



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA
SUCURSAL DEL TALLER DE MOTOS “TECNIDIEGO” EN EL
CANTON GUAMOTE PROVINCIA DE CHIMBORAZO PARA EL
AÑO 2022”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

YULISA ESTEFANIA PARRA HERNANDEZ

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA
SUCURSAL DEL TALLER DE MOTOS “TECNIDIEGO” EN EL
CANTON GUAMOTE PROVINCIA DE CHIMBORAZO PARA EL
AÑO 2022”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: YULISA ESTEFANIA PARRA HERNANDEZ

DIRECTOR: Dr. ROBERTO ISAAC COSTALES MONTENEGRO

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Yulisa Estefanía Parra Hernández

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Yulisa Estefanía Parra Hernández, declaro y digo que el presente trabajo de titulación es de mi autoría, los resultados del mismo son auténticos y originales; la información que contiene el documento proviene de otras fuentes debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba 14 de abril de 2022



Yulisa Estefanía Parra Hernández

C.I: 060510351-4

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo: Proyecto de Investigación, “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DEL TALLER DE MOTOS “TECNIDIEGO” EN EL CANTÓN GUAMOTE PROVINCIA DE CHIMBORAZO PARA EL AÑO 2022**” realizado por la señorita: **YULISA ESTEFANIA PARRA HERNANDEZ** , ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Juan Alberto Ávalos Reyes PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2022- 04-14
Dr. Roberto Isaac Costales Montenegro DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2022- 04-14
Ing. Ángel Eduardo Rodríguez Solarte MIEMBRO DEL TRIBUNAL		2022- 04-14

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación con infinito amor a mis padres Alipio y Clara que a pesar de todos los duros momentos que hemos a travesado y que una vez les defraude ahora me siento orgullosa de poder estar muy cerca de ser una excelente profesional, es por ello que hoy estoy aquí y este trabajo los dedico a ustedes que siempre confiaron en mis capacidades y ahora de nuevo les vuelvo a demostrar que si pude llegar a mi cúspide que siempre soñé.

De igual forma dedico este trabajo de proyecto integrador a mi hijo Tylor Josué que fue el pilar fundamental para seguir adelante, seguir luchando, para despertarme todas las mañanas con ese ánimo de poder estudiar del saber que cada día estoy más cerca, y que definitivamente por él es quien soy ahora porque me ha dado las fuerzas suficientes para poder prepararme cada día.

Te dedicó a ti abuelita querida Teresita de Jesús allá en el infinito cielo yo sé que estarás orgullosa de mi porque siempre fue tu sueño verme triunfar en la vida, de culminar mi carrera universitaria para poder tener una mejor calidad de vida.

Yulisa

AGRADECIMIENTO

Le doy gracias a mi padre celestial creador del cielo por darme la oportunidad de vivir en este mundo, por haberme desde pequeña dado el entendimiento, el conocimiento para seguir con mis estudios, de igual forma expreso mis más sinceros agradecimientos a mis docentes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo a la Facultad de Administración de Empresas en especial a la carrera de Finanzas que me abrieron las puertas para formarme como una profesional , siempre fueron esa guía de excelencia compartiendo sus conocimientos a diario gracias por la paciencia entregada , por el cariño y el amor con el cual nos educaban.

Quiero también expresar mis más sinceros agradecimientos a mi tribunal de tesis integrado por el Doctor Roberto Costales y el ingeniero Eduardo Rodríguez que estuvieron presentes en todo momento para darme las mejores directrices para culminar con mi trabajo de titulación.

De igual forma quiero agradecer infinitamente a mi madre querida Clara Hernández quien puedo decir que ella fue la esencia principal para poder culminar con mis estudios, siempre estuvo presente aconsejándome y dándome las fuerzas necesarias cuando sentía que ya no podía y más que todo cuando decidí retirarme de mis estudios.

Yulisa

TABLA DE CONTENIDO

INDICE DE TABLAS.....	ix
INDICE DE FIGURAS.....	xii
INDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	6
1.1. Antecedentes de Investigación	6
1.2. Marco teórico.....	7
<i>1.2.1. ¿Qué es factibilidad?</i>	<i>7</i>
<i>1.2.2. Definición de estudio de factibilidad.....</i>	<i>7</i>
<i>1.2.2.1. Importancia de un estudio de Factibilidad.....</i>	<i>8</i>
<i>1.2.2.2. Componentes de un estudio de Factibilidad.....</i>	<i>8</i>
<i>1.2.3. Estudio Organizacional.....</i>	<i>9</i>
<i>1.2.4. Estudio de Mercado</i>	<i>11</i>
<i>1.2.5. ¿Qué es un servicio?.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2.6. Demanda</i>	<i>13</i>
<i>1.2.7. Proveedores</i>	<i>14</i>
<i>1.2.8. Participación de mercado</i>	<i>15</i>
<i>1.2.9. Oferta.....</i>	<i>15</i>
<i>1.2.10. Estudio Técnico</i>	<i>15</i>
<i>1.2.11. Estudio económico.....</i>	<i>17</i>
1.3. Marco conceptual.....	19
1.4. Idea a Defender	20

1.4.1.	Variable independiente	20
---------------	-------------------------------------	-----------

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	21
2.1.	Enfoque de investigación	21
2.1.1.	<i>Mixto</i>	21
2.1.2.	<i>Cualitativo</i>	21
2.1.3.	<i>Cuantitativo</i>	21
2.2.	Nivel de Investigación	22
2.2.1.	<i>Exploratorio</i>	22
2.2.2.	<i>Descriptivo</i>	22
2.2.3.	<i>Correlacional</i>	22
2.2.4.	<i>Explicativo</i>	22
2.3.	Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación	23
2.3.1.	<i>Métodos de investigación</i>	23
2.3.1.1.	<i>Inductivo</i>	23
2.3.1.2.	<i>Deductivo</i>	23
2.3.1.3.	<i>Analítico</i>	23
2.3.1.4.	<i>Sintético</i>	23
2.3.2.	<i>Técnicas de investigación</i>	24
2.3.2.1.	<i>Entrevista</i>	24
2.3.2.2.	<i>Encuesta</i>	24
2.3.2.3.	<i>Observación</i>	24
2.3.2.4.	<i>Muestreo</i>	24
2.3.3.	<i>Instrumentos de Investigación</i>	24
2.3.4.	<i>Población y muestra</i>	25
2.3.4.1.	<i>Población</i>	25
2.3.4.2.	<i>Muestra</i>	26
2.4.	Análisis e Interpretación de Resultados	27

2.4.1.	<i>Resultados de la encuesta</i>	27
CAPÍTULO III		
3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	42
3.1.	Título de la propuesta	42
3.2.	Objetivo de la propuesta	42
3.3.	Estudio de mercado	42
3.3.1.	<i>Detalle de los servicios</i>	42
3.3.2.	<i>Análisis de la demanda</i>	44
3.3.3.	<i>Análisis de la oferta</i>	47
3.3.4.	<i>Demanda insatisfecha</i>	48
3.3.5.	<i>Participación de mercado</i>	48
3.3.6.	<i>Marketing mix</i>	51
3.3.7.	<i>Segmentación de mercado</i>	54
3.4.	Estudio Técnico	55
3.4.1.	<i>Tamaño del Proyecto</i>	55
3.4.2.	<i>Localización del Negocio</i>	55
3.4.3.	<i>Capacidad Instalada</i>	59
3.4.4.	<i>Ingeniería del Proyecto</i>	60
3.5.	Estudio Situacional	64
3.5.1.	<i>Filosofía empresarial</i>	64
3.5.2.	<i>Estructura organizacional de la empresa</i>	65
3.5.3.	<i>Descripción de cargos</i>	66
3.5.4.	<i>Análisis DAFO</i>	67
3.6.	Estudio Legal	69
3.6.1.	<i>Consideraciones generales para constituir un taller mecánico de motos</i>	69
3.6.2.	<i>Tipo de empresa</i>	70
3.6.3.	<i>Marco legal para constitución de un taller mecánico de motos</i>	70
3.6.4.	<i>Permisos de funcionamiento para el taller de motos TECNIDIEGO</i>	70

3.7.	Estudio Financiero	71
3.7.1.	<i>Determinación de Inversiones</i>	71
3.7.2.	<i>Fuentes de financiación.....</i>	74
3.7.3.	<i>Costos.....</i>	75
3.7.4.	<i>Ingresos y Egresos</i>	77
3.7.5.	<i>Punto De Equilibrio.....</i>	78
3.7.6.	<i>Estados Financieros</i>	78
3.7.7.	<i>Evaluación Financiera.....</i>	81
	CONCLUSIONES.....	83
	RECOMENDACIONES.....	84
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

INDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Número de motocicletas en el cantón Guamate en sus áreas	25
Tabla 1-3:	Determinantes de la demanda.....	45
Tabla 2-2:	Determinación de la muestra	26
Tabla 2-3:	Determinación de la demanda actual.....	46
Tabla 3-2:	Satisfacción del cliente	27
Tabla 3-3:	Proyección de la demanda	46
Tabla 4-2:	Cumplimiento de las expectativas de calidad.....	28
Tabla 4-3:	Proyección de la Oferta	47
Tabla 5-2:	Demanda de un taller automotriz de motos	29
Tabla 5-3:	Nivel de Ventas.	47
Tabla 6-2:	Aceptación del taller TECNIDIEGO.....	30
Tabla 6-3:	Proyección de la Oferta	48
Tabla 7-2:	Parámetros de demanda de servicios automotrices de motos.....	31
Tabla 7-3:	Demanda insatisfecha proyectada	48
Tabla 8-2:	Servicio más demandado.....	32
Tabla 8-3:	Competencia Directa	49
Tabla 9-2:	Frecuencia de consumo	33
Tabla 9-3:	Principales servicios de mantenimiento de motos	51
Tabla 10-2:	Canales de información	34
Tabla 10-3:	Principales servicios de reparación de motos	52
Tabla 11-2:	Competencia.....	35
Tabla 11-3:	Opciones de Localización.....	56
Tabla 12-2:	Localización	36
Tabla 12-3:	Ponderación	57
Tabla 13-2:	Expectativa sobre los precios	37
Tabla 13-3:	Distribución del local comercial.....	59
Tabla 14-2:	Dinero destinado a servicios automotrices de motos.....	38
Tabla 14-3:	Requerimiento de materiales	62
Tabla 15-3:	Requerimiento de talento humano	63
Tabla 16-3:	Requerimiento de recursos tecnológicos	63
Tabla 17-3:	Tipo de Empresa.....	70
Tabla 18-3:	Activos fijos	71
Tabla 19-3:	Inversiones diferidas.....	72
Tabla 20-3:	Capital de trabajo mensual	73
Tabla 21-3:	Resumen de inversiones	74

Tabla 22-3: Financiación	74
Tabla 23-3: Amortización del préstamo.....	75
Tabla 24-3: Costos directos del taller TECNIDIEGO	75
Tabla 25-3: Mano de Obra requerida.....	76
Tabla 26-3: Costos indirectos de producción.....	76
Tabla 27-3: Determinación del precio	76
Tabla 28-3: Proyección de gastos	77
Tabla 29-3: Proyección de ingresos anuales	77
Tabla 30-3: Punto de equilibrio en ventas	78
Tabla 31-3: Estado de pérdidas y ganancias	79
Tabla 32-3: Estado de situación financiera	79
Tabla 33-3: Flujo del efectivo proyectado	80
Tabla 34-3: Flujos actualizados	81

INDICE DE FIGURAS

Figura 1-3: Localización.....	58
Figura 2-3: Micro localización	58
Figura 3-3: Flujograma de procesos	61
Figura 4-3: Organigrama estructural “TALLER DE MOTOS TECNIDIEGO”	66

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-2:	Satisfacción del cliente.....	27
Gráfico 1-3:	Cuota de mercado de competidores.....	50
Gráfico 2-2:	Cumplimiento de las expectativas de calidad.....	28
Gráfico 3-2:	Demanda de un taller automotriz de motos.....	29
Gráfico 4-2:	Demanda de un taller automotriz de motos.....	30
Gráfico 5-2:	Parámetros de demanda de servicios automotrices de motos.....	31
Gráfico 6-2:	Servicio más demandado.....	32
Gráfico 7-2:	Frecuencia de consumo.....	33
Gráfico 8-2:	Canales de información.....	34
Gráfico 9-2:	Competencia.....	35
Gráfico 10-2:	Localización.....	36
Gráfico 11-2:	Expectativa sobre los precios.....	37
Gráfico 12-2:	Dinero destinado a servicios automotrices de motos.....	38

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA A LOS PROPIETARIOS DE LAS MOTOCICLETAS.

ANEXO B: ENTREVISTA AL GERENTE POPIETARIO

RESUMEN

El objetivo del estudio realizado en el taller de motos TECNIDIEGO fue determinar la factibilidad de apertura de la primera sucursal del negocio en el cantón Guamote, mediante el cual se obtuvieron los resultados preliminares de un sondeo de mercado que abarco una encuesta y entrevista de la cual se obtuvieron los primeros indicios positivos del estudio de factibilidad. La metodología a seguir corresponde a un enfoque mixto, de tipo exploratorio, descriptivo y correlacional, con el método de investigación deductivo e inductivo y mediante las técnicas de entrevista, encuesta y observación que requirieron de una guía de entrevista, cuestionario y un diario de campo. Con lo que se obtuvo una población de 6513 personas con motocicletas y una muestra de 242 individuos. Los resultados obtenidos de los estudios pertinentes como el de mercadeo, técnico y financiero, fueron favorables, ya que se concluye que existe suficiente demanda insatisfecha, las estrategias de mercadeo son acordes a las necesidades de la organización, existen los requerimientos de materiales y mano de obra, la localización es apropiada, los objetivos de corto, mediano y largo plazo van de acuerdo a las metas, misión y visión establecida para el mejoramiento de la administración de la empresa y los indicadores de evaluación de proyectos son rentables; por lo que se recomienda poner en práctica las indicaciones de este trabajo en el mejor tiempo posible.

Palabras clave: <EVALUACIÓN FINANCIERA>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <ESTUDIO TÉCNICO>, <DEMANDA INSATISFECHA>, <ANÁLISIS SITUACIONAL>.

The image shows a handwritten signature in blue ink on the left and a circular official stamp on the right. The stamp contains the text 'UNIVERSIDAD SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO' around the top edge and 'UNIDAD DOCUMENTAL' around the bottom edge. In the center of the stamp is a small emblem or logo.

13-05-2022

0932-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

The objective of the present study done at the “TECNIDIEGO motorcycle workshop” was to determine the feasibility of opening the first branch of the business in the canton Guamate, through the preliminary results were obtained from a market that included a survey and interview where the first positive indications of the feasibility study were obtained. The methodology to be followed corresponds to a mixed approach, of an exploratory, descriptive and correlational type, with the deductive and inductive research method and through the techniques of interview, survey, and observation that required an interview guide, questionnaire, and a field diary. This resulted in a population of 6,513 people with motorcycles and a sample of 242 individuals. The consequence obtained from the pertinent studies such as marketing, technical and financial studies were favorable since it was concluded that there is sufficient unsatisfied demand, the marketing strategies are in accordance with the needs of the organization, the requirements of materials and labor exist, the location is appropriate, the short, medium and long term objectives are in accordance with the goals, mission and vision established for the improvement of the company's management and the project evaluation indicators are profitable; therefore, it is recommended to put into practice the indications of this work in the best possible time.

Keywords: <FINANCIAL ASSESSMENT>, <MARKET STUDY>, <TECHNICAL STUDY>, <DISSATISFIED DEMAND>, <SITUATIONAL ANALYSIS>.



Lic. José Luis Andrade M., Mgs.
0603339334

INTRODUCCIÓN

El notable crecimiento del mercado de motocicletas se ha manifestado desde julio del 2020 a nivel nacional con un alza significativa, esto debido a que los consumidores miran a las motocicletas como un medio económico y muy rentable para sacar provecho de las ventas a domicilio o simplemente por lo conveniente que es como transporte familiar, ya que es de rápida movilización, bajos costes de mantenimiento, menor gasto de combustible. Con las observaciones notables del mercado, se procedió a plantear un estudio de factibilidad para tomar la decisión de invertir en la primera sucursal del taller de motos TECNIDIEGO, con la finalidad de minimizar riesgos y no comprometer el patrimonio construido por los dueños del negocio.

A partir del mes de Julio del año 2020, las estrictas medidas de confinamiento no permitían que los negocios de alimentos pueda operar durante toda una jornada normal, motivo por el cual las empresas de deliveri aprovecharon la situación para satisfacer las necesidades de los clientes no atendidos y así obtener grandes beneficios económicos, tan solo este hecho generador provoco que más personas quieran trabajar en esta modalidad, por lo que el crecimiento de venta de motocicletas incremento hasta en un 21% respecto al anterior año. Estos sucesos provocaron que otros negocios se beneficien también, es el caso de los servicios de mantenimiento y reparación de motocicletas.

Si bien es cierto que el cantón Guamote si cuenta con talleres de motos, estos no cumplen las expectativas de calidad de los clientes, y prueba de ello es que por años la matriz del taller TECNIDIEGO, ha ido acogiendo como clientes hasta un 40% de clientes provenientes de Guamote, por los cuales se da inicio a la investigación de mercado para determinar si existen oportunidades de expandir el negocio. También se evaluó el nivel de satisfacción de los clientes mediante una encuesta, en la que su mayoría manifestó la inconformidad puesto que la mayor parte de los talleres no ofrecen garantías de los servicios, ni cumplen con todos los requerimientos de un taller.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Como lo manifiesta Carbajal, el sector automotriz a nivel mundial se mantienen en constantes reestructuraciones en las últimas décadas, esto debido a la gran demanda de autos, motocicletas y los servicios que estos conllevan, dicha situación ha generado ambientes positivos para el desarrollo tecnológico, productivo y competitivo. (Quinde et al., 2021).

Siendo un referente para que el sector Automotriz en Ecuador represente en la economía del país grandes aportes en materia económica y social, ya que su desarrollo genera mejores ingresos fiscales, crea nuevas empresas, negocios, emprendimientos, y con ello fuentes de empleo. De acuerdo con (Carrillo, 2009) en su estudio sobre el sector automotriz, concluye que el aporte de este sector involucra a otras actividades productivas como la comercialización de vehículos, repuestos, seguros y por su puesto de talleres mecánicos. En este contexto, la venta, mantenimiento y reparación de vehículos automotores y motocicletas es una actividad que genera importantes ingresos dentro del sector.

El cantón Guamote se constituye como el segundo cantón más extenso de la provincia de Chimborazo, cuya población hasta el año 2010 representaba el 9.5% del total de la provincia de Chimborazo, sus habitantes mayormente están asentados en el área rural, ya que la principal fuente económica de este cantón está relacionado con actividades agropecuarias en el sector primario, sin embargo, el sector terciario, correspondiente a los servicios participa activamente principalmente en el área urbana, atendiendo necesidades respecto a los agricultores o productores de materias primas.

El sector automotriz, no es ajeno a esta situación, ya que uno de los servicios que requieren los pobladores de Guamote y sus parroquias aledañas es dar mantenimiento a sus medios de transporte, que usualmente son motocicletas por varias razones, como la mejor movilidad, ahorro de tiempo, menores costes de mantener como en repuestos y gasolina, entre otros beneficios. Así lo expresan los usuarios que llegan al taller de motos TECNIDIEGO, actualmente ubicado en Chambo. El principal problema de este negocio radica en el riesgo de perder a la clientela proveniente en su mayoría del cantón de Guamote, esto debido a que en la mencionada ciudad existe una latente demanda insatisfecha de servicios relacionados a la mecánica de motos y cuadrones. Actualmente el negocio matriz recibe aproximadamente el 40% de clientes directos del cantón Guamote, que se movilizan hasta el taller TECNIDIEGO para dar mantenimiento, reparación, entre otros servicios afines, a sus medios de movilización. Esta situación ha llevado al negocio a presentar disminuciones en su nivel de ventas, ya que los demandantes de dichos servicios manifiestan la incomodidad de tener que movilizarse lejos para ser atendidos. Dicha problemática amenaza fuertemente a la rentabilidad del taller de motos, que tiene bastante preferencia por los clientes pero que se ve en la necesidad de encontrar la mejor solución para no afectar ni comprometer el futuro organizacional de la empresa, mediante la realización del

correspondiente estudio de factibilidad que valide la creación de la primera sucursal del taller en el cantón Guamote. Para lo cual se contará con los principales estudios como el de mercado, técnico y económico, los cuales establecerán dicha posibilidad.

Formulación del problema

¿En qué forma la realización de un estudio de factibilidad permitirá mejorar el posicionamiento de la empresa mediante la apertura de una sucursal en el cantón Guamote, provincia de Chimborazo?

Delimitación del problema

Delimitación de Tiempo

El tiempo del problema está delimitado para el período 2021- 2022

Delimitación de Espacio

Geográficamente el problema se detecta en el cantón Guamote perteneciente a la provincia de Chimborazo.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar el estudio de factibilidad para la apertura de una sucursal del taller de motos TECNIDIEGO en el cantón Guamote a través de los estudios necesarios que permitan mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado.

Objetivos Específicos

- Sustentar el trabajo investigativo con la adecuada información bibliográfica, tomada de libros físicos, revistas digitales, artículos científicos, entre otra información de validez y actualidad, que permitan crear el proyecto de factibilidad para el taller TECNIDIEGO.
- Realizar el debido estudio de mercado mediante la aplicación y análisis de una encuesta que permita identificar el comportamiento del mercado para determinar la demanda insatisfecha y por ende la oportunidad de participación en el mercado del taller TECNIDIEGO.
- Elaborar el estudio de factibilidad idóneo, mediante un plan administrativo, técnico y evaluación financiera, que permita la apertura de la sucursal con las mejores expectativas del mercado y minimizando riesgos.

JUSTIFICACIÓN

Justificación Teórica

El desarrollo del presente trabajo de investigación se lo realiza con la recopilación de información de diversos autores de libros, revistas, artículos científicos, tesis, documentos digitales, etc.; que sirvan como sustento y respaldo en la realización del estudio de factibilidad para la apertura de una sucursal del taller de motos “Tecnidiego” ubicado en el cantón Chambo, además, la información recopilada permitirá la guía y a la mejorar los conocimientos en temas desconocidos en el desarrollo del trabajo de investigación.

Justificación metodológica

En el presente trabajo de investigación se pondrá en práctica las diferentes metodologías adquiridas en las diferentes cátedras aprendidas durante la formación académica, y principalmente adopta el método científico que se basa en la aplicación de encuestas, entrevistas, métodos cualitativos y cuantitativos, que permitan realizar el análisis y las observaciones correspondiente que den solución a la problemática mencionada.

Justificación Práctica

El presente trabajo investigativo se justifica con el estudio de un proyecto de factibilidad para la apertura de una sucursal del taller de motos TECNIDIEGO en el centro del cantón Guamote provincia de Chimborazo” lo cual pretende satisfacer en su totalidad a la demanda en dicho cantón con la prestación de un excelente servicio, ya que actualmente TECNIDIEGO solo opera en el cantón Chambo, sin embargo, un gran porcentaje de clientes provienen de Guamote, que es en el cantón en que se espera poder incursionar con la primera sucursal a pedido de la gran demanda en ese sector. De darse dicho proyecto, este incentivará a otras personas a emprender y generar empleo, del mismo modo al realizar este estudio de factibilidad será de gran ayuda a los propietarios de dicho taller ya que podrán conocer si es rentable o desfavorable a pesar de contar con un alto grado de demanda en dicho taller y por otra parte podrá conocer netamente su margen de rentabilidad en cada periodo económico para que de esta forma pueda tomar las mejores decisiones en beneficio propio de la empresa.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Antecedentes de Investigación

Documento 1

Título: Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios técnicos mecánicos para motocicletas al sur de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha.

Autores: Guerrón Luna Jordán Darío

Año de publicación: 2021

Repositorio: UCE

Resumen:

El sector automotor es una de las principales fuerzas de economía del país y del mundo, aporta con empleo en áreas como: la manufacturera, de comercialización y de servicios; genera tributos para el desarrollo del país tales como: IVA; ICE; Impuesto Ambiental; Impuesto a la Renta; entre otros; y, a tenido un crecimiento constante en los últimos cinco años. En base a la encuesta, se refleja una demanda insatisfecha dentro del Distrito Metropolitano de Quito, relacionada al servicio de mantenimiento integral de motocicletas por parte de los propietarios de las mismas, con talleres técnicos o especializados, quienes por factores correspondientes al Mix del marketing, tales como el precio y la calidad de sus servicios, no han cumplido con las necesidades de sus clientes, dando apertura a la creación de un taller que pueda establecerse mediante una adecuada estrategia en base al Mix del marketing.

Documento 2

Título: “Estudio de factibilidad para la creación de un taller de servicios automotrices para transporte vehicular en el cantón San Fernando provincia de Azuay”

Autores: Cristian Eloy Paccha Inga & Jorge Stalin Sánchez Peralta

Año de publicación: 2021

Repositorio: Universidad Politécnica Salesiana

Resumen:

Para la realización del proyecto de factibilidad es importante tener una noción clara de los diversos temas que intervienen dentro de ese tipo de estudio y éstos a su vez permitan aplicar diferentes métodos y técnicas. La muestra ha determinado que es posible tener un mercado potencial dentro del sector de estudio. Además, nos permitió identificar que existe demanda para los propietarios de los vehículos del cantón San Fernando y conocer los posibles competidores para poder tener

una visión clara que facilite la mejor utilización de estrategias adecuadas. El proyecto tiene todas las características basadas en el estudio técnico en el estudio organizacional que conlleva a la formación de la empresa.

1.2. Marco teórico

1.2.1. ¿Qué es factibilidad?

Refiere a la acción que dispone de los recursos que se utilizarán para poder realizar los objetivos y metas de un proyecto planteado, además, admite la guía para decisiones que vayan en beneficio del proyecto, incrementando las posibilidades de que todo sea un completo éxito. (IMPULSA, s/f). En tanto que, para Helmut, especialista en administración financiera, costos y gestión de proyectos, “La factibilidad describe lo fácil o difícil que puede resultar hacer algo. Cuando se establece una meta en el trabajo, se piensa en la factibilidad a largo plazo de lograr lo que se desea. Indica si vale la pena invertir en un proyecto” (Corvo, 2019). Desde otra perspectiva, el Diccionario de la Real Academia Española, denomina a la factibilidad como la “cualidad o condición de factible”. Es decir “que se puede concebir o realizar”.

Por lo tanto, factibilidad es igual a ser viable, o tener las posibilidades y el contexto para realizar un plan, proyecto, idea de negocio, etc. Es un término muy utilizado en el área financiera, ya que denota escenarios positivos dentro de las investigaciones especialmente de mercado. A continuación, se profundiza en los temas de utilidad sobre los estudios de factibilidad, su clasificación, ventajas, componentes y otros aspectos de interés.

1.2.2. Definición de estudio de factibilidad

“El estudio de factibilidad lo realiza una empresa para establecer la posibilidad de poder generar un negocio o un proyecto a futuro” (Quiroa, 2020); por otra parte, para Varela, “son las posibilidades que tiene un supuesto negocio de lograr desarrollar el proyecto”. También es el análisis que deben hacer las empresas para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, ya que pueden ser otras inversiones dentro de una organización ya establecida, para ello debe saber cuáles serán las tácticas que se deben desarrollar para que sea exitoso. (Cobas, 2017, p.50)

Los estudios de factibilidad se manejan para compilar informaciones relevantes sobre el porvenir de un proyecto y con ello tomar la decisión más asertiva. Esta investigación se debe realizar con más obligatoriedad cuando no se tiene claro los escenarios en que se desarrollara el proyecto, por ejemplo, cuando el sistema no tiene un respaldo económico proyectado, habrá un inevitable riesgo tecnológico, operante, legal o no se tiene un plan de emergencia (Torres, 2006). Con lo antes mencionado, se entiende que un proyecto de factibilidad está presente cuando se requiere iniciar

una inversión de la cual creemos que puede ser viable, se pueden presentar en una organización ya existente o como un inicio de una nueva empresa.

1.2.2.1. Importancia de un estudio de Factibilidad

Son importantes básicamente porque permiten que una organización conozca la forma en que operar, el lugar y estrategias a seguir, pero sobre todo si es viable llevarla a cabo, además pueden asemejar posibles trabas que no permitan sus operaciones, por otra parte, con ello se puede reconocer la cantidad requerida de capitales para arrancar en la inversión. Estos estudios están en relación con las estrategias de mercadeo que podrían ayudar a persuadir a los inversores sobre la decisión de invertir en un proyecto en particular. Una vez que se conoce la importancia de realizar este estudio se debe saber de algunas ventajas a las que conduce un estudio de factibilidad según lo encontramos en (Miranda,2005) este permite:

- Diseñar el control administrativo para cada etapa del proyecto.
- Calcula el costo de los ingresos y la cantidad de inversión necesaria para el proyecto.
- Aplica los criterios de evaluación en financiero social, ambiental, y económico; permitiendo la toma de decisiones para el proyecto.

Pero lo más beneficioso de realizar dicho estudio contempla esencialmente: la continuidad del proyecto o descartarlo como una posible inversión. Al darse la continuidad de este, se estipula dar el debido seguimiento a los objetivos y encontrar las mejores estrategias para seguir con la inversión, es así como se realizan otros estudios que solidifican a la nueva empresa mediante modelos de negocios, planes estratégicos, entre otros instrumentos que mejoraran la situación de la organización formada. Además, que, entre sus objetivos principales, un estudio de factibilidad coteja las condiciones del mercado, de igual que establece la existencia de la demanda insatisfecha, la cual es la pieza clave para seguir con la investigación.

1.2.2.2. Componentes de un estudio de Factibilidad

Los estudios de factibilidad pueden ser básicos como muy detallados, dependerá de las necesidades de los inversionistas, sin embargo, es importante brindar la mayor información verídica y objetividad, ya que de ello dependerá la mayor certeza sobre la viabilidad de la inversión. Generalmente, un estudio de factibilidad de un proyecto contiene los siguientes componentes:

- **Resumen de Proyecto.** - En este espacio se presenta la información más relevante de los estudios realizados con el objetivo de quien lo lea tenga una idea temprana de lo que trata el proyecto.

- **Estudio de Mercado.** – En este apartado principalmente se investiga la demanda y oferta relacionada al servicio o producto que se desea lanzar al mercado.
- **Tamaño del Proyecto.** - determina cual es la cantidad de recursos que debe disponer la empresa en un periodo de tiempo para producir el bien o servicio.
- **Localización del Proyecto.** – Tiene que ver con la micro y macro localización de la planta de procesamiento o de las instalaciones que brindaran un servicio.
- **Ingeniería del Proyecto.** – Tiene que ver con los elementos técnicos con los que se desarrollara el proyecto, tales como los materiales, el talento humano, la distribución de la planta, procesos de producción, etc.
- **Inversiones.** - Es el momento de monetizar la información obtenida y clasificarla en inversiones diferidas y fijas básicamente.
- **Financiamiento.** – Se cotizan las mejores opciones para financiar el proyecto.
- **Presupuesto de Ingresos y Gastos.** – Corresponde a la estimación de recursos monetarios que se utilizaran en un tiempo específico.
- **Evaluación del Proyecto.** - Se analiza en conjunto los principales estudios como el de mercado, técnico y económico, en algunos casos también consideran al social y organizacional, para emitir un juicio sobre la inversión.

1.2.3. Estudio Organizacional

1.2.3.1. Filosofía empresarial

La filosofía empresarial consiste en transmitir el ser de la organización, de tal forma que los stakeholders, se identifiquen con la misma, para entenderlo mejor citaremos a Nosnik (2005, pág. 50) “La filosofía empresarial en una organización es una edificación ideada de lo exterior hacia lo interno de la organización, independiente del contexto externo, y está compuesta por sus principios y valores organizacionales y por los objetivos de su misión.” La misma cuenta con sus principales elementos que se detallan a continuación:

- Misión
- Visión
- Valores corporativos
- Objetivos
- Políticas empresariales,
- Organigrama estructural y funcional
 - Análisis DAFO

1.2.3.2. Misión

La Misión: “es el propósito, razón de ser y finalidad de una entidad, define lo que quiere ser y dar cumplimiento en un entorno claro y específico. Representa la imagen corporativa y la manera en que es capaz de atender las necesidades de los diferentes stakeholder, como lo son los accionistas o inversores, el personal interno, los clientes, la comunidad, los proveedores y el gobierno. Por ejemplo, establecer la misión permite tener la guía de referencia hacia el cumplimiento de metas de corto y mediano plazo y a orientar las decisiones de índole administrativa y relacionadas a la disponibilidad de recursos tecnológicos, humanos y económicos de tal forma que la organización pueda funcionar en forma coherente. Maestres (2015, p.8)

1.2.3.3. Visión

De igual forma Maestres, define la Visión como:

“La guía por la cual se dirige la empresa a mediano y largo plazo y que sirve como destino para orientar las decisiones estratégicas de desarrollo, innovación y competitividad, y atender a los diversos grupos de interés que cuentan como elementos claves para la empresa” (2015 pág.8)

1.2.3.4. Definición de Valores.

“Los valores en una organización representan los aspectos que hacen a tu empresa genuina de la competencia, no se trata de tener el mejor logo en la marca, ya que los aspectos más relevantes son los que generan para la compañía una ventaja competitiva bien definida”. (Cabezas, 2018)

También se trata de la idiosincrasia y de conceptos claves de una organización que forman la estructura de la empresa, son los pensamientos en común y las ideas que se materializan en un proyecto que es dar vida institucional a la empresa, por lo tanto, son deseable y aceptadas por integrantes de la organización, lo cual influirá en su comportamiento y en la toma de decisiones de empleados y miembros de la entidad. (Maestres, 2015)

Por ende, los valores corporativos se deben respetar en la organización, ya que representan también el alma empresarial, son la guía y forman el criterio de los integrantes de la empresa, ayudan también a generar buenos ambientes laborales, empoderamiento y fidelidad.

1.2.4. Estudio de Mercado

“Un estudio de mercado es una iniciativa elaborada dentro de las estrategias de marketing que realizan las empresas cuando pretenden estudiar y conocer una actividad económica en concreto” (Galán, 2015, parr.1). En un contexto más amplio acorde a lo que manifiesta Douglas da Silva se define como:

Un conjunto de acciones ejecutadas por organizaciones productivas que tienen como objeto indagar sobre el estado actual de un segmento específico del mercado, su finalidad es saber a profundidad el nicho que se pretende fidelizar, como así también su grado de factibilidad. (Silva, 2021)

Como se puede apreciar, el estudio de mercado es el estudio principal que dará paso a la siguiente fase de un proyecto, ya que este estudia la demanda y oferta presente en el análisis de factibilidad de un producto o servicio con fines de lanzarse al mercado, determinando así si tiene base económica para ingresar a competir en el mercado.

1.2.4.1. Estructura del estudio de mercado

Existen diversas estructuras que se acoplan muy bien a los proyectos de inversión, por lo que a continuación se detallan algunas opciones de estudios de mercadeo. Para (Gutiérrez, 2019) consta de 6 apartados:

- Análisis estadístico comercial
- Aspectos generales y estructura económica
- Acceso al mercado
- Características del mercado
- Listado de importaciones potenciales
 - Eventos y acciones de promoción

Otras estructuras más convencionales se basan en dos variables principales como son la oferta y demanda de bienes y servicios, para (González, 2019)

- Análisis de oferta y demanda: Identificar Producto o Servicio
- Análisis de la Oferta
- Análisis de la Demanda
- Oferta
- Producto, Precios, Plaza y Promoción

- Canales de distribución
- Competencia: directa e indirecta
 - Cuota de mercado

1.2.4.2. Objetivos que persigue un estudio de mercado

La importancia de establecer objetivos permite trazar metas alcanzables, es por ello que un estudio de mercado debe plantearlos y verificar su cumplimiento, los cuales dependerán de la idea de negocio que se esté elaborando, pero en general deben perseguir lo siguiente, como lo expresa (Medina, 2002):

- Analizar el mercado de las materias primas y demás insumos indispensables para el proceso productivo
- Estudiar el mercado competidor y a todas las empresas que formen parte de la industria en la que se lleva a cabo el proyecto comprender las características del medio externo o internacional que pueden influir en el desempeño del proyecto conocer los posibles efectos que puede tener los factores económicos, socioculturales, demográficos, tecnológicos, competitivos y político legales que corresponden al futuro de la empresa.
- Caracterizar al usuario o consumidor potencial del producto gracias a una previa segmentación del mercado delimitar el área geográfica que se va a atender en el proyecto
- Estimar el comportamiento futuro de la demanda y de la oferta de bienes y servicios del proyecto
- Planificar la estrategia de comercialización más adecuada a la naturaleza del bien o servicio del proyecto
- Delimitar la cantidad de bienes y servicios provenientes de la empresa del proyecto
- Estimar los precios a los cuales los consumidores estarían dispuestos a adquirir el producto o servicio
- Describir los canales de distribución más acordes a la ruta que toma el producto o servicio para pasar al consumidor final
- Describir las promociones publicidad y propaganda que se utilizará para la comunicación del posicionamiento del producto o servicio a los clientes

1.2.5. ¿Qué es un servicio?

Es el conjunto de operaciones que tienen la finalidad de servir y satisfacer por lo general a un cliente, pero puede ser también llamado usuario. Los servicios son ocupaciones ejercidas por las personas hacia otras personas con la finalidad de que estas cumplan con recibirlos. (Redacción, 2021). Por otro lado, para (Galán, Economipedia, 2016) Un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado.

1.2.6. Demanda

La ley de la oferta y la demanda es el principio básico sobre el que se basa una economía de mercado. Este principio manifiesta la relación que hay entre la demanda de un producto o servicio y la cantidad ofertada del mismo, teniendo en consideración el precio al que se ofrece el producto o servicio. (Arias, 2015). La demanda pueden ser personas, hogares, grupos específicos como empresas que sienten la necesidad de consumir un producto o servicio con frecuencia, las razones para desear adquirirlos dependerán de un sinnúmero de factores como gustos, preferencias, precio, calidad entre otros, estos determinarán la cantidad que se deberá producir, lo cual representa generar un estudio de oferta, es para ello que se hace un análisis de las dos variables, determinando así una demanda insatisfecha, la cual dará lugar a que se siga con el estudio de factibilidad, ya que, de no haber una demanda insatisfecha del producto o servicio, la idea de negocio, emprendimiento o inversión carece de oportunidades en el mercado.

1.2.6.1. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha, se presenta cuando el mercado no cubre las necesidades o requerimientos de la demanda, con los productos existentes en el mercado, en este contexto, se deberá automatizar la dimensión de dicha demanda, para establecer cuál es la cuantía de producción requerida para lograr satisfacer al mercado. (Mondragón, 2017). Esta resulta de la diferencia entre la oferta y demanda y es muy importante determinarla ya que su cálculo es utilizado en el estudio de mercado para definir estrategias de comercialización, para lo cual se estudia la susceptibilidad de esta con otras variables de estudio.

1.2.6.2. Factores que afectan la demanda

Los factores que influyen en la demanda pueden ser muchos y esto dependerá del producto o servicio que se analice, sin embargo, existen ciertos factores que siempre estarán presentes influyendo el comportamiento de la demanda. Como lo manifiesta (Argudo, 2020) a continuación:

- **El precio del bien o servicio.** – Tiene una relación inversamente proporcional, ya que cuanto mayor el precio menor será la cantidad de producto o servicio demandado. Esto está dado por la importante ley de oferta y demanda.
- **El precio de la competencia.** – Estos están dados en dos tipos que son los bienes o servicios sustitutos y los complementarios.
 - **Sustitutos:** Son aquellos que directamente satisfacen la misma necesidad que mi empresa ofrece en el mercado. Ejemplos: bebidas, comida, marcas de ropa, embutidos, etc.
 - **Complementarios:** Resultan estratégicos y beneficiosos para mejorar la demanda del producto o servicio que se ofrece, sin embargo, también puede acarrear efectos negativos si su complementariedad es deficiente. Ejemplos: Las pilas y los controles remoto, partes de un computador, etc.
- **Los ingresos.** – El poder adquisitivo condiciona el acto de requerir un producto o servicio, de tal forma que de no estar al alcance afecta la demanda, pues necesitamos el bien o servicio, pero no hay las condiciones para adquirirlo.
- **Gustos y preferencias.** – Principalmente influye por la tendencia del mercado, la moda y estilos, por lo cual es importante tomarlo en cuenta.
- **Expectativas a futuro del precio y renta.** – Si el precio aumenta constantemente, se espera que lo siga haciendo, por lo que una mínima oportunidad de compra es excelente para pensar que fue un gran ahorro, puesto que el precio sigue en aumento en un futuro.
- **Los consumidores.** - Es importante clasificarlos y entender su modo de compra.

1.2.7. Proveedores

Los proveedores son aquellos que tienen la función de abastecer a las empresas, negocios o pequeños emprendimientos con productos o servicios, un proveedor puede ser una persona natural o incluso grandes corporaciones, los insumos que distribuyen a los demandantes serán transformados para venderlos posterior o directamente con una ganancia inmediata. Un proveedor también puede ofrecer sus servicios profesionales como las consultoras que son un claro ejemplo. (Circulante, 2016)

La selección de proveedores juega un papel importante en las empresas, ya que se debe analizar los beneficios que estos aportaran a la organización, Cuando una empresa dispone de proveedores

de calidad, la organización prospera, ya que hay condiciones favorables para que esto se dé, por ejemplo, los tiempos de entrega son rápidos y a tiempo, los insumos que proveen son de calidad, aportan con buenos plazos de pago, lo que genera un óptimo apalancamiento.

1.2.8. Participación de mercado

La participación en el mercado representa el porcentaje de captación de mercado de una empresa en relación con su competencia o a la producción total de un bien o servicio, se refiere al nivel de aceptación del mercado que tiene una empresa ya conquistada. Es una excelente herramienta de competitividad que refleja si las empresas están desempeñando correctamente el negocio en el mercado en relación con la competencia. (Impacta Academy , 2021).

1.2.9. Oferta

Según (Editorial Etecé, 2021) posee diversas acepciones, una de ellas podría ser definida como la promesa de cumplir o entregar algo, también puede ser entendido como una promoción o descuentos en un bien o servicio, sin embargo, donde mayor importancia obtiene este concepto es en economía, ya que se entiende como el motor dinamizador de las actividades comerciales. La oferta de bienes y servicios es la cantidad que pueden producir las empresas para satisfacer necesidades infinitas con recursos limitados en el mercado, en un tiempo específico, con un precio de venta y con la finalidad de cubrir una necesidad en específico en el segmento de mercado ya conquistado.

1.2.10. Estudio Técnico

Un estudio técnico trata de validar la posibilidad de instalar una planta de producción de bienes o servicios, necesarios para poner en marcha un proyecto. El objeto primordial de este estudio es determinar si se puede producir y comercializar un bien o servicio con requerimientos indispensables como la calidad, cantidad y costo de producción; para ello es preciso que se estipulen algunos aspectos tales como la tecnología y maquinarias, los materiales de producción, el talento humano directo e indirecto, los procesos de producción y la logística. (Orozco, 2016)

1.2.10.1. Tamaño de la planta

Hace énfasis a la capacidad productiva de bienes y servicios que tiene una empresa, para ello es importante establecer cuáles son las dimensiones de cada instalación de la planta, así como la capacidad de la maquinaria y equipos solicitados para fabricar o generar la cantidad óptima de productos o servicios. (Orozco, 2016) Se refiere a la capacidad instalada de producción, y la capacidad de utilización.

1.2.10.2. Localización del proyecto

El objetivo principal de la localización de un proyecto es encontrar las condiciones más favorables en cuanto a optimizar costes, como de transporte, mantenimiento, buenas vías, entre otros, de tal forma que se pueda brindar un servicio de calidad y con inmediatez para lograr un mejor posicionamiento sobre la competencia. (Orozco, 2016)

La localización se refiere a seleccionar la ubicación más adecuada para el proyecto, aquella que frente a otras alternativas generen un beneficio mayor.

1.2.10.3. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto tiene como propósito solucionar todo lo referente a la ordenación y funcionamiento de la planta de fabricación. (Garzón, 2019)

Dentro de la ingeniería del proyecto se encuentra la descripción del proceso de producción, el cual requiere de la identificación de la tecnología a emplear, los insumos necesarios, técnicas de transformación de materia prima, equipos productivos, productos y subproductos obtenidos en el proceso.

1.2.10.4. Capacidad instalada

Hace referencia al volumen de producción máximo que puede tener una empresa, desde sus departamentos en especial el de producción, esta puede prolongarse por largos periodos de tiempo siempre y cuando se tenga en cuenta los recursos de la empresa disponibles, tales como recursos tecnológicos, humanos, instalaciones, activos, entre otros. Sin embargo, si los consumidores demandan más de los productos o servicios que oferta la empresa, es muy probable que se deba incrementar la capacidad instalada. (Jara, 2015)

1.2.10.5. Segmentación de mercado

La segmentación de mercado es el método por el cual se subdividen a los posibles clientes potenciales, de tal forma que es más accesible llegar con información comercial hacia los clientes. (Ruiz, 2018) Se dividen en cuatro categorías:

- Comportamiento
- Ubicación
- Demografía
 - Psicografía

Errores comunes en segmentar

La tarea de segmentar resulta compleja ya que se debe realizar investigaciones pertinentes sobre el mercado, los consumidores, la competencia, las tendencias, entre otros factores, lo que da paso a que se cometan errores cuando se quiere segmentar el mercado, lo cual perjudica o altera los resultados del estudio de mercadeo. A continuación, se presentan algunos de los errores más comunes según. (Ruiz,2018)

- Segmentar demasiado
- Segmentar sin estrategia
- No adaptar nuevos segmentos
- Centrarse demasiado en aspectos demográficos
- Crear demasiados segmentos

1.2.11. Estudio económico

Se conoce como un instrumento que se maneja al instante de hacer un estudio de viabilidad económica y financiera, la misma que puede ser dada a corto, mediano y largo plazo, de un plan empresarial, bien sea en compañías en perfeccionamiento o en las que ya se encuentren posesionadas en el mercado, en donde deben seguir un avance de expansión y consolidación. (Pacheco, 2021) En tanto que para (Añez, 2021) El estudio financiero se puede referir como un proceso para comprender el riesgo y la rentabilidad de una empresa mediante el análisis de la información financiera reportada. Especialmente, en los informes anuales y trimestrales.

1.2.11.1. Pasos para realizar un estudio financiero de un proyecto

Para (Añez, 2021) recomienda seguir los siguientes seis pasos básicos para tener un estudio financiero adecuado.

- 1.** Identificar las características económicas de la industria.
- 2.** Identificar las estrategias de la empresa.
- 3.** Evaluar la calidad de los estados financieros de la empresa.
- 4.** Analizar la rentabilidad y el riesgo actual.
- 5.** Preparar los estudios financieros previstos.
- 6.** Valorar la empresa.

1.2.11.2. La inversión

La inversión significa postergar un beneficio presente de bienes o servicios por la posibilidad de una ganancia en el futuro, el cual puede ser de mediano y largo plazo, dependiendo las mejores probabilidades. Una inversión también resulta ser un presupuesto asignado y limitado de dinero que se entrega a terceras partes para que posterior otorgue una mayor renta a la empresa, socio, accionista o emprendedor, el fin es claro se debe obtener réditos, sin embargo, no siempre sucede, de ahí la importancia de los estudios de factibilidad. (BBVA, 2018)

Inversión Fija

“Son básicamente los activos con los que cuenta una empresa, tales como terreno que no es depreciable, la maquinaria, los equipos tecnológicos, las herramientas, etc. También los de naturaleza intangible como las regalías, marca, patente, y el gasto de constitución, son todos parte de un proyecto. (Cotrina, 2005)

Inversión diferida

Son aquellas salidas de dinero que se realizaron en el periodo de prefactibilidad, dichos cargos se deben recuperar en el largo plazo, por lo general a 5 años, difiriéndose año a año como gastos de operación u operativos y son amortizados como lo estipule la ley de cada país. (Váquiro, 2019)

1.2.11.3. Capital de trabajo

“Son aquellos recursos que permiten que la empresa pueda iniciar sus actividades, entre lo que tenemos efectivo, insumos, etc” (Cotrina, 2005).

1.2.11.4. Los indicadores de evaluación de proyectos

Los principales indicadores para evaluar un proyecto de factibilidad son cuatro, estos miden la viabilidad prediciendo escenarios futuros mediante información de actualidad. Para (conexionesan, 2020) los más importantes son:

1.2.11.5. Valor Presente Neto (VPN)

El valor actual presente o neto, es el proceso por el cual se puede actualizar los flujos futuros a tiempo cero, es decir al momento de generar la inversión, este puede arrojar tres resultados, el primero si es mayor a 0 es viable, por el contrario, si es negativo no debe darse la inversión y si es cero es indistinto. (Pérez, 2014)

1.2.11.6. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es el indicador que va de la mano con el VAN, es muy utilizado y de gran importancia para tomar decisiones financieras, ya que arroja el rendimiento en porcentaje, la cual es comparable con la tasa de interés del banco, o de otras formas de inversión. si la TIR excede el rendimiento requerido es viable en tanto que de lo contrario debe ser rechazada. (ESAN, 2020)

1.2.11.7. Periodo de Recuperación de la Inversión

Establece cual es el tiempo que tomara recuperar la inversión, es importante mencionar que no todos los proyectos tienen el mismo tiempo, por lo general suelen ser 5 años, si este indicador sobrepasa el tiempo establecido se debe dar por rechazada la inversión. (ESAN, 2020)

1.2.11.8. Relación Beneficio Costo (B/C)

La RBC, permite relacionar a los ingresos frente a los egresos actualizados obtenidos en la inversión, con el propósito de saber el costo de esta por dólar invertido, esto dará más seguridad a los inversionistas para mejorar los resultados e invertir el capital requerido. (ESAN, 2020)

1.3. Marco conceptual

1.3.1. Proyecto de Factibilidad

El estudio de factibilidad es una condición para el éxito en la implementación de un proyecto, por lo que se debe tener en claro lo que se desea alcanzar; es decir preguntar “que”, lo cual una vez definido, verificar la factibilidad en que el proyecto pueda ser llevado a cabo por una empresa y cuál es la estructura, tanto legal, organizacional y financiera que se debe adoptar. (Brito, 2018, p.4)

1.3.2. Rentabilidad

Según Miguel Díaz, define a la Rentabilidad “como la capacidad de la empresa para generar beneficios que redundan en futuras inversiones, inferiores deudas, más producción, más ventas, más beneficios, mayor crecimiento” (Llanes, 2012, p.52).

1.3.3. Oferta

La oferta es el importe de bienes y servicios que las empresas o proveedores pueden poner a disposición de los consumidores en el mercado a un precio específico. (López, 2020)

1.3.4. Demanda de servicios

La demanda es necesitar para adquirir algo, siendo la cantidad de productos y servicios que los clientes potenciales están dispuestos a consumir en un tiempo específico o continuo. (Ucha, 2015).

1.3.5. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se puede tomar como un indicador de si es posible continuar con los estudios de un proyecto de factibilidad, ya que, de no obtener este resultado, la inversión no tiene vida económica, su introducción y determinación adecuada ayuda a sostener cantidades de recursos y capacidad de la empresa para producir. (Valencia, 2011, p. 67)

1.3.6. Indicadores de evaluación de proyectos

Los indicadores de evaluación de inversiones son índices que nos ayudan a determinar si un proyecto es o no conveniente para un inversionista. Permiten jerarquizar los proyectos de una cartera de inversión, también optimizar distintos fallos importantes del proyecto como la localización, tecnología e innovación y el momento propicio para invertir o abandonar, etc. (Bargsted y Kettlun, s/f)

1.4. Idea a Defender

La elaboración de un proyecto de factibilidad que evalué la posibilidad de incursionar con la primera sucursal del taller de motos mediante un estudio situacional, de mercadeo, técnico y económico financiero que generen las estrategias adecuadas y necesarias para mejorar el posicionamiento y rentabilidad del taller en el mercado de servicios automotrices.

1.4.1. Variable independiente

- Proyecto de factibilidad

1.4.2. Variable dependiente

- Rentabilidad

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de investigación

2.1.1. *Mixto*

Según Barrantes (2014), el enfoque mixto puede ser comprendido como “(...) un proceso que recolecta analiza y vierte datos cuantitativos y cualitativos, en un mismo estudio”

El presente trabajo de investigación utilizará los métodos cualitativos y cuantitativos, porque se realizará la observación para obtener cualidades de la empresa y datos numéricos tanto en los estados financieros como en los resultados de la encuesta.

2.1.2. *Cualitativo*

Jaramillo, I. D. T., & Ramírez, R. D. P. (2006), El método cualitativo busca la medición de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual, pertinente al problema analizado, una serie de preguntas que expresan relaciones expresadas entre las variables formuladas en forma deductiva. Estas relaciones conceptuales se examinan y ponen a prueba mediante el análisis de la interacción entre indicadores que operan como referentes empíricos de los conceptos. La manipulación de la realidad, que esto supone es controlada por las técnicas de validación y confiabilidad, desarrolladas para tal fin.

El presente trabajo de investigación se realizará de manera cualitativa donde se visitará la empresa para la observación e investigación de las actividades comerciales que realiza, para que las cualidades que presente la empresa ayuden a definir los problemas, de tal modo que se pueda establecer conclusiones y sugerir recomendaciones de mejora.

2.1.3. *Cuantitativo*

Según (Yanez, 2020), En el enfoque cuantitativo el análisis de la información se basa en cantidades y/o dimensiones. Es decir, el elemento numérico tiene protagonismo.

El presente trabajo de investigación se realizará con el método cuantitativo por la razón que se recolectará información de los estados financieros, así como también los resultados que se

obtengan de la encuesta que se realice mediante un muestreo, las cuales ayuden para el análisis administrativo y financiero.

2.2. Nivel de Investigación

2.2.1. Exploratorio

Según Tomala (2016) menciona que la investigación exploratoria es considerada como el primer acercamiento científico a un problema. Se utiliza cuando éste aún no ha sido abordado o no ha sido suficientemente estudiado y las condiciones existentes no son aún determinantes.

El tipo de investigación exploratoria se centra en la investigación y el análisis a fondo de la empresa, que nos permita realizar los análisis necesarios para el presente trabajo de investigación.

2.2.2. Descriptivo

Desde el punto de vista del autor Tomala (2016) la investigación descriptiva se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad.

Este tipo de investigación se centra en realizar la descripción completa de cada uno de los factores e involucrados, así como las principales características de la empresa.

2.2.3. Correlacional

De acuerdo con Enrique Rus Arias, la investigación correlacional consiste en evaluar dos variables, siendo su fin estudiar el grado de correlación entre ellas. (Arias, 2020)

Este tipo de investigación se centra en evaluar dos variables y su cambio, por lo que estudia el cambio o la variación que puede existir cuando una variable es modificada,

2.2.4. Explicativo

De acuerdo con Oswaldo Tomalá, la investigación explicativa es aquella que tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas de este. Existen diseños experimentales y no experimentales. (Tomala, 2016)

Este tipo de investigación se centra en realizar el estudio de factibilidad para la apertura de una sucursal en el cantón Guamote del taller de motos TECNIDIEGO.

2.3. Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación

2.3.1. Métodos de investigación

2.3.1.1. Inductivo.

De acuerdo con (Catillo, 2020) el método inductivo va de los casos particulares a lo general. Se parte de los datos o elementos individuales y, por semejanzas, se sintetiza y se llega a un enunciado general que explica y comprende esos casos particulares.

El presente trabajo investigativo se centrará en la utilización del método inductivo ya que nos ayuda a identificar las problemas y falencias que presenta el taller de motos “Tecnidiego” en sus actividades comerciales y operacionales.

2.3.1.2. Deductivo

De acuerdo con (Catillo, 2020) el método deductivo se trata de aquella orientación que va de lo general a lo específico. Es decir, el enfoque parte de un enunciado general del que se van desentrañando partes o elementos específicos.

El presente trabajo de investigación parte de lo general del taller de motos “TECNIDIEGO” con el fin de llegar a las situaciones específicas o particular de esta.

2.3.1.3. Analítico

Desde el punto de vista de, (Nirian, 2020) el método analítico es un método de investigación que se desprende del método científico y es utilizado en las ciencias naturales y sociales para el diagnóstico de problemas y la generación de hipótesis que permiten resolverlos.

2.3.1.4. Sintético.

Desde el punto de vista de Jervis (2020), El método sintético es un proceso analítico de razonamiento que busca reconstruir un suceso de forma resumida, valiéndose de los elementos más importantes que tuvieron lugar durante dicho suceso.

En el presente trabajo de investigación se utilizará el método sintético para presentar de forma sintética, esencial y resumida las actividades aplicadas en el taller de motos “TECNIDIEGO” para mejorar sus actividades comerciales y operacionales.

2.3.2. Técnicas de investigación

2.3.2.1. Entrevista

“Una entrevista es un intercambio de ideas u opiniones mediante una conversación que se da entre dos o más personas. Todos las personas presentes en una entrevista dialogan sobre una cuestión determinada”. Etecé (2020) La entrevista que se aplicará al gerente propietario de los talleres Tecnidiego, con el objeto de recabar información de tipo cualitativa que afiance y corrobore los resultados que se obtendrá de la encuesta.

2.3.2.2. Encuesta

Se realiza en el área donde se encuentra la población objetivo como las calles de una ciudad, el interior de una fábrica, una comunidad educativa, etcétera. Allí se le pide a un número definido de personas que respondan a una serie de preguntas y con esa información se construyen datos porcentuales, aproximaciones estadísticas y se obtienen conclusiones (Raffino, 2020).

Ya que el taller de motos necesita determinar si existe la demanda necesaria de servicios automotrices para motos y cuadrones en el cantón Guamote, se aplicará una encuesta de sondeo de mercado, en la que se establecerá preguntas cerradas sobre esta iniciativa, para así obtener información sobre los precios, competencia, la promoción, los clientes, entre otros aspectos relevantes.

2.3.2.3. Observación

Indispensable en todo principio científico, la observación consiste en simplemente confrontar el fenómeno que se desea comprender y describirlo, tomar nota de sus peculiaridades, de su entorno, en fin, detallarlo. Suele ser el primer paso básico de todo tipo de saber (Raffino, 2020).

2.3.2.4. Muestreo

“El muestreo es el proceso mediante el cual se selecciona un grupo de observaciones que pertenecen a una población. Esto, con el fin de realizar un estudio estadístico” (Westreicher, 2021).

2.3.3. Instrumentos de Investigación

- **Guía de entrevista:** Es utilizada para que la entrevista se desarrolle sin inconvenientes, de forma planificada y respetuosa con el tiempo del entrevistado.
 - **Registro de entrevista:** Es necesario evidenciar mediante un audio o video la entrevista con el respectivo permiso del entrevistado.
 - **Cuestionario:** Pueden ser con preguntas cerradas, abiertas o mixtas, sin embargo, para facilidad del tratamiento de los datos obtenidos se realizarán preguntas cerradas.
- Diario de campo:** Permitirá registrar mediante la observación eventos importantes sobre el comportamiento del mercado, como la competencia, los clientes, etc.

2.3.4. Población y muestra

2.3.4.1. Población

Como lo expresa (López, 2019) “una población estadística es el total de individuos o conjunto de ellos que presentan o podrían presentar el rasgo característico que se desea estudiar”. En primera instancia se ha considerado como universo para nuestro estudio a la población finita de Chimborazo que poseen motocicletas según el último censo efectuado por la INEC identifica a 6513 medios de movilización anteriormente mencionado, de la cual hemos calculado nuestra población objetivo de 650 motocicletas. (INEC, 2018)

Tabla 1-2: Número de motocicletas en el cantón Guamote en sus áreas

AREA	NUMERO DE MOTOCICLETAS	%
Urbana	320	49,23%
Rural	330	50,77%
TOTAL	650	100%

Elaborado por: Parra, Y.2021.

Fuente: (INEC, 2018)

Como se puede evidenciar en la tabla expuesta anteriormente la población finita total es de 650 lo cual esto se ha repartido en la zona urbana con un numero de 320 que representa el 49,23 % y en la zona rural un total de 330 que representa el 50,77 % que comprende el número de motocicletas en el cantón Guamote lo cual comprende nuestra población objetivo.

2.3.4.2. Muestra

“Se denomina una muestra estadística a lo que consiste en la porción que se extrae de una población estadística para un determinado estudio, con el fin de representar, conocer y determinar los aspectos de dicha población” (Editorial Grudemi,2018).

$$n = \frac{Z^2 p q \cdot N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p q}$$

El significado de los términos es:

n= Tamaño de la muestra

Z = Margen de confiabilidad, 95% constante

1,96; p = Probabilidad de que el evento

ocurra q = Probabilidad de que el evento no

ocurra

E = Error de estimación o error muestral 1% al 3% y del 5% al 6%

N = Población o universo de estudio N-1 = Factor de corrección.

Tabla 2-2: Determinación de la muestra

Z=	650*1,96^2*0,50*0,50		
	0,05^2(650-1) +1,96^2*0,50*0,50		
Z=	<u>624,26</u>		
	2,5829		
Z=	242		

Elaborado por: Parra, Y.2021.

Fuente: (INEC, 2018)

El presente cálculo se lo ha realizado estimando un nivel de confianza del 95% y de acuerdo con ello el número de encuestas a aplicarse es de 242 (Doscientos cuarenta y dos), las mismas que serán aplicadas tanto en la zona urbana como en la rural del cantón Guamote, durante la fase del estudio de mercado.

2.4. Análisis e Interpretación de Resultados

2.4.1. Resultados de la encuesta

ENCUESTA

1. ¿Usted está satisfecho con la prestación de servicios que brinda los talleres de motos en el cantón Guamote?

Tabla 3-2: Satisfacción del cliente

Opción	Frecuencia	Porcentaje
SI	47	19%
NO	195	81%
TOTAL	242	100%

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2021.

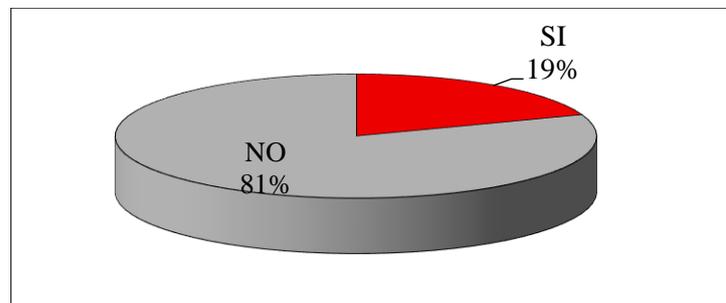


Gráfico 1-2: Satisfacción del cliente

Realizado por: Parra, Y.2021.

Análisis

Con los datos obtenidos de la encuesta se tiene que del 100% de encuestados, el 81% que representa la mayoría, dice no estar satisfechos con la prestación de servicios de los talleres de Guamote, mientras solo el 19% si se siente satisfecho con dichos servicios automotrices de motos.

Interpretación

Por lo tanto, tenemos como primera problemática a resolver es el nivel de satisfacción de los clientes del cantón Guamote, ya que esta interrogante refleja que el mercado no se siente conforme, esta pregunta permite saber si hay posibilidades de satisfacer las necesidades de los consumidores y es una guía para identificar la demanda insatisfecha.

2. ¿Cree usted que los talleres de motos del cantón Guamote cumplen con las expectativas de calidad de servicios de mantenimiento y reparación de moto

Tabla 4-2: Cumplimiento de las expectativas de calidad

Opción	Frecuencia	Porcentaje
SI	80	33%
NO	162	67%
TOTAL	242	100%

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2021.

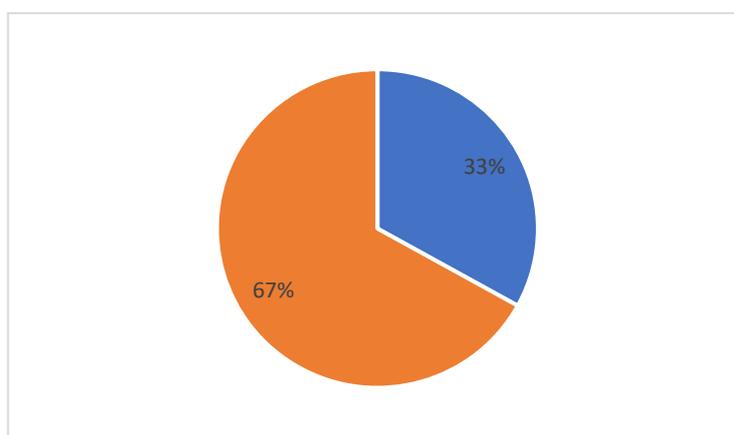


Gráfico 2-2: Cumplimiento de las expectativas de calidad

Realizado por: Parra, Y.2021.

Análisis

Los resultados de la encuesta indican que los clientes no se sienten satisfechos con la calidad de los servicios automotrices de motos de los actuales talleres de Guamote, por lo que el 67% manifiesta su negativa en tanto que el 33 % expresa si estar satisfecho. Este dato guía al trabajo investigativo a crear estrategias para mejorar esta problemática que se basa en la calidad.

Interpretación

La pregunta 2, permite saber cuál es la apreciación de los clientes respecto a la calidad de los servicios que ofrecen los talleres de motos de Guamote, ya que esto nos ayudará a determinar si este parámetro debe reforzarse con estrategias comerciales basadas en la calidad de los productos y servicios que se ofrezca a la ciudadanía.

3. ¿Está de acuerdo en que el cantón Guamote necesita un taller automotriz que brinde servicios de calidad en reparación y mantenimiento de motos?

Tabla 5-2: Demanda de un taller automotriz de motos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
SI	158	65%
NO	84	35%
TOTAL	242	100%

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2021.

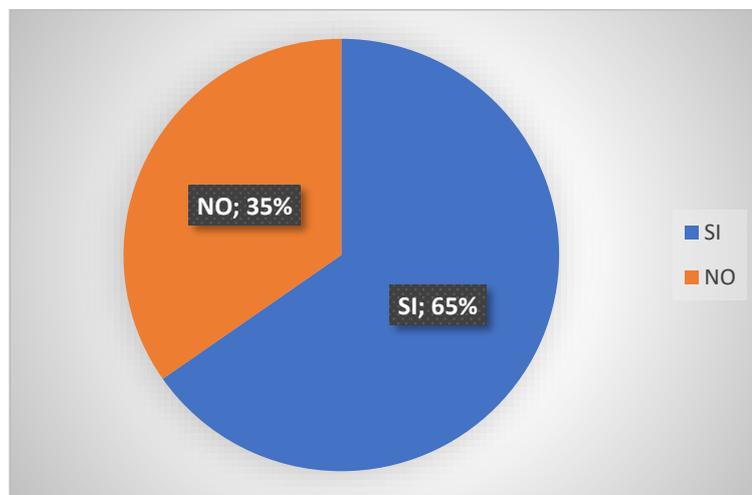


Gráfico 3-2: Demanda de un taller automotriz de motos
Realizado por: Parra, Y.2021.

Análisis

Los resultados manifiestan que el 65% de la población objetivo, si está de acuerdo en que el cantón de Guamote necesita un taller automotriz de motos en tanto que el 35 % no.

Interpretación

Esta es una de las preguntas claves para determinar si la empresa tendrá suficiente demanda en el sector, con estos datos se deduce que el cantón Guamote tiene una amplia demanda por satisfacer en cuanto a servicios de mantenimiento y reparación de motos, ya que más del 50% así lo manifestaron con esta interrogante.

4. ¿Estaría usted interesado en adquirir los servicios de mantenimiento y reparación de motos en la primera sucursal TECNIDIEGO en Guamote?

Tabla 6-2: Aceptación del taller TECNIDIEGO

Opción	Frecuencia	Porcentaje
SI	167	69%
NO	75	31%
TOTAL	242	100%

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2021.

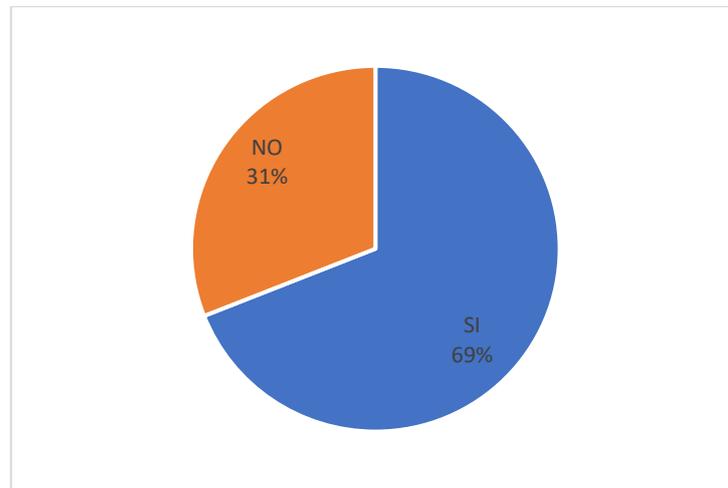


Gráfico 4-2: Demanda de un taller automotriz de motos

Realizado por: Parra, Y.2021.

Análisis

Mediante la aplicación de la encuesta se tiene que el 69 % de los encuestados expresa que, si desean la apertura del taller TECNIDIEGO en el cantón Guamote, mientras que solo el 31% cree lo contrario.

Interpretación

Esta interrogante directamente nos guía a deducir que hay muchos clientes por captar en el mercado automotor, por lo que es muy necesario segmentar los mercados para atenderlos mejor. El aumento del porcentaje respecto a la anterior interrogante se debe a que varios usuarios ya conocen el taller.

5. ¿Según su criterio señale cuál de estos parámetros considera de mayor importancia dentro de los servicios técnicos para su motocicleta?

Tabla 7-2: Parámetros de demanda de servicios automotrices de motos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Precio	45	18,60%
Tiempo de entrega	83	34,30%
Garantía del servicio	68	28,10%
Confiabilidad	46	19,01%
TOTAL	242	100 %

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2021.



Gráfico 5-2: Parámetros de demanda de servicios automotrices de motos
Realizado por: Parra, Y.2021.

Análisis

Con los datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población objetivo, se tiene que el parámetro que más toman en cuenta los clientes de estos servicios es el tiempo de entrega con 34%, seguido de la garantía de los servicios con el 28% y en iguales condiciones la confiabilidad y precio con el 19%.

Interpretación

Estos datos revelan que se debe trabajar mucho en estrategias basadas en los dos principales parámetros, ya que son considerados de mayor importancia. Por una parte, está el tiempo de entrega de los servicios que se demandan y por otro lado los clientes mucho más que el precio considera importante que los servicios contratados tengan garantías.

6. ¿Cuál de estos servicios técnicos de motos utiliza con mayor frecuencia?

Tabla 8-2: Servicio más demandado

Opción	Frecuencia	Porcentaje
ABC automatizado	98	40,50%
Vulcanizado	55	22,73%
Sistema eléctrico	49	20,25%
Sistema de tracción	40	16,53%
TOTAL	242	100 %

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2021.

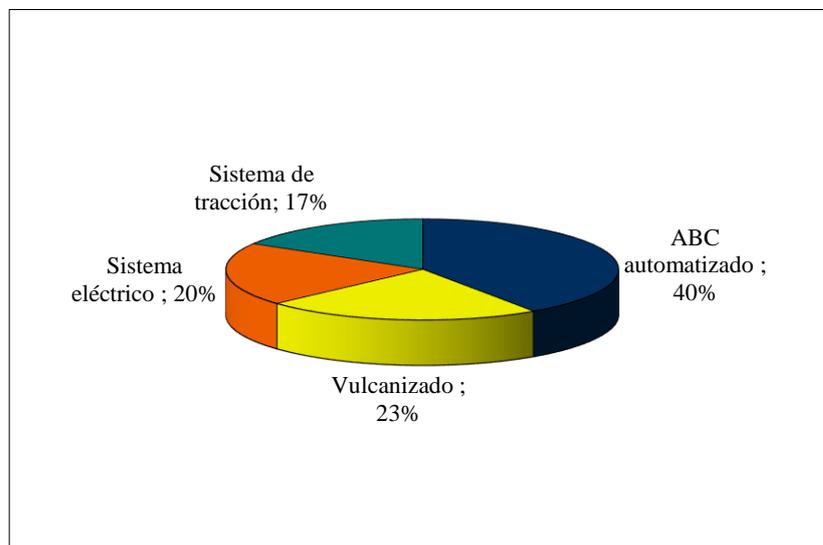


Gráfico 6-2: Servicio más demandado

Realizado por: Parra, Y.2021.

Análisis

Los datos reflejados por la encuesta indican que el servicio más demandado por los clientes es el ABC automatizado con el 40% seguido del vulcanizado con el 23, el servicio de sistema eléctrico con el 20%, y finalmente con el 17% el sistema de tracción.

Interpretación

Los servicios antes descritos son generalmente los ofertados por todos los talleres, sin embargo, cabe recalcar que los 4 servicios tienen gran demanda, sin embargo, se determina que el servicio estrella es el ABC, cuyas estrategias deben encaminarse a sacar el máximo provecho de este para tener un buen nivel de satisfacción de clientes.

7. ¿Con qué frecuencia le da mantenimiento a su motocicleta?

Tabla 9-2: Frecuencia de consumo

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Cada 15 días	61	25%
Cada mes	123	51%
Entre 2 a 3 meses	33	14%
Semestralmente	25	10%
TOTAL	242	100%

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2021.

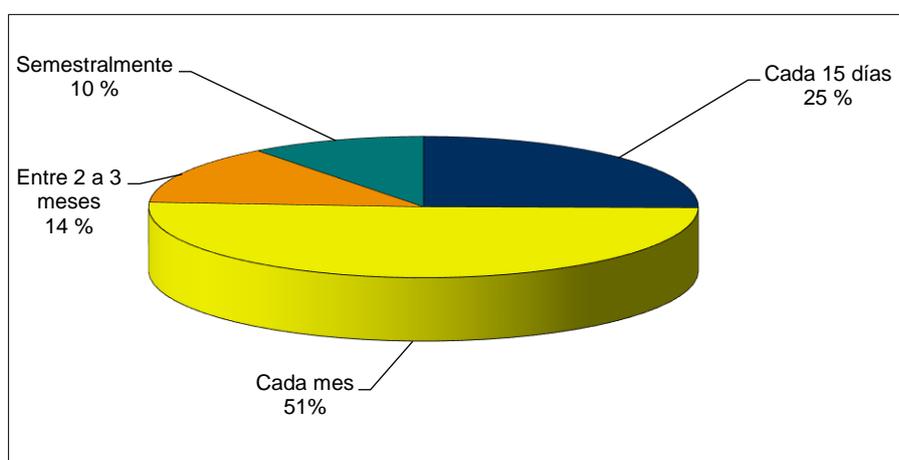


Gráfico 7-2: Frecuencia de consumo
Realizado por: Parra, Y.2021.

Análisis

La encuesta revela que la frecuencia de adquisición de servicios de mantenimiento de motocicletas en el cantón Guamate principalmente se da cada mes con el 51%, seguido de cada quince días con el 25%, en tanto que semestralmente es la frecuencia menos aplicada por los clientes.

Interpretación

Las frecuencias de consumo permiten establecer elementos importantes en la investigación de mercado como son los días de reposición de productos, la proyección de ventas, establecer las temporadas altas y bajas para saber en qué momento preciso utilizar las estrategias de promoción y así obtener mejores ventas.

8. ¿Por qué medios publicitarios usted se informa sobre los servicios que ofrecen los talleres de motos del cantón Guamote?

Tabla 10-2: Canales de información

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sitios web	76	31%
Radio	42	17%
Televisión	0	0%
Folletos o volantes	50	21%
Redes sociales	74	31%
TOTAL	242	100%

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2021.

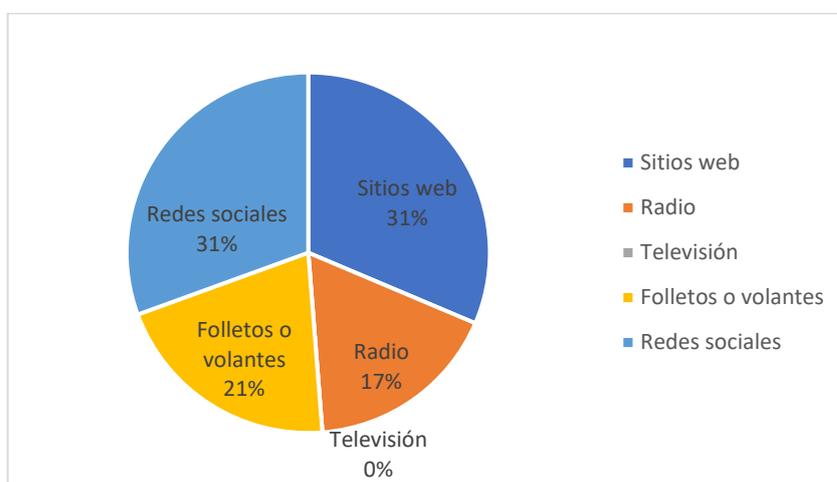


Gráfico 8-2: Canales de información
Realizado por: Parra, Y.2021.

Análisis

Los resultados que arroja la encuesta posicionan a los sitios web y redes sociales como los principales medios de distribución e información con el 31%, seguido de volantes y folletos con 21%, radio con el 17% y televisión 0%, siendo el más significativo las redes sociales y sitios web.

Interpretación

Para que se dé a conocer el taller de motos TECNIDIEGO las estrategias de comercialización deben ir enfocadas a medios de comunicación masiva, como son las redes sociales y sitios web, ya que son gratuitos o de muy bajo costo y pueden llegar a nuevas audiencias, permitiendo captar más clientela, lo que posibilitara un mejor posicionamiento de TECNIDIEGO y que se cumpla con la visión de ser líderes en la región Sierra.

9. De las siguientes opciones, ¿Cuál taller técnico le brinda actualmente los servicios automotrices en el cantón Guamote?

Tabla 11-2: Competencia

Opción	Frecuencia	Porcentaje
“TALLER DE MOTOS ABC”	51	21%
“TALLER AUTOMATIZADO DE MOTOS EL MONITO”.	42	17%
“TALLER DE MOTOS PARTICULAR ENDURA”	33	14%
“TALLER DE MOTOS CROSS”	15	6%
“TALLER DE MOTOS TECNIGAMA”	27	11%
Ninguno	74	31%
TOTAL	242	100%

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2021.

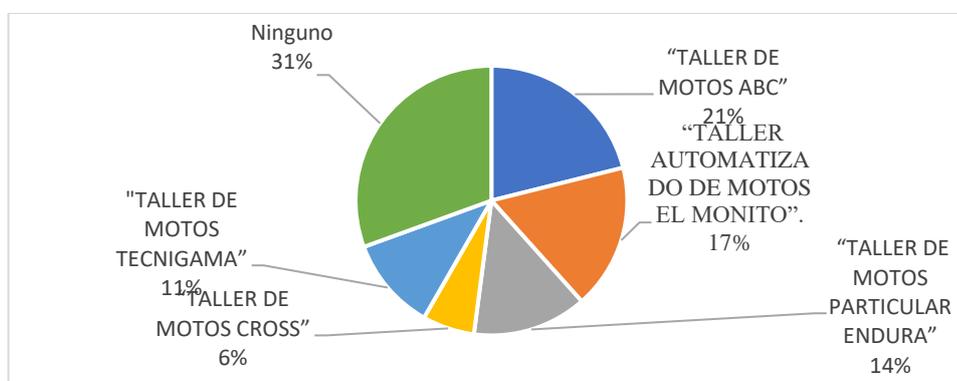


Gráfico 9-2: Competencia

Realizado por: Parra, Y.2021.

Análisis

En cuanto a la competencia del taller TECNIDIEGO se tiene que la opción de ninguno lidera con el 31%, seguido de taller “ABC” con el 21%, luego el taller “El monito” con el 17%, el taller “Endura” con el 14% y en cuanto al talleres menos conocidos en el mercado es el taller de motos CROSS” con el 6% y “Tecnigama” como el 11%.

Interpretación

El 31 % de los encuestados manifiesta que ninguna de las opciones de talleres mencionados en la interrogante les brinda los servicios de mantenimiento y reparación de motos, por lo que indicaría una cuota de mercado desatendida ya sea por diversos factores como la calidad, que ya se había estudiado en la segunda pregunta de la encuesta, es decir que tienen relación directa. Además, esta información es útil para determinar la demanda insatisfecha y así poder proyectar la cantidad de servicios que la nueva sucursal TECNIDIEGO, deberá ofrecer a su clientela.

10. ¿En qué sector de la ciudad de Guamote le gustaría que se ubique el taller de motos TECNIDIEGO?

Tabla 12-2: Localización

Opción	Frecuencia	Porcentaje
En la zona centro de Guamote	101	42%
En la zona sur de Guamote	59	24%
En la zona norte de Guamote	82	34%
TOTAL	242	100%

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2021.

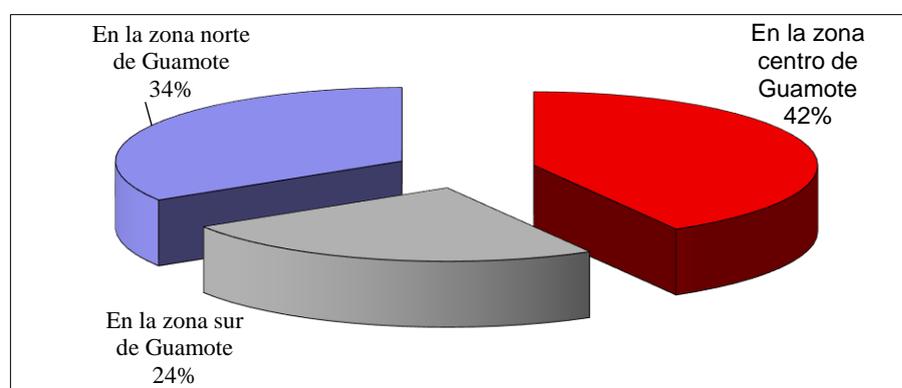


Gráfico 10-2: Localización
Realizado por: Parra, Y.2021.

Análisis

La encuesta arroja los siguientes datos, la zona centro de Guamote es el sector que mayor preferencia tiene entre los encuestados, con el 42%, como segunda opción esta la zona norte de Guamote con el 34% y finalmente el 24% considera mejor lugar para ubicar el taller en la zona sur de Guamote.

Interpretación

La localización es un factor importante que se debe considerar para el estudio técnico, ya que una empresa mal localizada puede desenfocarse de su público objetivo. Al responder los encuestados que la zona central es la que más les gustaría para el taller de motos, se debe considerar principalmente para ser estudiada como posible plaza ya que adicional se necesita más información de la zona geográfica, como el estado de las vías, puntos estratégicos, etc.

11. ¿Cómo considera usted los costos cobrados por la prestación de los servicios de motocicletas en el cantón Guamote?

Tabla 13-2: Expectativa sobre los precios

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Muy caro	37	15%
Normal	66	27%
Regular	107	44%
Bajo	32	13%
Demasiado bajo	0	0%
TOTAL	242	100%

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2021.

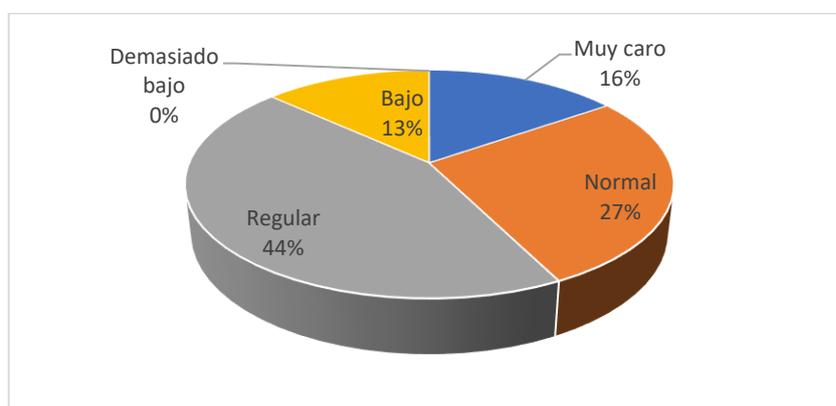


Gráfico 11-2: Expectativa sobre los precios

Realizado por: Parra, Y.2021.

Análisis

Con los datos obtenidos se tiene que los clientes consideran los precios de los servicios automotrices en su mayoría regulares, representado por el 44%, seguido de la apreciación normal con el 27%, el 13% considera que los precios son bajos, mientras el 16% manifiesta que son muy caros. Esta interrogante permite saber si los precios de los servicios del taller TECNIDIEGO pueden estar acorde a los establecidos en el mercado del cantón Guamote.

Interpretación

El precio es una variable que se determina por los costos y por los que se manejan en el mercado, es decir que es importante tener una referencia de la competencia y percepción de los demandantes respecto al precio. Al responder los encuestados en su mayoría que los precios son regulares, nos guía a el establecimiento de los mismos, para así no afectar al mercado y competir con los demás talleres de motos de Guamote.

12. ¿Cuánto dinero destina mensualmente para la reparación de su motocicleta?

Tabla 14-2: Dinero destinado a servicios automotrices de motos

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$20 a 30	74	30 %
De \$30 a 40	97	40 %
De \$40 a 50	45	19 %
De \$ 60 a \$100	26	11 %
TOTAL	242	100%

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2021.

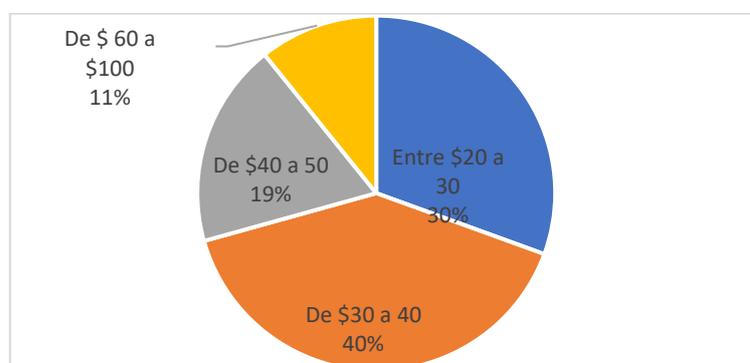


Gráfico 12-2: Dinero destinado a servicios automotrices de motos
Realizado por: Parra, Y.2021.

Análisis

Los encuestados manifiestan que en promedio están destinando entre 30 a 40 dólares, representado por el 40%, seguido de la opción del rango entre 20 a 30 dólares con el 30%, por lo que se establece un rango promedio de entre 20 a 40 \$ mensuales. Con dicha información se procederá a establecer las proyecciones de venta de servicios, ya que va enlazada a la frecuencia de consumo que es mensualmente.

Interpretación

Según lo expresan los encuestados el rango que destinan para dar mantenimiento a sus motocicletas esta principalmente en entre 30 a 40 dólares mensuales, que es la frecuencia con mayor participación destacada en la interrogante 7, principalmente esta pregunta sirve para realizar el estudio económico, ya que se necesita de proyecciones de ingresos.

ENTREVISTA

La entrevista se dirigió al propietario del taller de motos TECNIDIEGO, con el objeto de tener la información pertinente sobre las metas y objetivos que tiene con el presente trabajo investigativo.

1. ¿Porque cree que sería factible incursionar con la primera sucursal del taller de motos TECNIDIEGO?

Es debido a que muchos de mis clientes son de Guamote, son ellos los que me han manifestado su descontento con los actuales talleres que operan en ese cantón, pero que sin embargo muchas veces tienen que hacer ver sus motos en los talleres de Guamote debido a que es lejos mi taller, lo que les repercute en el tiempo y dinero de combustible.

2. ¿Qué tiempo lleva en el mercado de servicios automotrices su empresa?

Mi emprendimiento debo decir que es muy joven, empezamos hace menos de 5 años, pero esto nos apasiona, por lo que nuestros servicios son lo mejor que hay.

3. ¿Cuáles son los objetivos planteados para dentro de 1 año?

Principalmente administrarme mejor, quiero además ampliar mi empresa y es lo que puedo lograr con la primera sucursal en Guamote.

4. En cuanto a la administración, ¿qué cree usted que sería importante para tener una adecuada gestión de los recursos administrativos?

Creo que el conocimiento, este no es mi fuerte por lo que si requiero de alguien que este al mando de estas actividades.

5. ¿Por qué decidió incursionar en este negocio?

Como ya lo había expuesto, es algo que me apasiona y en lo que soy muy bueno, entonces lo que hago es aprovechar mi talento y sacar el máximo provecho de ello.

6. ¿Cuáles cree usted que representan los mayores desafíos para la empresa actualmente?

Por cómo está la economía actualmente pienso que la financiación del proyecto de la primera sucursal es un gran desafío, ya que esto significa que las ventas deben ser más agresivas.

7. ¿Como ve a la empresa dentro de 5 años en el mercado de servicios automotrices de Guamote?

A mi empresa en 5 años la visiono liderando los principales cantones de Chimborazo y demás provincias aledañas.

Análisis de la entrevista

La entrevista al ser un instrumento de carácter cualitativo permitió analizar las principales ventajas que tiene la empresa como sus debilidades, la cual constó de 7 preguntas relacionadas a el porque de la idea de una nueva sucursal, el tiempo de vida institucional del taller, los objetivos a corto y largo plazo, sobre la administración del negocio, y los desafíos que enfrenta la empresa con la nueva sucursal. En general, el entrevistado demostró conocer muy bien su empresa por lo que las respuestas fueron claras, permitiendo así realizar una adecuada interpretación de la información obtenida.

Interpretación

Con la información recabada de la entrevista, se tiene que como principal aspecto a destacar es que al igual que lo demuestra la encuesta hay descontento con los talleres de motos actuales de Guamote, lo que inició la idea de incursionar con la primera sucursal del taller TECNIDIEGO, la empresa es joven, pero tiene la vocación de sus propietarios que se destacan en el área mecánica, también los dueños del emprendimiento tienen sus metas fijadas en el corto y largo plazo, lo que es importante para definir la filosofía empresarial. Sin embargo, la principal problemática es que no tienen conocimiento del área administrativa por lo que requiere de personal capacitado en esta área, la financiación representa un desafío puesto que el negocio lleva menos de 5 años en el mercado y esto podría afectar el capital del dinero solicitado para poner en marcha la primera sucursal, así lo manifiesta el dueño de TECNIDIEGO.

Discusión de los resultados

Una vez analizados los resultados obtenidos de la encuesta y entrevista aplicada a la población objetivo y a su gerente propietario, se establece cual es la problemática principal que genera la idea de negocio de incursionar en una nueva matriz del taller de motos TECNIDIEGO. En primer punto se tiene que la matriz del taller se encuentra en Chambo, la misma que tiene gran acogida entre sus clientes, sin embargo, cerca del 40% de sus clientes son provenientes de otras ciudades, especialmente de Guamote, los cuales han manifestado su inconformidad con los actuales talleres de este sector, ya que no satisfacen las necesidades ni expectativas de servicios de calidad

Otra de las problemáticas es saber que el dueño del negocio administra de forma empírica y sin un debido control ya que carece de conocimientos en administración y contabilidad, por lo que no lleva el debido registro de ingresos y egresos que posibilite determinar el verdadero margen de utilidad. Los problemas administrativos y financieros hacen necesario que se realicen los estudios pertinentes para evitar estas complicaciones en la nueva sucursal, que se plantea como

principal localización el cantón Guamote. Ante esto, se torna indispensable realizar el estudio de mercado, que determina principalmente si en realidad hay suficiente demanda como manifiestan moradores de este cantón.

Dentro del estudio de mercado se ha logrado comprobar la aceptabilidad de un taller de motos en dicho cantón, sin embargo, se debe analizar la demanda y oferta para determinar si hay oportunidad de incursionar en el mercado de servicios automotrices para motos y así establecer las estrategias de ventas mediante un marketing mix, también es necesario que se realice un estudio situacional, ya que la empresa no tiene definidas sus metas y objetivos dentro del corto, mediano y largo plazo, por lo que es necesario crear la filosofía empresarial que comprende principalmente la misión, visión, objetivos, valores y políticas empresariales.

El taller TECNIDIEGO es joven en el mercado, pero ello no le ha impedido crecer de tal forma que ya está analizando la oportunidad de expandirse a nivel provincial, para ellos se torna importante realizar el debido estudio legal que contemple los procesos a seguir para constituir el negocio, para no desacatar la ley en el ámbito tributario y ambiental, ya que esto representaría multas o sanciones.

En conclusión, según al análisis de los resultados, para un proyecto de factibilidad se requiere de mínimo tres estudios, como son; el de mercado, técnico y financiero, sin embargo, el análisis situacional y legal permiten solidificar y complementar la investigación y así minimizar el riesgo mejorando la toma de decisiones sobre la inversión.

Validación de la idea a defender

La información obtenida evidencia que el estudio de factibilidad aportara a la toma de decisiones del gerente propietario, por lo que se establecieron estrategias comerciales para posicionar la empresa, captar clientes potenciales y generar utilidades. El estudio Técnico para determinar el tamaño óptimo del local para atender las demandas de servicios automotrices de motos, el estudio financiero para analizar si la empresa estaría en condiciones de afrontar la inversión, los costos y gastos administrativos y de ventas y si los indicadores de rentabilidad son beneficiosos.

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1. Título de la propuesta

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE LA PRIMERA SUCURSAL DEL TALLER DE MOTOS TECNIDIEGO EN EL CANTÓN GUAMOTE.

3.2. Objetivo de la propuesta

Objetivo General:

Realizar los estudios de mercado, técnico, legal, administrativo y financiero del proyecto de factibilidad para la apertura de la primera sucursal del taller de motos TECNIDIEGO.

Objetivo Especifico

- Investigar las variables importantes del estudio de mercado, que permita determinar si existe demanda insatisfecha.
- Analizar los aspectos importantes de la localización, distribución y tamaño de la planta, mediante información de actualidad y acorde a los resultados de la encuesta.
- Ordenar la información económica mediante un adecuado estudio financiero que determine la rentabilidad del negocio.

3.3. Estudio de mercado

3.3.1. Detalle de los servicios

El taller de motos TECNIDIEGO se caracteriza por brindar servicios de calidad concernientes al mantenimiento y reparación de motocicletas, como cualquier otro vehículo automotriz requiere de cuidados adecuados para prolongar su durabilidad, es así que dentro de los principales servicios que ofrece el taller son:

3.3.1.1. Cambio de aceite

Dicho servicio consiste en lubricar de forma correcta las partes del motor siempre evitando que se genere desgastes ocasionados por la fricción, también es un potente limpiador de sustancias y partículas dañinas ya que pueden limitar el buen funcionamiento y ser dañinas para el motor. Por lo general el cambio de aceite dependiendo el kilometraje suele darse en trimestres o menos.

3.3.1.2. Prueba de frenos

Este es un servicio que se debe realizar a menudo, para esta revisión se debe verificar que las pastillas no estén desgastadas en el nexo con la llanta, caso contrario requiere de sustitución, también es importante chequear los líquidos que controlan la fricción en los frenos ya que no puede darse una fuga ni tampoco estar en niveles bajos. En el taller TECNIDIEGO es muy regular que los motociclistas de carreras hagan uso de la prueba de frenos ya que es indispensable para las competencias de motocross.

3.3.1.3. Revisión del anticongelante

El nivel debe ser el indicado teniendo como mínimo que el depósito se encuentre a la mitad, es un servicio común que por lo general lo suelen dar los propios dueños, sin embargo, puede ocasionar quemaduras graves sino se lo realiza correctamente con el motor en reposo, por lo que muchos motociclistas si acuden a los talleres mecánicos.

3.3.1.4. Valoración de los neumáticos

Los neumáticos son muy importantes para preservar la seguridad del motociclista, ya que las llantas lisas pueden ocasionar accidentes de tránsito en especial en pistas mojadas, esto se lo realiza midiendo la presión de los neumáticos acorde a lo establecido por el fabricante, en general no deben estar muy infladas ni tener bajo nivel de aire, tampoco estar lisas ya que pierde adherencia y forzar al motor más lo que incide en un mayor consumo de combustible.

3.3.1.5. Limpieza de filtros de aire

En casos en los que las motocicletas transiten en carreteras con mucho polvo o no pavimentadas es necesario que esta limpieza sea más habitual, como mínimo a los 10 mil Km recorridos, sin embargo, es importante que se lo realice por semana para preservar el motor de desgastes en sus mecanismos.

3.3.1.6. Revisión de la batería

Consiste en verificar que tenga agua suficiente para producir la energía para el motor, por lo general tiene una durabilidad de dos años, pero si no hay el adecuado mantenimiento puede que se deba reponer antes o de lo contrario que se prolongue más con un buen uso.

3.3.1.7. Nivelación y suspensión

Es un servicio rutinario que no puede faltar en una revisión de la motocicleta ya que ayudara a que la moto esté nivelada y pueda responder en carreteras en mal estado o con baches.

3.3.1.8. Servicios de reparación

Los servicios de reparación entran en función al diagnóstico emitido por el mecánico que realice el mantenimiento, o en casos puntuales en los que el propietario de la moto ya encuentre fallas en su vehículo, a continuación, se detalla los servicios e reparación con los que cuenta el taller TECNIDIEGO.

- Reparación de módulos ABC
- Cambio de neumáticos
- Reparación de motores ´
- Cambio de batería
- Reparación de la caja de cambios
- Cambio de frenos, pastillas y discos

3.3.1.9. Otros servicios

- Plancha y pintura de motos
- Revisión para la inspección de tránsito vehicular en ANT
- Paquete de preparación de la moto para carreras

La idea de negocio del taller TECNIDIEGO es poder unificar los diversos servicios que se ofrecen en talleres específicos en el cantón Guamote, ya que unos ofertan solo servicios en el área eléctrica, en lubricación, de hojalatería y pintura, solo de cambio de llantas, tapicería entre otros. Por lo que nace la idea de satisfacer a los clientes en sus necesidades con todos los requerimientos de un taller mecánico de motos completo.

3.3.2. Análisis de la demanda

Ante la situación pandémica a nivel mundial algunos sectores de la economía se vieron en ventaja, así como productos y servicios. Tal es el caso del notorio aumento de compra de motocicletas a nivel nacional en Ecuador, ya que los negocios empezaron a intensificar las ventas con entregas a domicilio, acción que fue necesaria y casi obligatoria para que los emprendimientos y empresas puedan sobrellevar la crisis producto de la emergencia sanitaria.

Con el crecimiento de ventas de motocicletas también se intensificó la demanda de servicios en talleres automotores, así como repuestos, aceites entre otros productos complementarios que se ofrecen en dichos talleres. En términos de cifras se tiene que: de los 2 403 651 automotores que se matricularon en el país en el 2018, 582 506 fueron únicamente motocicletas, es decir, el 24,2%

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC,2018). Lo que da cuenta de la gran preferencia de las motos en la población, ya que tienen bajos costes de mantenimiento, de combustible y son accesibles en el tráfico.

A pesar de que el año 2020 presentó escenarios dramáticos para la economía ecuatoriana, el mercado de Motos de Ecuador informó cifras positivas en agosto con 15.664 unidades vendidas lo que representa un incremento del 21,1% (ventos.site, 2020). Con los datos estadísticos expuestos en este apartado como en la determinación de la población y muestra del trabajo de investigación se detalla la demanda de servicios mecánicos para motos a nivel nacional y del cantón Guamote.

3.3.2.1. Determinantes de la demanda

La demanda es una fuerza que dirige al mercado de bienes y servicios y está en función de algunos factores que pueden desplazarla positivamente o, al contrario, para lo cual es importante tomar en cuenta que se debe realizar un análisis de los mismos.

Tabla 1-3: Determinantes de la demanda

Factor	Descripción del factor	Relación con el sector
Nivel de ingresos	Se refiere a la fuente de donde provienen los ingresos de los clientes, sean de actividades industriales, agrícolas, comerciales, en relación de dependencia, etc.	El cantón Guamote se caracteriza por obtener ingresos de las actividades ganaderas, agrícolas y comerciales.
Precios de servicios sustitutos o relacionados a la actividad	Constituyen el principal elemento de la competencia	Los precios del taller TECNIDIEGO deben ser competitivos
Expectativas a futuro	Refiere de los que los consumidores idealicen del mercado de un bien o servicio a futuro en cuanto a calidad, utilidad entre otros elementos.	El mercado de servicios en mantenimiento y reparación de motocicletas va en aumento ya que guarda relación con la compra de motos que está en su auge.
Clientes potenciales	El mercado de bienes o servicios no debe encontrarse saturado	Los consumidores del cantón Guamote expresan dicha necesidad
Gustos y preferencias	Dependen de las características de los bienes y servicios, por ejemplo, la marca.	El taller maneja diversas marcas reconocidas de motocicletas en cuanto a repuestos e insumos.

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Parra, Y.2022.

3.3.2.2. Determinación de la demanda actual

Tras haber sufrido una grave crisis a nivel mundial los sectores se han ido recuperando, de tal forma que se ha podido identificar la demanda actual de diversos productos y servicios, que consiste en determinar la cantidad de los mismos que los consumidores potenciales están dispuestos adquirir para cubrir sus necesidades. Para este estudio se tiene que la población objetivo es de 6513 con un mercado objetivo de 4949 que son los clientes potenciales que manifestaron hacer uso de servicios en los talleres de motos al menos una vez al mes con el 51% y un 25% de forma quincenal, al ser las frecuencias más altas se consideran como potenciales

para esta investigación. El mercado meta se determinó con los posibles clientes que al menos acuden de forma mensual, por lo que el consumo promedio es de 12 veces.

Tabla 2-3: Determinación de la demanda actual

DETERMINACION DE LA DEMANDA		
DETALLE	VALOR	UNIDAD
Población	6513	Motocicletas en el cantón Guamate
mercado objetivo	4949	Del 51% que asisten mensual y del 25% quincenal
mercado meta	3321	Personas que acuden mínimo una vez al mes
consumo promedio	12	Las veces que un cliente acudiría al taller al año

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

3.3.2.3. Demanda proyectada

Para determinar cuál es la proyección de servicios demandados en el futuro para el taller de motos TECNIDIEGO, es importante recabar la información estadística pertinente para tener resultados lo más próximos a la realidad.

Tabla 3-3: Proyección de la demanda

AÑO		DEMANDA
2020		6513
2021	$78938*(1+0,21)^1$	7881
2022	$78938*(1+0,21)^2$	9536
2023	$78938*(1+0,21)^3$	11538
2024	$78938*(1+0,21)^4$	13961
2025	$78938*(1+0,21)^5$	16893
2026	$78938*(1+0,21)^6$	20441

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

De acuerdo con la investigación efectuada por el INEC identifica a 6513 medios de movilización de tipo motocicletas en el sector con un crecimiento sustancial a partir de junio del año 2020 del 21.1% según lo manifiesta la revista *ventos.site*, es en este periodo en que se desato la pandemia y por lo cual crecieron los modelos de negocios con servicio a domicilio en la que las motocicletas predominaron por su accesibilidad y bajos costes de operación, además se generaron nuevas oportunidades para el sector de servicios y para compras online. Es el caso de los servicios de mantenimiento y reparación de motocicletas, ya que tienen un vínculo directo con dicho mercado automotor ya que no solo aumentaron las ventas de motos de casa, sino que muchos optaron por la opción de las de segunda mano, para lo cual se requiere de valoraciones en los talleres mecánicos.

3.3.3. Análisis de la oferta

La oferta viene dada por todos los talleres que ofrecen los mismos servicios o sustitutos en el cantón Guamote, sin embargo, como datos importantes se tiene que a nivel nacional existen 29587 establecimientos, en Chimborazo 926, los cuales se tomaron como dato estadístico del Censo Nacional Económico 2010. La oferta también permite determinar la competencia directa e indirecta para el proyecto de inversión del taller TECNIDIEGO, por lo que mediante la observación e investigación a los principales talleres de Guamote se tiene a 5 establecimientos que se detallan a continuación.

Tabla 4-3: Proyección de la Oferta

DETERMINACION DE LA OFERTA		
Establecimientos	Clientes mensuales	Clientes anuales
“TALLER DE MOTOS ABC”	91	1092
“TALLER AUTOMATIZADO DE MOTOS EL MONITO”.	76	912
“TALLER DE MOTOS PARTICULAR ENDURA”	84	1008
“TALLER DE MOTOS CROSS”	50	600
TALLER DE MOTOS TECNIGAMA”	68	816
TOTAL		4428

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

Tabla 5-3: Nivel de Ventas.

COMPETENCIA	NIVEL DE VENTAS (ANUALES)
“TALLER DE MOTOS ABC”	\$ 32.546
“TALLER AUTOMATIZADO DE MOTOS EL MONITO”.	\$ 26.347
“TALLER DE MOTOS PARTICULAR ENDURA”	\$ 21.697
“TALLER DE MOTOS CROSS”	\$ 9.299
TALLER DE MOTOS TECNIGAMA”	\$ 17.048
TOTAL 69%	\$ 106.936
Mercado no satisfecho 31%	\$ 48044

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

Tabla 6-3: Proyección de la Oferta

AÑO	PROYECCIÓN	OFERTA
2020		926
2021	$926*(1+0.21)^1$	1120
2022	$926*(1+0.21)^2$	1356
2023	$926*(1+0.21)^3$	1640
2024	$926*(1+0.21)^4$	1985
2025	$926*(1+0.21)^5$	2402
2026	$926*(1+0.21)^6$	2906

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

3.3.4. *Demanda insatisfecha*

Lo más importante que indica la demanda insatisfecha es que hay espacio dentro del mercado para operar con la idea de negocio. En este caso, se tiene que la demanda es mayor a la oferta, lo cual permite que el taller TECNIDIEGO satisfaga dichas necesidades del público objetivo. Al ser un segmento desatendido por la competencia brinda la oportunidad de amoldar a los posibles clientes acorde a la organización.

Tabla 7-3: Demanda insatisfecha proyectada

AÑO	2021	2022	2023	2024	2025	2026
DEMANDA	7881	9536	11538	13961	16893	20441
(-) OFERTA	1120	1356	1640	1985	2402	2906
DEMANDA INSATISFECHA	6760	8180	9898	11976	14491	18039

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

3.3.5. *Participación de mercado*

Conocer la participación de mercado que poseen las empresas competidoras es importante en varios aspectos como para determinar cuánto de capacidad instalada requerimos para satisfacer adecuadamente al segmento de mercado del que queremos captar y fidelizar para la empresa. Además, parte como guía para el cumplimiento de metas y objetivos de corto plazo respecto a la correcta distribución de los servicios que ofrece el taller de motos y de los canales por los que logran llegar de manera más óptima y ágil hasta los consumidores potenciales.

Dependiendo el contexto en que se maneje la investigación de un mercado, la participación puede ser una medida porcentual del total de las ventas que obtuvo en un determinado periodo un sector, mismo que puede ser global, nacional, regional o hasta de una ciudad. Esto dependerá de los requerimientos de la investigación de mercado de la empresa y que tan puntual desee obtener datos. En mercados emergentes y con tendencia al crecimiento es necesario ser cuidadosos del nivel de incremento de las ventas de la competencia, es así que se debe dar seguimiento al cumplimiento de las metas de mediano plazo. La participación del mercado se puede medir en unidades o en ingresos.

3.3.5.1. Participación relativa del taller TECNIDIEGO

Tabla 8-3: Competencia Directa

TALLERES	PARTICIPACIÓN	NIVEL DE VENTAS (ANUALES)
“TALLER DE MOTOS ABC”	21%	\$ 32.546
“TALLER AUTOMATIZADO DE MOTOS EL MONITO”.	17%	\$ 26.347
“TALLER DE MOTOS PARTICULAR ENDURA”	14%	\$ 21.697
“TALLER DE MOTOS CROSS”	6%	\$ 9.299
“TALLER DE MOTOS TECNIGAMA”	11%	\$ 17.048
Mercado no atendido	31%	\$ 48.044
TOTAL	100%	\$ 154.980

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

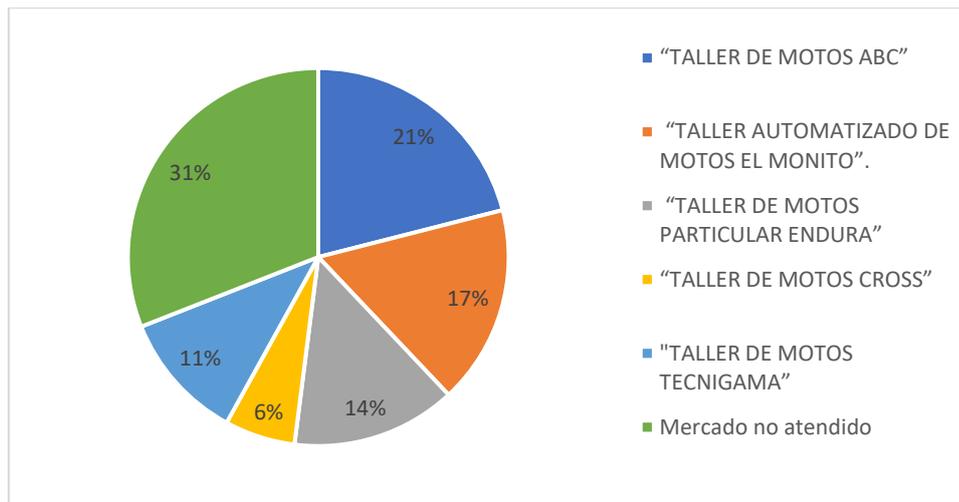


Gráfico 1-3: Cuota de mercado de competidores
 Realizado por: Parra, Y.2022.

El gráfico 13-3, indica que el taller de motos TECNIDIEGO tiene a cuatro competidores cuyas cuotas de mercado no son mayores al segmento no atendido que es del 31%, como principal competidor está el taller ABC con el 21% que lidera por ser el que mejor cuenta con las condiciones y servicios de mantenimiento y reparación, ya que los demás negocios carecen de servicios diversificados. TECNIDIEGO, ofrece mejorar dicha situación para así satisfacer todas las necesidades respecto a la mecánica de motos, es decir que en un solo taller el cliente pueda encontrar lo que necesite, ya que la mayoría de los talleres se dedican a unas pocas tareas específicas. En tal caso, tiene la oportunidad de captar hasta el 31% del mercado no satisfecho del cantón Guamate, para lo cual es importante establecer estrategias de expansión de mercado.

3.3.5.2. Estrategias para captar mayor participación de mercado

Crear un vínculo con el cliente: Es importante que el personal sea empático con los clientes, cuando se trata de satisfacer necesidades en cuanto a servicios es necesario el trato de forma personalizada, para ello se debe evaluar al cliente de forma rápida pero acertada, así los clientes no se sentirán que son solo un cliente más, por el contrario, esto permitirá que recomienden el taller.

Decir la verdad en los diagnósticos: Al momento de realizar los diagnósticos es importante que el mecánico sea sincero respecto a los resultados, ya que es preferible un cliente duradero que uno fugaz. Además, que si se le da altas expectativas a un cliente y no resulta verdadero compromete la reputación de la empresa.

Dar seguimiento para saber la satisfacción del cliente: A los clientes les gusta sentir que son importantes para la empresa, por ello es recomendable que posterior haber brindado un servicio en un tiempo prudente se llame al cliente para saber sobre su satisfacción.

Garantía de los servicios: Cualquier producto o servicio que se garantice inspira confianza, y es lo que los clientes buscan para sus motocicletas, para ello se debe basar el mecánico en la experiencia y conocimiento y estimar tiempos de garantía prudentes para cada servicio.

3.3.6. Marketing mix

3.3.6.1. Precio

El precio en temas de marketing es mucho más que dar valor monetario al bien o servicio, ya que se trata de una variable determinante para acceder a realizar una compra, es así que la tendencia de los consumidores por lo general tiende a precios bajos o asequibles, Sin embargo, hay quienes anteponen calidad sobre cantidad y este es un aspecto muy importante para analizar e implementar innovación y pro mejoras para la empresa, teniendo en cuenta que cuanto mejor reconocido sea el taller de motos TECNIDIEGO, los precios pueden mejorar.

Actualmente los precios que maneja el taller se basan en cubrir los gastos de operación del negocio (principalmente las horas laboradas del personal) más el correspondiente margen de ganancia que se detallara en el estudio financiero. A continuación, se presenta la información referente a los precios de servicios de mantenimiento y de reparación de motos.

Tabla 9-3: Principales servicios de mantenimiento de motos

Servicios de mantenimiento	Precio	Tiempo estimado
ABC completo	\$ 23,00	45 min
Engrasada de rodamientos	\$ 4,00	15 min
Limpieza de Filtros	\$ 3,00	25 min
Lavado de carburador	\$ 5,00	20 min
Cambio de aceite	\$ 7,00	15 min

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

Tabla 10-3: Principales servicios de reparación de motos

Servicios de reparación	Precio	Tiempo estimado
Eje de cuadro	\$ 160,00	75 min
Cableado e instalación eléctrica	\$ 30,00	50 min
Reparación del motor	\$ 160,00	2 horas
Tejida de radios y centrada	\$ 20,00	45 min
Cambio de luces	\$ 6,00	45 min
Parchado de tubo	\$ 2,00	30 min
Cambio de tubo	\$ 7,00	45 min
Cambio de retenedores de barras	\$ 40,00	45 min
Cambio de bocines	\$ 10,00	45 min

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Parra, Y.2022.

3.3.6.2. Servicio

El taller TECNIDIEGO apunta a diversificar los servicios que actualmente ofrece en el cantón Guamote. Esto dado que la competencia es muy específica en las ramas de la mecánica de motocicletas, es así que unos talleres ofrecen servicios de lubricadora, otros de enderezada y pintura y los más pequeños dedicados al cambio de neumáticos y limpieza de motos. La idea es poder ofertar la mayor parte de los servicios mecánicos de motos en un solo taller y abarcar el público no atendido para fidelizarlo. Los servicios que se proponen con el presente trabajo investigativo son los siguientes:

- Enderezada y pintura
- Complementos y accesorios de motocicletas
- Escáner de motos

3.3.6.3. Distribución

Comprende básicamente los medios de distribución por los cuales deberá pasar el bien o servicio para llegar hasta los consumidores. En este caso al ser bienes intangibles no requieren de transportes lo cual significa un gran ahorro, sin embargo, se debe llegar hasta los clientes con los servicios y para ello se necesita de medios de comunicación para dar a conocer el taller TECNIDIEGO.

Se plantea que el negocio debe ubicarse en la zona más conveniente para captar clientes, que es el centro de la ciudad de Guamote, el canal de distribución será directo ya que no requiere de comisionistas ni de intermediarios, a continuación, se presentan algunas de las estrategias para lograr la mejor distribución de los servicios con los clientes.

- El taller trabaja con canales directos, por lo que es necesario que la estética del taller se muestre con un estilo propio y dinámico que llame la atención de los clientes.
- Otra de las opciones es contar con medios digitales para agendamiento de citas y para que el cliente este enterado de todas las novedades del taller. Esto beneficiara en afianzar vínculos empresa-cliente.

3.3.6.4. Publicidad y promoción

Promocionar un negocio o idea de negocio que está empezando es indispensable, ya que es el momento en que se debe captar clientes y que mejor forma de que tener establecido cuáles serán las estrategias a implementar.

- La última década el uso del internet y sobre todo de las redes sociales en las que la plataforma Facebook lidera seguido de WhatsApp, Instagram y TikTok, por lo cual se creara una cuenta en cada una de las aplicaciones mencionadas con la finalidad de promocionar el taller de forma gratuita o a muy bajos costos a la par que se interactúa con los clientes haciendo videos dinámicos de los servicios que ofrece TECNIDIEGO.
- Para tener el alcance esperado también se realizará la entrega de volantes con la opción de si visitan el taller y adquieren cualquiera de los servicios se les obsequiara un llavero de moto.
- Es necesario que se aproveche las ferias de emprendimientos que se realizan por las fiestas de cantonización de Guamote y otras oportunidades similares para dar a conocer a más personas la empresa.

- Estrategia competitiva

- Suscripción de servicios de mantenimiento

Es una de las estrategias que están arrasando con las ventas, logrando un ingreso fijo por este concepto, básicamente se trata de que los clientes accedan a una suscripción mensual en la que podrán gozar de los mismos beneficios, pero a menor precio.

3.3.6.5. Servicio post venta

Consiste en dar seguimiento a la satisfacción de los clientes para poder entender mejor sus requerimientos, hacer mejoras en base a las recomendaciones de los clientes y otros aspectos

positivos que mejorara la retención de los clientes y posterior fidelización. Para ello se realizarán de la siguiente forma.

1. Registrar datos del cliente como mínimo dos medios de contacto ya sea por correo o teléfono.
2. Una vez obtenida la información necesaria para hacer el contacto, se procede a registrar tiempos adecuados para hacer el contacto.
3. Llegado el tiempo se debe realizar las llamadas o correos en horarios adecuados, por ejemplo, aprovechando la última hora de la jornada.
4. Una vez ya establecido el contacto se debe anotar las observaciones del cliente sean positivas o negativas, ya que esto permitirá mejorar los servicios.

3.3.7. Segmentación de mercado

- **Variable Geográfica**

País: Ecuador

Provincia: Chimborazo

Ciudad: Guamote

Análisis: Los principales clientes que tenga el taller TECNIDIEGO, estarán ubicados en el cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

- **Variable Psicológica**

Propiedades: Personas que tengan motocicletas

Nivel de Ingresos: Ingresos medios y altos

Ocupación: sin distinción, pero mayormente agricultores de la zona

Beneficios deseados: precios justos, calidad y diversidad de servicios en un mismo establecimiento

Análisis: Las personas en especialmente hombres, cuyos ingresos sean medios a altos, ya que la empresa brinda servicios que van desde 2 dólares a más de 160 dólares por servicio, por otra parte, las motocicletas representan el medio de movilización y herramienta de trabajo en el sector agrícola.

- **Variable Demográfica**

Población: 6513

Edad: entre 24 a más de 42

Género: Hombres mayormente

Análisis: Principalmente a hombres ya que representan el 63% de los encuestados que se encuentran en edad óptima de trabajar y generar ingresos para solventar gastos de mantenimiento de la motocicleta.

3.4. Estudio Técnico

3.4.1. Tamaño del Proyecto

Determinar las posibles opciones de localización del taller TECNIDIEGO es importante para obtener la mayor probabilidad de aceptación en el mercado, por ello es necesario estudiar los factores geográficos, sociales y estratégicos para ubicar al taller de motos. A continuación, se presentan los encontrados como beneficiosos.

- Capacidad del local comercial
- Costo del arriendo del local comercial
- Cercanía a los principales proveedores
- Ubicación con excelente tránsito vehicular
- Infraestructura adecuada
- Zona con clientes potenciales
- Zona con seguridad policial
- Zona sin cercanía a instituciones educativas

3.4.2. Localización del Negocio

Un factor muy importante en los estudios de factibilidad es determinar con la mayor certeza la localización del negocio, ya que de ello dependerá muchas acciones que tome la empresa, para ello se debe realizar un análisis completo, en este caso, se toma en consideración al método de medios ponderados, en la que se debe al menos con 3 opciones analizar las opciones más ventajosas. La primera condicionante del proyecto en cuanto a la localización es que debe ser en la provincia de Chimborazo, y a continuación se enlista las tres opciones dentro de esta provincia.

1. Chambo
2. Guamote
3. Alausí

Tabla 11-3: Opciones de Localización

Criterios para determinar la localización del taller TECNIDIEGO			
CRITERIOS	OPCIÓN 1 / Chambo	OPCIÓN 2 / Guamote	OPCIÓN 3 / Alausí
- Capacidad del local comercial	240 m2	220 m2	150 m2
- Costo del arriendo del local comercial	\$220	\$200	\$180
- Cercanía a los principales proveedores	No	Si	Si
- Ubicación con excelente tránsito vehicular	Parcialmente	Si	No
- Infraestructura adecuada	Tipo Galpón con un baño pequeño	Oficina, baño y un espacio amplio con vistas a la vía principal	Bodega con baño y soberado
- Zona con clientes potenciales	Si	Si	Parcialmente
- Zona con seguridad policial	No	Si	Si
- Zona sin cercanía a instituciones educativas	No	No	Si

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

Con base a la información de la tabla 24-3: Ponderación, se establece que el lugar que mejor conviene al taller TECNIDIEGO es en el cantón Guamote, puesto que cuenta con las mejores condiciones como la infraestructura, la capacidad del local comercial, y el costo de arriendo, son variables que influyen en la localización, por ende, con la ponderación del 96.5%. El taller TECNIDIEGO, se ubicará en una de las zonas más destacadas de la ciudad de Guamote ya que cuenta con seguridad policial, zona en donde habitan los clientes potenciales, entre otros aspectos a favor.

Tabla 12-3: Ponderación

Criterios	Valor en %	Opción Chambo		Opción Guamote		Opción Alausí	
		Ponderación	%	Ponderación	%	Ponderación	%
Capacidad del local comercial	20%	100	20	90	18	70	14
Costo del arriendo del local comercial	15%	70	10,5	90	13,5	100	15
Cercanía a los principales proveedores	20%	50	10	100	20	100	20
Ubicación con excelente tránsito vehicular	5%	80	4	100	5	60	3
Infraestructura adecuada	10%	60	6	100	10	80	8
Zona con clientes potenciales	15%	100	15	100	15	70	10,5
Zona con seguridad policial	5%	50	2,5	100	5	100	5
Zona sin cercanía a instituciones educativas	10%	100	10	100	10	50	5
	100%		78%		96,5%		80,5%

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

3.4.2.1. Macro localización

La macro localización corresponde al lugar general en donde se plantea ubicar las instalaciones de la empresa, el análisis de ponderaciones, arrojaron que el cantón Guamote es el mejor sector para que se abra la nueva sucursal del taller TECNIDIEGO, lo cual coincide con las respuestas de los encuestados, que manifestaron la necesidad de un taller de motos completo en la zona central de la ciudad. A continuación, se presenta la figura que corresponde a la macro localización.

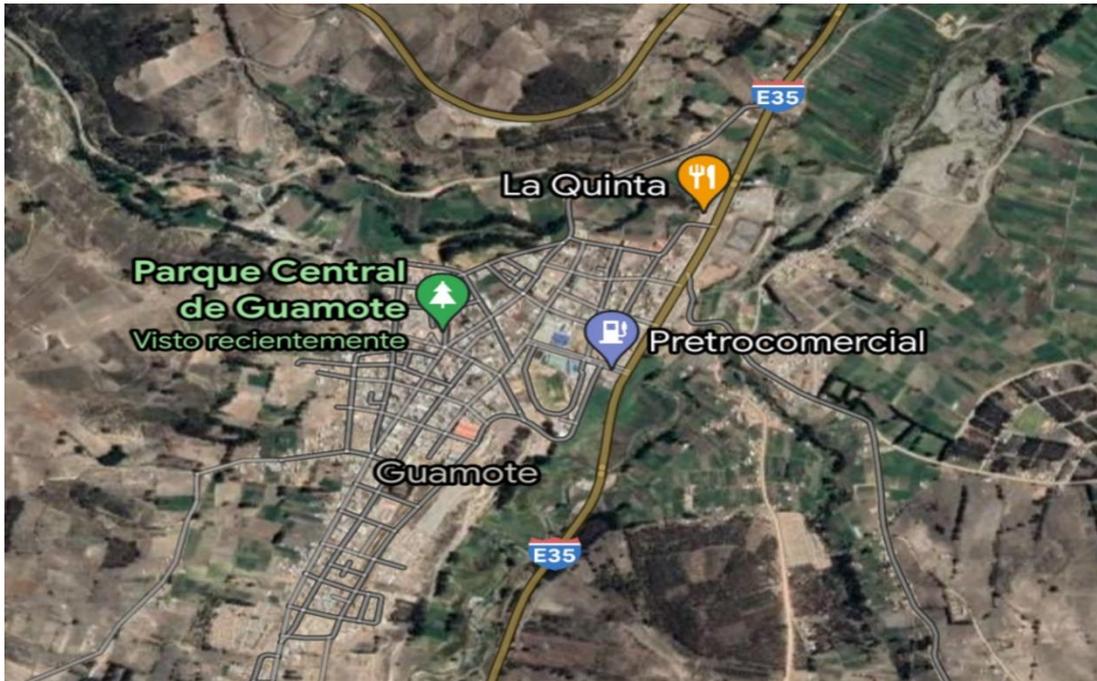


Figura 1-3: Localización

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

3.4.2.2. Micro localización

Una vez determinado el sector donde el taller TECNIDIEGO operará, es importante definir la dirección exacta, ya que servirá de información para los clientes potenciales, por lo tanto, el domicilio comercial del taller estará ubicado en la zona centro de Guamote, específicamente en la calle Maldonado y Carlos Vela.

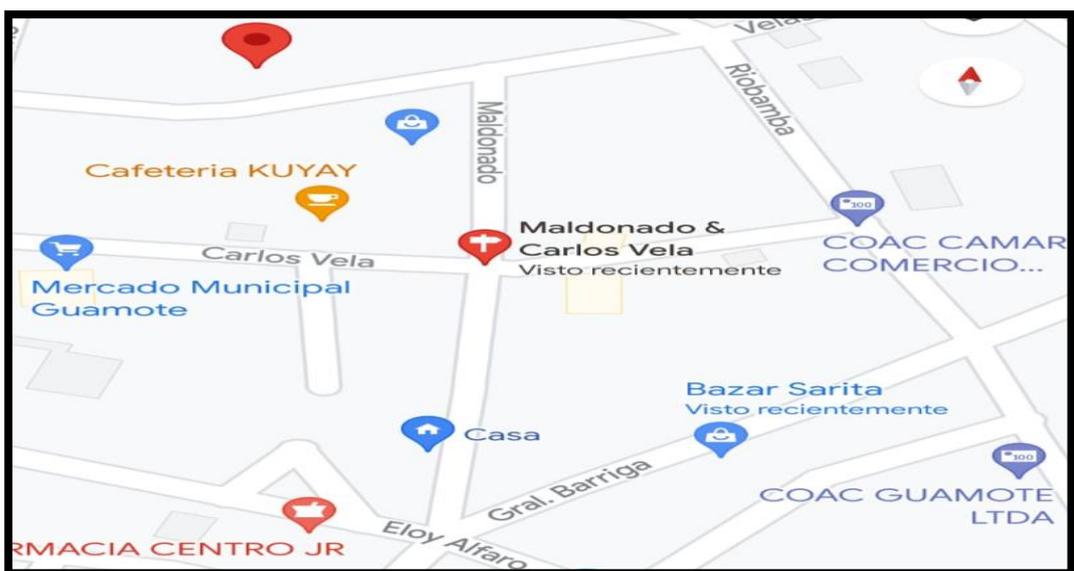


Figura 2-3: Micro localización

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

3.4.3. Capacidad Instalada

3.4.3.1. Distribución de los espacios

La extensión que necesita un taller de motos es importante, ya que debe ser airado, con suficiente luz y con la oportunidad de ampliar sus instalaciones de ser el caso, sin embargo, entrar en desperdicio del local comercial resulta negativo, es así que la distribución debe ser equitativa y dar seguridad y confianza tanto a clientes como empleados. Además, genera orden y buena imagen corporativa, ya que no sería ideal trabajar en espacios reducidos y sin las condiciones adecuadas. En la siguiente tabla se detalla la distribución de las 4 zonas que conformarán el taller TECNIDIEGO.

Tabla 13-3: Distribución del local comercial

Distribución de las zonas		Extensión
Zona 1	Oficina	24 m2
Zona 2	Espacio de mantenimiento	80 m2
Zona 3	Espacio de reparación	106 m2
Zona 4	Baño	10 m2

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Parra, Y. 2021.

Actualmente el taller TECNIDIEGO no cuenta con terreno propio ni edificio, por lo tanto, se ha tomado en consideración a un local comercial que cuenta con las características adecuadas para adecuar un taller de motos, en el se han identificado 4 posibles zonas distribuidas de la siguiente forma:

- Zona 1.- Consta de un espacio amplio de 24 m2, 4 de ancho por 6 de largo, en el cual estará la oficina del administrador y secretaria. Por razones de control y supervisión, estará ubicada en la parte frontal ya que tiene gran visibilidad, lo que dará al gerente propietario más confianza y además los clientes pueden esperar en este lugar mientras reciben el diagnóstico, los servicios y hacer los pagos.
- Zona 2.- Consta de un espacio de 80 m2, en el cual se realizarán todos los servicios relacionados con mantenimiento y diagnóstico. Además, en este espacio se incluirá el almacén de los insumos requeridos para brindar los servicios, tales como lubricantes, aceites de cambio, desengrasantes, entre otros.
- Zona 3.- Es el área para servicios de reparación, consta de 106 m2 ya que en esta zona se requiere de mayor indumentaria y maquinaria para realizar los servicios.

- Zona 4.- Comprende un espacio de 15 m² destinado a los servicios higiénicos, esta zona esta adecuada completamente por lo que no será tomada en cuenta en las inversiones.

3.4.4. Ingeniería del Proyecto

3.4.4.1. Proceso del servicio de mantenimiento y reparación

El proceso de llevar acabo un servicio de calidad hasta el cliente, corresponde a una adecuada sistematización de procesos, etapas y decisiones, el taller TECNIDIEGO, presenta las etapas a seguir para que los clientes obtengan la mejor experiencia al momento de hacer uso de los servicios que este taller ofrece a los habitantes de Guamote. A continuación:

- **Solicitud del Servicio.** – El cliente acude a la oficina en la que podrá agendar una cita, solicitar ser tendido acorde a la disponibilidad de los mecánicos de motos, o a su vez por los canales de información como son WhatsApp y Facebook los clientes pueden acceder a citas en las que no tendrán que esperar, sino que directamente serán atendidos, por esta razón es importante que se normalice este servicio.
- **Diagnóstico y cotización.** - Una vez realizada la solicitud se procede a realizar un diagnostico por parte del mecánico principal, cuando se informe a la secretaria sobre el informe, la misma tendrá que realizar la respectiva cotización.
- **Aprobación del cliente.** – Si el cliente aprueba la cotización se procede con el siguiente paso que corresponde a la entrega de trabajos.
- **Acta de entrega de trabajos.** - Una vez aceptada la cotización, se entregan los trabajos acordes a la disponibilidad.
- **Asignación de tareas a mecánicos.** – En esta etapa se empieza a dar cumplimiento con los servicios solicitados.
- **Requerimiento de materiales no disponibles.** – En caso de no disponer de los repuestos para un servicio y si el cliente acepta se procede a solicitar el material a los proveedores.
- **Inicio de operaciones.** - Una vez teniendo el requerimiento necesario se da inicio a los servicios.
- **Supervisión.** - esta es una función ejercida por el gerente propietario.
- **Observación del cliente.** - Para la organización es importante la opinión de sus clientes por ello se toma en cuenta las observaciones con fundamentos del cliente.
- **Acta de entrega de servicios prestados.** - Una vez finalizado el servicio se procede a la entrega de la documentación respectiva del pago de los servicios prestados.

- Servicio Post venta. – Como es importante conocer el nivel de satisfacción de los clientes, transcurrido un tiempo, dependiendo del lapso de garantía por el mecánico que atendió el requerimiento.

3.4.4.2. Diagrama de proceso en la prestación del servicio

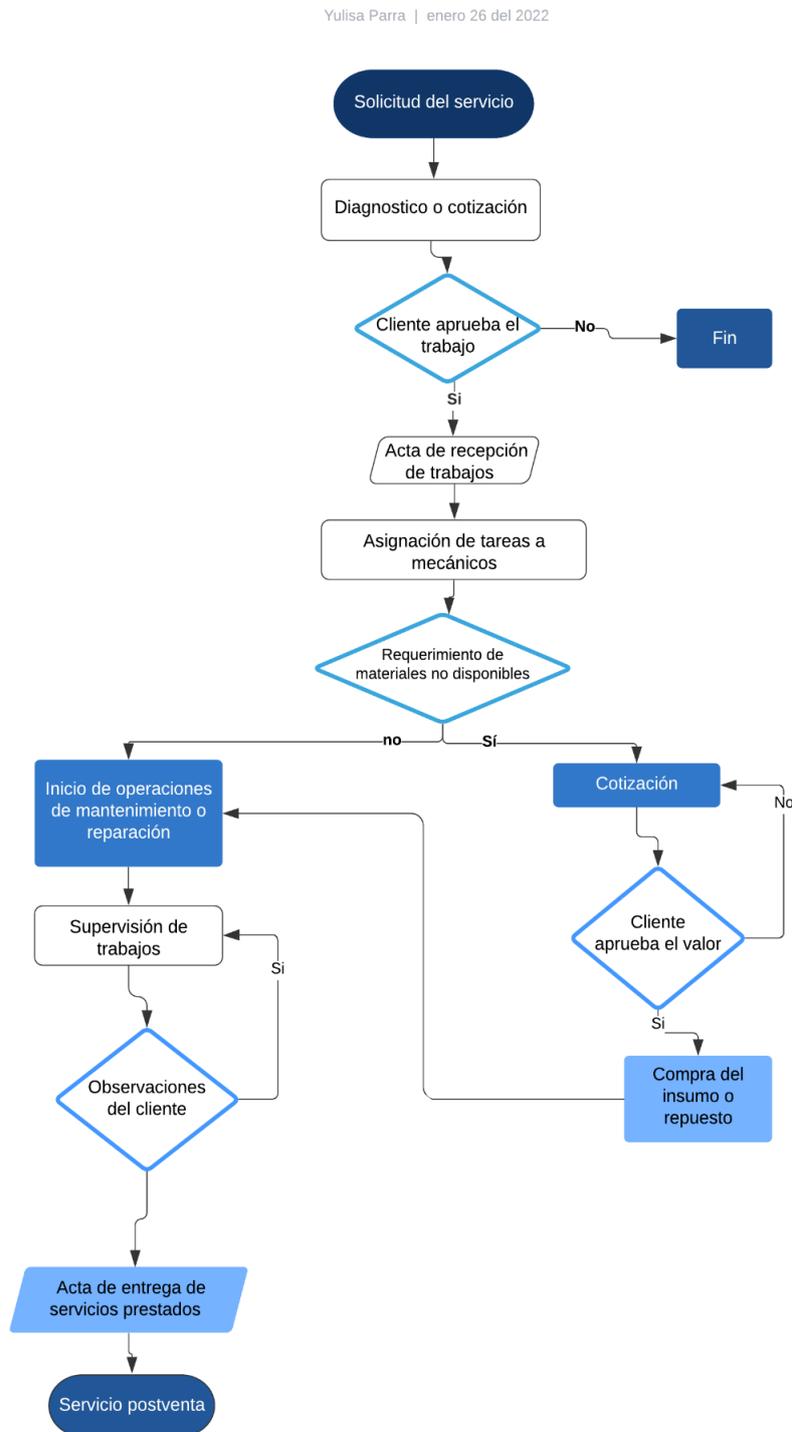


Figura 3-3: Flujograma de procesos

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Parra, Y.2022.

3.4.4.3. *Requerimiento de recursos materiales, humanos y tecnológicos*

Este apartado es un punto clave dentro del estudio técnico, ya que permite establecer cuales son las herramientas y el equipo tecnológico adecuado que permita realizar los servicios de forma más simplificada, ágil y abaratando costes de producción, además de que la mano de obra tiene mejor rendimiento por lo cual podrá cumplir con las metas planteadas. Los recursos materiales son importantes, pero el cobro por mano de obra en especial en este tipo de servicios no es muy significativa en comparación al porcentaje de ganancia que por el conocimiento y habilidad del talento humano se procede a cobrar.

- Recursos materiales

Tabla 14-3: Requerimiento de materiales

Insumos	Medida	Cantidad/mes
Lubricantes	litros	10
Aceites de cambio	litros	50
Llantas	rines	18
Gasolina	Galones	5
Pastillas de frenos	Pares	20
Desengrasantes	libras	10
Bombillas	volteos	20
Parches de tubos	unidades	50
Pegamento	Kg	10
Pintura	litros	10
Tubos	libras de presión	30
Focos	volteos	50
Carburador	unidades	3
Zapatas	Pares	10
baterías	volteos	10
Limpia contactos	unidades	5
cables	unidades	35
líquido de frenos	unidades	10

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Parra, Y.2022.

- Recursos humanos

Tabla 15-3: Requerimiento de talento humano

Talento humano		
Cargo	N° de puestos	Clasificación
Gerente propietario	1	MOI
Secretaria-contadora	1	MOI
Mecánicos	4	MOD

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

- Recursos tecnológicos

Tabla 16-3: Requerimiento de recursos tecnológicos

Cantidad	Maquinaria y equipo	Unidad de medida
1	Compresor y sistema de lavado	Unidad
1	Sistema de tratamiento de aguas	Unidad
1	Equipo monta llantas	Unidad
1	Esmeril	Unidad
2	Plataformas	Unidad
2	Cajas de herramientas	Unidad
1	Equipo de soldadura autógena	Unidad
1	Pistola estroboscópica	Unidad
1	Compresor de 130 PSI,2,5,H.P	Unidad
4	Vitrinas	Unidad
1	Exhibidor	Unidad
	Muebles y enseres	
1	Escritorio	Unidad
1	Archivador	Unidad
1	Silla giratoria	Unidad
2	sillas normales	Unidad
	Equipo de oficina	
1	Teléfono inalámbrico	Unidad
1	Calculadora Casio	Unidad
3	Kits oficina	Unidad
1	Regulador de voltaje	Unidad
	Equipo de computo	
1	Laptop	Unidad
1	Impresora Epson	Unidad
	Equipo de seguridad	
2	Extintor	Unidad
2	Botiquín de primeros auxilios	Unidad

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

3.5. Estudio Situacional

3.5.1. Filosofía empresarial

Una empresa necesita adquirir identidad para diferenciarse del resto de competidores y sobre todo para alcanzar los objetivos eficazmente. Cuando hablamos de filosofía es saber que hay una guía que propicia el mejor ambiente laboral y que permite fortalecer todas las relaciones laborales entre los stakeholder. Principalmente esta debe tener claro cuál es la misión empresarial y su visión, siendo estos las directrices claves para determinar los objetivos de corto, mediano y largo plazo, además de que es necesario establecer los valores que caracterizan a la organización.

3.5.1.1. Misión

Somos la empresa que trabaja con los mejores servicios de mantenimiento y reparación de motocicletas, caracterizándonos siempre por la calidad, garantías y excelentes tiempos de entrega, para así superar las expectativas de nuestros distinguidos clientes del cantón Guano.

3.5.1.2. Visión

Llegar a ser la empresa de talleres de motos líder en la provincia de Chimborazo, logrando la apertura de nuevas sucursales en un periodo de 5 años, con el firme compromiso de que los servicios que se ofrezca serán de calidad, garantía y excelencia.

3.5.1.3. Principios

- Respeto
- Confiabilidad
- Integridad
- Innovación
- Responsabilidad social

3.5.1.4. Objetivo General

Ofrecer servicios de mantenimiento y reparación de motocicletas de calidad mediante adecuadas técnicas y procedimientos obtenidas de capacitaciones al personal que permita satisfacer las expectativas de los clientes a la par de posicionarlo como líder del mercado de Guamote.

3.5.1.5. Objetivos específicos

- Realizar los estudios necesarios de satisfacción de clientes mediante un seguimiento postventa para mejorar los servicios que oferta el taller TECNIDIEGO.
- Innovar con nuevos servicios acorde a las necesidades de los clientes basados en el seguimiento postventa para capacitar al personal y brindar la mejor experiencia a los clientes.
- Obtener recursos tecnológicos que mejoren los tiempos de entrega y garanticen un servicio de calidad y una mayor rentabilidad.

3.5.1.6. Políticas de calidad del servicio

- Todos los servicios obtenidos en el taller TECNIDIEGO tienen garantía que dependerá del diagnóstico emitido por el mecánico encargado, de no cumplirse el tiempo establecido el cliente puede solicitar el mismo servicio gratuito.
- El taller lleva un estricto control y seguimiento a la satisfacción de los clientes buscando la innovación y mejora continua para el personal y la mejor experiencia para el cliente.
- Los insumos utilizados para dar mantenimiento y reparación de las motocicletas son de calidad al ser genuinos.

3.5.2. Estructura organizacional de la empresa

La estructura organizacional de una empresa es importante ya que permite coordinar las actividades diarias de las empresas, haciendo que el trato y las funciones encargadas sean llevaderas y armoniosas, además de que asegura una mejor comunicación entre jefes y subordinados. El taller de motos TECNIDIEGO es joven en el mercado de los servicios de mecánica de motos por lo que no ha definido una estructura organizacional adecuada y acorde a los requerimientos y al alcance del taller, por lo cual a continuación se detalla mediante la respectiva figura.

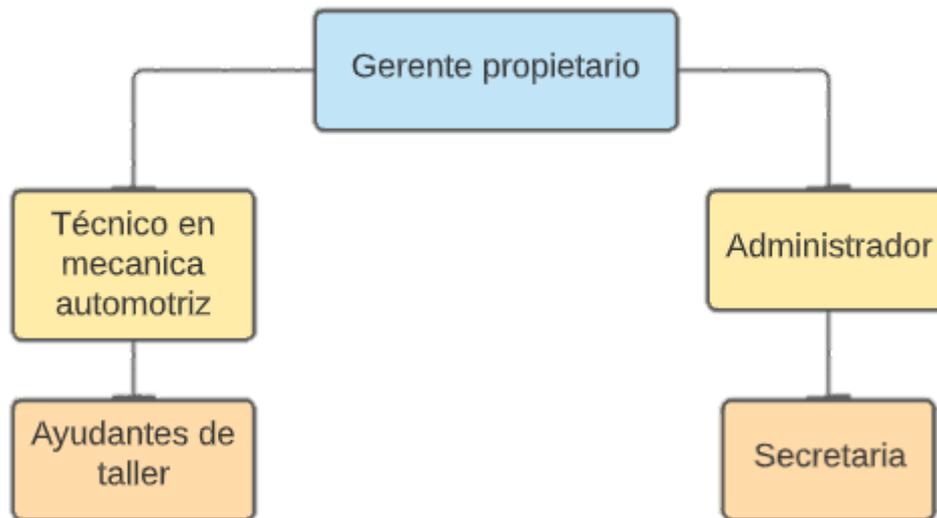


Figura 4-3: Organigrama estructural “TALLER DE MOTOS TECNIDIEGO”

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Parra, Y.2022.

3.5.3. Descripción de cargos

3.5.3.1. Gerencia

Las funciones del gerente propietario deben ir encaminadas a la correcta aplicación del proceso administrativo en las diferentes actividades que se realiza en la empresa y dando cumplimiento a las políticas empresariales del taller TECNIDIEGO, otra de las funciones más importantes de este cargo es realizar una correcta toma de decisiones en beneficio de toda la organización. Para ello el gerente debe tener aptitudes básicas sobre:

- Administración
- Liderazgo
- Empoderamiento
- Trabajo a presión
- Relaciones humanas

3.5.3.2. Técnico en mecánica automotriz

Es encargado de ejecutar todos los trabajos concernientes a la mecánica de mantenimiento y reparación de motocicletas, también debe informar a su inmediato sobre los requerimientos de materiales de todos los insumos que necesitare para brindar el servicio. Las aptitudes con las que debe contar son las siguientes:

- Empatía
- Destreza para realizar el adecuado diagnóstico
- Conocimiento en electricidad

3.5.3.3. Administrador

El administrador se encarga de hacer una correcta gestión de los recursos administrativos como suministros de oficina, del control de la nómina de empleados, de coordinar los pagos a trabajadores, así como de sus horas extras, de llevar un adecuado inventario de los insumos y de coordinar los pedidos de materiales a los proveedores, negociar tiempos de pago y entrega de los productos. Las aptitudes para este cargo son:

- Pensamiento crítico
- Comunicación de negociador
- Ingenio
- Autocontrol
- Iniciativa
- Capacidad de planificar
- Capacidad de negociación
- Conocimiento de Excel alto

3.5.3.4. Secretaria

Está encargada de todos los trámites concernientes a al pago de servicios básicos a realizar los comprobantes de retención, declaraciones de impuestos, llevar la agenda de citas de los clientes, y realizar el pago a proveedores y la cobranza a los clientes. Las aptitudes de una secretaria para el taller TECNIDIEGO deben ser las siguientes:

- Buen trato por teléfono
- Capacidades organizativas
- Conocimientos de contabilidad
- Conocimientos de administración
- Conocimiento de Microsoft medio

3.5.4. Análisis DAFO

Este análisis tiene el propósito de descubrir los puntos relevantes que afectan la planificación corporativa, razón por la cual puede verse fallida y no dar cumplimiento a las metas planteadas por la organización. A pesar de que dicho modelo de análisis corporativo viene dado desde 1960, sigue siendo de aplicabilidad ya que permite a las empresas establecer el terreno con sus ventajas y desventajas para tomar decisiones importantes tanto para el corto plazo como largo plazo. Uno de los grandes beneficios de esta herramienta administrativa, es que, es de aplicabilidad tanto para proyectos, pequeñas empresas o negocios hasta grandes corporaciones. A continuación, se presenta el análisis FODA para el taller TECNIDIEGO.

3.5.4.1. Debilidades

- El personal no posee uniforme que distinga al taller de otros
- Administración deficiente
- No se ha negociado buenos plazos con los proveedores
- No cuenta con otras formas de pago solo en efectivo

3.5.4.2. Amenazad

- Nuevas motocicletas eléctricas que no requieren de los servicios de TECNIDIEGO
- Desconocimiento de nuevas leyes tributarias como el régimen RIMPE
- Reformas arancelarias que no benefician a los talleres mecánicos

3.5.4.3. Fortalezas

- El personal está capacitado y comprometido con la organización
- Servicios diversificados
- El taller cuenta con herramientas actuales
- Técnicas actualizadas para dar mantenimiento y reparación de motos

3.5.4.4. Oportunidades

- Incremento de ventas de motocicletas
- Las motocicletas son más usuales en el cantón Guamote y preferidas por los agricultores
- Carreras de motocross

3.6. Estudio Legal

3.6.1. Consideraciones generales para constituir un taller mecánico de motos

“TECNIDIEGO” es un taller mecánico de motos que inicia en la ciudad de Chambo, provincia de Chimborazo, siendo esta su sede principal, es un negocio familiar perteneciente al sector de servicios, que se especializa en dar mantenimiento y reparación de motocicletas, tiene ya 3 años operando en el mercado con calidad y calidez. Su equipo de trabajo lo constituyen personas con amplio conocimiento en el área de mecánica de motos.

El monto de sus activos asciende actualmente a 12000 dólares americanos determinado a partir de las recientes adquisiciones para operar en el mercado como son las herramientas, el monto de sus pasivos comprende una deuda con proveedores de 1000.00 por lo que su patrimonio está valorado en 11000.

Según la “Clasificación Nacional de Actividades Económicas CIIU Revisión 4.0, dicha empresa se ubica en la sección G, consignada al comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas, específicamente a la subdivisión G454 que es la venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios. (INEC, 2012).

Con la información antes descrita se procede a clasificar al Taller TECNIDIEGO dentro de las microempresas, lo cual se determina por lo siguiente:

- **Número de empleados:** Es uno de los criterios más usados, para una microempresa deben ser menos de 9 empleados. Actualmente para la propuesta de un taller en la ciudad de Guamate, dado los requerimientos para la demanda establecida se tiene que la empresa empezara con 4 técnicos mecánicos incluido el propietario, una secretaria y un administrador, en total 6 personas.
- **Facturación:** las ventas que se estima generarán con el taller son en promedio de 5000 dólares americanos mensuales, pero en temporadas altas superan los 7000 dólares.
- **Patrimonio:** Dado que no mantiene pasivos altos, más que con proveedores de 1000 dólares en el corto plazo.

3.6.2. Tipo de empresa

3.6.2.1. La microempresa

La empresa es el motor dinamizador de la economía, ya que gracias a ello se generan ingresos, consumo, fuentes de empleo y producción, estas a su vez se clasifican en subgrupos dependiendo su naturaleza, tamaño, según su personería jurídica, por el capital, por su actividad, etc. Sin embargo, hay clasificaciones básicas como es determinar el tamaño de la empresa. TECNIDIEGO, se clasifica dentro del tipo microempresa, por varios factores descritos anteriormente como son, el número de empleados, su patrimonio y el nivel de ventas.

Tabla 17-3: Tipo de Empresa

Tipo de Empresa	Criterio	Cantidad
 Microempresa	Número de empleados	4 mecánicos, 1 administrador y 1 secretaria
	Ventas brutas	6000 dólares mensuales
	Activos	\$ 12000.00

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

3.6.3. Marco legal para constitución de un taller mecánico de motos

La creación de un taller mecánico de motos debe regirse a las leyes, normas y reglamentos que establece nuestra constitución, generando el debido respeto a los aspectos generales, técnicos, ambientales y de prevención de riesgos y catástrofes.

- El Art. 325, referente a que el estado debe garantizar el derecho al trabajo en todas sus modalidades.
- Cumplimiento de la ley de Gestión Ambiental, que indica todas las responsabilidades de las empresas para preservación y conservación del medio ambiente. Es importante que se dé fiel cumplimiento a esta ley, ya que es de conocimiento que un taller mecánico genera desechos tóxicos que de no ser tratados adecuadamente pueden generar daños severos, además de las multas que representen para la organización.
- Art.246 del reglamento general para aplicación de la ley de tránsito y Transporte Terrestre.

3.6.4. Permisos de funcionamiento para el taller de motos TECNIDIEGO

El permiso correspondiente debe gestionarse de conformidad a la ley y reglamentos pertinentes, para lo cual existen requisitos que se deben cumplir a cabalidad, a continuación, se detallan.

Requisitos:

- Copia de cédula de identidad del gerente propietario del taller
- Presentar un récord policial actualizado
- Copia de título de la institución educativa refrendado
- Presentar escrituras si es local propio o contrato de arriendo si es local comercial en alquiler
- Permiso municipal de uso del suelo
- Permiso del Cuerpo de Bomberos de Guamote
- RUC o RIMPE

Para la emisión de la patente municipal del cantón Guamote, hay que basarse en el art.12 sobre los plazos para tener la patente, en el que se especifica que existen plazos y contextos para dar cumplimiento.

- En el caso de un taller de motos, al causar estos impactos ambientales por sus compuestos tóxicos, el interesado en obtener la patente deberá tener un informe favorable emitido por parte de Unidad de Gestión Ambiental del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Guamote. El taller TENIDIEGO al iniciar una actividad económica obtendrá dicho documento a partir de los treinta días siguientes del mes que inicie las operaciones comerciales.

3.7. Estudio Financiero

3.7.1. Determinación de Inversiones

La inversión en un estudio de factibilidad es el inicio para estimar cual es el valor monetario que como empresa se debe asumir en caso de generarse el proyecto, esta comprende la suma de todos los activos, del capital de trabajo y de la inversión diferida. El taller TECNIDIEGO presenta las tablas correspondientes a continuación.

3.7.1.1. Inversiones Fijas

Tabla 18-3: Activos fijos

INVERSIONES FIJAS				
Cantidad	Detalle	Medida	Precio Unitario	Precio Total
Cantidad	MAQUINARIA Y EQUIPO			\$3.850,50
1	Compresor y sistema de lavado	Unidad	180	\$180,00
1	Sistema de tratamiento de aguas	Unidad	560	\$560,00
1	Equipo monta llantas	Unidad	1200	\$1.200,00

1	Esmeril	Unidad	25	\$25,00
2	Plataformas	Unidad	180	\$360,00
2	Cajas de herramientas	Unidad	86	\$172,00
1	Equipo de soldadura autógena	Unidad	230	\$230,00
1	Pistola estroboscópica	Unidad	430	\$430,00
1	Compresor de 130 PSI,2,5,H.P	Unidad	133,5	\$133,50
4	Vitrinas	Unidad	120	\$480,00
1	Exhibidor	Unidad	80	\$80,00
	MUEBLES Y ENSERES			\$309,00
1	Escritorio	Unidad	\$150,00	\$150,00
1	Archivador	Unidad	\$50,00	\$50,00
1	Silla giratoria	Unidad	\$85,00	\$85,00
2	sillas normales	Unidad	\$12,00	\$24,00
	EQUIPO DE OFICINA			\$116,90
1	Teléfono inalámbrico	Unidad	\$30,00	\$30,00
1	Calculadora Casio	Unidad	\$12,00	\$12,00
3	Kits oficina	Unidad	\$22,00	\$66,00
1	Regulador de voltaje	Unidad	\$8,90	\$8,90
	EQUIPO DE COMPUTO			\$700,00
1	Laptop	Unidad	\$500,00	\$500,00
1	Impresora Epson	Unidad	\$200,00	\$200,00
	EQUIPO DE SEGURIDAD			\$240,00
2	Extintor	Unidad	\$70,00	\$140,00
2	Botiquín de primeros auxilios	Unidad	\$50,00	\$100,00
	TOTAL, INVERSIONES FIJAS			\$5.216,40

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Parra, Y.2022.

3.7.1.2. Inversión diferida

Tabla 19-3: Inversiones diferidas

INVERSIONES DIFERIDAS				
Cantidad	Detalle	Medida	Precio Unitario	Precio Total
1	Constitución	Unidad	\$200,00	\$200,00
1	Abogado	Unidad	\$150,00	\$150,00
1	Patente municipal	Unidad	\$120,00	\$120,00
1	Permiso de Funcionamiento	Unidad	\$160,00	\$160,00
	TOTAL, INVERSIONES DIFERIDAS			\$630,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Parra, Y.2022.

3.7.1.3. Capital de trabajo

Tabla 20-3: Capital de trabajo mensual

CAPITAL DE TRABAJO (Mensual)				
Cantidad	Detalle	Unidad	Costo Unitario	Costo Mensual
	INVENTARIOS			\$4.191,25
10	Lubricantes	litros	\$4,00	\$40,00
50	Aceites de cambio	litros	\$4,80	\$240,00
18	Llantas	rines	\$16,00	\$288,00
5	Gasolina	Galones	\$2,05	\$10,25
20	Pastillas de frenos	Pares	\$2,95	\$59,00
10	Desengrasantes	libras	\$3,10	\$31,00
20	Bombillas	volteos	\$5,00	\$100,00
50	Parches de tubos	Paquetes	\$8,60	\$430,00
10	Pegamento	Kg	\$10,00	\$100,00
10	Pintura	litros	\$45,00	\$450,00
30	Tubos	libras de presión	\$3,75	\$112,50
50	Focos	volteos	\$3,45	\$172,50
3	Carburador	unidades	\$12,00	\$36,00
10	Zapatas	Pares	\$4,00	\$40,00
10	Baterías	volteos	\$19,00	\$190,00
5	Limpia contactos	unidades	\$1,10	\$5,50
35	Cables	unidades	\$1,90	\$66,50
9	Ejes de cuadron	unidades	\$90,00	\$810,00
7	Motores	unidades	\$90,00	\$630,00
80	Bocinas	unidades	\$4,00	\$320,00
10	Líquido de frenos	unidades	\$6,00	\$60,00
	Mano de Obra			\$2.054,17
4	Mecánicos de motos	TT.HH	\$2.054,17	\$2.054,17
	Costos Indirectos			\$1.040,56
-	Depreciaciones	Unidad	\$751,56	\$751,56
200	Energía Eléctrica	Kw	\$0,10	\$240,00
100	Agua potable	M3	\$0,49	\$49,00
	Gastos Administrativos			\$1.280,96
1	Gerente	TT. HH	\$597,92	\$597,92
1	Secretaria-Contadora	TT. HH	\$513,54	\$513,54
1	Amortizaciones	TT. HH	\$126,00	\$126,00
100	Energía eléctrica	Kw	\$0,10	\$10,00
1	Telefonía	Servicio	\$8,00	\$8,00
1	Internet	Servicio	\$20,00	\$20,00
11	Agua	M3	\$0,50	\$5,50
	TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO			\$ 8.566,94

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022

3.7.1.4. Resumen de inversiones

Como lo refleja la siguiente tabla de resumen de inversiones, la más fuerte corresponde al capital de trabajo, ya que son diversos servicios que se ofrecen a los clientes, los cuales requieren de un gran número de insumos y materiales para poder brindar servicios de calidad.

Tabla 21-3: Resumen de inversiones

RESUMEN DE LA INVERSIÓN	
RUBRO	VALOR
Inversión Fija	\$ 5.216,40
Inversión Diferida	\$ 630,00
Capital de Trabajo	\$ 8.566,94
INVERSIÓN TOTAL	\$ 14.413,34

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

3.7.2. Fuentes de financiación

3.7.2.1. Recursos propios

Los recursos propios corresponden a los que la empresa cuenta de manera autónoma sin necesidad de recurrir a financiamiento, para la apertura de esta sucursal del taller el gerente propietario cuenta con un aporte de 8000.00 obtenidos de las utilidades generadas de la matriz ubicada en Chambo, cabe recalcar que no se está financiando la inversión en su totalidad con capital propio puesto que el apalancamiento financiero trae múltiples beneficios a la empresa, como un mejoramiento en el historial crediticio para futuras financiaciones.

3.7.2.2. Recursos Ajenos

Con un aporte de 6413.34 dólares se financia el 44% de la inversión con una tasa de interés del 15% anual en el Banco del Pacifico, se recurrió a este tipo de financiamiento y no a solicitar aporte algún socio puesto que no es factible comprometer el patrimonio del negocio, además de que es importante seguir teniendo control sobre las finanzas del taller de motos TECNIDIEGO.

Tabla 22-3: Financiación

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
Capital Propio	\$ 8.000,00	56%
Capital de Terceros	\$ 6.413,34	44%
TOTAL	\$ 14.413,34	100%

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

Tabla 23-3: Amortización del préstamo

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO				
Período	Pago Capital	Pago Interés	Cuota	Saldo
0				\$ 6.413,34
1	\$ 951,20	\$ 962,00	\$ 1.913,20	\$ 5.462,14
2	\$ 1.093,88	\$ 819,32	\$ 1.913,20	\$ 4.368,26
3	\$ 1.257,96	\$ 655,24	\$ 1.913,20	\$ 3.110,30
4	\$ 1.446,65	\$ 466,55	\$ 1.913,20	\$ 1.663,65
5	\$ 1.663,65	\$ 249,55	\$ 1.913,20	\$ 0,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Parra, Y.2022.

3.7.3. Costos

3.7.3.1. Costos directos

Los costos directos son los que están estrechamente relacionados a la fabricación de un bien o prestación de un servicio, por tanto, los requerimientos de materiales tanto para dar mantenimiento y reparación de motocicletas son considerados dentro de este apartado, además de que conforman parte del inventario.

Tabla 24-3: Costos directos del taller TECNIDIEGO

MATERIA PRIMA						
Cantidad al Año	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
10	Lubricantes	\$480,00	\$487,49	\$495,09	\$502,82	\$510,66
50	Aceites de cambio	\$2.880,00	\$2.924,93	\$2.970,56	\$3.016,90	\$3.063,96
18	Llantas	\$3.456,00	\$3.509,91	\$3.564,67	\$3.620,28	\$3.676,75
5	Gasolina	\$123,00	\$124,92	\$126,87	\$128,85	\$130,86
20	Pastillas de frenos	\$708,00	\$719,04	\$730,26	\$741,65	\$753,22
10	Desengrasantes	\$372,00	\$377,80	\$383,70	\$389,68	\$395,76
20	Bombillas	\$1.200,00	\$1.218,72	\$1.237,73	\$1.257,04	\$1.276,65
50	Parches de tubos	\$5.160,00	\$5.240,50	\$5.322,25	\$5.405,27	\$5.489,60
10	Pegamento	\$1.200,00	\$1.218,72	\$1.237,73	\$1.257,04	\$1.276,65
10	Pintura	\$5.400,00	\$5.484,24	\$5.569,79	\$5.656,68	\$5.744,93
30	Tubos	\$1.350,00	\$1.371,06	\$1.392,45	\$1.414,17	\$1.436,23
50	Focos	\$2.070,00	\$2.102,29	\$2.135,09	\$2.168,40	\$2.202,22
3	Carburador	\$432,00	\$438,74	\$445,58	\$452,53	\$459,59
10	Zapatas	\$480,00	\$487,49	\$495,09	\$502,82	\$510,66
10	baterías	\$2.280,00	\$2.315,57	\$2.351,69	\$2.388,38	\$2.425,64
5	Limpia contactos	\$66,00	\$67,03	\$68,08	\$69,14	\$70,22
35	cables	\$798,00	\$810,45	\$823,09	\$835,93	\$848,97

10	líquido de frenos	\$720,00	\$731,23	\$742,64	\$754,22	\$765,99
	Total	\$786,00	\$798,26	\$810,71	\$823,36	\$836,21

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

Tabla 25-3: Mano de Obra requerida

MANO DE OBRA						
Cantidad al Año	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
4	Mecánicos de motos	\$24.650,00	\$27.514,06	\$28.349,39	\$29.210,07	\$30.096,89
	Total	\$24.650,00	\$27.514,06	\$28.349,39	\$29.210,07	\$30.096,89

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

3.7.3.2. Costos indirectos

Tabla 26-3: Costos indirectos de producción

COSTOS INDIRECTOS						
Cantidad al Año	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Depreciaciones	\$751,56	\$751,56	\$751,56	\$518,23	\$518,23
1	Energía Eléctrica	\$240,00	\$243,74	\$247,55	\$251,41	\$255,33
1	Agua potable	\$588,00	\$597,17	\$606,49	\$615,95	\$625,56
	TOTAL	\$1.579,56	\$1.592,48	\$1.605,60	\$1.385,59	\$1.399,12

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

3.7.3.3. Precio del servicio

Tabla 27-3: Determinación del precio

Productos	Cantidad	Costo servicio terminado	Precio
ABC completo	450,00	19,00	27
Engrasada de rodamientos	300,00	1,55	4,3
Limpieza de filtros	180,00	1,72	4,5
Lavado de carburador	300,00	2,58	5,6
Cambio de aceite	300,00	4,80	8,5
Reparación			
Eje de cuadron	100,00	90,00	140
Cableado e instalación eléctrica	280,00	13,90	26
Reparación de motor	83,00	90,00	140
Tejida de radios y centrada	80,00	5,90	12
Cambio de luces	100,00	3,45	7,8

Parchado de tubo	200,00	0,34	3,2
Cambio de tubo	350,00	3,75	7,2
Cambio de batería	110,00	19,00	31,2
Cambio de bocines	600,00	4,00	8,7
Pintura	100,00	45,00	70

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

3.7.4. Ingresos y Egresos

3.7.4.1. Proyección de egresos

Principalmente representa los gastos administrativos y de ventas, que comprenden los sueldos de gerencia, secretaria, gastos de servicios básico, publicidad y transporte, los cuales suman en el primer año 14.897,50 dólares.

Tabla 28-3: Proyección de gastos

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS (Anuales)						
Cantidad al Año	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Gerente	\$7.175,00	\$8.008,66	\$8.251,80	\$8.502,32	\$8.760,45
1	Secretaria-Contadora	\$6.162,50	\$6.878,51	\$7.087,35	\$7.302,52	\$7.524,22
1	Amortizaciones	\$126,00	\$126,00	\$126,00	\$126,00	\$126,00
1	Energía eléctrica	\$120,00	\$121,87	\$123,77	\$125,70	\$127,67
1	Telefonía	\$96,00	\$97,50	\$99,02	\$100,56	\$102,13
1	Internet	\$240,00	\$243,74	\$247,55	\$251,41	\$255,33
1	Agua	\$66,00	\$67,03	\$68,08	\$69,14	\$70,22
1	Publicidad	\$432,00	\$438,74	\$445,58	\$452,53	\$459,59
1	Transporte	\$480,00	\$487,49	\$495,09	\$502,82	\$510,66
	TOTAL	\$14.897,50	\$16.469,54	\$16.944,23	\$17.433,01	\$17.936,27

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

3.7.4.2. Proyección de ingresos

La proyección de ingresos está determinada por la venta de los principales servicios que ofrece el taller de motos, ya que son los que mayor rotación tienen y generan mejores resultados económicamente, tan solo en el servicio estrella que es el ABC de motos se tiene \$ 12.150,45 que representa cerca del 50% del coste de producción de los servicios.

Tabla 29-3: Proyección de ingresos anuales

INGRESOS (Anuales)					
Productos	Proyección Ingresos				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ABC completo	\$12.150,45	\$12.340,00	\$12.532,50	\$12.728,01	\$12.926,56
engrasada de rodamientos	\$1.294,80	\$1.315,00	\$1.335,51	\$1.356,35	\$1.377,51

limpieza de filtros	\$815,88	\$828,61	\$841,53	\$854,66	\$867,99
lavado de carburador	\$1.694,55	\$1.720,98	\$1.747,83	\$1.775,10	\$1.802,79
cambio de aceite	\$2.562,30	\$2.562,30	\$2.642,87	\$2.684,10	\$2.725,97
Eje de cuadron	\$14.031,00	\$14.249,88	\$14.472,18	\$14.697,95	\$14.927,24
cableado e instalación eléctrica	\$7.324,80	\$7.439,07	\$7.555,12	\$7.672,98	\$7.792,67
Reparación de motor	\$11.645,73	\$11.827,40	\$12.011,91	\$12.199,30	\$12.389,61
Tejida de radios y centrada	\$920,40	\$934,76	\$949,34	\$964,15	\$979,19
Cambio de luces	\$783,00	\$795,21	\$807,62	\$820,22	\$833,01
parchado de tubo	\$634,20	\$644,09	\$654,14	\$664,35	\$674,71
Cambio de tubo	\$2.511,60	\$2.550,78	\$2.590,57	\$2.630,99	\$2.672,03
Cambio de batería	\$3.427,05	\$3.480,51	\$3.534,81	\$3.589,95	\$3.645,95
Cambio de bocines	\$5.193,00	\$5.274,01	\$5.356,29	\$5.439,84	\$5.524,70
pintura	\$7.015,50	\$7.124,94	\$7.236,09	\$7.348,97	\$7.463,62
Total	\$72.004,26	\$73.087,55	\$74.268,32	\$75.426,90	\$76.603,56

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

3.7.5. Punto De Equilibrio

El punto de equilibrio revela que para que el taller TECNIDIEGO, alcance el nivel de equilibrio necesita unas ventas de al menos el 33% lo que en dinero significaría 23843.40 en el primer año, al ubicarse por debajo del 50% es favorable ya que en temporadas bajas puede sostenerse y no desequilibrarse financieramente.

Tabla 30-3: Punto de equilibrio en ventas

RUBROS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES								
Costo producción		\$ 27.015,56		\$ 29.904,80		\$ 30.765,70		\$ 31.419,02		\$ 32.332,22
Gastos administrativos	\$ 14.897,50		\$ 16.469,54		\$ 16.944,23		\$ 17.433,01		\$ 17.936,27	
TOTALES	\$ 14.897,50	\$ 27.015,56	\$ 16.469,54	\$ 29.904,80	\$ 16.944,23	\$ 30.765,70	\$ 17.433,01	\$ 31.419,02	\$ 17.936,27	\$ 32.332,22
Ventas	\$ 72.004,26		\$ 73.087,55		\$ 74.268,32		\$ 75.426,90		\$ 76.603,56	
Punto de Equilibrio	\$ 23.843,40		\$ 27.874,98		\$ 28.927,45		\$ 29.879,14		\$ 31.035,48	
PE sobre Ventas (%)	33%		38%		39%		40%		41%	

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

3.7.6. Estados Financieros

3.7.6.1. Estado de resultados proyectado

Como se demuestra en la siguiente tabla, el estado de resultados este compuesto por unas ventas en el primer año de 72.004,26 con respecto a su costo de producción que es del 37.5%, entre gastos administrativos y financiero representan el 21.96%, la utilidad neta está dada por el 25.78%

que es beneficioso para empresa frente a una inversión total inferior a las utilidades generadas en el primer año.

Tabla 31-3: Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	\$ 72.004,26	\$ 73.087,55	\$ 74.268,32	\$ 75.426,90	\$ 76.603,56
- Costo de Producción	-\$ 27.015,56	-\$ 29.904,80	-\$ 30.765,70	-\$ 31.419,02	-\$ 32.332,22
= Utilidad Bruta	\$ 44.988,70	\$ 43.182,75	\$ 43.502,62	\$ 44.007,88	\$ 44.271,35
- Gastos de Administración	-\$ 14.897,50	-\$ 16.469,54	-\$ 16.944,23	-\$ 17.433,01	-\$ 17.936,27
- Gasto Financiero	-\$ 962,00	-\$ 819,32	-\$ 655,24	-\$ 466,55	-\$ 249,55
= Utilidad antes de Participación	\$ 29.129,20	\$ 25.893,89	\$ 25.903,14	\$ 26.108,33	\$ 26.085,52
- 15% Participación Trabajadores	-\$ 4.369,38	-\$ 3.884,08	-\$ 3.885,47	-\$ 3.916,25	-\$ 3.912,83
= Utilidad antes de Impuestos	\$ 24.759,82	\$ 22.009,81	\$ 22.017,67	\$ 22.192,08	\$ 22.172,70
- Impuesto a la Renta	-\$ 6.189,95	-\$ 5.502,45	-\$ 5.504,42	-\$ 5.548,02	-\$ 5.543,17
= Utilidad Neta	\$ 18.569,86	\$ 16.507,36	\$ 16.513,25	\$ 16.644,06	\$ 16.629,52

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

3.7.6.2. Balance general proyectado

El balance general o estado de situación financiera, básicamente representa la imagen corporativa, ya que refleja el monto de activos frente a los pasivos, determinando el porcentaje de recursos propios como es el patrimonio.

Tabla 32-3: Estado de situación financiera

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 8.566,94	\$ 27.063,17	\$ 43.354,21	\$ 59.487,07	\$ 75.328,70	\$ 90.938,80
Caja	\$ 8.566,94	\$ 27.063,17	\$ 43.354,21	\$ 59.487,07	\$ 75.328,70	\$ 90.938,80
ACTIVO FIJO	\$ 5.216,40	\$ 4.464,84	\$ 3.713,27	\$ 2.961,71	\$ 2.443,48	\$ 1.925,25
0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 3.850,50	\$ 3.850,50	\$ 3.850,50	\$ 3.850,50	\$ 3.850,50	\$ 3.850,50
MUEBLES Y ENSERES	\$ 309,00	\$ 309,00	\$ 309,00	\$ 309,00	\$ 309,00	\$ 309,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 116,90	\$ 116,90	\$ 116,90	\$ 116,90	\$ 116,90	\$ 116,90
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
EQUIPO DE SEGURIDAD	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
- Depreciaciones	\$ 0,00	-\$ 751,56	1.503,13	2.254,69	2.772,92	3.291,15
ACTIVO DIFERIDO	\$ 630,00	\$ 504,00	\$ 378,00	\$ 252,00	\$ 126,00	\$ 0,00
Gasto de Constitución	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00
- Amortizaciones	\$ 0,00	-\$ 126,00	-\$ 252,00	-\$ 378,00	-\$ 504,00	-\$ 630,00
TOTAL, DE ACTIVOS	\$ 14.413,34	\$ 32.032,00	\$ 47.445,48	\$ 62.700,78	\$ 77.898,18	\$ 92.864,05
PASIVO	\$ 6.413,34	\$ 5.462,14	\$ 4.368,26	\$ 3.110,30	\$ 1.663,65	\$ 0,00
Corriente	\$ 951,20	\$ 1.093,88	\$ 1.257,96	\$ 1.446,65	\$ 1.663,65	\$ 0,00
No Corriente	\$ 5.462,14	\$ 4.368,26	\$ 3.110,30	\$ 1.663,65	\$ 0,00	\$ 0,00

PATRIMONIO	\$ 8.000,00	\$ 26.569,86	\$ 43.077,22	\$ 59.590,47	\$ 76.234,53	\$ 92.864,05
Capital	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
Resultados del Ejercicio	\$ 0,00	\$ 18.569,86	\$ 16.507,36	\$ 16.513,25	\$ 16.644,06	\$ 16.629,52
Resultados Acumulados	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 18.569,86	\$ 35.077,22	\$ 51.590,47	\$ 68.234,53
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 14.413,34	\$ 32.032,00	\$ 47.445,48	\$ 62.700,78	\$ 77.898,18	\$ 92.864,05

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Parra, Y.2022.

3.7.6.3. Flujo de efectivo proyectado

El Flujo de efectivo es una herramienta fundamental dentro de un estudio financiero, ya que dará paso a poder calcular los indicadores de evaluación de proyectos como son el VAN, TIR, RBC y PRI. Para esta investigación los flujos son positivos lo que genera desde ya un ambiente propicio para que una inversión sea aceptada.

Tabla 33-3: Flujo del efectivo proyectado

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas		\$ 72.004,26	\$ 73.087,55	\$ 74.268,32	\$ 75.426,90	\$ 76.603,56
- Costo de Producción		-\$ 27.015,56	29.904,80	-\$ 30.765,70	-\$ 31.419,02	32.332,22
= Utilidad Bruta		\$ 44.988,70	\$ 43.182,75	\$ 43.502,62	\$ 44.007,88	44.271,35
- Gastos de Administración		-\$ 14.897,50	16.469,54	-\$ 16.944,23	-\$ 17.433,01	17.936,27
- Gasto Financiero		-\$ 962,00	-\$ 819,32	-\$ 655,24	-\$ 466,55	-\$ 249,55
= Utilidad antes de Participación		\$ 29.129,20	\$ 25.893,89	\$ 25.903,14	\$ 26.108,33	26.085,52
- 15% Participación Trabajadores		-\$ 4.369,38	-\$ 3.884,08	-\$ 3.885,47	-\$ 3.916,25	-\$ 3.912,83
= Utilidad antes de Impuestos		\$ 24.759,82	\$ 22.009,81	\$ 22.017,67	\$ 22.192,08	22.172,70
- Impuesto a la Renta		-\$ 6.189,95	-\$ 5.502,45	-\$ 5.504,42	-\$ 5.548,02	-\$ 5.543,17
= Utilidad Neta		\$ 18.569,86	\$ 16.507,36	\$ 16.513,25	\$ 16.644,06	16.629,52
+ Depreciaciones		\$ 751,56	\$ 751,56	\$ 751,56	\$ 518,23	\$ 518,23
+ Amortizaciones		\$ 126,00	\$ 126,00	\$ 126,00	\$ 126,00	\$ 126,00
- Pago Préstamo (Capital)		-\$ 951,20	-\$ 1.093,88	-\$ 1.257,96	-\$ 1.446,65	-\$ 1.663,65
+ Valor de Salvamento						\$ 1.925,25
- Inversiones						
Fija	-\$ 5.216,40					
Diferida	-\$ 630,00					
Capital de Trabajo	-\$ 8.566,94					
= Flujo Neto de Efectivo	-\$ 14.413,34	\$ 18.496,23	\$ 16.291,04	\$ 16.132,86	\$ 15.841,64	\$ 17.535,35

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Parra, Y.2022.

3.7.7. Evaluación Financiera

La valoración financiera esencialmente permite dar a conocer sobre la viabilidad de un proyecto a futuro, para lo cual es importante que las herramientas de análisis financiero sean lo más limpias posibles, es decir que la información que se obtenga para las proyecciones provengan de fuentes de información veraces, ya que el propósito clave de este estudio es darle el valor mas acertado a la realidad a los flujos de usos y fuentes, de tal forma que los índices o resultados obtenidos de estos sean lo más fiables para tomar una decisión correcta, minimizando gradualmente el riesgo de la inversión.

3.7.7.1. Valor Presente Neto

El Valor Actual Neto es el indicador financiero que le permite al inversionista colocar el capital de forma segura o al menos minimizando riesgos, ya que es un instrumento que mide a un activo real en tiempo cero, utilizando un principio dentro de las finanzas y en la cotidianidad que es el costo de oportunidad, el cual esta medido por una tasa de descuento. Dentro de la investigación realizada para determinar si es posible la apertura de una nueva sucursal del taller de motos TECNIDIEGO, tenemos resultados beneficiosos, ya que el VAN es positivo, \$ 47.235,56 con una TD del 11.57% correspondiente a la tasa productiva PYMES. Este resultado concluye que el proyecto vendría a ser viable, sin embargo, es necesario corroborar este indicador con otros de esta misma índole.

Tabla 34-3: Flujos actualizados

AÑOS	FNE
0	-\$ 14.413,34
1	\$ 18.496,23
2	\$ 16.291,04
3	\$ 16.132,86
4	\$ 15.841,64
5	\$ 17.535,35

Fuente: Elaboración propia
Realizado por: Parra, Y.2022.

$$VAN = -I.INICIAL + \frac{FNA1}{(1+i)^1} + \frac{FNA2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNAn}{(1+i)^n}$$

$$\begin{aligned}
 VAN = & - 14.413,34 + 18469,23 / (1 + 0,1157)^1 + 16.291,04 / (1 + 0,1157)^2 \\
 & + 16.132,86 (1 + 0,1157)^3 + 15.847,64 / (1 + 0,1157)^4 \\
 & + 17535,35 / (1 + 0,1157)^5 = \$ 47.235,56
 \end{aligned}$$

3.7.7.2. Tasa interna de retorno

Las ventajas de calcular la TIR básicamente están en que gracias a ello las planeaciones financieras tienen mayor asertividad por lo que las inversiones ya no son tomadas a la ligera sino que mantienen un parámetro y análisis respectivo frente al resultado que arroje este indicador, ya que mide la viabilidad de una inversión transformando el retorno del dinero invertido en una tasa porcentual la cual hace mucho más fácil comparar inversiones de otro índole, o inclusive darnos cuenta si es mejor dejar el dinero a plazo fijo o en un fondo de inversión, Entonces este indicador junto con el VAN se complementan de tal forma que tomar la decisión de invertir, no es una tarea de mayor complicación, solo depende de que la información planteada sea de mayor validez. En el caso de estudio financiero para el taller TECNIDIEGO, se tiene una excelente TIR, siendo esta de 119.02% lo que quiere decir que es una inversión muy prospera y que se debería poner en marcha.

3.7.7.3. RBC, PRI

Finalmente, los indicadores menos generales, pero de suma importancia son el tiempo de recuperación de la inversión, que para el taller de motos TECNIDIEGO es de 10 meses y con un beneficio costo de 1.44, lo que significaría que tiene un retorno por cada dólar de cuarenta y cuatro centavos. Con la información recabada de los cuatro indicadores financieros se deduce que es una inversión de gran impacto, ya que cumple y supera los estándares de calificar a una inversión como rentable. Por tanto, la iniciativa de la primera sucursal del taller de motos TECNIDIEGO es factible.

CONCLUSIONES

- La investigación realizada en el taller de motos TECNIDIEGO, concluye que incurrir en la primera sucursal en el cantón Guamote es viable, tomando como referencia que los estudios pertinentes son favorables, como el estudio de mercadeo que determino que existe demanda insatisfecha, por lo que hay oportunidad para captar mercado y que, gracias a las fuentes de información físicas y digitales, se logra tener confiabilidad de los resultados.
- La población de Guamote tiene la necesidad de contar con un taller de motos completo, con servicios de calidad, garantías y precios accesibles, estos fueron los factores más importantes dentro de la demanda, por lo que el estudio de mercado también plantea estrategias lo que representa una gran acogida por parte de los posibles clientes potenciales.
- Por último, tanto el estudio técnico y económico confirman lo antes expuesto sobre la demanda, ya que el proyecto se desarrolla en un adecuado lugar en la ciudad de Guamote, cuenta con todos los requerimientos de materiales y mano de obra y principalmente los indicadores financieros son prometedores, ya que el periodo en que se recuperaría la inversión es menor a un año, las inversiones fijas son adecuadas al negocio y el beneficio por cada dólar es de 1,44, lo que indicaría que es factible iniciar la apertura de la primera sucursal TECNIDIEGO.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a quienes conforman la organización del taller TECNIDIEGO, que sigan realizando los debidos estudios de mercadeo, ya que esto garantizará que conozcan bien al segmento de mercado al que están dirigidos y así mejorara el posicionamiento de la empresa como lo establece la visión empresarial.
- A los inversores de este proyecto se recomienda iniciar la inversión para que no pierda vigencia la investigación, ya que puede haber otras posibles empresas dispuestas a captar el mercado desatendido en el cantón Guamote. Además, es importante que se implementen las estrategias de ventas para mejorar la participación de mercado del taller de motos.
- Dado que los estudios más importantes para un proyecto de inversión han sido favorables, se recomienda la búsqueda de actores claves para consolidar la inversión, ya que el tiempo es un factor determinante para lograr los objetivos de corto, mediano y largo plazo que se plantea la organización.

GLOSARIO

Factibilidad: “La factibilidad describe lo fácil o difícil que puede resultar hacer algo. Cuando se establece una meta en el trabajo, se piensa en la factibilidad a largo plazo de lograr lo que se desea. Indica si vale la pena invertir en un proyecto” (Corvo, 2019).

Pre-inversión: Etapa en la que se realizan los estudios más básicos como observar y analizar el comportamiento de los posibles clientes, la competencia y otros aspectos previos a establecer los estudios pertinentes de oferta y demanda.

Indicadores financieros: Son herramientas para el análisis financiero de inversiones o empresas que requieran conocer el estado de la organización y tomar decisiones.

Enlace de la presentación

https://www.canva.com/design/DAE1fH_qktw/PZKDGSLNlkx4dYY0AlwTgg/view?utm_content=DAE1fH_qktw&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink

BIBLIOGRAFÍA

- Añez, J. (2021). *¿Qué es un Estudio Financiero de un proyecto?*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/estudio-financiero/>
- BBVA. (2018). *¿Qué es la inversión?*. Obtenido de: <https://www.bbva.com/es/que-es-la-inversion/>
- Editorial, G. (2018). *Muestra estadística*. Recuperado de: (<https://enciclopediaeconomica.com/muestra-estadistica/>).
- Equipo, E. (2021). *Concepto de oferta*. Obtenido en: <https://concepto.de/oferta/>.
- Equipo, E. (2021). *Concepto de Entrevista*. Obtenido de: <https://concepto.de/entrevista/>
- C., J. D. (2019). *El valor presente neto*. Obtenido de: <https://pymesfuturo.com/vpneto.htm>
- Cabezas, A. (2018). *IMF . Valores corporativos: qué son y 10 ejemplos*. Recuperado de: <https://blogs.imf-formacion.com/blog/mba/valores-corporativos/>
- Circulante. (2016). *¿Qué es un proveedor?*. Recuperado de: <https://circulante.com/finanzas-corporativas/que-es-un-proveedor/>
- Conexionesan . (2020). *Indicadores de rentabilidad en proyectos de inversión ¿cuáles son?*. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2020/02/indicadores-de-rentabilidad-en-proyectos-de-inversion-cuales-son/>
- Corvo, H. S. (2019). *Factibilidad: tipos, estudio, ejemplos*. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/factibilidad/>.
- Cotrina, S. (2005). *Inversión y financiamiento*. Recuperado de: <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/inversion-financiamiento>
- Garzón, J. (2019). *Formulación y evaluación de proyectos de ingeniería*. Editorial UPTC.
- Galán, J. (2015). *Estudio de Mercado*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>
- Galán, J. (2016). *Servicio*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- González, R. (2019). *Componentes básicos del estudio de mercado*. Recuperado de: <https://www.goconqr.com/es/mindmap/6166034/componentes-b-sicos-del-estudio-de-mercado>
- Miranda, J. (2005). *¿Qué es el estudio de factibilidad en un proyecto?* Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>
- Gutiérrez, V. (2019). *La estructura de un estudio de mercado*. Recuperado de: https://issuu.com/victor-mondragon/docs/estructura_de_un_estudio_de_mercado

- Impacta, A . (2021). *Qué es la participación de mercado y cómo calcularla*. Obtenido de:
<https://impactaacademy.com/que-es-la-participacion-de-mercado-y-como-calcularla/>
- Jara, L. (2015). *Observatorio Económico Social* . Obtenido de
<https://observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>
- Medina, S. (2002). *Guía de estudio de mercado para la evaluación de proyectos*. Santiago, Chile.
Obtenido de:
https://www.eenasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf
- Mondragón, V. (2017). *La demanda: definición y tipos*. Recuperado de :
<https://www.diariodelexportador.com/2017/02/la-demanda-definicion-y-tipos.html>
- Orozco, J. (2016). *Evaluación financiera de proyectos* . Bogotá: Ecoe Ediciones .
- Quiroa, M. (2020). Estudio de Factibilidad Recuperado de:
<https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
- Ruiz, R. (2018). *Segmentación de mercados: definición, tipos y estrategia*. Obtenido de:
<https://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/>
- Silva, D. (2021). *Guía completa para entender qué es el estudio de mercado y para qué sirve*.
Obtenido de : <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>
- Váquiro, J. (2019). *El valor presente neto*. Recuperado de: <https://pymesfuturo.com/vpneto.htm>
- Westreicher, G. (2021). *Muestreo*. Obtenido de :
<https://economipedia.com/definiciones/muestreo.html>



epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 06 / 07 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: YULISA ESTEFANIA PARRA HERNANDEZ.
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS.
Título a optar: LICENCIADA EN FINANZAS.
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.


DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS
Y RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE
Y LA INVESTIGACIÓN
Ing. Jhonatan Parreño Uquillas MBA
DBRA II ANALISTA DE BIBLIOTECA I

0932-DBRA-UTP-2022