	Año 2	\$14.579,63
	Año 3	\$16.198,08
	Año 4	\$17.719,46
	Año 5	\$35.547,77
TASA INTERNA DE RETORNO		194,75%

Fuente: Estudio financiero

En relación con el TIR obtenido de 194,75 % se puede mencionar que es superior a la tasa de rendimiento medio de 13,18% demostrando rentabilidad al proyecto.

Relación Costo Beneficio

Mediante este indicador se determinará el costo beneficio de una inversión basado en el total del nivel de ingresos y egresos de un proyecto. Por ende, para su cálculo aplicamos la siguiente fórmula:

$$C/B = \frac{\sum \text{Ingresos} / (1+i)^n}{\sum \text{Costos y Gastos} / (1+i)^n}$$

Tabla 130 : Relación Costo - Beneficio

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total	
Total Ingresos	\$260.262,01	\$275.408,84	\$288.267,39	\$301.726,29	\$315.813,57	\$1.441.478,11	
Total Ingresos actualizados	-\$2.760,00	\$232.307,59	\$245.827,52	\$257.304,95	\$269.318,25	\$281.892,43	\$1.283.890,74
Total Costo y Gasto	\$245.755,18	\$255.958,24	\$266.591,09	\$277.718,03	\$289.362,28	\$1.333.384,82	
Total Costo y Gasto actualizados	\$219.358,92	\$228.466,08	\$237.956,87	\$247.888,68	\$258.282,24	\$1.191.952,80	
Relación Costo Beneficio	C/ B = 1,08						

Fuente: Estudio financiero

Referente al cálculo del costo – beneficio se puede inducir que por cada dólar que se invierte, genera un beneficio de 0,08 centavos.

Periodo de recuperación de la Inversión (PRI)

Este indicador permite conocer el plazo en el que se pretende recuperar la inversión inicial mismo que determina el tiempo exacto reflejado en años, meses y días, a partir de ese momento se generará ganancias netas.

Para poder determinar el periodo de recuperación de la inversión se debe conocer los valores de inversión y la suma de los flujos hasta el final del período. Para su cálculo aplicamos la siguiente fórmula:

$$PRI = a + \frac{b-c}{d}$$

Donde:

a = Año anterior de la inversión.

b = Inversión Inicial.

c = Flujo de efectivo acumulado del año anterior a la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se rescata la inversión.

Tabla 131 :Período de recuperación de inversión

Período de recuperación (PRI)	INVERSIÓN		OPERACIONAL			
	0	1	2	3	4	5
SALDO FLUJO DE CAJA	\$-2.760,00	\$161,57	\$14.579,63	\$16.198,08	\$17.719,46	\$35.547,77
SALDO ACUMULADO	\$-2.760,00	\$ -2.598,43	\$11.981,20	\$28.179,28	\$45.898,74	\$81.446,51
PRI		1,18				
Años		1 año				
Meses		6 meses				
Días		18 días				

Fuente: Estudio Financiero

El período de recuperación de inversión (PRI) estimado es un año, seis meses y dieciocho días tiempo que indica una gran liquidez al proyecto.

Punto de Equilibrio (PE)

El punto de equilibrio permite conocer el número de unidades que se debe comercializar en un periodo para que no exista ganancias o pérdidas, es decir se iguala los ingresos y egresos.

Para el cálculo referente al punto de equilibrio se empleó la fórmula que se presenta a continuación:

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	\$ 260.262,01	\$ 275.408,84	\$ 288.267,39	\$ 301.726,29	\$ 315.813,57
Total ingresos	\$ 260.262,01	\$ 275.408,84	\$ 288.267,39	\$ 301.726,29	\$ 315.813,57
COSTOS VARIABLES					
Costo de ventas	\$ 209.397,05	\$ 219.173,58	\$ 229.406,56	\$ 240.117,31	\$ 251.328,13
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 209.397,05	\$ 219.173,58	\$ 229.406,56	\$ 240.117,31	\$ 251.328,13
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 50.864,96	\$ 56.235,27	\$ 58.860,83	\$ 61.608,98	\$ 64.485,44
COSTOS FIJOS					
Gastos de Administración	\$ 17.110,40	\$ 17.489,83	\$ 17.859,01	\$ 18.236,69	\$ 18.623,06
Gastos de Ventas	\$ 13.374,40	\$ 13.721,50	\$ 14.052,18	\$ 14.390,70	\$ 14.737,76
Gasto depreciación	\$ 4.133,33	\$ 4.133,33	\$ 4.133,33	\$ 4.133,33	\$ 4.133,33
Gasto amortización	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 34.858,13	\$ 35.584,66	\$ 36.284,53	\$ 37.000,72	\$ 37.734,15
PE = CF / (1 - (CV/ I)) en dólares	\$ 178.359,48	\$ 172.273,75	\$ 177.701,29	\$ 179.542,61	\$ 184.800,74
PE = PE\$ / PVENTA en unidades	3.412	3.300	3.331	3.362	3.394

Por consiguiente, se debe obtener un valor por ventas de \$178.359,48 en el primer año para lograr el punto de equilibrio del proyecto y no obtener ni pérdidas ni ganancias.

Resumen de la evaluación financiera

A continuación se presenta los resultados obtenidos de los indicadores financieros del presente proyecto donde muestran resultados de rentabilidad para tomar decisiones en iniciarla idea de negocio.

Tabla 132: Resumen de la evaluación financiera

Indicador	Resultado	Evaluación	Interpretación
Costo de Capital (CK)	12,03%	Factible	Superior a 7,99% de la tasa pasiva del Banco Central.
Valor actual neto (VAN)	\$51.907,63	Factible	Valor mayor a cero, que significa el monto de utilidad del proyecto luego de descontar la inversión y los flujos netos de efectivo.
Tasa de Rendimiento Medio (TRM)	13.18%	Aceptable	El valor es superior al costo de capital lo que representa rentabilidad.
Costo Beneficio	1,08	Factible	Por cada dólar que invierto el proyecto genera una rentabilidad de 0,08 ctvs.
Periodo de Recuperación de inversión (PRI)	1,18	Factible	La inversión se recupera en 1 año, 6 meses y 18 días.
Tasa interna de retorno (TIR)	194,75%	Factible	La TIR es mayor al costo de capital
Punto de equilibrio es dólares (PE\$)	\$178.359,48	Dólares	Para cubrir los costos totales se necesitará \$178359,48 de valor en ventas
Punto de equilibrio en cantidades (PEQ)	3412	Unidades	Se deberá comercializar 3412 unidades para lograr el equilibrio del proyecto.

Fuente: Estudio Financiero

4.3.5 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es una técnica utilizada para evaluar el impacto tras un incremento o disminución de una actividad reflejada con un indicador financiero al tomar una decisión que afecte directamente al proyecto, las variaciones obtenidas permiten tomar decisiones futuras sobre acciones que se pretenda realizar la empresa.

Tabla 133 : Análisis de sensibilidad

Análisis de sensibilidad	INDICADOR FINANCIERO		
	VAN	TIR	C/B
Proyecto de comercializadora de repuestos automotrices	\$51.907,63	200%	1,08
Incremento anual del costo de mercadería (5%)	\$54.503,02	204%	1,10
Reducción en ventas (15%)	\$10.350,00	39%	1,11

Fuente: Estudio Financiero

En la tabla de análisis de sensibilidad se refleja la variación de los indicadores financieros tras proyectar un incremento anual del costo de mercadería obteniendo un resultado favorable y también se ha proyectado la reducción del 15 % de las ventas considerando que los demandantes sigan adquiriendo los productos en otros lugares generando una disminución en el VAN y la relación costo beneficio.

Conclusión del Estudio Financiero

Evidentemente a través del estudio financiero, se puede concluir que el proyecto es viable mediante la elaboración y análisis de los estados financieros con sus respectivos indicadores financieros.

Referente, a la tasa de rendimiento medio (TRM) es 13,18 %, superior al costo de capital, por ende, se puede decir que existe un elevado rendimiento para el proyecto. De la misma manera, el cálculo del valor actual neto (VAN) se concluyó con la viabilidad del proyecto, dado que, el resultado es positivo de \$51.907,63 lo que genera utilidades para el negocio.

Por otra parte, la tasa interna de retorno (TIR) es 194 ,75 % mayor a la tasa de rendimiento medio generando la aceptación del proyecto. Además, el periodo de recuperación de inversión (PRI) determinó que es un año seis meses y dieciocho días.

Con respecto a la relación del costo beneficio, se identificó que por cada dólar invertido hay una rentabilidad de 0,08 centavos, considerando un beneficio para la empresa. Otro aspecto analizado es la determinación del punto de equilibrio donde se debe comercializar 3412 productos automotrices y obtener \$ 178.359,48 en ventas para que no existan ni pérdidas ni ganancias en el proyecto.

Finalmente, después de analizar los aspectos financieros y económicos se determinó aspectos positivos que sustentan la creación de una microempresa comercializadora de repuestos automotrices, es viable y sostenible en el tiempo de acuerdo con los períodos de vida útil, como respuesta efectiva a un posible problema financiero con un plan de contingencia que consiste en buscar soluciones para mantener la empresa en funcionamiento para lo cual se deberá asignar un fondo de reserva que pueda ser utilizado para cubrir las obligaciones pendientes, realizar una nueva selección de proveedores que ofrezcan productos a menor precio, además se efectuaran estrategias de descuento al público de forma transitoria para que los productos tengan mayor salida y generar ingresos que mejoren a la rentabilidad de la empresa.

4.4 Estudio organizacional

4.4.1 Introducción

El estudio organizacional hace posible conocer los aspectos administrativos para así dar cumplimiento de los objetivos mediante procesos necesarios para la constitución, de la misma manera establece funciones a ejecutar con líneas de autoridad que ayudara al buen desempeño de la empresa.

Se establece el nombre de la empresa, logotipo, slogan, misión, visión, objetivos, valores corporativos, objetivos estratégicos, políticas y constitución jurídica para la realización del presente proyecto.

4.4.2 Objetivo

Definir el estudio organizacional en la cual se desarrollará la estructura administrativas y operativas junto con las funciones del personal, con la finalidad de lograr los objetivos planteados.

4.4.3 La Empresa

La microempresa comercializadora de repuestos automotrices se centra en satisfacer las necesidades de sus clientes en el área automotriz con productos de calidad brindando un excelente servicio.

➤ Nombre de la Empresa o Razón Social

El nombre de la razón es de suma importancia ya que representará en si a toda la organización, el nombre se ha establecido mediante la consideración de aspectos importantes tal como claridad, memorable, descriptivo y sencillo esto permitirá el posicionamiento en el mercado.

El nombre establecido para la microempresa comercializadora de repuestos automotrices es:

“Max repuestos”

Para la selección del nombre se consideró las siguientes características:

- **Claro:** Es un nombre que tiene una sola idea clara.
 - **Descriptivo:** El nombre que se consideró está relacionado con la venta de repuestos.
 - **Corto:** Se planteó un nombre corto para que sea fácil de recordar para el cliente.
 - **Sencillo:** Es fácil de pronunciar.
 - **Memorable:** Se consideró un nombre fácil para que el cliente pueda memorizarlo fácilmente.
- **Logotipo**

Es la representación gráfica que transmitirá la esencia de la empresa con la finalidad de generar reconocimiento y ser identificados en el mercado.



Figura 46: Logotipo Max Repuestos

El logo se diseñó en base a las siguientes características:

- **Simplicidad:** El logo es una representación simple de nuestra idea de negocio.
- **Originalidad:** Se consideró un logo que no sea común dentro del sector.
- **Color negro:** Este color transmite elegancia y prestigio.
- **Color azul:** Se empleó este color dado que representa lealtad, confianza.
- **Auto rojo:** indica la relación en la venta de repuestos de automóviles y el rojo transmite fuerza.

Slogan

El slogan es utilizado para facilitar la publicidad por lo que debe expresar una idea breve y clara sobre la actividad de la empresa y hace referencia a la gran variedad de repuestos que posee y están a disposición al mercado.

“Todo para tu vehículo”

Misión

Brindar al cliente un servicio de excelencia, con calidad y variedad en repuestos originales para vehículos a gasolina, capacitado permanentemente al personal para así poder orientar su decisión de compra garantizando la satisfacción de las necesidades.

Visión

En el año 2025 llegar a ser una empresa líder en comercialización de repuestos para vehículos a gasolina con mayor prestigio que satisface plenamente al mercado local otorgando garantía de nuestros productos.

Objetivos estratégicos

- ✓ Satisfacer las necesidades de los consumidores y otorgando garantía de todos los productos.
- ✓ Logar reconocimiento en el mercado a través del comercio de productos de alta calidad a precios accesibles.
- ✓ Mantener productos acordes a las continuas innovaciones.
- ✓ Explorar nuevos mercados para que la empresa siga creciendo de manera competitiva.
- ✓ Brindar capacitación al personal de manera permanente para una mejora continua de la empresa.

Valores corporativos

- ✓ Honestidad: se debe tener un comportamiento adecuado con los clientes expresando sinceridad acerca de la información de los productos de esta manera fomentando la seguridad.
- ✓ Compromiso: la comercializadora se compromete a entregar productos originales a los clientes para salvaguardar el automotor.
- ✓ Excelencia: el personal brindara una excelente atención solventando dudas e informando estándares de los repuestos para satisfacer al cliente.
- ✓ Respeto: se mantendrá una relación de armonía con clientes y trabajadores aceptando sugerencias para mantener una mejora continua acorde a las necesidades del consumidor.
- ✓ Profesionalismo: al cumplir con los requerimientos de los clientes de manera inmediata o en el tiempo establecido.

Políticas empresariales

La microempresa “Max Repuestos” se compromete a cumplir las políticas que se presentan a continuación:

- Se debe dar cumplimiento a toda la normativa legal pertinente por parte de todos los funcionarios de la microempresa.
- Los funcionarios deben actuar con ética, honestidad y respeto en el desempeño de sus funciones diarias.
- La información que maneje la microempresa debe ser confidencial y no puede divulgarse sin consentimiento de la autoridad pertinente.
- Realizar un acuerdo con proveedores para contar con suficientes productos en stock y satisfacer las necesidades de los clientes en un tiempo mínimo.
- Los precios permanecerán fijos sin opción a rebajas debiendo ser cancelados en su totalidad.
- Comunicación mediante un trato justo y respetuoso a todos los clientes.

Organigrama estructural

El organigrama estructural permite establecer los departamentos a través de los niveles jerárquicos y líneas de autoridad de la microempresa comercializadora de repuestos automotrices.

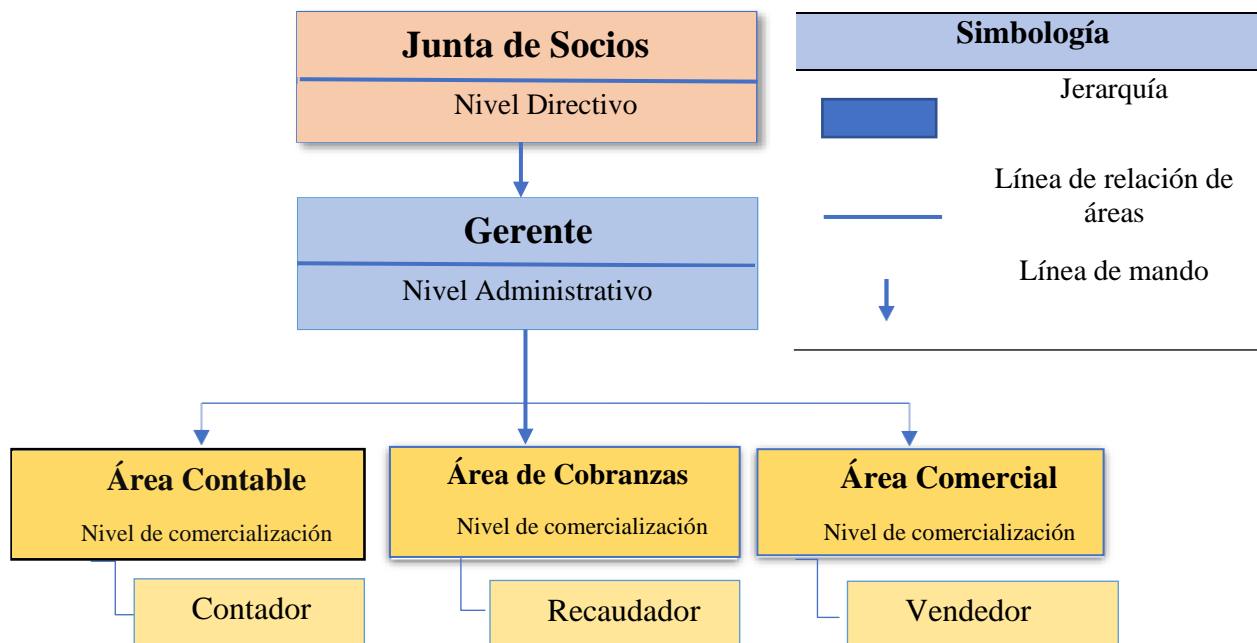


Figura 47: Organigrama estructural

Fuente: Elaboración propia con información de (Álvarez, 2013)

Organigrama funcional

La elaboración del organigrama funcional permitirá describir de manera precisa las funciones que debe realizar cada funcionario de la microempresa, a través de implantar un sistema de comunicación e interrelación que define las responsabilidades que cada uno debe cumplir.

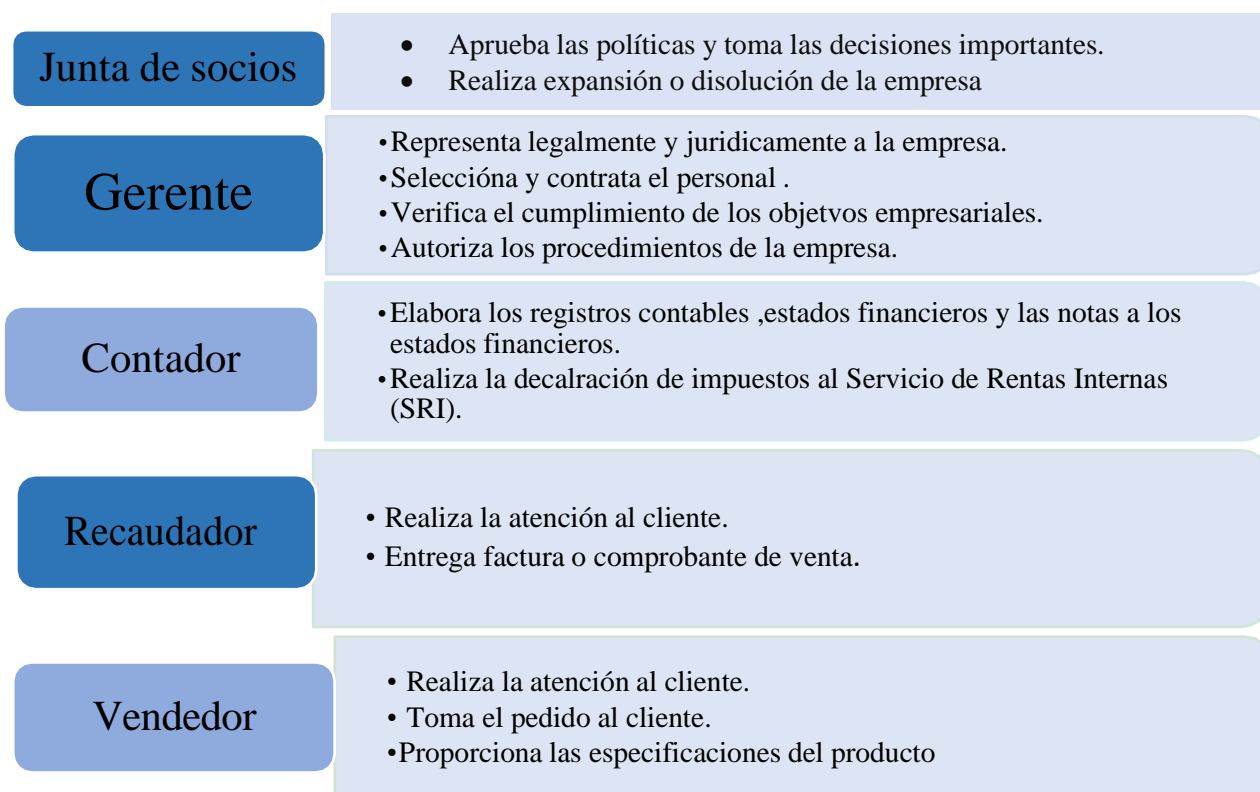


Figura 48 :Descripción de funciones de organigrama funcional

Niveles administrativos

La microempresa comercializadora de repuestos de vehículos que funcionan a gasolina establece los siguientes niveles administrativos:

Tabla 134:Niveles administrativos

Nivel Administrativo	Organismo
Nivel Directivo	Junta de socios
Nivel Administrativo	Gerente
Nivel de Comercialización	Comercial/ Contabilidad/ Recaudación

Fuente: Estudio organizacional

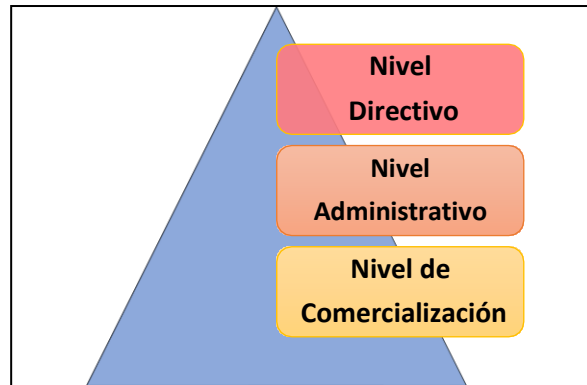


Figura 49: Pirámide niveles administrativos

Nivel Directivo

Es el primer nivel administrativo de la estructura organizacional, el cual está conformado por los socios de la empresa. Por ende, dirige la organización para que se cumplan los objetivos y políticas planteada para el beneficio de la empresa.

Nivel Administrativo


El segundo nivel administrativo, se encarga de gestionar los procesos de la empresa para cumplir las metas y los objetivos propuestos, generando beneficio económico, social y financiero para la comercializadora de repuestos.


Nivel de Comercialización


El nivel de comercialización se asocia con la atención al cliente forjando confianza al consumidor en la adquisición de los repuestos vehiculares, posibilitando a la empresa posicionarse en el mercado.


Manual de funciones

Se elaboró los respectivos manuales de funciones donde se especifica el perfil profesional requerido para el área, así también, las funciones que debe realizar el personal en la empresa.

MANUAL DE FUNCIONES Y PERFIL DEL CARGO “MAX REPUESTOS ”		
	Versión 1	
	Página 1/5	
Nombre del cargo:	Gerente	
Área:	Gerencia	
Nivel	Administrativo	
Reporta a:	Socio	
Objetivo		
Planificar, organizar y dirigir las áreas correspondientes de la empresa de repuestos, fomentando el liderazgo y trabajo en equipos para cumplir los objetivos misionales de la organización.		
Perfil profesional		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Título en Ingeniería o Licenciatura Administración de Empresas ▪ Edad: 24-35 años ▪ Experiencia 2 años 		
Funciones		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Representación legal de la empresa. ▪ Selección y contratación del personal de la organización. ▪ Verificación del cumplimiento de los objetivos empresariales. ▪ Autorización de la contratación de proveedores. ▪ Autorización del pago a proveedores. ▪ Autorización del pago de remuneraciones. ▪ Análisis de los riesgos empresariales y acciones correctivas. ▪ Toma de decisiones para el beneficio de la comercialización de repuestos. ▪ Evaluación de la eficiencia y eficacia de la organización. 		
Habilidades y competencias:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liderazgo y trabajo en equipo. ▪ Facilidad de comunicación. ▪ Solucionar problemas internos y externos ▪ Planificaciones estratégicas. ▪ Multidisciplinario ▪ Poseer iniciativa. ▪ Criterio propio ▪ Ser proactivo 		
Elaborado por:	Recibido por:	Autorizado por:

MANUAL DE FUNCIONES Y PERFIL DEL CARGO “MAX REPUESTOS”		
	Versión1	
	Página 2/5	
Nombre del cargo:	Contador/a	
Área:	Administrativa	
Nivel	Administrativo	
Reporta a:	Gerente	
Objetivo		
Realizar el procedimiento contable en cada periodo correspondiente, así también hacer la declaración de impuestos de acuerdo con los requerimientos legales.		
Perfil profesional		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Título en Ingeniería / Licenciatura en Contabilidad y Auditoría CPA ▪ Edad entre 22-35 años. ▪ Experiencia de 2 años. 		
Funciones		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Registro de las transacciones comerciales de la microempresa. ▪ Cumplimiento de las declaraciones al Servicio de Rentas Internas (SRI). ▪ Presentación de los Estados Financieros y notas a los estados financieros. ▪ Archivo de los documentos de soporte en orden cronológico ▪ Constatación de facturas con los inventarios físicos. ▪ Pago de nómina de los empleados. ▪ Análisis de la cartera de clientes y su antigüedad. ▪ Análisis los ingresos y egresos de la empresa. ▪ Verificación del pago a los proveedores de mercadería 		
Habilidades y competencias:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liderazgo y trabajo en equipo. ▪ Comunicación oral y escrita. ▪ Análisis financieros. ▪ Criterio propio ▪ Capacidad de resolver problemas contables y financieros. ▪ Proactiva ▪ Capacidad de adaptación. 		
Elaborado por:	Autorizado por:	Recibido por:

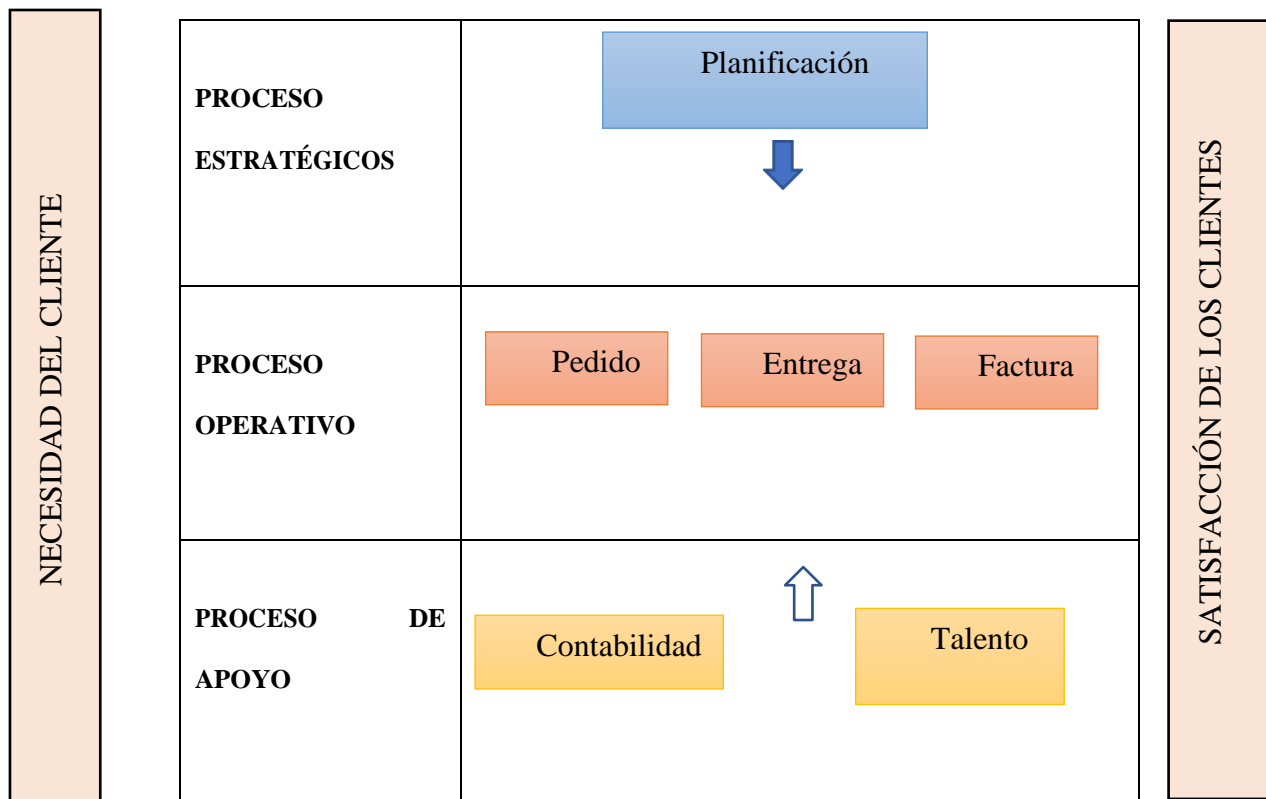
MANUAL DE FUNCIONES Y PERFIL DEL CARGO		
	Versión 1	
	Página 3/5	
Nombre del cargo:	Recaudador	
Área:	Cobranzas	
Nivel	Administrativo	
Reporta a:	Gerente	
Objetivo		
Realizar la recaudación por la venta de los repuestos vehiculares y registrarlos en el sistema contable.		
Perfil profesional		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bachiller en Contabilidad. ▪ Edad entre 22-35 años. ▪ Experiencia de 2 años. 		
Funciones		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realiza el cobro al cliente. ▪ Efectúa la factura o nota de venta. ▪ Entrega de la factura o comprobante de venta. ▪ Registro de la venta realizada. ▪ Finalmente, cuadrar y cerrar caja de día. 		
Habilidades y competencias:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trabajo en equipo. ▪ Comunicación oral y escrita. ▪ Amabilidad con los clientes ▪ Proactiva ▪ Capacidad de adaptación. 		
Elaborado por:	Autorizado por:	Recibido por:

MANUAL DE FUNCIONES Y PERFIL DEL CARGO		
	Versión 1	
	Página 4 / 5	
Nombre del cargo:	Vendedor	
Área:	Comercial	
Nivel	Comercialización	
Reporta a:	Gerente / Contador/a	
Objetivo		
Proporcionar confianza al cliente en adquirir nuestros productos, mediante una adecuada atención al cliente manteniéndose satisfecho.		
Perfil profesional		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bachiller en mecánica automotriz. ▪ Edad 20 – 30 años ▪ Experiencia 2 años 		
Funciones		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recibe a los clientes. ▪ Solicita el Pedido. ▪ Muestra el catálogo según marca y parte del vehículo. ▪ Entrega el repuesto. 		
Habilidades y competencias:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ser proactivo ▪ Amabilidad en el trato con los clientes. ▪ Facilidad para comunicarse ▪ Trabajo en equipo ▪ General confianza a los clientes. 		
Elaborado por:	Autorizado por:	Recibido por:

Mapa de procesos

Se diseña un mapa de procesos para la comercializadora “Max repuestos “donde se especificarán las interrelaciones de las diferentes actividades de los procesos estratégicos, operativos y apoyo, como se detalla en el siguiente gráfico:

Tabla 135 :Mapa de Procesos



Fuente: (Álvarez, 2013, pág. 30)

Un mapa de procesos es una herramienta importante en una organización, pues con estos se puede crear la secuencia e interrelación de los procesos utilizados para desarrollar su actividad, para lo cual es necesario una persona o algún tipo de recurso para poder llevar a cabo una actividad, los procesos contribuyen a una mejor organización interna en el trabajo al establecer una descripción precisa de la actividad a desarrollar.

La implementación de manuales de los distintos procesos permite tener una visión clara de las actividades a seguir por ende, se ha implementado los siguientes manuales de procesos:

Manual de proceso de planificación estratégica

A continuación se detalle las actividades del proceso de planificación estratégica:

Manual de proceso "Max repuestos"		Pag 1/2
Proceso	Planificación Estratégica	P01
Propósito	Definir las actividades de la planificación estratégica	
Alcance	Nivel directivo, administrativo y comercial	
Responsable	Gerente	
Descripción del proceso planificación estratégica		
N°	Responsable	Actividades
1	Gerente	Formula la misión y visión de la microempresa
2	Gerente	Define objetivos empresariales
3	Gerente	Diseña el plan estratégico
4	Contador	Determina el presupuesto
5	Gerente	Socializa los objetivos y actividades
6	Vendedor / Recaudador	Cumple con sus respectivas actividades
7	Gerente	Presenta él informa de resultados
8	Gerente	Monitorea los resultados de la planificación estratégica

A continuación se detalla el diagrama de flujo del proceso de planificación estratégica:

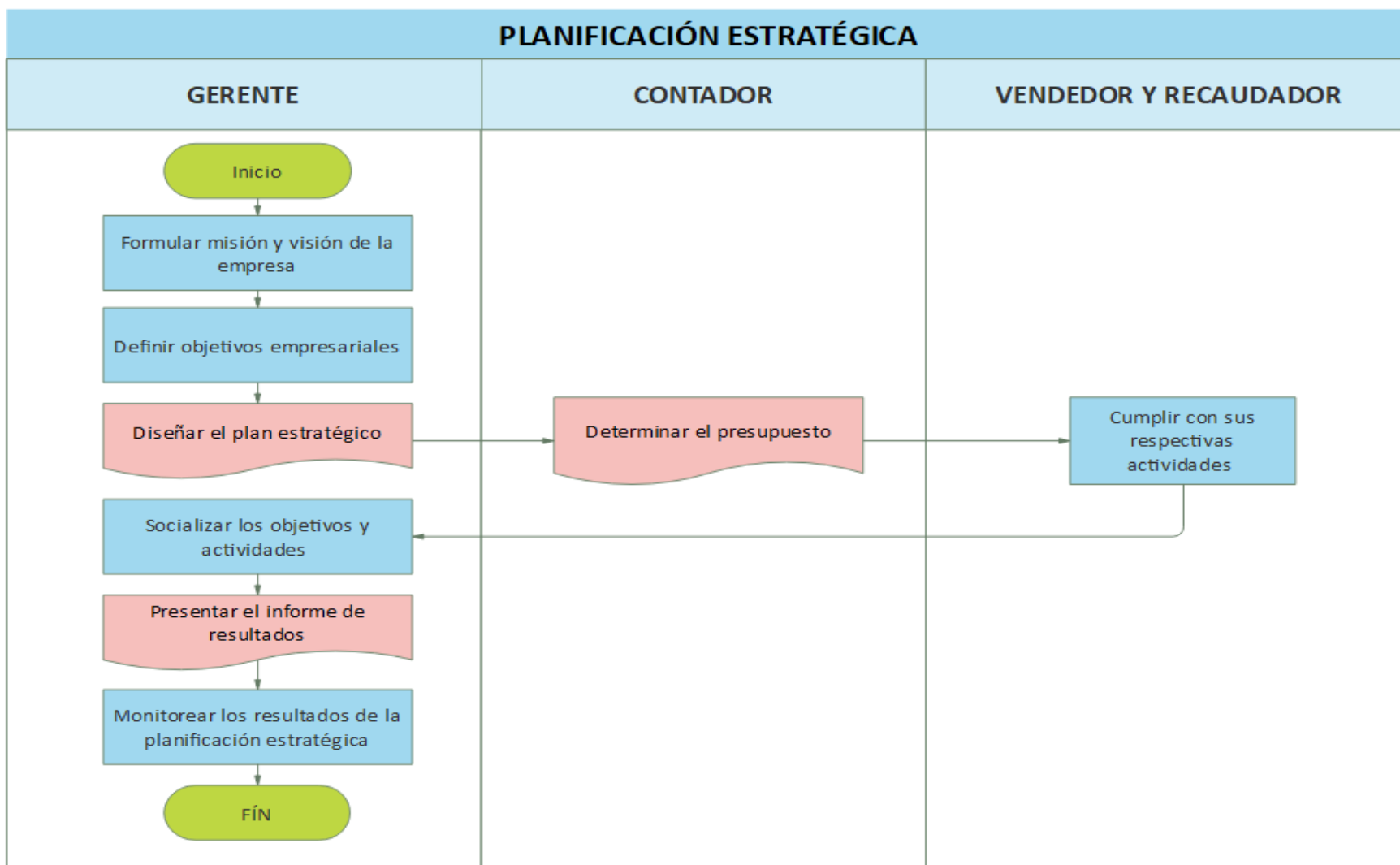


Figura 50 :Diagrama de flujo planificación estratégica

Fuente: (Álvarez, 2013, pág. 28)

Manual de proceso de apoyo

A continuación se detalle las actividades del proceso de apoyo correspondiente a recursos humanos en la contratación de personal:

Manual de procesos "Max repuestos"		Pag 1/2
Proceso	Apoyo -Contratación del personal	P02
Propósito	Establecer las actividades de selección de personal	
Alcance	Nivel directivo, administrativo	
Responsable	Gerente	
Descripción del proceso de apoyo		
N°	Responsable	Actividades
1	Gerente	Identifica los perfiles profesionales requeridos.
2	Gerente	Reclutamiento del personal
3	Gerente	Recepción de carpetas
4	Gerente	Revisión y selección de carpetas
5	Gerente	Realiza la entrevista
6	Gerente	Análisis de los entrevistados
7	Gerente	Selección del personal de acuerdo con los requerimientos
8	Gerente	Realiza el contrato de trabajo

Por consiguiente, se elaboró el diagrama de flujo correspondiente a la contratación de personal como se presenta a continuación:

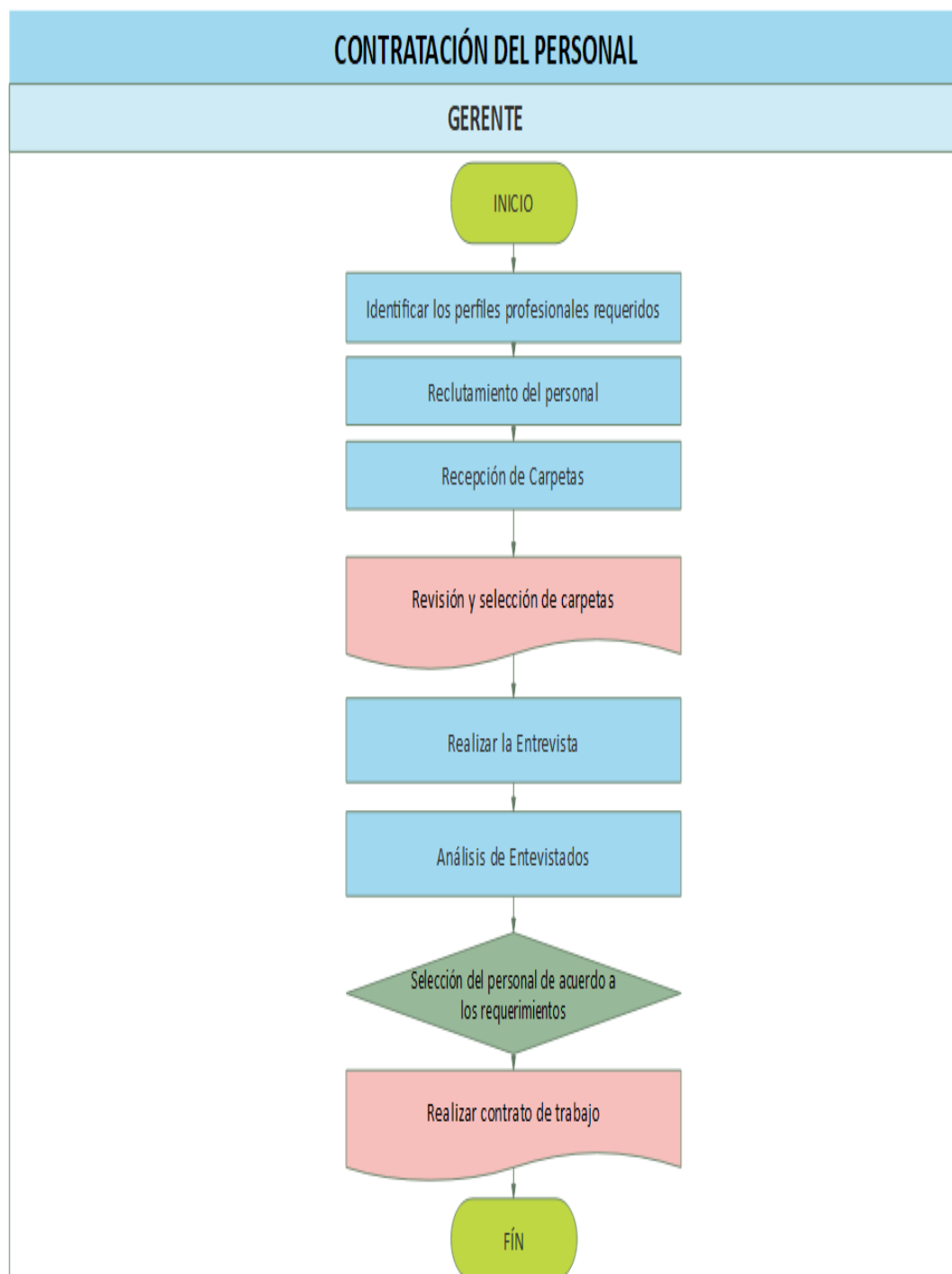


Figura 51: Diagrama de flujo proceso de apoyo

Fuente: (Álvarez, 2013, pág. 24).

4.4.4 Constitución Jurídica

Para constituir una empresa se necesita cumplir diversos trámites para legalizarla y poder obtener los permisos necesarios para su funcionamiento.

➤ **Nombre o Razón Social**

El nombre de la comercializadora de repuestos automotrices es” [Max Repuestos](#)”.

➤ **Figura Jurídica**

La comercializadora de repuestos automotrices “[Max Repuestos](#)”

Estará constituida como una compañía anónima que está formada por dos accionistas y su capital formado en partes iguales, mismas que se responsabilizan a cumplir con todas las disposiciones necesarias y realizar aportes de manera equitativa para el excelente funcionamiento del negocio siendo así que las utilidades se repartirán en igual porcentaje.

➤ **Domicilio**

La comercializadora de repuestos automotrices estará ubicada en la provincia de Imbabura, en el cantón Pimampiro en las calles Paquisha y Luis Martínez.

➤ **Objeto Lícito**

La comercializadora de repuestos automotrices se centra en la venta de repuestos para vehículos a base de gasolina, el cual deberá cumplir con la ley y no podrá ejercer otra actividad diferente a la que fue creada.

➤ **Apertura de Cuenta**

Las socias establecerán el capital de forma equivalente, para lo cual es necesario tener una cuenta bancaria en BanEcuador, donde se colocará el capital conveniente para iniciar la propuesta de negocio que tiene un valor de USD \$14.573,72, misma que, será de uso

exclusivo para transacciones relacionadas con la microempresa comercializadora de repuestos automotrices.

➤ **Escritura Pública**

La compañía anónima se constituirá mediante escritura pública misma que debe ser inscrita en el Registro Mercantil del cantón que tenga su domicilio, la compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía podrá operar cuando tenga el Registro único de Contribuyente en el SRI de acuerdo con el Art. 146 de la Ley de compañías.

Requisitos legales y tributarios para el Funcionamiento

➤ **Registro Patronal**

El patrono debe inscribirse en el SRI, con la finalidad de concretar el proceso de contratación del personal por lo que es necesario realizar el registro patronal y los requisitos son:

- ✓ Ingresar al portal web del IESS
- ✓ Seleccionar la opción empleador-registro nuevo empleador.
- ✓ Ingresar el dígito de RUC o cédula de ciudadanía
- ✓ Ingresar los datos necesarios que se encuentran señalados con asterisco.
- ✓ Finalizar con la inscripción patronal, imprimir la solicitud de clave y el convenio de utilización de la información.
- ✓ Presentarse a las agencias del IESS portando:
- ✓ Documento de Entrega de Clave.
- ✓ Copia del Registro Único del Contribuyente.
- ✓ Copia de Cédula de identidad del Representante legal.
- ✓ Copia de Papeleta de Votación del Representante legal.

- ✓ Copia de Pago de cualquier servicio básico.

➤ **Obligaciones con el IESS y Ministerio de Trabajo**

El empleador debe cumplir con las obligaciones legales como son afiliar a los funcionarios al IESS para lo que se presenta los siguientes requisitos:

- ✓ Realizar un contrato de trabajo
- ✓ Patentar el contrato laboral en el Ministerio de Relaciones Laborales
- ✓ Incorporar al trabajador a la seguridad social desde el inicio del primer día de trabajo incluso si esta prueba.
- ✓ Dirigirse a los trabajadores con el completo respeto, no infiriéndoles ofensas de palabras o de obra.
- ✓ Sueldo básico que se debe costear es de 400 (SBU 2020).
- ✓ Asumir el porcentaje de 11,15% que corresponde al empleador por la seguridad social
- ✓ Retribuir horas extras y suplementarias
- ✓ Pagar decimos tercero y cuarto sueldos
- ✓ Desde el segundo año de trabajo remunerar los fondos de reserva
- ✓ Repartir utilidades si la empresa tiene beneficios

➤ **RUC**

El RUC es imprescindible para el ejercicio de las actividades comerciales de una organización para lo cual se debe presentar los siguientes requisitos en el Servicio de Rentas Internas:

- ✓ El formulario correspondiente debidamente lleno.
- ✓ Original y copia de documento de la escritura de constitución.
- ✓ Original y copia de los nombramientos.
- ✓ Copias de cédula y papeleta de votación de los socios y representante legal.
- ✓ Una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite correspondiente.
- ✓ Planilla de pago de un servicio básico.
- ✓ Correo electrónico.

➤ **Permiso de funcionamiento de bomberos**

El funcionamiento de cualquier establecimiento de contar con el permiso otorgado por el cuerpo de bomberos mismos que asignaran luego de realizar una inspección el lugar donde se pretende establecer el local comercial los requisitos para el permiso de funcionamiento son:

- ✓ Solicitud de inspección del local
- ✓ Informe favorable de la inspección
- ✓ Copia de RUC

➤ **Patente Municipal**

La patente municipal es un requisito obligatorio que otorga el municipio, para adquirir esta se debe presentar los siguientes requisitos:

- ✓ Copia del Registro Único del Contribuyente.
- ✓ Copia de la cédula de identidad y certificado de votación.

- ✓ Solicitud de inspección del cuerpo de bomberos.

➤ **Obligaciones con el Servicio de Rentas Internas**

Se debe cumplir las obligaciones tributarias toda entidad que realice algún tipo de actividad económica a continuación se describen las obligaciones de los contribuyentes:

- ✓ Inscribirse en el RUC
- ✓ Emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones
- ✓ Llevar registro de ingresos y gastos
- ✓ Presentar la declaración de impuestos
- ✓ Pagar los impuestos de acuerdo con la actividad económica.

Finalmente, se puede inferir que el estudio organizacional es importante para el desempeño óptico de las funciones y actividades de la microempresa comercializadora de repuestos, pues se determina aspectos organizacionales como la filosofía empresarial y aspectos laborales, mediante la descripción de perfiles profesionales acorde a la razón de ser de la empresa.

Por consiguiente, se estableció los requisitos legales y tributarios que debe cumplir la organización para su constitución, el funcionamiento del negocio será en base a las disposiciones legales vigentes en el Ecuador, para evitar futuras sanciones y lograr sostenibilidad empresarial.

CAPÍTULO V

5. Validación

5.1 Introducción

La validación del proyecto, faculta a los autores y docentes técnicos especialistas en temas relacionados al presente tema en estudio, a comprobar los componentes del presente estudio de factibilidad, con el propósito de indagar la existencia de errores o problemas potenciales, antes de ser ejecutado, generando así validez al estudio.

En el presente capítulo, se evaluará la propuesta de negocio utilizando una herramienta de valoración como es el método de verificación, donde se analizan los resultados obtenidos en la investigación, de acuerdo con un rango de valoración, lo cual contribuirá a determinar si el proyecto es factible o no.

5.2 Objetivo

Validar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa comercializadora de repuestos mediante la evaluación de los capítulos correspondientes a este estudio.

5.3 Equipo de trabajo

El equipo de trabajo está constituido por las personas que contribuyeron a la realización del proyecto de investigación.

Por ende, los miembros del tribunal de grado evalúan, validan y realizan sugerencias y aportes elementales para obtener un resultado idóneo en el proyecto, el equipo de trabajo está conformado por las autoras del presente estudio de factibilidad quienes realizaron la investigación necesaria, la docente tutora y docentes técnicos.

A continuación, se indica la conformación del equipo de trabajo:

Tabla 136:Equipo de trabajo

MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO
Dra. Gloria Esperanza Aragón Cuamacás
Ing. Álvaro Rene Pérez González
DOCENTE TUTORA
Mgs. María Gabriela Arciniegas Romero
AUTORA(S)
Adriana Belén Arciniegas Guamán
Marilyn Fernanda Valladares Quito
EXPERTOS QUE APORTARON AL PROYECTO
Ing. Omar Leonel Arciniegas Mejía -Experto en Ingeniería Automotriz

Fuente: Soporte de comunicación administrativa

5.4 Metodología de verificación

La metodología de verificación consta de detallar los factores que se van a validar y los resultados correspondientes, mismos que, determinarán la factibilidad del proyecto.

5.5 Factores para validar

La identificación de criterios específicos de cada capítulo, mismo que fueron elegidos de acuerdo con la importancia de los factores de investigación. para que se validen por los expertos técnicos correspondientes. Como se detallan a continuación:

Tabla 137:Factores para validar

CAPÍTULO	FACTOR PARA VALIDAR
Fundamentación Teórica	<ul style="list-style-type: none"> • Planteamiento del Problema • Sustento Teórico
Procedimientos metodológicos	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de Investigación
Diagnóstico	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad Diagnóstica
PROPUESTA	
Estudio de Mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de la demanda • Análisis Balance -Oferta • Planteamiento de estrategias de comercialización
Estudio Técnico	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis micro – localización • Ingeniería del Proyecto • Determinación de inversión
Estudio Financiero	<ul style="list-style-type: none"> • Estados Financieros • Indicadores Financieros
Estudio Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura organizacional

Fuente: Investigación Directa

5.6 Método de calificación

La calificación para determinar la factibilidad del proyecto se basa en cuatro criterios referente a cada capítulo siendo el 10 el puntaje más alto y el 7 el más bajo.

Tabla 138: Criterio de calificación

CALIFICACIÓN	INTERPRETACIÓN
10	Excelente
9	Muy bueno
8	Bueno
7	Regular

Fuente: Investigación Directa

La calificación de la factibilidad del proyecto se determinará en base a tres criterios que son:

- **Factible:** Significa la propuesta es rentable y viable dada su validez y pertinencia.
- **Medianamente factible:** Significa aspectos y debilidades que no establecen un riesgo alto para el proyecto.
- **No Factible:** Significa que el proyecto no presenta resultados adecuados y positivos que sustenten su viabilidad y rentabilidad.

5.6.1 Rango de interpretación

Se asignarán porcentajes de tolerancia de acuerdo con cada criterio, que permita validar de forma integral el proyecto y emitir las calificaciones correspondientes. Además, exponer conclusiones y recomendaciones pertinente.

Tabla 139 : Rangos de interpretación

CRITERIOS	CALIFICACIÓN
Factible	100% - 90%
Medianamente factible	89,99% - 70 %
No factible	Menor a 70 %

Fuente: Investigación Directa

Para cada capítulo, se asignó una ponderación en relación con su relevancia, por ende, al final se realizará la sumatoria y de acuerdo con este resultado se definirá si el proyecto es factible.

Tabla 140 : Porcentaje de calificación

FACTORES	PORCENTAJE
Fundamentación teórica	10%
Procedimientos Metodológicos	10%
Diagnostico	10%
PROPUESTA	
Estudio de Mercado	20%
Estudio Técnico	20%
Estudio Financiero	20%
Estudio Organizacional	10%
TOTAL	100%

Fuente: Investigación Directa

5.7 Resultados

En este apartado se presenta la Matriz de Validación, que será completada por los docentes técnicos y la docente tutora, de acuerdo con el rango de calificación establecido, proporcionando resultados de la evaluación del proyecto.

Tabla 141 :Matriz de validación 1


MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
COMERCIALIZADORA MAX REPUESTOS					
VALIDADO POR: Mgs. Gabriela Arciniegas					
Capítulo	Factores para validar	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
I	Fundamentación Teórica	10%	9,5	9,5%	
II	Procedimientos Metodológicos	10%	9	9%	
III	Diagnóstico Situacional	10%	9	9%	
IV Propuesta					
	Estudio de Mercado	20%	9	18%	
	Estudio Técnico	20%	9	18%	
	Estudio Financiero	20%	9,5	19%	
	Estudio Organizacional	10%	9,5	9,5%	
	TOTAL	100%	9,21	92%	
	FIRMA				

Tabla 142 :Matriz de validación 2


MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
COMERCIALIZADORA MAX REPUESTOS					
VALIDADO POR: Dra. Gloria Aragón					
Capítulo	Factores para validar	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
I	Fundamentación Teórica	10%	9,1	9,1%	
II	Procedimientos Metodológicos	10%	9	9%	
III	Diagnóstico Situacional	10%	9	9%	
IV Propuesta					
	Estudio de Mercado	20%	9	18%	
	Estudio Técnico	20%	9	18%	
	Estudio Financiero	20%	9	18%	
	Estudio Organizacional	10%	8,9	8,9%	
	TOTAL	100%	9	90%	
	FIRMA	 Dra. Gloria Aragón Msc.			

Tabla 143 : Matriz de validación 3


MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
COMERCIALIZADORA MAX REPUESTOS					
VALIDADO POR: Ing. Álvaro Pérez					
Capítulo	Factores para validar	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
I	Fundamentación Teórica	10%	9,5	9,5%	
II	Procedimientos Metodológicos	10%	9	9%	
III	Diagnóstico Situacional	10%	8	8%	
IV Propuesta					
	Estudio de Mercado	20%	8,5	17%	
	Estudio Técnico	20%	8,5	17%	
	Estudio Financiero	20%	9	18%	
	Estudio Organizacional	10%	8,5	8,5%	
	TOTAL	100%	8.71	87%	
	FIRMA				

Tabla 144: Tabla de Resultados de Validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN								
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD								
COMERCIALIZADORA MAX REPUESTOS								
Capítulo	Factores a validar	Porcentaje	Mgs. Gabriela Arciniegas	Dra. Gloria Aragón	Ing. Álvaro Pérez	Promedio	Resultados	Observaciones
I	Fundamentación Teórica	10%	0,95	0,91	0,95	0,93	9,3%	
II	Procedimientos Metodológicos	10%	0,9	0,9	0,9	0,9	9%	
III	Diagnóstico Situacional	10%	0,9	0,9	0,8	0,86	8,6%	
	Estudio de Mercado	20%	1,8	1,8	1,70	1,76	17,6 %	
IV	Estudio Técnico	20%	1,8	1,8	1,70	1,76	17,6%	
	Estudio Financiero	20%	1,9	1,8	1,80	1,83	18,3%	
	Estudio Organizacional	10%	0,95	0,89	0,85	0,89	8,9%	
	TOTAL	100%	9,2	9	8,7	8,93	89,3%	

5.8 CALIFICACIÓN E INTERPRETACIÓN

El estudio de factibilidad para la creación de una microempresa comercializadora de repuestos automotrices para vehículos que funcionan a gasolina en el cantón Pimampiro, provincia de Imbabura, indica que es un proyecto factible, en base a los resultados obtenidos a partir de las matrices de validación efectuadas por los docentes técnicos encargados de la evaluación de cada uno de los capítulos del proyecto, del cual se obtuvo un porcentaje de factibilidad del 89,3 % según los criterios establecidos en este capítulo.

CONCLUSIONES

- El primer capítulo que abarca la fundamentación teórica, que permitió sustentar el desarrollo del proyecto logrando una mejor comprensión para el lector.
- En el diagnóstico se puede inferir que la propuesta de negocio reúne los aspectos positivos, que conllevan una oportunidad y una serie de aliados para la creación de una microempresa comercializadora de repuestos que funcionan a gasolina en el cantón Pimampiro.
- Con el estudio de mercado se determinó la demanda insatisfecha que son de 5026 unidades de repuestos para vehículos en el cantón Pimampiro para el año 2020, misma que se pretende satisfacer en un 78% para lo cual se realizará estrategias de marketing para lograr cumplir el objetivo propuesto y generar los ingresos esperados.
- Mediante el estudio técnico se estableció la ubicación exacta que será en el cantón Pimampiro, barrio San Vicente que se encuentra en el centro de la ciudad ya que existe gran afluencia vehicular en el sector, además se estableció los recursos necesarios para poner en marcha el local comercial. También se estimó el monto de la inversión que será de \$24.573,76 mismo que se será un aporte propio y financiamiento.
- Mediante la conclusión de la evaluación financiera se ha evidenciado que el presente proyecto es factible ya que se ha evidenciado en el estado de resultados una ganancia neta de 9833,50 en el primer periodo, además el costo de capital es de 12.03% , la tasa de rendimiento medio es de 13.18% superior al costo de capital por ende rentable, el valor actual neto es de \$52.710,12 considerado factible ya que muestra la utilidad después de descontar la inversión y los flujos netos de efectivo, de esta manera

también se ha considerado el costo beneficio que es de 1,08 lo que representa una ganancia de 0,08 centavos por cada dólar invertido finalmente se ha determinado que el periodo de recuperación de 1 año, 2 meses y 5 días.

- La microempresa comercial será constituida como una compañía anónima conformada por dos socias y el nombre asignado es Max Repuestos, también se ha determinado la estructura organizacional que permitirá establecer los niveles administrativos necesarios para asignar las diferentes funciones y actividades de las áreas de la empresa, mismas que, contribuirán al servicio eficiente en la organización.
- Finalmente se concluye que el presente proyecto es factible y rentable ya que ha evidenciado un nivel de ganancias altas que le permitirá su solvencia económica, además logrará satisfacer las necesidades del público objetivo.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda sustentar correctamente las referencias teóricas, de acuerdo con el desarrollo del proyecto para tener una mejor comprensión de la investigación.
- Se sugiere aprovechar las oportunidades que se dedujo en el diagnóstico, dado que consta de efectos positivos para la constitución de la microempresa comercializadora de repuestos.
- Actualizar periódicamente las estrategias de marketing para lograr captar más clientes a través de sus expectativas. Además, mantenerse en el mercado ante la competencia, y por ende tener mayores beneficios empresariales.
- Elegir adecuadamente a los proveedores de los repuestos automotrices, que proporcionen los productos en el tiempo especificado y con los estándares de calidad.
- Aprovechar los resultados positivos referente al estudio económico, ya que se concluyó rentable la idea de negocio.
- Se recomienda cumplir con las disposiciones legales vigente en el Ecuador referente a la constitución jurídica de la comercializadora de repuestos y en sus procesos contables y comerciales de la microempresa.
- Ejecutar el proyecto dado que mediante la investigación realizada se puede evidenciar que es factible y viable.

REFERENCIAS

Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2004). *Política de desarrollo agrícola*. Roma: FAO.

Aguilar, F. J. (1967). *Scanning the Bussiness Enviroment*. New York.

Álvarez, J. M. (2013). *Configuración y usos de un mapa de procesos*. Génova Madrid: AENORediciones.

Anuario de Estadísticas de Transporte . (2018). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Retrieved from <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/transporte/>

Aragón, G. (2018). La Cultura Organizacional y los Medios de Vida "Una Mirada a las Asociaciones Campesinas de la Zona de Integración Fronteriza Colombia -Ecuatoriana ". Ecuador: Imprenta Universitaria 2018. Retrieved from https://issuu.com/utnuniversity/docs/ebook_la_cultura_organizacional_y_1

Asociación de Empresa Automotrices del Ecuador. (2018). *Anuario 2018*. Retrieved Julio 25, 2020, from <http://www.aeade.net/wp-content/uploads/2019/03/Anuario%202018.pdf>

Banco Central del Ecuador. (2020, Julio 30). *Banco Central del Ecuador*. Retrieved from <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1366-el-covid-19-pasa-factura-a-la-economia-ecuatoriana-decrecera-entre-73-y-96-en-2020>

BCE. (2019). *Banco Central del Ecuador crecimiento económico*. Quito.

Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación administración ,economía ,humanidades y ciencias sociales Tercera edición*. Pearson Educación.

- Carbonel Valdivia, J. (2016). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Lima ,Perú: Empresa Editora Macro EIRL.
- CECE. (2020). *Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico*. Quito.
- Chapman, A. (2016). Análisis DOFA y análisis PEST. *Empresas creciendo bien*, 6.
- Chávez, C. F. (2018). *La formación de valores: características*. Editorial Ciudad Educativa.
Retrieved from <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/36729?page=1>
- CIPRADEC . (2014-2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón San Pedro de Pimampiro*. Pimampiro.
- Código Orgánico De Organización Territorial, COOTAD. (2015). *Código Orgánico De Organización Territorial, COOTAD*.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador 2008*. Decreto Legislativo 0 Registro Oficial. Retrieved Julio 10, 2020, from www.lexis.com.ec
- Cremades Rocamora, A., & Bianchi Calero, M. (2016). *El mercado de repuestos para automóviles en Ecuador Abril 2016*. Retrieved from <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/884641079radBFA4B.pdf>
- Cremades, A., & Bianchi, M. (2016). *El mercado de repuestos para automóviles en Ecuador Abril 2016*. Retrieved Julio 25, 2020, from <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/884641079radBFA4B.pdf>
- Echeverría Ruíz, C. d. (2017). *Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto*. Quito.

- Eguizábal, R. (2017). Estudio del eslogan. Origen, propiedades y tipología. *Pensar la Publicidad*, 11, 15-32.
- Estupiñan Gaitán, R. (2017). *Estados Financieros básicos bajo NIC-NIIF*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- Feijoo, E., & del Pozo, D. (2019). *Encuesta Nacional de Empleo ,Desempleo y Subempleo(ENEMDU),marzo 2019*.
- Flórez Uribe, J. A. (2016). *Proyectos de inversión para las pyme*. Bogotá: ECOE EDICIONES .
- García Dlhigo, J. (2016). *Metodología de la investigación para administradores*. Ediciones de la U.
- INEC. (2015). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Pimampiro.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2018). *Proyecciones Poblacionales*. Retrieved 08 15, 2020, from <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2019). *Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo*. Retrieved 08 15, 2020, from https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Junio/201906_Mercado_Laboral_final.pdf
- Lara P., B. (2014). *como elaborar proyectos de inversion paso a paso*. Quito: Oseas Espín.
- Lasio, V., Zambrano, J., Amaya , A., & Ordeñana, X. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019 / 2020*.
- Ley de Regimen Tributario Interno, LRTI. (2018). Registro Oficial Suplemento 463.

Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria. (2019). Registro Oficial Suplemento N°111.

Méndez Lozano, R. (2016). *Formulación y Evaluación de Proyectos Enfoque para Emprendedores*. Bogotá: Digiprint editores.

Merino Sanz, M., Pintado Blanco, T., Sánchez Herrera, J., & Grande Esteban, I. (2015). *Introducción a la investigación de mercados*.

Meza Orozco, J. d. (2016). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Molina, W. (2020, abril 26). *El Telégrafo*. Retrieved from El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/entrega-domicilio-opcion-comercio>

Objetivo Cero. (2016). *Fundación MAPRE*. Retrieved agosto 21, 2020, from <https://www.seguridadvialenlaempresa.com/seguridad-empresas/actualidad/noticias/influyen-kilometros-y-antiguedad-en-seguridad-coche.jsp>

Pacheco Coello, C. E., & Pérez Brito, G. J. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia Gerencial*. México Editores de la U.

Parada Torralba, P. (2017). *Análisis PESTEL*. Retrieved from <https://foda-dafo.com/historia-del-analisis-pest-pestel/#:~:text=Por%20primera%20vez%20el%20termino,%C2%ABAn%C3%A1lisis%20del%20entorno%20empresarial%C2%BB.&text=Narayanan%20en%20su%20libro%2C%20publicado,%2Dambiental%20en%20Gesti%C3%B3n%20Estrat%C3%A9gic>

Pardo Álvarez, J. M. (2017). *Gestión por procesos y riesgo operacional*. Madrid: Asociación Española de Normalización y Certificación.

Paz, G. M. (2017). *Metodología de la investigación (3a. ed.)*. Grupo Editorial Patria.

PDOT. (2019-2023). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Pimampiro.

Pindado, E., & Sánchez, M. (2015). Factores que influyen en la consolidación del emprendimiento dentro del sector agrario.

(2015). *Plan de desarrollo territorial*. Pimampiro.

Plan Nacional de Desarrollo Todo una Vida. (2017 -2021). Retrieved Julio 10, 2020, from Plan Nacional Toda una Vida : https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Proyecto de Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (2018, Septiembre 28). Retrieved Julio 24, 2020, from http://progresomicrofinanzas.org/wp-content/uploads/2019/02/Proyecto_de_Ley_Orgánica_de_Emprendimiento_e_Innovación_k0vLmQZ.pdf

Puentes Montañez, G. A., Prieto Puentes, D. F., & Caro Gonzales, L. S. (2019). *Formulación y Evaluación de proyectos agropecuarios*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Ramírez Díaz, J. A. (2019). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogotá: ediciones de la U.

Rodríguez Aranday, F. (2018). *Formulación y Evaluación de proyectos de Inversión: Una propuesta Metodológica*. México.

Rodríguez, D. (2015). *Diagnóstico organizacional*. Chile: Ediciones Uc.

Rojas López, M. D. (2016). *Evaluación de proyectos para Ingenieros*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

- Salas, E. (2017). El logotipo como inversión corporativa. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 2-3.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación - Sexta Edición*. México : Mc Graw-Will.
- Sancho, F. (2010). La empresariedad agrícola y rural:conceptos para modelar el desarrollo. *Revista Perspectivas*.
- Torres Viteri, A. (2016). *Manuales prácticos de la pyme como realizar un estudio de mercado*. Mexico: IGAPE.
- Vasquéz, B. A. (2000). *La Política de Desarrollo Economico Local*.
- Zamora Boza, C. S. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía el caso de Ecuador . *Espacios*, 15.

ANEXOS

Anexo 1: Formato encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA

Objetivo: Obtener información para determinar la oportunidad de crear una microempresa comercializadora de repuestos automotrices para vehículos que funcionan a gasolina en la provincia de Imbabura, cantón Pimampiro.

Indicaciones: Lea detenidamente cada pregunta, marque con una X la respuesta que usted considere pertinente.

1. ¿Cuenta usted actualmente con un vehículo?

Si

No

2. ¿Qué tipo de combustible utiliza en su vehículo?

Gasolina

Diesel

3. ¿Cuál es la marca de vehículo que posee?

CHEVROLET

RENAULD

HONDA

HYUNDAI

TOYOTA

VOLKSWAGEN

KIA

NISSAN

MAZDA

SUZUKI

FIAT

FORD

OTRO

4. ¿Qué antigüedad tiene su vehículo?

1 – 3 años

4-6 años

7- 9 años

10 años o más

5. ¿Cuál es el kilometraje promedio anual de su vehículo?

0 km – 10000km

10001 km – 20000 km

20001 km – 30000 km

30001 km – 40000 km

Más de 40001 km

6. ¿Qué repuestos compra con más frecuencia? Escoja 2 de cada grupo.

Motor	Kit de Distribución	<input type="checkbox"/>
	Bomba de Agua	<input type="checkbox"/>
	Pistones	<input type="checkbox"/>
Frenos	Zapatatas	<input type="checkbox"/>
	Zapatillas	<input type="checkbox"/>
	Líquido de Freno	<input type="checkbox"/>
Caja	Rodamientos	<input type="checkbox"/>
	Sincronizadores	<input type="checkbox"/>
	Kit de embrague	<input type="checkbox"/>
Suspensión	Rulimanes	<input type="checkbox"/>
	Bujes	<input type="checkbox"/>
	Amortiguadores	<input type="checkbox"/>
Transmisión	Corona y Cono	<input type="checkbox"/>
	Planetarios	<input type="checkbox"/>
Dirección	Retenes	<input type="checkbox"/>
	Axiales	<input type="checkbox"/>
Mantenimientos	Filtro de Aire	<input type="checkbox"/>
	Filtro Aceite	<input type="checkbox"/>
	Bomba de Combustible	<input type="checkbox"/>

7. De los siguientes grupos de repuestos para su vehículo, indique su frecuencia de compra al año y gasto anual.

	¿Cuál es la frecuencia de consumo anual?					¿Cuál es el gasto promedio anual?				
	4 veces al año	3 veces al año	2 veces al año	1 vez al año	cada 2 años o más	\$100-\$150	\$151-\$200	\$201-\$250	\$251-\$300	Más de \$ 301
Motor										
						\$25-\$50	\$51-\$75	\$76-\$100	\$101-\$125	Más de \$126
Frenos										
						\$100-\$150	\$151-\$200	\$201-\$250	\$251-\$300	Más de \$ 301
Caja										
						\$160-\$180	\$181-\$200	\$201-\$220	\$221-240	Más de \$241
Suspensión										
						\$160-\$180	\$181-\$200	\$201-\$220	\$221-240	Más de \$241
Transmisión										
						\$50-\$75	\$76-\$100	\$101-\$125	\$126-\$150	Más de \$151
Dirección										
						\$100-\$150	\$151-\$200	\$201-\$250	\$251-\$300	Más de \$ 300
Mantenimientos										

8. ¿Qué tipo de repuesto adquiere para su vehículo?

Repuestos genéricos

Repuestos originales

9. ¿Cuántos proveedores de repuestos automotrices existen en el cantón Pimampiro?

Ninguno

Uno

Dos

Más de tres

10. ¿A qué proveedor usted acude al momento de adquirir sus repuestos?

Almacenes automotrices	Concesionarias	En línea
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Cuál?.....	¿Cuál?.....	¿Cuál?.....

11. ¿Usted está satisfecho con su proveedor de repuestos actual?

Muy satisfecho

Medianamente satisfecho

Insatisfecho

12. ¿Al momento de adquirir un repuesto en el local de su preferencia, en qué criterios se basa para tomar una decisión de compra, evalúe (siendo 5 más importante y 1 menos importante)?

	5	4	3	2	1
Variedad de repuestos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ubicación del Almacén	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Precio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forma de pago	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atención al cliente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Promociones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. ¿A través de que medio pago por los repuestos vehiculares?

Tarjeta de crédito

Efectivo

Crédito o cuotas

Transferencias bancarias

14. ¿Considera usted necesario que en Pimampiro exista un proveedor de comercialización repuestos vehiculares que ofrezca mayor variedad de productos, garantía y asesoría al cliente?

Si

No

15. En el caso de responder si en la anterior pregunta. ¿Dónde le gustaría que se ubique el proveedor de vehículos?

Norte del cantón

Centro del cantón

Sur del cantón

16. ¿Considera importante que se comercialice los repuestos de vehículo a través de comercio electrónico?

Si

No

17. ¿Cuál es el medio que utiliza para busca información acerca de repuestos para su vehículo?

Redes Sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp)

Televisión

Radio

Voz a voz (Recomendaciones)

GOOGLE

18. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofrezca la nueva comercializadora de repuestos vehiculares?

Asesoría técnica

Entregas a domicilio

Mantenimiento

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 2: Formato de entrevista.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENTREVISTA

Objetivo: Obtener información para validar información con experiencia técnica en mecánica automotriz para crear una microempresa comercializadora de repuestos automotrices para vehículos que funcionan a gasolina en la provincia de Imbabura, cantón Pimampiro.

Guía de entrevista: La información recolectada es de carácter académico, la duración es de 15 minutos. Le agradecemos por su colaboración.

Datos informativos:

Nombre del entrevistado: _____

Nombre del entrevistador: _____

Formación del entrevistado: _____

Fecha: _____

Hora: _____

Cuestionario:

1.- ¿Qué tipo de combustible usan los vehículos que mayormente asisten a realizar mantenimiento o cambios de partes en su establecimiento?


2.- ¿Cuáles son las marcas de vehículos de los propietarios que acuden frecuentemente a realizar mantenimiento vehicular sea preventivo o correctivo?

3.- ¿Cuándo realizan los propietarios de los vehículos cambio de partes automotrices?

4.- ¿Qué tipo de repuesto recomienda que adquieran a sus clientes?

5.- ¿Usted considera que exista nuevos proveedores de repuestos automotrices

Anexo 3: Proformas



ideal concept[®]
DISEÑO Y PUBLICIDAD

PROFORMA
Ibarra, 14 de Octubre 2020

Srta.
Marilyn Valladares
Presente

CANTIDAD	DETALLE	Valor USD
1	Rotulo con caja de luz de 2*1.50	\$ 265,00
100	Tarjetas de presentacion en papel couche	\$ 17,00
TOTAL		\$ 282,00

Nota: Los valores presentados en esta proforma no incluyen I.V.A

Teléfono
0969439310
2 581 079

Correo
alejo-992
@hotmail.com

Dirección
Ibarra:
Mojanda y Piñan

Figura 52 Proforma 1

Digit·a Inicio Quiénes Somos Servicios ▾ Portafolio Blog Contacto 



Estás más cerca de tener tu propio sitio web

Plan Redes Sociales Emprendedor

Su plan Redes Sociales Emprendedor incluye:

- 8 diseños de post cuadrados adaptados a tamaño de stories
- 1 video animado máx. 30 seg

\$50

Resumen del Pedido	
Plan Emprendedor	\$50
Administración	\$0
Total	\$50

* no incluye IVA

Figura 53. Proforma 2

CodeNorte		
Inicio Nosotros ▾ Servicios ▾ Cursos ▾ Portafolio ▾ Contactos ▾		
\$ 149,99 /anual.	\$ 249.99 /anual.	\$ 549.99 /anual.
<ul style="list-style-type: none"> <> Desarrollo en HTML5, CSS <> Administración GRATIS * <> Adaptativo dispositivos móviles 📁 Galería de imágenes/video 📁 Diseño personalizado ⚙️ Formulario de Contacto ★ Mapa de ubicación 🏠 Banner animado 🏠 SEO básico 	<ul style="list-style-type: none"> <> Desarrollo en HTML5, CSS, CMS <> Administración por el CLIENTE <> Adaptativo dispositivos móviles ★ Galería de imágenes / video 📁 Creación de redes sociales ⚙️ Personalización plantilla ⚙️ Formulario de Contacto 📁 Mapa de ubicación 🏠 Banner animado ★ SEO avanzado 🏠 Cuentas de correo 🏠 Capacitación 	<ul style="list-style-type: none"> <> Desarrollo en CMS <> Administración por el CLIENTE <> Cobro por PAYPAL ★ Adaptativo dispositivos móviles ⚙️ Hasta 50 productos o 5 servicios ⚙️ Galería de imágenes / video 📁 Creación de redes sociales 🏠 Personalización plantilla ★ Formulario de Contacto 🏠 Mapa de ubicación 🏠 Banner animado 🏠 SEO / SEM


Figura 54. Proforma 3

PROFORMA

Cliente1 CONSUMIDOR FINAL
 Direc. TULCAN

Fecha 15/10/2020
 RUC/Céd 99999999

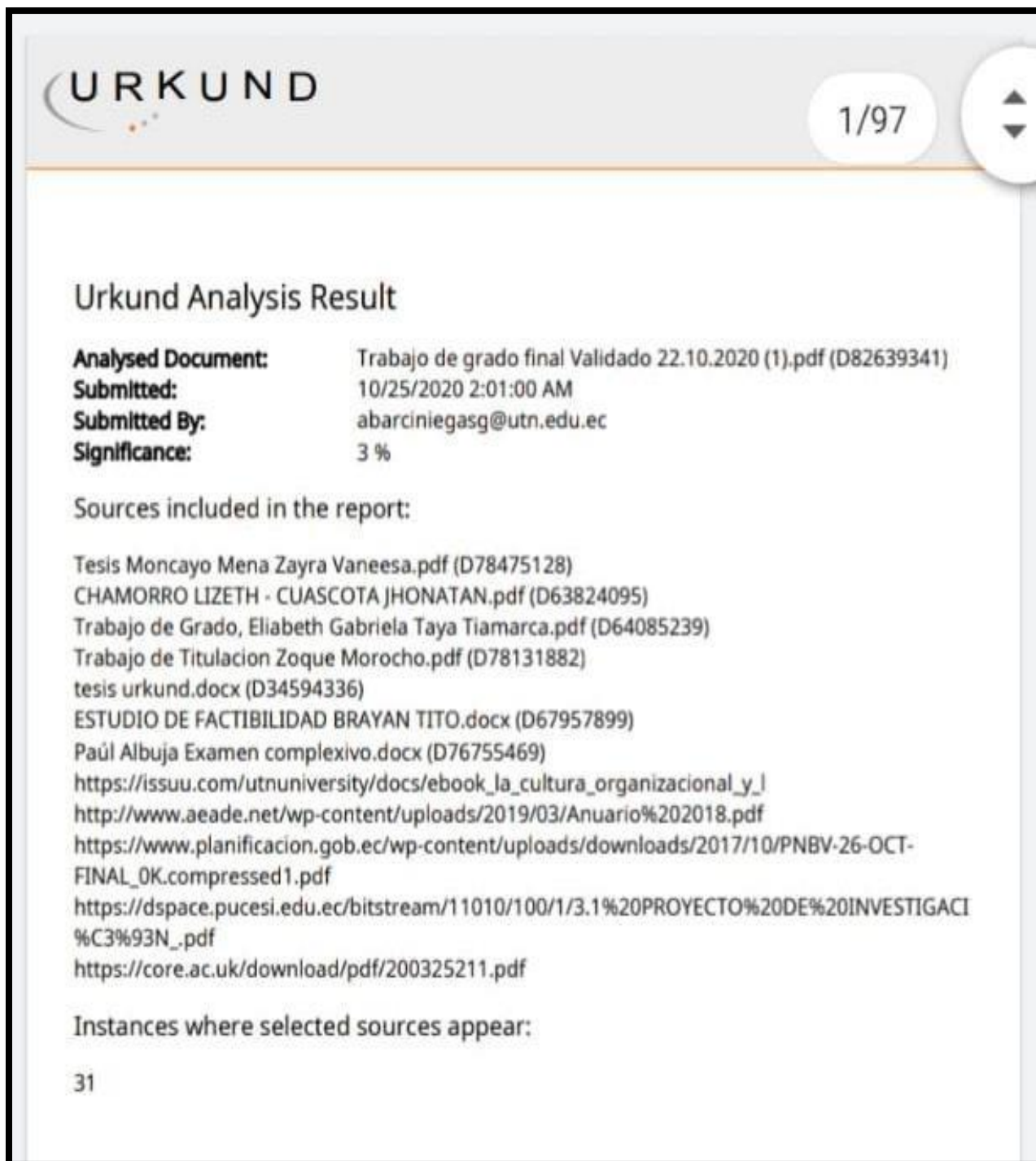
24.00	ROLLO PAPEL 75X75 CABINA	0.90	21.60
1.00	CAJA ESFERO PIFINO AZUL	6.60	6.60
2.00	FACTURERA PEQ BOND	0.45	0.90
1.00	CARPETA ARCHIVADOR TEL SUPEF	1.90	1.90
1.00	GRAPADORA EAGLE S6030B	7.50	7.50
4.00	HOJAS PERFORADAS A4	0.40	1.60
2.00	PORTA LAPIZ REDONDO NEGRO	1.50	3.00
2.00	GRAPADORA HUA CHANG	5.30	10.60
3.00	SACAGRAPAS BESTER	0.60	1.80
7.00	CARPETA ARCHIVADOR FENIX	2.60	18.20
1.00	LAPIZ STAEDTLER NORICA HB2	0.25	0.25
1.00	CLIP CENTRUM	0.30	0.30
1.00	CAJA GRAPAS 26X6 BESTER X 500C	0.90	0.90



LA PELEPIA
COMERCIAL S.A.
QUITO
FIRMA AUTORIZADA

000015727	ST 0	0.00
SERVER	ST 12	67.10
	Desccto	0.00
	IVA	8.05
	Total	75.15

Figura 55.Proforma 4



The image shows a screenshot of the Urkund software interface. At the top left is the 'URKUND' logo. At the top right, there is a page indicator '1/97' and a navigation arrow icon. The main content area is titled 'Urkund Analysis Result'. Below this title, there is a table-like structure showing document details: 'Analysed Document', 'Submitted', 'Submitted By', and 'Significance'. Below the document details, there is a section titled 'Sources included in the report:' followed by a list of file names and URLs. At the bottom of the report, there is a section titled 'Instances where selected sources appear:' followed by the number '31'.

URKUND

1/97

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Trabajo de grado final Validado 22.10.2020 (1).pdf (D82639341)
Submitted: 10/25/2020 2:01:00 AM
Submitted By: abarciniegasg@utn.edu.ec
Significance: 3 %

Sources included in the report:

Tesis Moncayo Mena Zayra Vaneesa.pdf (D78475128)
 CHAMORRO LIZETH - CUASCOTA JHONATAN.pdf (D63824095)
 Trabajo de Grado, Eliabeth Gabriela Taya Tiamarca.pdf (D64085239)
 Trabajo de Titulacion Zoque Morocho.pdf (D78131882)
 tesis urkund.docx (D34594336)
 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD BRAYAN TITO.docx (D67957899)
 Paúl Albuja Examen complejo.docx (D76755469)
https://issuu.com/utnuniversity/docs/ebook_la_cultura_organizacional_y_l
<http://www.aeade.net/wp-content/uploads/2019/03/Anuario%202018.pdf>
https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_OK.compressed1.pdf
https://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/100/1/3.1%20PROYECTO%20DE%20INVESTIGACION%20C3%93N_.pdf
<https://core.ac.uk/download/pdf/200325211.pdf>

Instances where selected sources appear:

31

Figura 56. Reporte de Urkund