



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

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA**  
**EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS**  
**AUTOMOTRICES EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA**

**Trabajo de integración curricular**

**Tipo:** proyecto de investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA:** EVELIN ESPERANZA GONZALEZ ZAMORA

**DIRECTOR:** ING. GERMÁN PATRICIO TORRES GUANANGA

Riobamba – Ecuador

2022

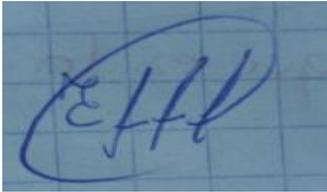
**©2022, Evelin Esperanza Gonzalez Zamora**

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, Evelin Esperanza Gonzalez Zamora, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están 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, 6 de enero de 2022



**Evelin Esperanza Gonzalez Zamora**

**CI: 085031963-3**

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

El Tribunal del trabajo de integración curricular certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de Investigación, **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS AUTOMOTRICES EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA**, realizado por la señorita: **Evelin Esperanza Gonzalez Zamora**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
<p>Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes  <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b></p>	 <p style="font-size: small;">Firmado electrónicamente por:  <b>JUAN CARLOS  ALARCON  GAVILANES</b></p> <hr style="width: 100%;"/>	<p>2022/01/06</p>
<p>Ing. Germán Patricio Torres Guananga  <b>DIRECTOR DEL TRABAJO  DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b></p>	<p style="font-size: small;">Firmado digitalmente por German Patricio Torres G</p> <hr style="width: 100%;"/>	<p>2022/01/06</p>
<p>Ing. Giovanny Javier Alarcón Parra  <b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b></p>	<p style="font-size: small;">Firmado digitalmente por GIOVANNY JAVIER ALARCON PARRA  DN: C=EC, L=RIOBAMBA, SERIALNUMBER=0603189655, CN=GIOVANNY JAVIER ALARCON PARRA  Razón: Soy el autor de este documento  Ubicación:</p> <hr style="width: 100%;"/>	<p>2022/01/06</p>

## **DEDICATORIA**

A mi esposo, a mis padres y a todas las personas familiares y amigos que me han apoyado para seguir adelante y conquistar mis metas.

Evelin Esperanza Gonzalez Zamora

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, agradezco a Dios Todopoderoso por darme salud y vida para cumplir mis objetivos y metas, también agradezco a mi esposo por apoyarme tanto económica como moralmente y a mis padres porque siempre creyeron en mí y que lograría avanzar en este escalón más para llegar a mis metas.

Evelin Esperanza Gonzalez Zamora

## TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
ÍNDICE DE ECUACIONES .....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xiv
RESUMEN.....	xv
SUMARY/ABSTRACT .....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	1

## CAPÍTULO I

<b>1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL .....</b>	<b>4</b>
<b>1.1 Antecedentes de investigación .....</b>	<b>4</b>
<b>1.2 Fundamentación teórica .....</b>	<b>6</b>
<i>1.2.1 Qué es un proyecto .....</i>	<i>6</i>
<i>1.2.2 Para qué sirve un proyecto .....</i>	<i>6</i>
<i>1.2.3 Tipos de proyectos .....</i>	<i>8</i>
<i>1.2.4 Proyecto de inversión.....</i>	<i>9</i>
<i>1.2.5 Ciclo de vida de un proyecto de inversión .....</i>	<i>9</i>
<i>1.2.6 Niveles de estudio de la formulación y evaluación de los proyectos de inversión en la fase de pre-inversión .....</i>	<i>10</i>
<i>1.2.7 Qué es un proyecto de factibilidad.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2.8 Tipos de estudio en un proyecto de factibilidad.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2.9 Punto de equilibrio.....</i>	<i>18</i>
<i>1.2.10 Que es una empresa .....</i>	<i>18</i>
<i>1.2.11 Clasificación de las empresas .....</i>	<i>18</i>
<i>1.2.12 Qué es el comercio .....</i>	<i>20</i>
<i>1.2.13 Qué es una empresa comercializadora de repuestos .....</i>	<i>20</i>
<b>1.3 Marco conceptual .....</b>	<b>21</b>
<i>1.3.1 Qué es comercialización .....</i>	<i>21</i>
<i>1.3.2 Qué es empresa .....</i>	<i>21</i>
<i>1.3.3 Qué es factibilidad .....</i>	<i>21</i>

1.3.4	<i>Qué es proyecto</i> .....	21
1.3.5	<i>Qué es repuesto</i> .....	22

## CAPÍTULO II

<b>2</b>	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	23
<b>2.1</b>	<b>Enfoque de investigación</b> .....	23
<b>2.2</b>	<b>Nivel de investigación</b> .....	23
<b>2.3</b>	<b>Diseño de la investigación</b> .....	23
<b>2.4</b>	<b>Tipo de estudio-investigación</b> .....	24
<b>2.5</b>	<b>Población, planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra</b> .....	24
2.5.1	<i>Población</i> .....	24
2.5.2	<i>Planificación</i> .....	25
2.5.3	<i>Selección</i> .....	26
2.5.4	<i>Cálculo del tamaño de la muestra</i> .....	26
<b>2.6</b>	<b>Métodos, técnicas e instrumentos de investigación</b> .....	26
2.6.1	<i>Método</i> .....	26
2.6.2	<i>Técnicas</i> .....	27
2.6.3	<i>Instrumentos</i> .....	27

## CAPÍTULO III

<b>3</b>	<b>MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSION DE LOS RESULTADOS</b> .....	28
<b>3.1</b>	<b>Análisis e interpretación de los resultados</b> .....	28
<b>3.2</b>	<b>Discusión de los resultados</b> .....	40
<b>3.3</b>	<b>Estudio económico-financiero</b> .....	40
3.3.1	<i>Inversión</i> .....	40
3.3.2	<i>Financiación</i> .....	41
3.3.3	<i>Gastos</i> .....	43
3.3.4	<i>Inventario de productos</i> .....	44
3.3.5	<i>Costo promedio por repuesto</i> .....	46
3.3.6	<i>Costos de venta</i> .....	46
3.3.7	<i>Precio de venta</i> .....	47
3.3.8	<i>Muebles y enseres</i> .....	47
3.3.9	<i>Equipo de oficina</i> .....	47
3.3.10	<i>Equipo de cómputo</i> .....	48

3.3.11	<i>Presupuesto suministros de oficina</i> .....	48
3.3.12	<i>Depreciaciones</i> .....	48
3.3.13	<i>Estado de resultados proyectado</i> .....	49
3.3.14	<i>Flujos de caja proyectados</i> .....	49
3.3.15	<i>Balance general</i> .....	50
3.3.16	<i>Análisis de sensibilidad</i> .....	50
3.3.18	<i>Evaluación del proyecto</i> .....	52
<b>3.4</b>	<b>Estudio técnico</b> .....	53
3.4.1	<i>Tamaño óptimo del proyecto</i> .....	53
3.4.2	<i>Cobertura y localización</i> .....	54
3.4.3	<i>Ingeniería del proyecto</i> .....	55
<b>3.5</b>	<b>Estudio administrativo</b> .....	58
3.5.1	<i>La organización</i> .....	58
<b>3.6</b>	<b>Estudio de mercado</b> .....	63
3.6.1	<i>Análisis PESTEL</i> .....	63
3.6.2	<i>Las 5 fuerzas de Porter</i> .....	65
3.6.3	<i>Análisis FODA</i> .....	67
3.6.4	<i>Competencia</i> .....	69
3.6.5	<i>Proveedores</i> .....	69
3.6.6	<i>Marketing mix</i> .....	70
	<b>CONCLUSIONES</b> .....	77
	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	78
	<b>GLOSARIO</b>	
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
	<b>ANEXOS</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 3.3-1</b> Inversión inicial .....	41
<b>Tabla 3.3-2</b> Financiación.....	41
<b>Tabla 3.3-3</b> Tabla de amortización del préstamo .....	42
<b>Tabla 3.3-4</b> Gasto sueldos .....	43
<b>Tabla 3.3-5</b> Honorarios del abogado .....	43
<b>Tabla 3.3-6</b> Total salarios a pagar .....	43
<b>Tabla 3.3-7</b> Gasto de ventas .....	44
<b>Tabla 3.3-8</b> Gastos administrativos.....	44
<b>Tabla 3.3-9</b> Inventario de productos .....	44
<b>Tabla 3.3-10</b> Costos de venta .....	46
<b>Tabla 3.3-11</b> Precio de venta.....	47
<b>Tabla 3.3-12</b> Muebles y enseres .....	47
<b>Tabla 3.3-13</b> Equipo de oficina .....	47
<b>Tabla 3.3-14</b> Equipo de cómputo .....	48
<b>Tabla 3.3-15</b> Suministros de oficina .....	48
<b>Tabla 3.3-16</b> Depreciaciones.....	48
<b>Tabla 3.3-17</b> Estado de resultados.....	49
<b>Tabla 3.3-18</b> Flujos de caja .....	49
<b>Tabla 3.3-19</b> Balance general.....	50
<b>Tabla 3.3-20</b> Análisis de sensibilidad .....	51
<b>Tabla 3.3-21</b> Punto de equilibrio.....	51
<b>Tabla 3.3-22</b> Flujos netos del período.....	52
<b>Tabla 3.3-23</b> Evaluación del proyecto.....	52
<b>Tabla 3.5-1</b> Funciones de cada cargo .....	61
<b>Tabla 3.6-1</b> Fortalezas .....	67
<b>Tabla 3.6-2</b> Debilidades .....	67
<b>Tabla 3.6-3</b> Oportunidades.....	68
<b>Tabla 3.6-4</b> Amenazas.....	68
<b>Tabla 3.6-5</b> Competencias.....	69
<b>Tabla 0-1</b> Significado de los elementos del flujograma .....	9

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-1</b> Ciclo de vida de un proyecto .....	10
<b>Figura 2.5-1</b> PEA cantón Riobamba .....	25
<b>Figura 3.4-1</b> Macro localización .....	54
<b>Figura 3.4-2</b> Micro localización.....	54
<b>Figura 3.4-3</b> Infraestructura de la empresa .....	56
<b>Figura 3.5-1</b> Logo de la empresa .....	58
<b>Figura 3.6-1</b> Las 5 fuerzas de Porter .....	65
<b>Figura 3.6-2</b> Filtros .....	71
<b>Figura 3.6-3</b> Motor y componentes.....	72
<b>Figura 3.6-4</b> Accesorios .....	72
<b>Figura 3.6-5</b> Correas .....	72
<b>Figura 3.6-6</b> Suspensión.....	73
<b>Figura 3.6-7</b> Freno .....	73
<b>Figura 3.6-8</b> Sistema de encendido.....	74
<b>Figura 3.6-9</b> Sistema eléctrico .....	74
<b>Figura 3.6-10</b> Caja de cambios .....	74
<b>Figura 3.6-11</b> Carrocería.....	75
<b>Figura 3.6-12</b> Sistema de refrigeración del motor .....	75

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 3-1</b> Condición del vehículo .....	28
<b>Gráfico 3-2</b> Marca del vehículo .....	29
<b>Gráfico 3-3</b> Decisión de compra .....	30
<b>Gráfico 3-4</b> Competencia .....	31
<b>Gráfico 3-5</b> Tipo de repuesto .....	32
<b>Gráfico 3-6</b> Año del vehículo.....	33
<b>Gráfico 3-7</b> Tipo de vehículo .....	34
<b>Gráfico 3-8</b> Tipo de combustible .....	35
<b>Gráfico 3-9</b> Empresas similares en el sector .....	36
<b>Gráfico 3-10</b> Aceptación de la empresa .....	37
<b>Gráfico 3-11</b> Ubicación de la empresa .....	38
<b>Gráfico 3-12</b> Aceptación de comprar repuestos en la empresa .....	39
<b>Gráfico 3.4-1</b> Flujograma del proceso de comercialización.....	57
<b>Gráfico 3.5-1</b> Organigrama estructural .....	60

## ÍNDICE DE ECUACIONES

<b>Ecuación 2.5-1</b> Poblaciones finitas .....	25
<b>Ecuación 3.3-1</b> Costo promedio por repuesto .....	46
<b>Ecuación 3.3-2</b> Punto de equilibrio .....	51
<b>Ecuación 3.4-1</b> Tamaño óptimo del proyecto .....	53

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A:** ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN OBJETIVO

**ANEXO B:** TABLA DE SIGNIFICADOS DE LAS FIGURAS DEL FLUJOGRAMA

## RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de investigación fue diseñar el proyecto de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de repuestos automotrices en la ciudad de Riobamba. Para el desarrollo del trabajo se utilizó el método deductivo que va de lo general a lo particular, se utilizó la fórmula de poblaciones finitas para sacar la muestra, se utilizó el enfoque de investigación cualitativo para tomar en cuenta los gustos y preferencias de los consumidores; el nivel de investigación fue el descriptivo; el tipo de investigación fue documental y de campo, ya que se documentaron los hallazgos de la investigación realizada en el barrio la primavera de la ciudad de Riobamba. Se realizó el estudio de mercado para conocer la factibilidad que tendrá la implementación de la empresa en el barrio la primavera de la ciudad de Riobamba; en el cual los resultados fueron satisfactorios porque los potenciales usuarios respondieron favorablemente a la necesidad de contar con una empresa de esa índole en el sector, el estudio administrativo para establecer la estructura, estrategias y normativas de la empresa, el estudio técnico para conocer la localización y otros aspectos importantes para la implantación de la organización, se realizó el estudio económico-financiero para conocer el punto de equilibrio, la rentabilidad, financiamiento, factibilidad y sostenibilidad del proyecto en el tiempo, y por último se desarrolló una evaluación del proyecto para verificar si el proyecto se adecuaba a la realidad y a los objetivos planteados, es decir si las actividades realizadas estuvieron acorde con lo planificado. Se concluye que el proyecto de factibilidad demostró que la creación de la empresa comercializadora de repuestos automotrices en la ciudad de Riobamba si es factible. Se recomienda realizar en primer lugar el estudio económico-financiero para conocer la viabilidad del proyecto y luego si el proyecto es factible realizar el resto de los estudios.

**Palabras clave:** <PROYECTO>, <FACTIBILIDAD>, <EMPRESA>, <COMERCIALIZACIÓN>, <REPUESTO>.



Firmado electrónicamente por:  
JHONATAN RODRIGO  
PARREÑO UQUILLAS



01-02-2022

0182-DBRA-UTP-2022

## SUMMARY/ABSTRACT

The objective of this research work was to design a feasibility project for the creation of a company that sells automotive spare parts in Riobamba city. For the development of the work, the deductive method that goes from the general to the particular was used, the finite population formula was used to draw the sample, the qualitative research approach was used to take into account the tastes and preferences of consumers, the level of research was descriptive, the type of research was documentary and field research since the findings of the research conducted in La Primavera neighborhood of Riobamba city were documented. A market study was carried out to determine the feasibility of implementing the company in La Primavera neighborhood of Riobamba city; in which the results were satisfactory because the potential users answered favorably to the need to have a company of this nature in the sector. An administrative study was applied to establish the structure, strategies and regulations of the company, the technical study to know the location and other important aspects for the implementation of the organization. Therefore, an economic-financial study was carried out to know the balance point, profitability, financing, feasibility and sustainability of the project over time. Finally, an evaluation of the project was developed to verify if the project is in line with reality and the established objectives, it means, if the activities carried out were in accordance with what was planned. It is concluded that the feasibility project demonstrated that the creation of the company in Riobamba city is feasible. It is recommended to carry out the economic-financial study first to find out the viability of the project and then if the project is feasible, apply the rest of the studies.

**Keywords:** <PROJECT>, <FEASIBILITY>, <COMPANY>, <COMMERCIALIZATION>, < SPARE PARTS >.

SILVIA  
NARCISA  
CAZAR  
COSTALES

Firmado digitalmente  
por SILVIA NARCISA  
CAZAR COSTALES  
Fecha: 2022.02.07  
22:56:21 -05'00'

## **INTRODUCCIÓN**

En el barrio “La Primavera” de la ciudad de Riobamba hay alrededor de 8 mecánicas automotrices, las cuales tienen un promedio de 10 a 20 clientes diarios que necesitan realizar mantenimiento o arreglos superficiales a sus vehículos, y un promedio de 1 a 5 motores vehiculares a la semana que necesitan ser reparados, pero no hay ningún almacén o empresa en el sector que comercialicen todos los repuestos necesarios para la reparación de los motores o arreglo superficial de los vehículos.

Según datos estadísticos del (INEC, 2016), el número de vehículos matriculados en la provincia de Chimborazo es de 32.960, del cual el cantón Riobamba ocupa un 47,9%, es decir 15.788 vehículos matriculados en el cantón, de esta cantidad se desglosan 4.360 vehículos que pertenecen al barrio “La Primavera” y necesitarían algún tipo de mantenimiento o reparación en sus vehículos, por ende, consumirían repuestos automotrices.

Hoy en día, el interés por las piezas mecánicas automotrices está superando el inventario de la zona, lo que obliga a los clientes a demandarlas en varios puntos de la ciudad, particularmente en la calle Uruguay, considerada hasta la fecha el lugar más completo y cercano en piezas mecánicas automotrices de la ciudad de Riobamba, incluso algunos clientes necesitan salir fuera de la ciudad hacia otras ciudades como Ambato o Guayaquil para conseguir los repuestos que no se encuentran en Riobamba, la distancia total que los clientes deben recorrer para adquirir sus repuestos desde el barrio “La Primavera” en la ciudad de Riobamba hacia la calle Uruguay es de 400mtrs; la distancia que deben recorrer hasta Ambato es de 56.1km; y hasta Guayaquil es de 229.5km.

Por ello es necesario saber ¿qué tan fácil se hace encontrar repuestos vehiculares en el barrio “La Primavera” de la ciudad de Riobamba? Es esta escasez de empresas que oferten repuestos automotrices lo que está causando tanto a los propietarios de las mecánicas como al cliente pérdida de tiempo, aumento de gastos en dinero y la inseguridad de si va a conseguir o no el repuesto necesario y si lo conseguirá a tiempo para retomar sus actividades diarias.

La necesidad de crear desesperadamente una organización de intercambio de autopartes que ofrezca una gama total de piezas adicionales está activa en esta área.

### **Justificación del problema**

En el presente trabajo se propone realizar la investigación teórica, utilizando bibliografía suficiente y competente que nos ayude en el desarrollo del proyecto, para comprender y analizar

de mejor manera los diferentes temas que serán tratados en este, de los cuales algunos de estos temas son conocidos y otros no, es por ello por lo que necesitamos conocer más a fondo a lo que se refiere cada tema, y así desarrollar un excelente trabajo de investigación.

Para lograr los objetivos propuestos se acude a la aplicación de métodos de investigación como la encuesta que ayuda a delimitar de mejor manera el estudio que se debe realizar para llevar a cabo el proyecto de factibilidad.

También se aplicará el método deductivo, ya que los fines se considerarán dependientes del agrado, gustos y requerimientos de los clientes y simultáneamente se debe considerar cuán adecuada es la comercialización de autopartes en el barrio la primavera de la ciudad de Riobamba.

Así los resultados de la investigación se apoyan en técnicas, métodos o instrumentos de investigación que son válidos y confiables de aplicar en cualquier estudio que se quiera realizar.

El avance de este trabajo de investigación se basa en la necesidad de realizar una asociación para la comercialización de autopartes en el barrio "La Primavera" de la ciudad de Riobamba que ofrezca a los propietarios de vehículos un espacio viablemente abierto por la zona donde será presentado, posteriormente, por ejemplo, la disponibilidad de horarios comerciales; en cualquier caso, fundamentalmente un espacio de promoción donde el cliente puede encontrar una gama completa de piezas adicionales que requieren poco o ningún esfuerzo y con firme convicción de conseguir lo que busca.

Presentar una serie entera de autopartes en el barrio "La Primavera" de la ciudad de Riobamba será una ventaja extraordinaria para los compradores, ya que tratarían de no tener que aventurarse a diferentes partes de la ciudad o incluso a otra ciudad para conseguir las piezas extra vitales de los vehículos, lo que produciría una especulación más notable de tiempo, efectivo y de esta manera no tendrían que dejar de hacer sus ejercicios diarios.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Diseñar el proyecto de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de repuestos automotrices en la ciudad de Riobamba, para verificar la viabilidad de la puesta en marcha de la empresa.

## **Objetivos específicos**

- Estructurar el marco teórico, utilizando fuentes bibliográficas suficientes que ayuden en el desarrollo y obtención de nuevos conocimientos sobre el proyecto de investigación y que permitan la creación de la empresa comercializadora de repuestos automotrices en la ciudad de Riobamba.
- Realizar el marco metodológico aplicando el enfoque de investigación cualitativo para la recopilación de información, así como también se aplicará una encuesta a los habitantes del barrio “La Primavera” para conocer el nivel de aceptación que tendrá la empresa y sus productos.
- Proponer la creación de la empresa comercializadora de repuestos automotrices en la ciudad de Riobamba que ofrezca a los propietarios de vehículos un lugar de fácil acceso, así como también una gama completa de repuestos y con total garantía.

El presente trabajo de titulación: Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de repuestos automotrices en la ciudad de Riobamba. Su objetivo principal es determinar la factibilidad del proyecto; el trabajo se divide en capítulos que se detallan a continuación.

**Capítulo I:** Marco Teórico Referencial: se consultaron varios documentos relacionados directamente con el tema, revisándose diversas fuentes bibliográficas para contar con argumento teórico en el desarrollo de la investigación.

**Capítulo II:** Marco metodológico: se seleccionaron y revisaron los hechos que tengan relación entre sí, para posteriormente definir qué tipos, métodos, estrategias e instrumentos de investigación eran los más aptos para poder conseguir la mayor cantidad de información posible.

**Capítulo III:** Marco de Resultados y Discusión de los Resultados: en este capítulo se detallan, analizan e interpretan los hallazgos para validar resultados obtenidos en la encuesta, también se presenta la propuesta con una Guía Estandarizada de presentación de Trabajos de Titulación que ha sido elaborado con miras a fortalecer la enseñanza-aprendizaje en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

**Conclusiones y Recomendaciones:** una vez culminado el trabajo de titulación tenemos las conclusiones y recomendaciones.

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

#### 1.1 Antecedentes de investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se realizó un estudio de diferentes tesis de grado relacionadas con el tema proyecto de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de repuestos automotrices en la ciudad de Riobamba, para lo cual no se encontró ningún documento relacionado con el tema y que esté actualizado a partir del año 2015 para arriba en esta ciudad, pero si otros documentos relacionados a “plan de diseño de un taller mecánico en la ciudad de Riobamba y proyectos de factibilidad de la creación de almacenes y empresas comercializadoras de repuestos automotrices” llevados a cabo en otras ciudades, por lo tanto, mi trabajo es único y original.

TEMA: (Guaylla Puma & Sinche Tuquinga, 2016) ellos proponen el tema “Diseño De Un Taller Móvil Para El Servicio De Mecánica Automotriz, En La Ciudad De Riobamba”.

He tomado este trabajo de investigación como referencia para desarrollar mi trabajo de titulación porque me aporta información muy importante para el desarrollo de mi trabajo de investigación, ya que habla acerca del sector automotriz en la ciudad de Riobamba.

TEMA: (Maza, 2015) “Proyecto De Inversión Y Comercialización De Repuestos Automotrices Para Vehículos En El Taller De Enderezada Y Pintura Nico-Auto En La Ciudad De Santo Domingo”.

Tomé este proyecto de investigación como referencia y antecedente de mi trabajo de titulación porque aporta información relevante a mi proyecto.

TEMA: (Ortíz, 2016) la autora propone el siguiente tema “Creación De Un Centro De Comercialización De Repuestos Mecánicos Automotrices Con Asistencia Técnica Especializada Ubicado En La Ciudad De Esmeraldas”.

Tomé este trabajo de titulación como un antecedente para mi trabajo, ya que el tema de este documento coincide con mi tema de trabajo de titulación y hay temas interesantes que me pueden ayudar para el adecuado desarrollo de este.

TEMA: según (Benalcázar, 2016) se titula “Propuesta De Un Plan De Negocios Para La Creación De Una Comercializadora De Repuestos Automotrices Para Vehículos Livianos En La Parroquia De Mejía Cantón Machachi”.

En este trabajo se menciona acerca de la comercialización de autopartes en el cantón Machachi de la provincia de Pichincha, por lo tanto, lo tomé como referencia porque necesito conocer más acerca de la comercialización de partes automotrices en el Ecuador.

TEMA: (Peñañiel Molina & Fajardo Sabando, 2016) “Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Empresa Comercializadora De Repuestos Automotrices Del Consorcio Itegmotors En El Sector Noroeste De La Ciudad De Guayaquil”.

El presente tema de estudio que he tomado como referencia para desarrollar mi trabajo de titulación aporta contenido e información de suma importancia para conocer más acerca del consumo de autopartes en otras ciudades del país y así tener un conocimiento más amplio de mi tema de estudio.

## **1.2 Fundamentación teórica**

### ***1.2.1 Qué es un proyecto***

Según (Estrada, 2019) dice que, representado de una manera global, una empresa es la búsqueda de una respuesta inteligente para la metodología del problema que apunta a desentrañar, entre numerosas necesidades humanas.

En un proyecto lo que se busca es atender las necesidades existentes dentro de un área, población, localidad o nación, las cuales están provocando una dificultad que debe ser comprendida tan pronto como el tiempo lo permita para evadir que la dificultad siga creciendo y después es más difícil resolverlo, por lo cual concuerdo con lo que menciona el autor en el párrafo anterior.

### ***1.2.2 Para qué sirve un proyecto***

Según (Uribe, 2015) con la mejora de los proyectos, el visionario empresarial está organizando sus planes para convertirlos en algo genuino. En lugar de que todo ocurra en el cerebro de la persona de negocios, las sutilezas, pensamientos y números comienzan a tomar una estructura sustancial en un informe compuesto.

Hacer un informe detallado de todas las ideas que se tiene en mente es muy importante a la hora de llevar a cabo un proyecto, ya que desde allí será nuestro punto de partida, por lo tanto, concuerdo con lo que menciona el autor en el párrafo anterior.

En la estrategia comercial, se puede hacer presunciones, recreaciones, etc., que en realidad serían exorbitantes de confirmar. Es menos costoso cometer un error en un proyecto que cometer un error de verdad.

Para poner en marcha un negocio primero se deben realizar estudios previos, ya que si hay errores se podrán resolver, pero si primero ponemos en marcha el negocio y cometemos errores por no haber hecho estudios preliminares nos va a salir muy caro ese error, por lo que estoy completamente de acuerdo con lo que dice el autor en el párrafo anterior.

En el momento en que comienza la ejecución de la estrategia probada en campo, comienzan a aparecer circunstancias que no estaban previstas, se encuentran cosas que hasta ese segundo no se conocían. Tener un archivo donde se refleje el avance de la posibilidad de un emprendimiento especulativo mitiga el efecto de estas mejoras en el negocio.

Para evitar cometer errores y que nos cuesten un ojo de la cara, es mejor tener una idea o proyecto plasmado en un documento y hacer estudios amplios y profundos antes de poner en marcha el negocio, por lo que concuerdo con lo mencionado anteriormente por el autor.

Los visionarios de negocios, para poner a los potenciales especialistas financieros intrigados por el negocio pensado de la misma manera, deben comprender cómo componer el archivo que contiene la tarea de la empresa a realizar.

Para convencer a los posibles inversionistas de mi proyecto yo debo preparar muy bien mi documento en el que se encuentra plasmada la idea de negocio y con todos los estudios realizados y con montos de gastos y proyecciones concretos, para de esta manera los posibles inversores se convenzan de que es seguro invertir en mi proyecto, por lo que estoy totalmente de acuerdo con lo que hace mención el autor en el párrafo anterior.

Es un dispositivo de exhibición. A veces, el visionario empresarial no tiene los activos importantes para comenzar la estrategia probada en el campo, posteriormente, debe buscar financiamiento externo y guía público o privado. La mayor parte del tiempo, la empresa es lo principal que tendrá la opción de mostrar a los especuladores externos. Independientemente de si tiene un modelo de ese artículo increíble que tiene la intención de exhibir, solicitarán más datos sobre el negocio. (Uribe, 2015)

Siempre que se vaya a realizar un proyecto se necesita inversionistas externos porque uno a veces no cuenta con el capital propio para emprender, por lo tanto, se debe presentar a los inversores el plan de negocio que se tiene en mente y así conseguir que ellos confíen en que, si es confiable invertir, es por ello que concuerdo con lo mencionado por este autor.

La planificación y valoración de un emprendimiento especulativo es un instrumento de elección que decide si es productivo, independientemente de si muy bien puede actualizarse y, en caso contrario, debe renunciarse.

No obstante, debe recordar que una proposición realmente causada puede cumplimentarse como un aparato que controla la creación de una elección, pero no como una elección completa de si es beneficiosa, se actualiza y en caso de que no se elimine. de, ya que existen casos en los que, por metodología de mercado, es básico hacer una estrategia que no es beneficiosa en su examen, pero es fundamental mantenerla presente en el mercado como procedimiento de exhibición de otros potenciales rubros. (Uribe, 2015)

Conuerdo con lo que menciona el autor en este párrafo porque uno debe tener una planificación en todo lo que se va a realizar, sea en la vida cotidiana como en la vida laboral y de estudio.

Una elección especializada debe tomarse como la oportunidad de brindar más datos a quién debe elegir, descartando una estrategia comercial productiva y tolerando una que no lo es.

Un proyecto de emprendimiento sirve para decidir la especulación subyacente que se espera para iniciar un negocio o para poner recursos en uno actual, así como para decidir el reconocimiento concebible que tendrá nuestro artículo al acecho y su beneficio concebible, es decir, nos permite saber si es alcanzable o no comenzar o poner recursos en un negocio específico, por lo cual estoy de acuerdo con lo que menciona el autor en los párrafos anteriores.

### ***1.2.3 Tipos de proyectos***

Según (Moya, 2002) existen diferentes tipos de proyectos como son:

- **Proyectos de desarrollo:** buscan aumentar las oportunidades de mejora de las personas.
- **Proyectos de gobierno:** proponen los destinos, reglas de estrategia, actividades, procedimientos y objetivos a nivel local.
- **Proyectos de inversión social:** son proyectos sin beneficio, cuya ventaja se centra directamente en las personas.
- **Proyectos de investigación:** es un arreglo que se crea antes de realizar un proyecto de exploración.
- **Proyectos de aprendizaje:** ayuda a desarrollar el aprendizaje de los suplentes, mediante el uso de ejercicios educativos.
- **Proyectos de plantel:** es un plan de actividades que intenta mejorar la preparación de los suplentes y el funcionamiento interior del terreno.

- **Proyectos de aula:** son emprendimientos colectivos que intentan mejorar la exposición escolar de los estudiantes en colegios y escuelas secundarias, conectando con el ámbito local y buscando respuestas a sus problemáticas.
- **Proyectos de inversión:** son aquellos que necesitan un emprendimiento monetario para su giro de eventos y se evalúan monetariamente para verificar si son factibles.
- **Proyectos de factibilidad:** es un arreglo operativo que tiene como objetivo abordar un tema en particular.

#### ***1.2.4 Proyecto de inversión***

Según (Pacheco Coello & Pérez Brito, 2018) “un proyecto de inversión puede describirse como un arreglo que, en caso de que se le asigne una medida específica de capital y se otorguen contribuciones de diferentes tipos, tendrá la opción de brindar un apoyo decente o útil a los individuos o a la sociedad como una regla”.

Para mí lo que menciona este autor es muy importante, ya que para realizar un proyecto de inversión se debe realizar un plan para ir desarrollando cada paso de acuerdo con lo establecido en dicho documento y no salirse del contexto de la investigación.

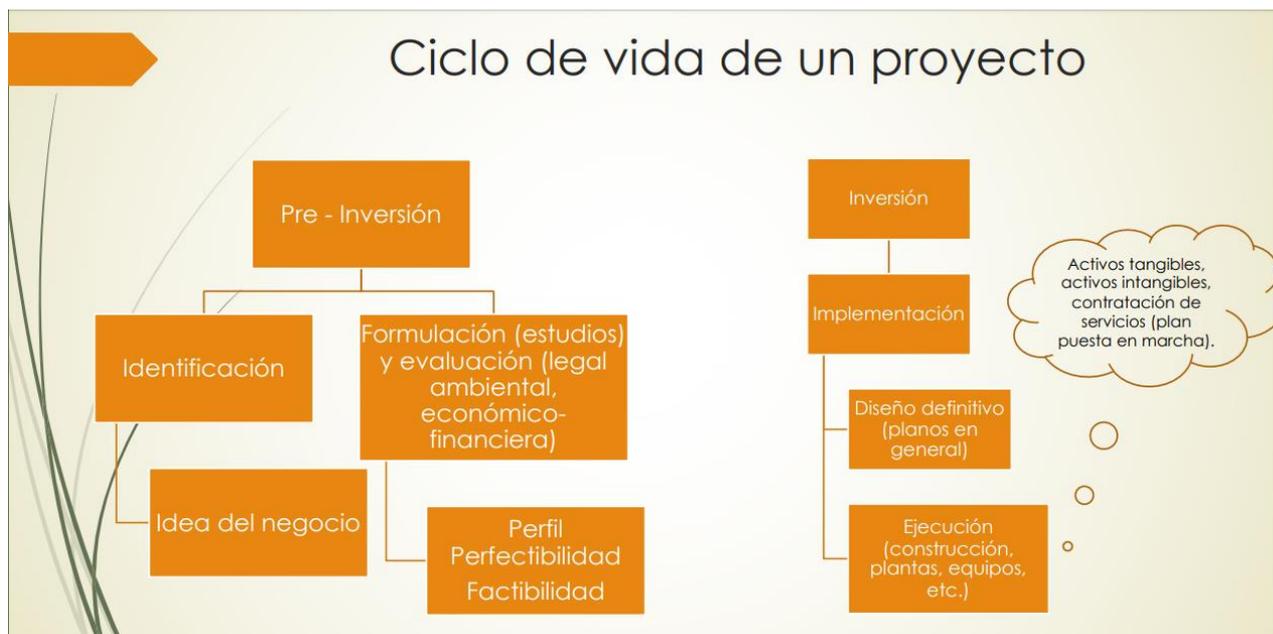
#### ***1.2.5 Ciclo de vida de un proyecto de inversión***

Según (ESAN, 2016) el ciclo de vida de los proyectos es la disposición de las etapas en las que se separan las empresas para fomentar su administración. Esta división la realizan los jefes de empresa.

Las asociaciones distinguen regularmente un arreglo particular de ciclos de vida para usar en sus empresas. En el patrón de existencia de una tarea se caracterizan las etapas que conectan el inicio de la empresa con su fin.

Además, esas etapas son:

- Pre-inversión
- Inversión
- Post inversión



**Figura 1.2-1** Ciclo de vida de un proyecto

**Fuente:** (Estrada, 2019)

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

El patrón de existencia de una empresa depende del ciclo desde el primer punto de partida de una empresa hasta su realización e incluye todos los períodos del ciclo regulatorio, por ejemplo, organización, asociación, curso, ejecución, control y evaluación para tener la opción de elegir si es práctico o no el uso del pensamiento empresarial que tiene como principal preocupación, por lo tanto, concuerda con lo que menciona el autor en el párrafo anterior.

### ***1.2.6 Niveles de estudio de la formulación y evaluación de los proyectos de inversión en la fase de pre-inversión***

#### ***1.2.6.1 Idea***

Según (Padilla, 2013) “en esta etapa distinguimos el tema a ser comprendido o él debe ser cumplido que tiene un público en general, particulares o país y reconoceremos las opciones a través de las cuales nos ocuparemos del tema. La etapa de pensamiento se compara con el ciclo eficiente de buscar resultados potenciales para atender el problema o fallas que se han distinguido en el clima examinado y de esta manera aprovechar al máximo las aperturas de negocios. Al final del día, debemos ocuparnos de un problema”.

En esta etapa ordenaremos los datos fundamentales para comprobar si el emprendimiento será factible o no, es decir, si manejaremos exámenes, exámenes narrativos, visiones generales y todos

los ángulos básicos para tener la opción de iniciar un emprendimiento especulativo, intentando para restringir los alcances menor y mayor especulación, y el grado de peligro que se corre al ejecutar el pensamiento empresarial, en consecuencia, concuerdo con el autor del párrafo anterior.

#### *1.2.6.2 Perfil*

Según (Padilla, 2013) “el estudio de perfil es el más básico, estático y depende de datos opcionales y subjetivos”.

Es la increíble visión o ID del pensamiento, que se explica a partir de los datos existentes, el juicio básico y la valoración de la implicación. En términos financieros, solo presenta recuentos mundiales de empresas, gastos y pagos, sin pasar por exámenes de campo.

Esencialmente en esta etapa evaluaremos las opciones de emprendimiento distintivas, considerando los datos especializados obtenidos a través de exámenes, revisiones, entre otros, realizados en la etapa de pensamiento, que nos darán datos para tomar otras opciones razonables y desechar aquellas que no sean adecuadas, por lo que estoy de acuerdo con lo anterior mencionado por el autor.

#### *1.2.6.3 Prefactibilidad*

Según (Pimentel, 2008) “el estudio de pre-alcanzabilidad comprende realizar una investigación de los principales factores que influyen en el avance ordinario de un emprendimiento especulativo, es decir, se consideran las perspectivas legítima, política, social, financiera, mecánica y natural, así como el desglose de los Ante la posibilidad de que tengamos accesibilidad a los aportes para la mejora del emprendimiento, en esta etapa también conviene realizar el estudio de mercado para decidir la captación y solicitud concebible de futuros clientes de nuestro artículo, así como la forma en que vamos a transmitir”.

Además, necesitamos hacer proyecciones para decidir acuerdos potenciales, la suma de riesgo subyacente que deberíamos comenzar nuestra organización, deberíamos decidir las fuentes de financiamiento para nuestra tarea y decidir los marcadores para evaluar la practicidad de la empresa de especulación, por lo que concuerdo con lo que dice el autor en el párrafo anterior.

#### *1.2.6.4 Factibilidad*

En esta etapa, construiremos el último compromiso en caso de que se haya resuelto en la etapa anterior que el emprendimiento es plausible, aquí los canales de dispersión de nuestro artículo, los proveedores del material crudo, los contratos de trabajo, deberíamos detallar registrando en copia impresa que cita la especulación, y en caso de que fabriquemos la planta de creación, deberíamos tener preparados los planes de desarrollo, yo estoy de acuerdo con lo que menciona el autor en el siguiente párrafo.

Según (Padilla, 2013) “la alcanzabilidad se centra en la investigación de la electiva de financiamiento más atractiva concentrada en la preposibilidad, tendiendo por regla general ángulos similares, pero en una profundidad más prominente y coordinada con la alternativa más sugerida”.

#### *1.2.6.5 Diseño*

Según (Pimentel, 2008) “en esta etapa, el especulador evaluará la idoneidad especializada, monetaria, presupuestaria, gerencial e institucional del emprendimiento y decidirá si se ajusta a sus destinos e intereses, antes de asignar los activos mencionados”.

Aquí se realizará el último plan del emprendimiento, es decir, se resolverá la sustancia del registro compuesto y la estructura de la planta de creación o promoción, dependiendo del caso de negocio, estoy de acuerdo con lo mencionado anteriormente por el autor.

#### *1.2.6.6 Fase de inversión*

Según (Pimentel, 2008) “esta etapa forma parte del camino hacia la conquista de la tierra, así como el aparato para el mejoramiento del emprendimiento. Asimismo, incorpora el desarrollo de estructuras modernas y administrativas, establecimientos de ferretería, ordenación de administraciones y puesta en marcha de la unidad de creación de mercancías o administraciones, si procede. Por último, hay que atender los temas de comercialización de los grandes creados, en cuanto a la fundación de concurrencias con mayoristas, comerciantes, clientes, etc., para asegurar o garantizar la posición del artículo entre sus clientes”.

En esta fase se aplicarán diferentes etapas, por ejemplo, inicio, que es el lugar donde se marcarán los contratos de obra, arreglo, que es el lugar donde se organizará el desarrollo de la planta, ejecución y el cronograma de ejecución haciendo los ejercicios, observando que haremos el

desarrollo de los ejercicios de emprendimiento, culminando en esta etapa se realizará el aval de traspaso de tareas, en consecuencia, con acuerdo con el autor del párrafo anterior.

#### *1.2.6.7 Fase de post inversión u operación*

En esta fase se realizarán las pruebas piloto antes de la puesta en marcha de la empresa, en donde se va a realizar la inversión y la producción del producto que se va a comercializar, luego en la etapa de la puesta en marcha de la empresa es donde nace la empresa ya con responsabilidades y obligaciones.

#### *1.2.6.8 Fase de evaluación de los resultados*

En esta fase se va a realizar la evaluación de los resultados en tres etapas: ex ante, durante y ex post, aquí vamos a verificar si el proyecto y la puesta en marcha de la empresa está dando solución al problema planteado, de lo contrario se requerirá realizar medidas correctivas en el proyecto.

### ***1.2.7 Qué es un proyecto de factibilidad***

Según (Valarezo, Delgado Víctore, & Vérez, 2016) “el estudio de factibilidad es motivo de dinamismo por parte de los supervisores responsables de apoyar los emprendimientos, considerando las estimaciones de los marcadores, Periodo de Recuperación (PR), Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR) para configurar la ejecución especulativa de la metodología dependiente de las necesidades según los indicadores y fuentes accesibles de financiamiento”.

Con acuerdo con lo que menciona el autor en el párrafo anterior, ya que si no se tiene claro lo que es y para qué sirve un proyecto de factibilidad, no se tiene un horizonte definido y por lo tanto no se sabe por dónde empezar a realizar los estudios de este.

### ***1.2.8 Tipos de estudio en un proyecto de factibilidad***

#### *1.2.8.1 Estudio de mercado*

Según (Pacheco Coello & Pérez Brito, 2018) la encuesta estadística consiste en obtener, registrar y examinar información sobre los problemas identificados con el intercambio de productos y empresas del fabricante al comprador o cliente.

La importancia del estudio de mercado es que los costos se mantienen alejados, las elecciones se toman en función de un mercado genuino, se conoce el clima en el que la organización completará sus ejercicios financieros, permite seguir diferentes orientaciones, se sabe si la empresa cumplirá una necesidad genuina, muestra las cualidades y deficiencias de las organizaciones contendientes y se conoce la parte sobre la cual la oposición tiene control. (Pacheco Coello & Pérez Brito, 2018)

Para completar el estudio de mercado, se aplica una revisión en su mayor parte para conocer el grado de cumplimiento de los clientes con respecto a la gran o administración ofrecida o así para comprender qué nivel de reconocimiento tendrá el artículo o la administración al acecho, cuando lo necesite. para poner en marcha otra organización, por lo que concuerdo con lo mencionado por el autor en los párrafos anteriores.

La estructura del estudio de mercado se hace referencia a continuación:

- 1. PRODUCTO:** El artículo que ofrecerá la empresa.
  
- 2. Investigación DE LA DEMANDA:** Se debe resolver la división de mercado a la que se coordina el emprendimiento, el interés actual y proyectado.
  
- 3. Examen DE LA OFERTA:** La oferta actual y futura se dicta planificando la oposición en donde se exhibirá el artículo.
  
- 4. Examen DE LA DEMANDA NO SATISFECHO:** Se debe explorar el mercado decepcionado que existe para decidir la posibilidad de la empresa.
  
- 5. MARKETING** del artículo: Determine los procedimientos de negociación del artículo. (Pacheco Coello & Pérez Brito, 2018)

#### *1.2.8.2 Estudio técnico*

El examen especializado es principal en un proyecto de especulación, ya que es en este donde se contempla el área y tamaño ideal de las oficinas; mostrando así todos los elementos que inciden en la mejora del emprendimiento, entre los que se encuentran los especialistas que inciden en la adquisición de aparatos y equipos, así como la circunstancia del aseguramiento de estos, las diversas estrategias para decidir el tamaño de la planta, También se inspeccionan las técnicas para su área, y las estrategias de apropiación y, finalmente, las medidas de creación que pueden funcionar para el proyecto de emprendimiento. (Echeverría Ruíz, 2017)

El examen especializado investigará en detalle el área, tamaño óptico del marco para completar los ejercicios de creación y promoción, entre otros, por lo que estoy en total acuerdo con el autor del párrafo anterior.

Los exámenes especializados se centran en:

**1. UBICACIÓN** Ideal: determina el área geográfica ideal para el negocio.

**2. TAMAÑO** de la empresa: Determina el límite máximo de creación de la empresa.

**3. INGENIERÍA** Venture: Determina los ciclos necesarios para crear el artículo o la administración.

**4. DISPOSICIÓN:** Realiza la dispersión real de la organización.

**5. REQUISITO** Activo: Establecer las necesidades patrimoniales que se requieren en el negocio para su actividad. (Echeverría Ruíz, 2017)

#### *1.2.8.3 Estudio administrativo*

(Echeverría Ruíz, 2017) caracteriza la investigación regulatoria, es la estructura autorizada que responderá por el emprendimiento tanto en la etapa de ejecución como en la etapa de actividad.

Para la etapa de ejecución, es importante planificar una estructura autorizada dentro de la organización que le permita abordar el camino hacia el reclutamiento, compras, adquisiciones, etc.

En el examen reglamentario se crea la estructura autoritaria de la organización y de esta manera se deciden los ejercicios, elementos de los trabajadores que se deben ejecutar.

Para cada empresa es concebible caracterizar la estructura autorizada que mejor se adapte a las necesidades de su actividad resultante. (Echeverría Ruíz, 2017)

Darse cuenta de esta estructura es básico para caracterizar las necesidades de un cuerpo docente calificado para los ejecutivos y, posteriormente, calibrar con mayor precisión los gastos indirectos del trabajo.

Será concebible caracterizar las necesidades de la fuerza de trabajo, los prerequisites de los clientes con el objetivo de que la organización se ocupe del transporte más razonable en la estructura jerárquica de la organización.

La investigación jerárquica y autorizada de la tarea piensa en la organización y uso de una estructura autorizada para la organización o negocio, costos de empresa y actividad en la asociación, examen legal, ángulos comerciales, perspectivas especializadas, puntos de vista laborales, ángulos de carga y contratación, por lo que concuerdo con la autora de los párrafos anteriores.

La investigación autorizada consiste en decidir cómo se debe cuidar todo lo que se identifica con el territorio regulador de la empresa y establecer el rubro esencial bajo el cual trabajará la organización. (Echeverría Ruíz, 2017)

Los enfoques del examen de gestión son:

**1. GRÁFICO ORGÁNICO:** Decide los niveles progresivos que necesita el negocio, relegando puestos y capacidades al personal.

**2. DIRECCIÓN** Clave: Aquí se configura la misión, visión, objetivos, procedimientos, cualidades y estrategias de conjunción en el lugar de trabajo.

**3. MAPA** clave: Una vez aplicada la orientación esencial del negocio, se configuran los puntos de vista de examen mediante la disposición del Balance Scorecard. (Echeverría Ruíz, 2017)

#### *1.2.8.4 Estudio económico-financiero*

La investigación monetaria y financiera de un emprendimiento alude a diversas ideas, no obstante, es un ciclo que busca obtener las mejores optativas utilizando modelos todo incluido; es decir, la evaluación que sugiere designar un incentivo específico para una empresa. Al final del día, está relacionado con el contraste de los flujos positivos (pago) con los flujos negativos (costos) producidos por la tarea a lo largo de su vida útil, idealmente para dispensar activos monetarios. (Echeverría Ruíz, 2017)

Todo lo anterior sirve para decidirse por opciones importantes: la elección de la empresa, la elección del financiamiento, en consecuencia, estoy de acuerdo con lo mencionado por la autora anteriormente.

El examen monetario es la garantía de todos los gastos, al igual que la empresa subyacente que será causada. Este es el lugar donde buscamos decidir la suma total que se requerirá para que la tarea se complete sin problemas. (Echeverría Ruíz, 2017)

Lo que se diseccionará en esta investigación es:

**1. INVERSIÓN.** Absoluta del emprendimiento, que sugiere decidir los dos tipos de emprendimientos que debe tener cada negocio continuo: interés en recursos de largo alcance (recursos fijos) y especulación momentánea (capital de trabajo).

**2. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN TOTAL.** Se debe resolver el financiamiento más adecuado para el negocio, de ahí que sea importante examinar qué tasa se prescribe para financiarse con el marco monetario y qué tasa con capital propio.

**3. Propósito DEL EQUILIBRIO,** debe calcular dónde el salario es equivalente a sumar los costos, es decir, dónde el beneficio es cero. (Echeverría Ruíz, 2017)

#### *1.2.8.5 Evaluación del proyecto*

Según (Echeverría Ruíz, 2017) esta etapa se compromete a introducir reglas de evaluación monetaria que dependan de las especulaciones, los gastos y el pago de una propuesta de riesgo dispersa a largo plazo, para formar indicadores que se completen como una razón constante, firme y sólida para la dinámica, en concordancia con lo que menciona la autora a continuación.

La evaluación monetaria desglosa explícitamente la especulación, los gastos y la paga producidos en la ejecución del emprendimiento. “Esto propone retratar las estrategias de valoración actuales que consideran la estimación del efectivo en el largo plazo, por ejemplo, el ritmo interno de retorno y el patrimonio neto presente, esta etapa permite elegir la ejecución del emprendimiento”. (Echeverría Ruíz, 2017)

Es importante crear una evaluación financiera del emprendimiento donde pueda ver y verificar si la tarea es fiscalmente plausible mediante el cálculo de algunos registros, por ejemplo:

**1. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR):** permite conocer la ganancia por el efectivo o la productividad obtenida en el emprendimiento aplicado en el emprendimiento

**2. VALOR CORRIENTE NETO (VAN):** permite conocer las rentas futuras que se inician con la especulación del emprendimiento.

**3. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI):** También en esta etapa se determina el PRI, lo que significa decidir el período de recuperación del emprendimiento.

**4. COSTO / BENEFICIO:** La ventaja / costo implica que, por cada dólar de especulación, qué monto es la devolución o ejecución. (Echeverría Ruíz, 2017)

### ***1.2.9 Punto de equilibrio***

Según (Keller, 2019) “recuperar el punto de inversión inicial (también llamado detener) es un término comercial que alude a la marca de movimiento donde el pago se acerca a los costos; es decir, al lugar de la acción donde no hay aumento ni disminución”.

### ***1.2.10 Que es una empresa***

Según (Encolombia, 2019) “la organización es la unidad social financiera donde se componen el capital, el trabajo y el directorio para hacer una creación socialmente útil, según los requerimientos del beneficio de todos. Los componentes importantes para dar forma a una organización son: capital, trabajo y activos materiales”.

### ***1.2.11 Clasificación de las empresas***

Según (Riquelme, 2020) las organizaciones se clasifican de la siguiente manera:

#### **Clasificadas por el número de colaboradores:**

- **Empresa diminuta:** se llama así porque solo tiene entre 1 y 4 colaboradores.
- **Empresa pequeña:** este tipo de organizaciones consta entre 5 y 49 colaboradores.
- **Empresa media:** ésta ya es una organización un poco más grande por lo que ocupa entre 50 y 199 colaboradores.
- **Empresa grande:** ésta ya es una empresa gigante que tiene de 200 colaboradores en adelante.

### **Empresas de actividad económica:**

- **Primarias o Extractivas:** Son aquellas que dan material crudo a diferentes negocios, por ejemplo, pesca, horticultura, persecución (caza), mal uso de bosques y canteras (explotación), etc.
- **Secundarias o Manufactureras:** Están ocupados con la creación de productos, a través del cambio de materiales crudos a través de medidas de ensamblaje, por ejemplo, energía, agua, fabricación, etc.
- **Terciarias o Comerciales:** Aquellos que se dedican a comprar y ofertar artículos terminados, como almacenes, librerías, droguerías (farmacias), supermercados, etc.
- **Financieras:** Son los expertos en el marco monetario que avanzan hacia las personas y las asociaciones. Ejemplos de estos son los bancos.
- **Las compañías de Servicio:** Están comprometidos con la organización de administraciones no materiales, como transporte, limpieza, etc.

### **Empresas por constitución de patrimonio:**

- **Públicas:** Instituciones Gubernamentales, Instituciones Autónomas, Municipios.
- **Privadas:** Aquellos que se dedican a la creación de mercancías y / o administraciones en busca de beneficio, y su capital está compuesto por compromisos de particulares.
- **Empresas Mixtas:** En el que existe un esfuerzo coordinado entre el Estado y el área privada, actuando en conjunto en la ordenación de su capital.

### **Empresas de Gestión:**

- **Independientes:** aquellos que son supervisados por sus colaboradores, es decir, son los que se destacan por las decisiones que influyen en la organización.

- **Sociedades Anónimas:** en las que las decisiones las toman las personas que se encuentran en los niveles más significativos de la organización, concentrando la autoridad sobre los activos de la organización.
- **Empresas descentralizadas:** donde la autoridad se difunde en la construcción gerencial, a través del ciclo de designación, por personas que involucran varios niveles en el orden de autoridad.
- **Hetero-gestionadas:** aquellas en las que las elecciones las hacen los individuos fuera de los ejercicios de una interacción de creación.

### *1.2.12 Qué es el comercio*

Según (Arias, 2019) “el comercio es el intercambio de mercancías y empresas entre diferentes reuniones a cambio de diversos productos y empresas de valor equivalente, o a cambio de dinero en efectivo. La fabricación de efectivo como aparato para el comercio ha funcionado extraordinariamente en el intercambio, lo que facilita que una de las reuniones entregue dinero en efectivo a cambio, en lugar de diferentes mercancías o administraciones, como en el caso de la negociación”.

### *1.2.13 Qué es una empresa comercializadora de repuestos*

Una empresa comercializadora de repuestos es una organización que se dedica a la compra y venta de repuestos sean estos: mecánicos o electrónicos; los cuales también pueden ser reparables o consumibles, esta empresa realiza actividades económicas netamente comerciales, ya que no se van a realizar actividades de producción.

### **1.3 Marco conceptual**

#### ***1.3.1 Qué es comercialización***

Según (Caurín, 2018) dice que promocionar consiste en poner a disposición de compra un artículo o administración, dándole las condiciones fundamentales de negocio para su negociación y dándole los canales de difusión que le permitan llegar al último abierto.

La publicidad implica que se deben incorporar todas las estrategias y activos esenciales para poner una administración decente o disponible para ser comprada.

#### ***1.3.2 Qué es empresa***

Según (Galán, 2019) una organización es una asociación de individuos y activos que intentan lograr una ventaja monetaria con el avance de una acción específica. Esta unidad lucrativa puede tener un individuo solitario y debe buscar beneficio y lograr una progresión de objetivos establecidos en su preparación.

Una organización es un elemento que hace ejercicios de creación o impulso y que tiene derechos y compromisos, así como produce productividad y beneficios en los tiempos de actividad.

#### ***1.3.3 Qué es factibilidad***

Según (Alegsa, 2018) factibilidad alude a la accesibilidad de los activos importantes para realizar las metas u objetivos expresados. En su mayor parte, la viabilidad se resuelve en una tarea.

La alcanzabilidad son todas las fuentes de información y los materiales que se requieren para que una tarea se realice de manera competente.

#### ***1.3.4 Qué es proyecto***

Según (Estrada, 2019) representado de manera global, un proyecto es la búsqueda de una respuesta inteligente para la metodología del tema que apunta a explicar, entre muchas, una necesidad humana.

Proyecto es atender una necesidad o problema que está disponible en un público en general, nación, localidad o ciudad.

### ***1.3.5 Qué es repuesto***

Según (Motorgiga, 2017) un repuesto es la pieza o piezas de un vehículo que se espera que sustituya a otra que tenga una capacidad comparable, elimine una deformidad o avería, o mejore la ejecución. Con todo, el término se toma como una palabra equivalente para sustitución.

Repuesto es una parte ausente o dañada de un vehículo que debe ser reemplazada.

## CAPÍTULO II

### 2 MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1 Enfoque de investigación

##### *Cualitativo*

Se empleará el análisis cualitativo para describir, evaluar e identificar los elementos necesarios para determinar la factibilidad de la puesta en marcha de la empresa comercializadora de repuestos automotrices en la ciudad de Riobamba.

#### 2.2 Nivel de investigación

##### *Exploratorio*

Se utiliza para considerar una dificultad que no está claramente caracterizada, por lo que se completa para que sea más probable obtenerla, pero sin dar resultados indiscutibles.

##### *Descriptivo*

Este trabajo intenta retratar la coyuntura actual de la comercialización de autopartes en el barrio "La Primavera" de la ciudad de Riobamba, que es una acción empresarial que se viene realizando desde hace bastante tiempo y tal y como es a partir de ahora, expandiéndose con poder, afirmando que es un negocio que es muy bien acogido por los clientes o más todo enteramente productivo.

#### 2.3 Diseño de la investigación

##### *No experimental*

Se aplica debido a que el trabajo de investigación no se lo va a llevar a cabo en un laboratorio químico, sino va a ser de campo.

##### *Transversal*

El levantamiento de datos se lo realizará en una sola ocasión mediante la realización de encuestas.

### ***Según manipulación de la variable dependiente***

Creación de una empresa comercializadora de repuestos automotrices en la ciudad de Riobamba

### ***Según manipulación de la variable independiente***

Proyecto de Factibilidad

## **2.4 Tipo de estudio-investigación**

### ***Documental***

Porque se va a plasmar documentos, encuestas, y se desarrollará el diagnóstico situacional durante el desarrollo de la tarea investigativa.

### ***De campo***

El proceso de investigación se llevará a cabo en barrio “La Primavera” de la ciudad de Riobamba.

### ***Bibliográfico***

Se emplearán distintas fuentes bibliográficas para ampliar los conocimientos acerca de proyectos de investigación.

## **2.5 Población, planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra**

### ***2.5.1 Población***

Para calcular la muestra se tomó en cuenta la población de 164.009 que conforman la PEA total de la provincia de Chimborazo, considerando que nuestra población objetivo son las personas económicamente activa (PEA) a partir de los 18 años a hasta los 65 años, sean hombres o mujeres de clase adquisitiva media en adelante, nuestra población objeto de estudio PEA está detallada en la Ilustración 2, de la cual la ciudad de Riobamba representa el 46,4% del total de la PEA de la provincia de Chimborazo que son 76.113 habitantes.

Población Económicamente Activa de 5 años y más de edad, por sectores económicos, según cantones<sup>6</sup>

Cantones	Total		Sector primario	Sector secundario	Sector terciario	No especificado	Trabajador nuevo
	Número	%					
Provincia	164.009	100,0	82.577	21.644	52.885	6.329	574
Riobamba	76.113	46,4	20.444	11.989	38.599	4.684	397
Alausí	16.503	10,1	12.934	833	2.440	269	27
Colta	20.862	12,7	16.669	726	3.223	221	23
Chambo	4.531	2,8	2.635	852	913	128	3
Chunchi	3.970	2,4	2.422	496	896	149	7
Guamote	15.819	9,6	13.594	586	1.355	232	52
Guano	16.256	9,9	7.707	4.875	3.299	333	42
Pallatanga	4.140	2,5	2.962	318	735	116	9
Penipe	2.533	1,5	1.777	237	479	36	4
Cumandá	3.282	2,0	1.433	732	946	161	10
Porcentaje por Sectores económicos Del total provincial	100,0		50,3	13,2	32,2	3,9	0,3

**Figura 2.5-1** PEA cantón Riobamba

Fuente: Cicad

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 2.5.2 Planificación

Para llevar a cabo el cálculo del tamaño de la muestra se utiliza la fórmula de poblaciones finitas, ya que si se conoce cuál es la población objeto de estudio.

#### Ecuación 2.5-1 Poblaciones finitas

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

Fuente: Google

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

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 46,4%

q = Probabilidad de que el evento no ocurra 53,6%

E = Error de estimación o error muestral 0,05

N = Población o universo de estudio 76.113

N-1 = Factor de corrección.

### 2.5.3 Selección

Para calcular nuestra población objeto de estudio se seleccionó la población económicamente activa (PEA) de la ciudad de Riobamba, es decir el 46,4% del total de la población económicamente activa de la provincia de Chimborazo que vienen a ser 76.113.

### 2.5.4 Cálculo del tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 pqN}{E^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,464)(0,536)(76.113)}{(0,05)^2 (76.113 - 1) + (1,96)^2(0,464)(0,536)}$$

$$n = \frac{72.719,98037}{191,2354213}$$

$$n = 380$$

Se debe aplicar 380 encuestas para saber qué rango de aceptación tendrá la puesta en marcha de la empresa comercializadora de repuestos automotrices en el barrio la primavera de la ciudad de Riobamba.

## 2.6 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

### 2.6.1 Método

El método empleado para el cálculo del tamaño de la muestra es el de poblaciones finitas, ya que se tiene conocimiento de la población a la que se va a aplicar la encuesta.

## **2.6.2 Técnicas**

### **2.6.2.1 Encuesta**

La encuesta se aplicará a los clientes de las mecánicas automotrices que hacen arreglar sus vehículos en dichas mecánicas en el barrio la primavera de la ciudad de Riobamba, una vez determinada la información, se analizará la misma para luego proceder a tabularla e interpretarla.

## **2.6.3 Instrumentos**

### **2.6.3.1 Cuestionario**

En el cuestionario se deben añadir preguntas abiertas y cerradas, dependiendo del tipo de investigación que se vaya a aplicar, pero en general se suele utilizar el cuestionario con preguntas cerradas para no desviar la verdadera intención por la cual se lo realiza.

## CAPÍTULO III

### 3 MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSION DE LOS RESULTADOS

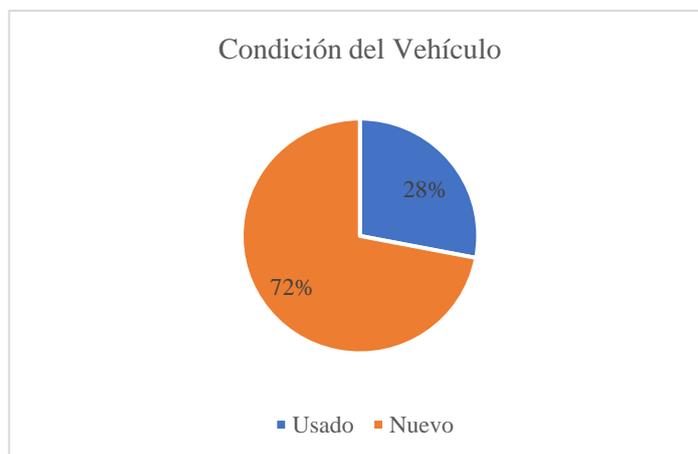
#### 3.1 Análisis e interpretación de los resultados

##### 1. ¿Su vehículo es nuevo o usado?

Número de participantes: 380

106 (28%): Nuevo

274 (72%): Usado



**Gráfico 3.1-1** Condición del vehículo

**Fuente:** Encuesta realizada

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

#### Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta realizada a los habitantes que pertenecen a la población económicamente activa de 18-65 años del barrio la primavera que poseen vehículo, de ellos: el 72% poseen vehículo usado por lo que tendrían que hacer mantenimiento cada cierto tiempo y por lo tanto acudirían a comprar los repuestos a nuestra empresa, el otro 28% poseen vehículo nuevo, los cuales no necesitarían ningún tipo de mantenimiento en un lapso de unos 5 años.

## 2. ¿De qué marca es su vehículo?

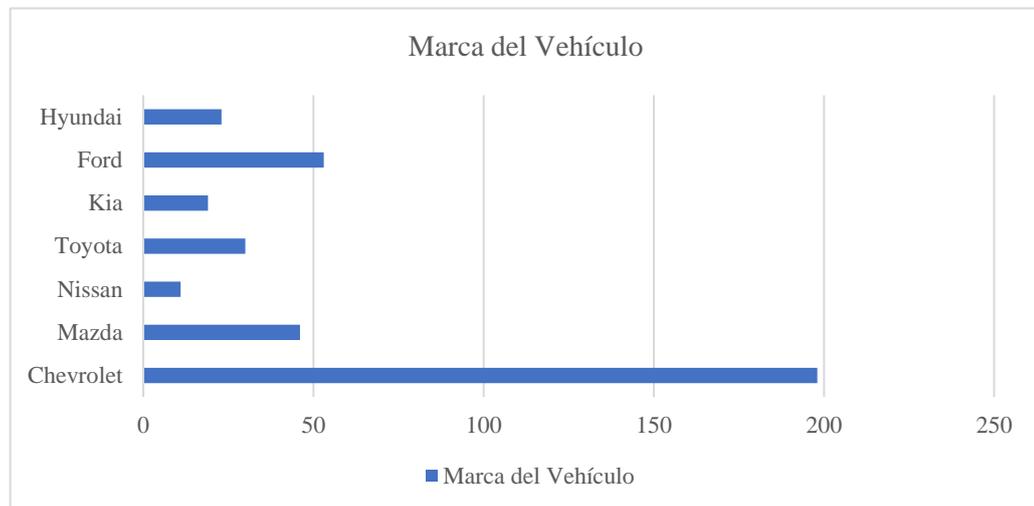
Número de participantes: 380

198 (52%): Chevrolet 46 (12%): Mazda

11 (3%): Nissan 30 (8%): Toyota

19 (5%): Kia 23 (6%): Hyundai

53 (14%): Ford



**Gráfico 3.1-2** Marca del vehículo

**Fuente:** Encuesta realizada  
**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

### Análisis

Según los datos recogidos de las encuestas la marca de carro más usada con 198 de 380 personas encuestadas es la Chevrolet, seguido del Ford con 53 personas, Mazda con 46, Toyota con 30 y Hyundai con 23, las demás marcas se usan en menor cantidad, por lo que nuestra empresa se va a centrar en tener mayor cantidad de repuestos de las marcas más usadas y menor cantidad de las marcas menos usadas.

### 3. ¿Compra usted repuestos para su vehículo?

Número de participantes: 380

323 (85%): Sí

57 (15%): No



**Gráfico 3.1-3** Decisión de compra

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

#### Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas nos muestran que el 85% de los dueños de los vehículos encuestados, adquieren los repuestos ellos mismos, mientras que el 15% dice que mandan a otras personas a comprar los repuestos para arreglar sus vehículos, esto es un punto a favor de la empresa ya que, los propios dueños al momento de adquirir los repuestos van a querer los originales ya que son de alta calidad y más duraderos, por otro lado las terceras personas que compran los repuestos van a comprar los alternos porque son más baratos.

#### 4. ¿En qué lugar adquiere usted los repuestos para su vehículo?

Número de participantes: 380

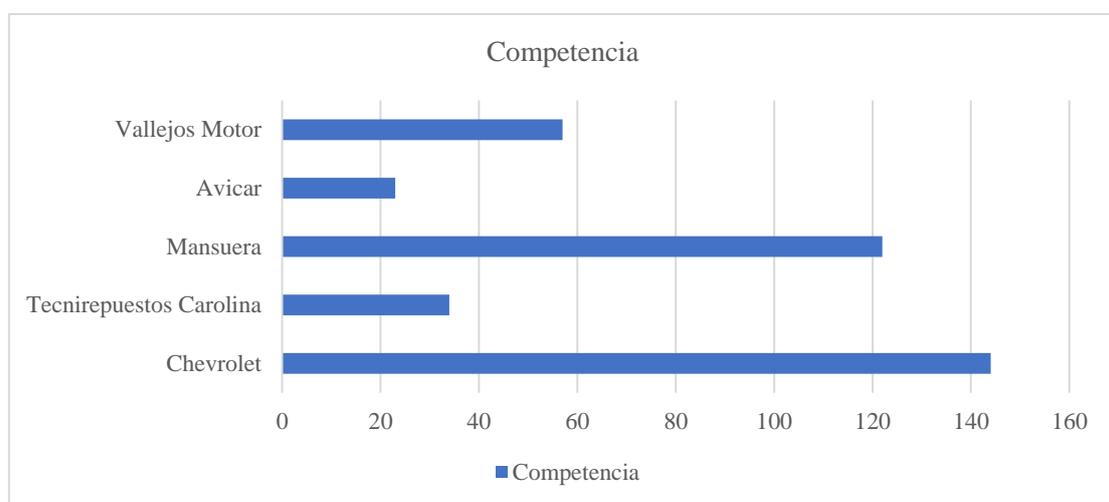
34 (9%): **Tecnirepuestos Carolina**

23 (6%): **Avicar**

144 (38%): **Chevrolet**

57 (15%): **Vallejos motor**

122 (32%): **Mansuera**



**Gráfico 3.1-4** Competencia

**Fuente:** Encuesta realizada

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

#### **Análisis**

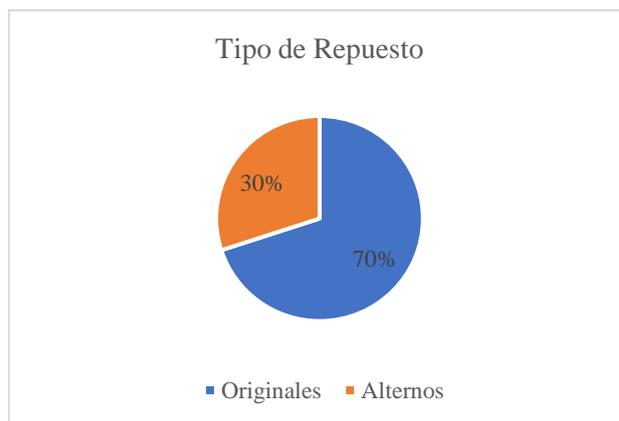
Dados los resultados de las encuestas nos dicen que 144 de los 380 encuestados adquieren los repuestos para sus vehículos en el establecimiento de la Chevrolet, otros 122 de los 380 encuestados los adquieren en el almacén de repuestos Mansuera, otros 57 de los 380 encuestados los adquiere en el tecnicentro Vallejos Motor, el resto: 34 en Tecnirepuestos Carolina y 23 adquieren en Avicar, por lo que los tres primeros centros de comercialización de repuestos vehiculares antes mencionados serían mis principales competencias, los demás centros no serían rivales fuertes.

## 5. ¿Al momento de adquirir los repuestos usted prefiere?

Número de participantes: 380

266 (70%): **Originales**

114 (30%): **Alternos**



**Gráfico 3.1-5** Tipo de repuesto

**Fuente:** Encuesta realizada

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

### Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas el 70% de los encuestados prefiere comprar repuestos originales para sus vehículos y el otro 30% prefiere los alternos, por lo tanto, nuestra empresa adquirirá más repuestos originales y los alternos también habrá en stock, pero en menor cantidad.

## 6. ¿De qué año es su vehículo?

Número de participantes: 380

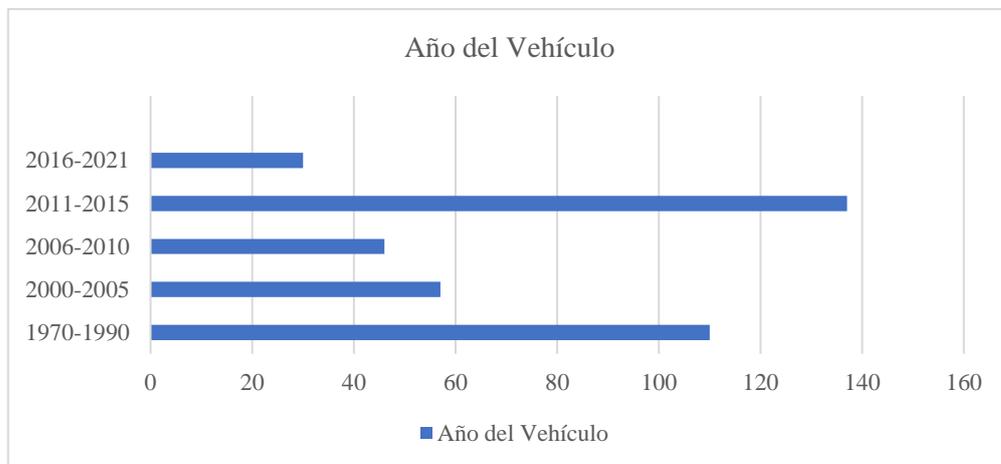
110 (29%): 1970-1990

57 (15%): 2000-2005

46 (12%): 2006-2010

137 (36%): 2011-2015

30 (8%): 2016-2021



**Gráfico 3.1-6** Año del vehículo

**Fuente:** Encuesta realizada

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

### Análisis

Mediante los resultados obtenidos de las encuestas se determina que la empresa debe tener en stock repuestos para los vehículos desde el año 1970 en adelante hasta los más modernos, ya que las respuestas de los encuestados en porcentajes están muy parejas, también se adquirirá repuestos de años anteriores a los mencionados pero en menor cantidad, porque queremos ser una empresa de alta calidad en el servicio al cliente y no queremos que nos falte mercadería a la hora que el cliente quiera adquirir un repuesto de años anteriores a los ya mencionados.

## 7. ¿Qué tipo de vehículo posee?

Número de participantes: 380

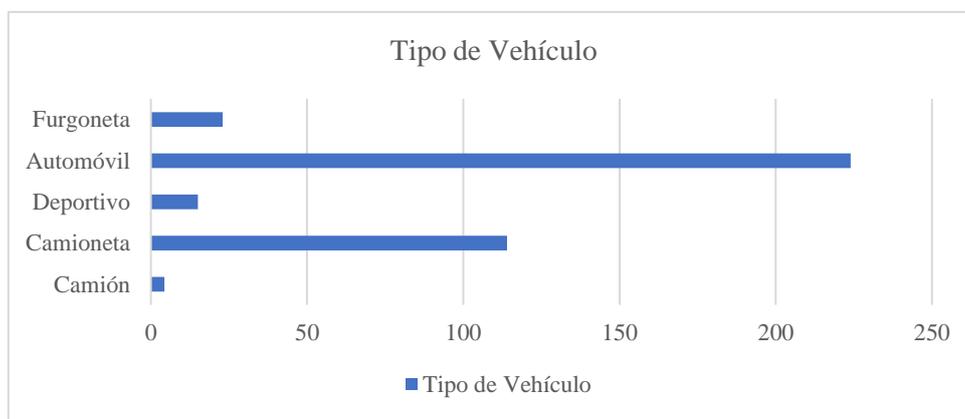
224 (59%): Automóvil

114 (30%): Camioneta

23 (6%): Furgoneta

15 (4%): Deportivo

4 (1%): Camión



**Gráfico 3.1-7** Tipo de vehículo

**Fuente:** Encuesta realizada

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

### Análisis

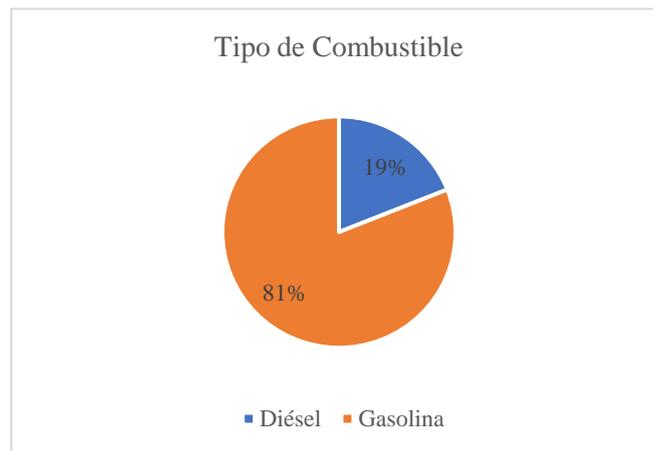
En concordancia con los resultados obtenidos en las encuestas se determina que 224 personas de los encuestados poseen automóvil, 114 personas poseen camioneta y el resto de los encuestados poseen otro tipo de vehículos, por lo que, se adquirirá en mayor cantidad los repuestos para automóviles y camionetas y en menor cantidad los repuestos para los demás tipos de vehículos.

## 8. ¿Qué tipo de combustible usa su vehículo?

Número de participantes: 380

72 (19%): Diésel

308 (81%): Gasolina



**Gráfico 3.1-8** Tipo de combustible

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### Análisis

Según los resultados obtenidos en las encuestas, el 81% de los encuestados posee vehículo a gasolina y el otro 19% poseen vehículo a diésel, por lo tanto, se comercializarán repuestos en mayor cantidad de los vehículos a gasolina y en menor cantidad de los vehículos a diésel.

**9. ¿Conoce usted una empresa en el barrio La Primavera que comercialice una gama completa de repuestos y a precios accesibles?**

Número de participantes: 380

53 (14%): Sí

327 (86%): No



**Gráfico 3.1-9** Empresas similares en el sector

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

**Análisis**

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas el 86% de los encuestados no conoce una empresa cercana en el barrio la primavera que comercialice repuestos automotrices, el otro 14% dice que, si conoce una empresa en el sector que comercializa repuestos automotrices, por lo tanto, nuestra empresa será la principal comercializadora de autopartes en el sector.

**10. ¿Le gustaría que en el barrio La Primavera hubiera una empresa que comercialice una gama completa de repuestos para vehículos y a precios cómodos?**

Número de participantes: 380

372 (98%): **Sí**

8 (2%): **No**



**Gráfico 3.1-10** Aceptación de la empresa

Fuente: Encuesta realizada  
Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

**Análisis**

Mediante los resultados obtenidos en las encuestas se determina que, al 98% de los encuestados les gustaría que hubiese en el barrio la primavera una empresa que comercialice una alta gama de repuestos vehiculares y a precios accesibles, mientras que al 2% no les gustaría que hubiese una empresa comercializadora de autopartes en el barrio, por lo tanto, nuestra empresa si tendrá alta acogida de los habitantes del barrio que poseen vehículos.

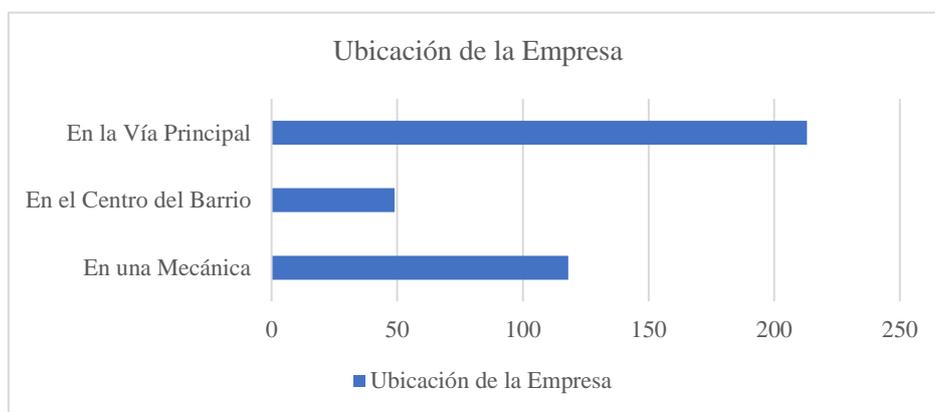
### 11. ¿Dónde le gustaría que se ubique la empresa comercializadora de repuestos automotrices?

Número de participantes: 380

118 (31%): En una mecánica

49 (13%): En el centro del barrio

213 (56%): En la vía principal



**Gráfico 3.1-11** Ubicación de la empresa

**Fuente:** Encuesta realizada

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

### Análisis

Según los resultados obtenidos en las encuestas 213 de los encuestados pidió que la empresa se situara en la vía principal del barrio la primavera, 118 dijo que quiere que se sitúe en una mecánica y 49 pidieron que se sitúe en el centro del barrio, por lo tanto, la empresa será ubicada en la vía principal del barrio a pedido de la mayoría de los encuestados.

**12. ¿Compraría los repuestos para su vehículo en mi empresa ubicada en el barrio La Primavera de la ciudad de Riobamba?**

Número de participantes: 380

369 (97%): Sí

11 (3%): No



**Gráfico 3.1-12** Aceptación de comprar repuestos en la empresa

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

**Análisis**

Mediante los resultados obtenidos en las encuestas se determina que, el 97% de los encuestados sí comprarían los repuestos para sus vehículos en nuestra empresa y solo el 3% dijo que no compraría en nuestra empresa, por lo tanto, en base a la acogida que tiene nuestro proyecto, si será rentable poner en marcha la empresa en el barrio la primavera de la ciudad de Riobamba.

### **3.2 Discusión de los resultados**

En la investigación presente se desarrolló la siguiente idea a defender.

El estudio de factibilidad aportará información necesaria para la creación de la empresa AUTOREPUESTOS ALEN S. A. en la ciudad de Riobamba.

La investigación de campo aplicado en el sector el barrio la primavera de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, ayudó a defender la idea planteada inicialmente.

Se comprobó que, en el sector el barrio la primavera de la ciudad de Riobamba, no existen empresas que comercialicen autopartes de vehículos, además de la falta de preparación en el área comercial por parte de los dueños de las mecánicas de alrededor.

Una vez analizado los resultados, se puede determinar la existencia de una demanda insatisfecha, la cual apoyará y posiblemente dará viabilidad a la presente investigación, cabe mencionar, que un estudio de factibilidad calcula el riesgo que tomará el inversionista al implementar su proyecto, dicho estudio lo plantearé a continuación, el cual posee los elementos de juicio económico-financiero, técnico, administrativo y de mercado necesarios para la justificación de la aceptación o el rechazo del proyecto.

### **3.3 Estudio económico-financiero**

La empresa ALEN realiza el estudio económico-financiero para conocer el monto de inversión inicial con el que debe contar para iniciar sus actividades de acuerdo al giro del negocio, también para conocer las ventas proyectadas que tendrá en los próximos cinco años de su inicio de actividades, así como sus estados financieros para analizar cuando retornará la inversión realizada en la empresa.

#### **3.3.1 *Inversión***

Las inversiones que la empresa ALEN realizará serán en activos fijos para el comienzo de las actividades comerciales de la empresa y que se van a usar para el giro del negocio.

**Tabla 3.3-1** Inversión inicial

INVERSIONES		INICIO ACTIVIDAD
<b>ACTIVO NO CORRIENTE (A)</b>		
TERRENO		70.000,00
MUEBLES Y ENSERES		2.000,00
EQUIPOS DE COMPUTO		1.500,00
EDIFICIOS		40.000,00
VEHICULOS		15.000,00
EQUIPO DE OFICINA		800,00
<b>TOTAL, NO CORRIENTE</b>		<b>129.300,00</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE (B)</b>		
Existencias iniciales		
Tesorería (Caja Bancos)		10.000,00
<b>TOTAL, CORRIENTE</b>		<b>10.000,00</b>
<b>TOTAL, INVERSIÓN (A + B)</b>		<b>139.300,00</b>

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.3.2 Financiación

La empresa hará un préstamo por \$4.300 en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba Ltda. A un plazo de 3 años con una tasa de interés del 11% anual, el monto del préstamo será usado para la adquisición de los activos para comenzar las actividades de la empresa.

**Tabla 3.3-2** Financiación

FINANCIACIÓN		INICIO ACTIVIDAD
<b>RECURSOS PROPIOS</b>		135.000,00
<b>PRESTAMOS</b>		4.300,00
Condiciones	Tipo de interés	11%
	Años	3
<b>TOTAL FINANCIACIÓN</b>		<b>139.300,00</b>

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

**Tabla 3.3-3** Tabla de amortización del préstamo

Número de Cuota	CUOTA A PAGAR	INTERÉS	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL VIVO
0				\$ 4.300,00
1	\$ 140,78	\$ 39,42	\$ 101,36	\$ 4.198,64
2	\$ 140,78	\$ 38,49	\$ 102,29	\$ 4.096,35
3	\$ 140,78	\$ 37,55	\$ 103,23	\$ 3.993,12
4	\$ 140,78	\$ 36,60	\$ 104,17	\$ 3.888,95
5	\$ 140,78	\$ 35,65	\$ 105,13	\$ 3.783,82
6	\$ 140,78	\$ 34,69	\$ 106,09	\$ 3.677,73
7	\$ 140,78	\$ 33,71	\$ 107,06	\$ 3.570,67
8	\$ 140,78	\$ 32,73	\$ 108,05	\$ 3.462,62
9	\$ 140,78	\$ 31,74	\$ 109,04	\$ 3.353,59
10	\$ 140,78	\$ 30,74	\$ 110,04	\$ 3.243,55
11	\$ 140,78	\$ 29,73	\$ 111,04	\$ 3.132,51
12	\$ 140,78	\$ 28,71	\$ 112,06	\$ 3.020,45
13	\$ 140,78	\$ 27,69	\$ 113,09	\$ 2.907,36
14	\$ 140,78	\$ 26,65	\$ 114,13	\$ 2.793,23
15	\$ 140,78	\$ 25,60	\$ 115,17	\$ 2.678,06
16	\$ 140,78	\$ 24,55	\$ 116,23	\$ 2.561,83
17	\$ 140,78	\$ 23,48	\$ 117,29	\$ 2.444,54
18	\$ 140,78	\$ 22,41	\$ 118,37	\$ 2.326,17
19	\$ 140,78	\$ 21,32	\$ 119,45	\$ 2.206,72
20	\$ 140,78	\$ 20,23	\$ 120,55	\$ 2.086,17
21	\$ 140,78	\$ 19,12	\$ 121,65	\$ 1.964,52
22	\$ 140,78	\$ 18,01	\$ 122,77	\$ 1.841,75
23	\$ 140,78	\$ 16,88	\$ 123,89	\$ 1.717,85
24	\$ 140,78	\$ 15,75	\$ 125,03	\$ 1.592,82
25	\$ 140,78	\$ 14,60	\$ 126,18	\$ 1.466,65
26	\$ 140,78	\$ 13,44	\$ 127,33	\$ 1.339,32
27	\$ 140,78	\$ 12,28	\$ 128,50	\$ 1.210,82
28	\$ 140,78	\$ 11,10	\$ 129,68	\$ 1.081,14
29	\$ 140,78	\$ 9,91	\$ 130,87	\$ 950,27
30	\$ 140,78	\$ 8,71	\$ 132,07	\$ 818,21
31	\$ 140,78	\$ 7,50	\$ 133,28	\$ 684,93
32	\$ 140,78	\$ 6,28	\$ 134,50	\$ 550,43
33	\$ 140,78	\$ 5,05	\$ 135,73	\$ 414,70
34	\$ 140,78	\$ 3,80	\$ 136,98	\$ 277,73
35	\$ 140,78	\$ 2,55	\$ 138,23	\$ 139,50
36	\$ 140,78	\$ 1,28	\$ 139,50	\$ 0,00

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.3.3 Gastos

En los gastos que incurrirá la empresa para el desarrollo de sus actividades será en: sueldos y salarios, servicios básicos, entre otros gastos necesarios.

Los sueldos de los colaboradores se pagarán de acuerdo con la tabla sectorial y se arma la nómina de acuerdo con el personal mencionado en el organigrama estructural de la empresa.

**Tabla 3.3-4** Gasto sueldos

N°	CARGO	SALARIO	APORTE PATRONAL 11,15%	XIII SUELDO	XIV SUELDO	TOTAL
1	Presidente	\$ 2.000,00	223,00	166,67	33,33	2.423,00
2	Gerente	\$ 1.500,00	167,25	125,00	33,33	1.825,58
3	Secretaria	\$ 410	45,72	34,17	33,33	523,22
5	Jefe de Marketing	\$ 415	46,27	34,58	33,33	529,19
6	Jefe Administrativo	\$ 420	46,83	35,00	33,33	535,16
7	Jefe Financiero	\$ 420	46,83	35,00	33,33	535,16
8	Vendedor/a	\$ 400	44,60	33,33	33,33	511,27
9	Bodeguero	\$ 400	44,60	33,33	33,33	511,27
10	TOTAL	\$ 5.965,00	665,10	497,08	266,67	7.393,85

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

El abogado cobra por honorarios

**Tabla 3.3-5** Honorarios del abogado

N°	CARGO	N° DÍAS TRABAJADOS	HORAS DIARIAS	TOTAL HORAS TRAB.	VALOR X HORA	HONORARIOS
1	Abogado	5	8	40	\$ 36,68	\$ 1.467,13

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

**Tabla 3.3-6** Total salarios a pagar

TOTAL A PAGAR X SALARIOS
\$ 8.860,98

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

En los gastos de ventas la empresa incurrirá en gastos de publicidad y propaganda, el cual tendrá un costo de \$250 mensuales y tendrá un incremento de un 5% anual.

**Tabla 3.3-7** Gasto de ventas

Descripción	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Publicidad	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$ 3.646,52	\$ 16.576,89

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

**Tabla 3.3-8** Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Electricidad	50,00	600,00	609,00	618,14	627,41	636,82
Teléfono	25,00	300,00	304,50	309,07	313,70	318,41
Internet	27,00	324,00	328,86	333,79	338,80	343,88
Insumos y Suministros	40,00	480,00	487,20	494,51	501,93	509,45
Agua Potable	25,00	300,00	304,50	309,07	313,70	318,41
Seguros	50,00	600,00	609,00	618,14	627,41	636,82
Permiso de funcionamiento	50,00	600,00	609,00	618,14	627,41	636,82
Publicidad	250,00	3.000,00	3.045,00	3.090,68	3.137,04	3.184,09
Subida media anual en %	1,50%					
<b>TOTAL GASTOS ADMIN.</b>		<b>6.204,00</b>	<b>6.297,06</b>	<b>6.391,52</b>	<b>6.487,39</b>	<b>6.584,70</b>

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.3.4 *Inventario de productos*

Para comenzar nuestra actividad comercial se determinó que se debe iniciar con el siguiente inventario, una de las partes más importantes donde este será almacenado en bodega y receiptado por la persona encargada.

Para iniciar las actividades comerciales de la empresa se adquirirán únicamente repuestos en marca Chevrolet ya que, esta marca fue la más solicitada por los encuestados.

**Tabla 3.3-9** Inventario de productos

Ítem	Descripción	Cantidad	Precio	TOTAL
1	Juego de Pistones y Rines	3	\$ 98,00	\$ 294,00
2	Juego de Rines Estándar	4	\$ 20,00	\$ 80,00
3	Chapa Biela Estándar/0.25+	6	\$ 12,00	\$ 72,00
4	Chapa Bancada Estándar/0.25+	6	\$ 22,00	\$ 132,00
5	Juego Media Luna Cigüeñal	5	\$ 12,00	\$ 60,00
6	Filtro Combustible	7	\$ 4,00	\$ 28,00
7	Inyector Combustible	8	\$ 22,00	\$ 176,00
8	Bomba Combustible Comp.	6	\$ 100,00	\$ 600,00
9	Válvula Presión Combustible	5	\$ 18,00	\$ 90,00

10	Boya Gasolina	5	\$ 24,00	\$ 120,00
11	Ruliman Cono	6	\$ 30,00	\$ 180,00
12	Rulimanes Diferenciales	6	\$ 18,00	\$ 108,00
13	Reten Mando	7	\$ 4,00	\$ 28,00
14	Sincronizadores 1y2, 3y4, -5	8	\$ 16,00	\$ 128,00
15	Empaque Caja Cambio	7	\$ 8,00	\$ 56,00
16	Amortiguador Delantero	6	\$ 28,00	\$ 168,00
17	Base Amortiguador	10	\$ 8,50	\$ 85,00
18	Kit Tope Y Caucho Delantero	6	\$ 4,50	\$ 27,00
19	Platillo Superior	9	\$ 5,00	\$ 45,00
20	Platillo Inferior	8	\$ 6,00	\$ 48,00
21	Amortiguador Posterior	6	\$ 26,00	\$ 156,00
22	Cauchos Posterior	5	\$ 12,00	\$ 60,00
23	Kit Tope Y Caucho Post	6	\$ 6,00	\$ 36,00
24	Bocín Puente Posterior	6	\$ 4,00	\$ 24,00
25	Espirales Posteriores	5	\$ 20,00	\$ 100,00
26	Kit De Embrague	6	\$ 67,00	\$ 402,00
27	Cable De Embrague	5	\$ 10,00	\$ 50,00
28	Canilla De Embrague	4	\$ 12,00	\$ 48,00
29	Cuchareta De Embrague	6	\$ 10,00	\$ 60,00
30	Ruliman Embrague	5	\$ 14,00	\$ 70,00
31	Palanca De Cambio	5	\$ 9,50	\$ 47,50
32	Kit Bocines Palanca	6	\$ 4,00	\$ 24,00
33	Base Palanca Cambio	5	\$ 7,00	\$ 35,00
34	Perilla Palanca Cambio	5	\$ 5,00	\$ 25,00
35	Varilla De Cambios	5	\$ 10,00	\$ 50,00
36	Guardafangos Delanteros	6	\$ 45,00	\$ 270,00
37	Parachoques Delantero	5	\$ 48,00	\$ 240,00
38	Parachoques Posterior	5	\$ 40,00	\$ 200,00
39	Faros Delanteros	6	\$ 35,00	\$ 210,00
40	Capot Delantero	7	\$ 160,00	\$1.120,00
41	Bomba De Agua	6	\$ 16,98	\$ 101,88
42	Base De Motor	12	\$ 4,60	\$ 55,20
43	Luz De Parqueo	5	\$ 9,80	\$ 49,00
44	Buje De Mesa	8	\$ 2,50	\$ 20,00
45	Puente Posterior	6	\$ 3,50	\$ 21,00
46	Cable De Acelerador	6	\$ 5,36	\$ 32,16
47	Caucho De Barra	8	\$ 1,34	\$ 10,72
48	Depósito De Agua	5	\$ 12,00	\$ 60,00
49	Emblema	4	\$ 4,00	\$ 16,00
50	Empaque Tapa Válvula	10	\$ 2,00	\$ 20,00
<b>51</b>	<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>\$1.066,58</b>	<b>\$6.138,46</b>

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.3.5 Costo promedio por repuesto

El costo promedio por cada repuesto se saca dividiendo el número total de repuesto a adquirirse por mes para el valor total de los repuestos, estos costos son mensuales.

#### Ecuación 3.3-1 Costo promedio por repuesto

$$x = \frac{a1}{a2}$$

$$x = \frac{\$6.138,46}{307}$$

$$x = \$19,99$$

Fuente: Google

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.3.6 Costos de venta

La proyección de las unidades a adquirir al año para sacar los costos de ventas se la hizo para el primer año de acuerdo con el inventario de productos y para el costo promedio de los repuestos se hizo de la misma manera, para los demás años se hizo de acuerdo con la tasa de crecimiento del parque automotor en el Ecuador que según (Secretaría de Movilidad, 2020) “el crecimiento del parque automotor en los últimos 10 años registra un promedio de 7,5% anual”; tanto para las unidades como para los costos se tomó esta tasa.

**Tabla 3.3-10** Costos de venta

COSTOS DE VENTA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades estimadas al año	3.684	3.960	4.257	4.577	4.920
Costo Promedio de Repuestos	\$ 19,99	\$ 21,49	\$ 23,10	\$ 24,83	\$ 26,70
<b>TOTAL, ANUAL</b>	<b>\$73.643,16</b>	<b>\$85.103,88</b>	<b>\$ 98.348,17</b>	<b>\$113.653,60</b>	<b>\$131.340,94</b>
<b>PRESUPUESTO DE SUELDOS</b>					
Sueldos	\$ 8.860,98	\$ 8.860,98	\$ 8.860,98	\$ 8.860,98	\$ 8.860,98
<b>TOTAL, SUELSOS ANUALES</b>	<b>\$ 8.860,98</b>	<b>\$ 8.860,98</b>	<b>\$ 8.860,98</b>	<b>\$ 8.860,98</b>	<b>\$ 8.860,98</b>
<b>PRESUPUESTO DE COSTOS FIJOS</b>					
Energía Eléctrica	\$ 600,00	\$ 609,00	\$ 618,14	\$ 627,41	\$ 636,82
Agua	\$ 300,00	\$ 304,50	\$ 309,07	\$ 313,70	\$ 318,41
Mantenimiento del área de trabajo	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Depreciaciones	\$ 706,50	\$ 706,50	\$ 706,50	\$ 706,50	\$ 706,50
<b>TOTAL, COSTOS FIJOS ANUALES</b>	<b>\$ 1.806,50</b>	<b>\$ 1.820,00</b>	<b>\$ 1.833,71</b>	<b>\$ 1.847,61</b>	<b>\$ 1.861,73</b>
<b>TOTAL, COSTOS DE ADQUISICIÓN</b>	<b>\$84.310,64</b>	<b>\$95.784,86</b>	<b>\$109.042,86</b>	<b>\$124.362,19</b>	<b>\$142.063,65</b>

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.3.7 Precio de venta

El precio de venta se obtiene mediante el Costo Promedio de cada repuesto y se le suma un margen de rentabilidad del 35%.

**Tabla 3.3-11** Precio de venta

Precio de Venta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Promedio de Repuestos+35% de Rentabilidad	\$ 26,99	\$ 29,01	\$ 31,19	\$ 33,53	\$ 36,04

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.3.8 Muebles y enseres

Para que la empresa comience sus actividades correctamente necesitamos conseguir muebles y enseres, los cuales se detallan a continuación:

**Tabla 3.3-12** Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	TOTAL
Escritorio	3	\$ 200,00	\$ 600,00
Silla	5	\$ 45,00	\$ 225,00
Archivador	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Perchas	4	\$ 225,00	\$ 900,00
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>\$ 570,00</b>	<b>\$1.825,00</b>

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.3.9 Equipo de oficina

Este activo tiene un rol muy importante porque se necesita para realizar los pedidos a proveedores y para atención al cliente.

**Tabla 3.3-13** Equipo de oficina

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	TOTAL
Teléfonos	2	\$ 60,00	\$ 120,00

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.3.10 Equipo de cómputo

Al adquirir este activo beneficia al área administrativa para que lleven todo organizado, y todo quede registrado en el sistema como es la entrada y salida de inventario.

**Tabla 3.3-14** Equipo de cómputo

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	TOTAL
Computadores	3	\$ 500,00	\$1.500,00

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.3.11 Presupuesto suministros de oficina

Los suministros de oficina son muy importantes para que el área administrativa funcione bien.

**Tabla 3.3-15** Suministros de oficina

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	TOTAL
Perforadora	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Tijeras	2	\$ 1,40	\$ 2,80
Grapadoras	2	\$ 2,60	\$ 5,20
Sellos	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Calculadoras	2	\$ 10,00	\$ 20,00
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>\$ 19,00</b>	<b>\$ 38,00</b>

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.3.12 Depreciaciones

El activo se deteriora a través del tiempo y se debe realizar su respectiva depreciación así se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 3.3-16** Depreciaciones

ACTIVO NO CORRIENTE	Cantidad	Valor	Valor Total	Vida Útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Equipo de Oficina	2	\$ 60,00	\$ 120,00	5	\$ 24,00	\$ 2,00
Equipo de Cómputo	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00	3	\$ 500,00	\$ 41,67
Muebles y Enseres	1	\$1.825,00	\$ 1.825,00	10	\$ 182,50	\$ 15,21
<b>TOTAL, DEPRECIACIÓN</b>	<b>6</b>	<b>\$2.385,00</b>	<b>\$ 3.445,00</b>	<b>18</b>	<b>\$ 706,50</b>	<b>\$ 58,88</b>

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.3.13 Estado de resultados proyectado

Los estados de resultados presentados por la empresa son proyectados, ya que como no está realizando ninguna actividad todavía, no posee valores reales.

**Tabla 3.3-17** Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$99.431,16	\$114.888,30	\$132.785,89	\$153.454,13	\$177.312,05
(-) Costo de Ventas	\$ 84.310,64	\$95.784,86	\$109.042,86	\$124.362,19	\$142.063,65
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>\$15.120,52</b>	<b>\$19.103,45</b>	<b>\$23.743,03</b>	<b>\$29.091,93</b>	<b>\$35.248,40</b>
(-) Gastos Administrativos	6.204,00	6.297,06	6.391,52	6.487,39	6.584,70
(-) Gastos de Ventas	\$3.000,00	\$3.150,00	\$3.307,50	\$3.472,88	\$3.646,52
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>\$5.916,52</b>	<b>\$9.656,39</b>	<b>\$14.044,01</b>	<b>\$19.131,66</b>	<b>\$25.017,18</b>
(-) Gastos Financieros	\$ 1.433,33	\$ 1.433,33	\$ 1.433,33	\$ -	\$ -
<b>(=) Utilidad antes de Participaciones</b>	<b>\$4.483,19</b>	<b>\$8.223,06</b>	<b>\$12.610,68</b>	<b>\$19.131,66</b>	<b>\$25.017,18</b>
(-) 15% Participación Trabajadores	\$672,48	\$1.233,46	\$1.891,60	\$2.869,75	\$3.752,58
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$3.810,71</b>	<b>\$6.989,60</b>	<b>\$10.719,08</b>	<b>\$16.261,91</b>	<b>\$21.264,60</b>
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$952,68	\$1.747,40	\$2.679,77	\$4.065,48	\$5.316,15
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>\$2.858,03</b>	<b>\$5.242,20</b>	<b>\$8.039,31</b>	<b>\$12.196,44</b>	<b>\$15.948,45</b>

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.3.14 Flujos de caja proyectados

En la siguiente tabla se muestra los flujos de caja proyectados a 5 años, los cuales muestran las entradas y salidas de efectivo.

**Tabla 3.3-18** Flujos de caja

FLUJO DE CAJA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad antes de Impuestos y Participaciones		\$4.483,19	\$8.223,06	\$12.610,68	\$19.131,66	\$25.017,18
Pago Participación de Trabajadores		\$-672,48	\$-1.233,46	\$-1.891,60	\$-2.869,75	\$-3.752,58
Pago Impuesto a la Renta		\$-952,68	\$-1.747,40	\$-2.679,77	\$-4.065,48	\$-5.316,15
<b>EFFECTIVO NETO</b>		<b>\$2.858,03</b>	<b>\$5.242,20</b>	<b>\$8.039,31</b>	<b>\$12.196,44</b>	<b>\$15.948,45</b>
(+) Depreciaciones		\$ 706,50	\$ 741,83	\$ 778,92	\$ 817,86	\$ 858,76
(+) Aporte Accionistas	\$ 125.000,00					
(+) Préstamo concedido	\$ 4.300,00	\$ 1.433,33	\$ 1.433,33	\$ 1.433,33		
<b>FLUJO NETO DEL PERÍODO</b>	<b>\$ 129.300,00</b>	<b>\$2.131,20</b>	<b>\$4.550,69</b>	<b>\$7.384,90</b>	<b>\$13.014,30</b>	<b>\$16.807,21</b>
(+) Saldo Inicial	\$ 10.000,00	\$139.300,00	\$141.431,20	\$145.981,90	\$153.366,79	\$166.381,09
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>\$ 139.300,00</b>	<b>\$141.431,20</b>	<b>\$145.981,90</b>	<b>\$153.366,79</b>	<b>\$166.381,09</b>	<b>\$183.188,30</b>

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.3.15 Balance general

El balance general nos muestra las cuentas de activo de la empresa, ya que el pasivo y patrimonio aún no se constituye porque la empresa aun no realiza actividades comerciales.

**Tabla 3.3-19** Balance general

BALANCE PREVISIONAL	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>						
Inventario		\$ 73.643,16	\$ 85.103,88	\$ 98.348,17	\$113.653,60	\$131.340,94
(-) Depreciaciones		\$ 706,50	\$ 741,83	\$ 778,92	\$ 817,86	\$ 858,76
Tesorería	\$ 139.300,00	\$141.431,20	\$145.981,90	\$153.366,79	\$166.381,09	\$183.188,30
<b>TOTAL, ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 139.300,00</b>	<b>\$214.367,86</b>	<b>\$230.343,95</b>	<b>\$250.936,04</b>	<b>\$279.216,83</b>	<b>\$313.670,49</b>
<b>TOTAL, ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL, ACTIVO</b>	<b>\$ 139.300,00</b>	<b>\$214.367,86</b>	<b>\$230.343,95</b>	<b>\$250.936,04</b>	<b>\$279.216,83</b>	<b>\$313.670,49</b>
<b>PASIVO</b>						
Recursos propios	\$ 135.000,00	\$135.000,00	\$135.000,00	\$135.000,00	\$135.000,00	\$135.000,00
Prestamos	\$ 4.300,00	\$ 1.433,33	\$ 1.433,33	\$ 1.433,33	\$ -	\$ -
<b>TOTAL, NO CORRIENTE</b>	<b>\$ 139.300,00</b>	<b>\$136.433,33</b>	<b>\$136.433,33</b>	<b>\$136.433,33</b>	<b>\$135.000,00</b>	<b>\$135.000,00</b>
<b>TOTAL, CORRIENTE</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL, PASIVO</b>	<b>\$ 139.300,00</b>	<b>\$136.433,33</b>	<b>\$136.433,33</b>	<b>\$136.433,33</b>	<b>\$135.000,00</b>	<b>\$135.000,00</b>

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.3.16 Análisis de sensibilidad

Este análisis permite conocer si la empresa al comenzar sus actividades comerciales será rentable o no y permite conocer desde cuando se empieza a recuperar la inversión.

**Tabla 3.3-20** Análisis de sensibilidad

<b>ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD</b>						
	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Inversión Total	\$ -139.300,00					
Ventas		\$99.431,16	\$114.888,30	\$132.785,89	\$153.454,13	\$177.312,05
(-) Costo de Ventas		\$ 84.310,64	\$ 95.784,86	\$109.042,86	\$124.362,19	\$142.063,65
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>		<b>\$15.120,52</b>	<b>\$19.103,45</b>	<b>\$23.743,03</b>	<b>\$29.091,93</b>	<b>\$35.248,40</b>
(-) Gastos Administrativos		6.204,00	6.297,06	6.391,52	6.487,39	6.584,70
(-) Gastos de Ventas		\$3.000,00	\$3.150,00	\$3.307,50	\$3.472,88	\$3.646,52
<b>(=) Utilidad Operacional</b>		<b>\$5.916,52</b>	<b>\$9.656,39</b>	<b>\$14.044,01</b>	<b>\$19.131,66</b>	<b>\$25.017,18</b>
(-) Gastos Financieros		\$ 1.433,33	\$ 1.433,33	\$ 1.433,33	\$ -	\$ -
<b>(=) Utilidad antes de Participaciones</b>		<b>\$4.483,19</b>	<b>\$8.223,06</b>	<b>\$12.610,68</b>	<b>\$19.131,66</b>	<b>\$25.017,18</b>
(-) 15% Participación Trabajadores		\$672,48	\$1.233,46	\$1.891,60	\$2.869,75	\$3.752,58
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>		<b>\$3.810,71</b>	<b>\$6.989,60</b>	<b>\$10.719,08</b>	<b>\$16.261,91</b>	<b>\$21.264,60</b>
(-) 25% Impuesto a la Renta		\$952,68	\$1.747,40	\$2.679,77	\$4.065,48	\$5.316,15
<b>(=) Utilidad Neta</b>		<b>\$2.858,03</b>	<b>\$5.242,20</b>	<b>\$8.039,31</b>	<b>\$12.196,44</b>	<b>\$15.948,45</b>
(+) Depreciación		\$ 706,50	\$ 741,83	\$ 778,92	\$ 817,86	\$ 858,76
<b>(=) Flujo Neto del Período</b>	<b>\$ -139.300,00</b>	<b>\$2.151,53</b>	<b>\$4.500,37</b>	<b>\$7.260,39</b>	<b>\$11.378,57</b>	<b>\$15.089,70</b>

Fuente: Hoja de Excel  
Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.3.17 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se lo calcula de acuerdo con los valores unitarios de cada repuesto que se va a adquirir.

**Tabla 3.3-21** Punto de equilibrio

Costos Fijos	\$1.806,50
Costo Variable Unitario	\$ 19,99
Precio de Venta Unitario	\$26,99

Fuente: Hoja de Excel  
Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### Ecuación 3.3-2 Punto de equilibrio

$$P.E.Q = \frac{\text{Costo Fijos}}{PV - CVU}$$

$$P.E.Q = \frac{\$1.806,50}{\$26,99 - \$19,99}$$

Fuente: Google  
Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

P.E.Q al mes = 258

P.E.Q al año = 3097

### 3.3.18 Evaluación del proyecto

Mediante la evaluación del proyecto se comprueba que la empresa será o no rentable al ponerla en marcha.

#### Cálculo del VAN y TIR

**Tabla 3.3-22** Flujos netos del período

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	\$ 139.300,00					
<b>(=) Utilidad antes de Participaciones</b>		<b>\$4.483,19</b>	<b>\$8.223,06</b>	<b>\$12.610,68</b>	<b>\$19.131,66</b>	<b>\$25.017,18</b>
(-) 15% Participación Trabajadores		\$672,48	\$1.233,46	\$1.891,60	\$2.869,75	\$3.752,58
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>		<b>\$3.810,71</b>	<b>\$6.989,60</b>	<b>\$10.719,08</b>	<b>\$16.261,91</b>	<b>\$21.264,60</b>
(-) 25% Impuesto a la Renta		\$952,68	\$1.747,40	\$2.679,77	\$4.065,48	\$5.316,15
<b>(=) Utilidad Neta</b>		<b>\$2.858,03</b>	<b>\$5.242,20</b>	<b>\$8.039,31</b>	<b>\$12.196,44</b>	<b>\$15.948,45</b>
(+) Depreciación		\$ 706,50	\$ 741,83	\$ 778,92	\$ 817,86	\$ 858,76
(-) Préstamo		\$ 1.433,33	\$ 1.433,33	\$ 1.433,33		
<b>(=) Flujo Neto del Período</b>	<b>\$ 139.300,00</b>	<b>\$2.131,20</b>	<b>\$4.550,69</b>	<b>\$7.384,90</b>	<b>\$13.014,30</b>	<b>\$16.807,21</b>

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

**Tabla 3.3-23** Evaluación del proyecto

Tasa de Descuento	10%
VAN	\$30.571,64
TIR	35%
B/C	1,79

Fuente: Hoja de Excel

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

El resultado del VAN significa que el proyecto es rentable, ya que al traer los flujos de caja al presente genera \$30.571,64 de utilidad.

El resultado obtenido en el cálculo de la TIR del proyecto, indica que es conveniente poner en marcha la empresa, pues la TIR es superior a la tasa de descuento.

El valor de resultado del beneficio/costo indica que por cada dólar que invirtamos, tendremos \$0,79ctvs de ganancias.

### 3.4 Estudio técnico

#### 3.4.1 *Tamaño óptimo del proyecto*

Se aplicaron un total de 380 encuestas, donde el 98% de los encuestados respondieron que sí les gustaría que en el barrio la primavera de la ciudad de Riobamba hubiera una empresa de esa índole, este porcentaje de personas que respondieron positivamente a la creación de la empresa sería nuestra demanda insatisfecha.

#### **Ecuación 3.4-1** Tamaño óptimo del proyecto

$$Q_n = Q_0(1+tc)^n$$

**Fuente:** Word

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

Donde:

**Q<sub>n</sub>**= Tamaño del Proyecto

**Q<sub>0</sub>**= Demanda Insatisfecha

**tc**= tasa de crecimiento

**n**= tiempo de recuperación de la inversión

Datos:

Q<sub>0</sub>= 372

tc= 1,78%

n= 5

Q<sub>n</sub>= 372(1+0,0178) ^5

**Q<sub>n</sub>= 406**

### 3.4.2 Cobertura y localización

#### 3.4.2.1 Macro localización

La empresa estará ubicada en la Provincia de Chimborazo Ciudad de Riobamba



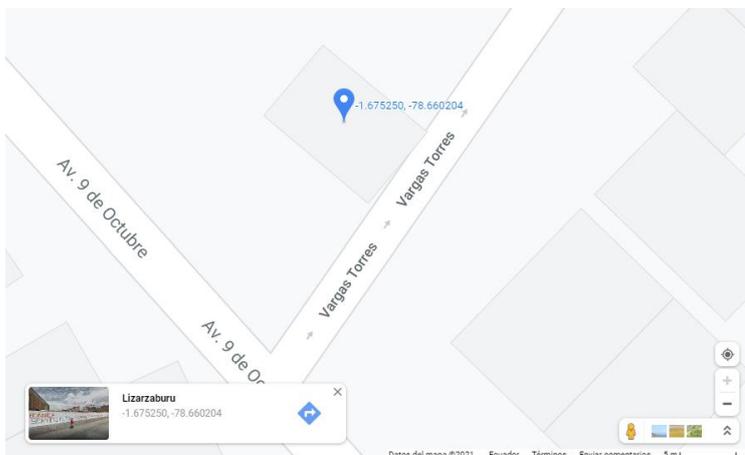
**Figura 3.4-1** Macro localización

**Fuente:** Google maps

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

#### 3.4.2.2 Micro localización

La empresa estará ubicada en el barrio La Primavera de la ciudad de Riobamba en las calles Av. 9 de Octubre y Vargas Torres.



**Figura 3.4-2** Micro localización

**Fuente:** Google maps

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

### ***Lugar de creación de la empresa***

La empresa estará ubicada en la vía principal, es decir en la Av. 9 de octubre ya que así lo pidieron el 54% de los clientes mediante la encuesta realizada.

### ***Factores para considerar de la micro localización***

#### ***Servicios básicos***

El local donde se pondrá en marcha la empresa cuenta con todos los servicios básicos, lo que es ventajoso para la empresa ya que, no tendrá que incurrir en gastos adicionales para que instalen dichos servicios.

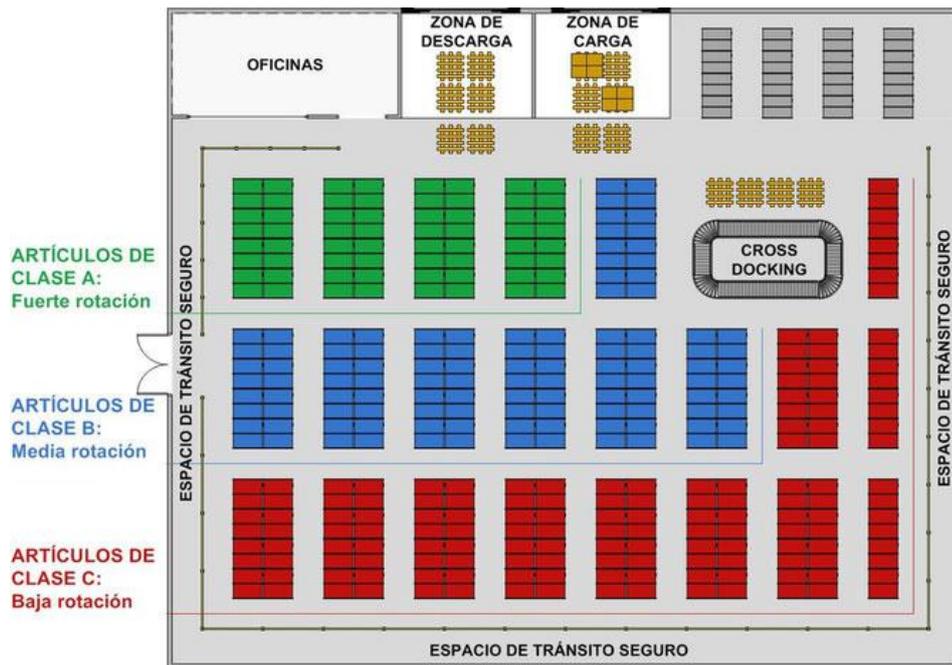
#### ***Facilidad de transporte***

La empresa estará ubicada en la vía principal, por lo que si hay facilidad para que los clientes se transporten hasta nuestra empresa y a los lugares donde tienen reparando su vehículo.

### **3.4.3 Ingeniería del proyecto**

#### **Infraestructura de la empresa**

La empresa constara con un área de recepción de los productos o descarga, un área de bodega o almacenamiento, un área de oficinas, una zona de carga o entrega de productos y una zona de preparación de los pedidos.



**Figura 3.4-3** Infraestructura de la empresa

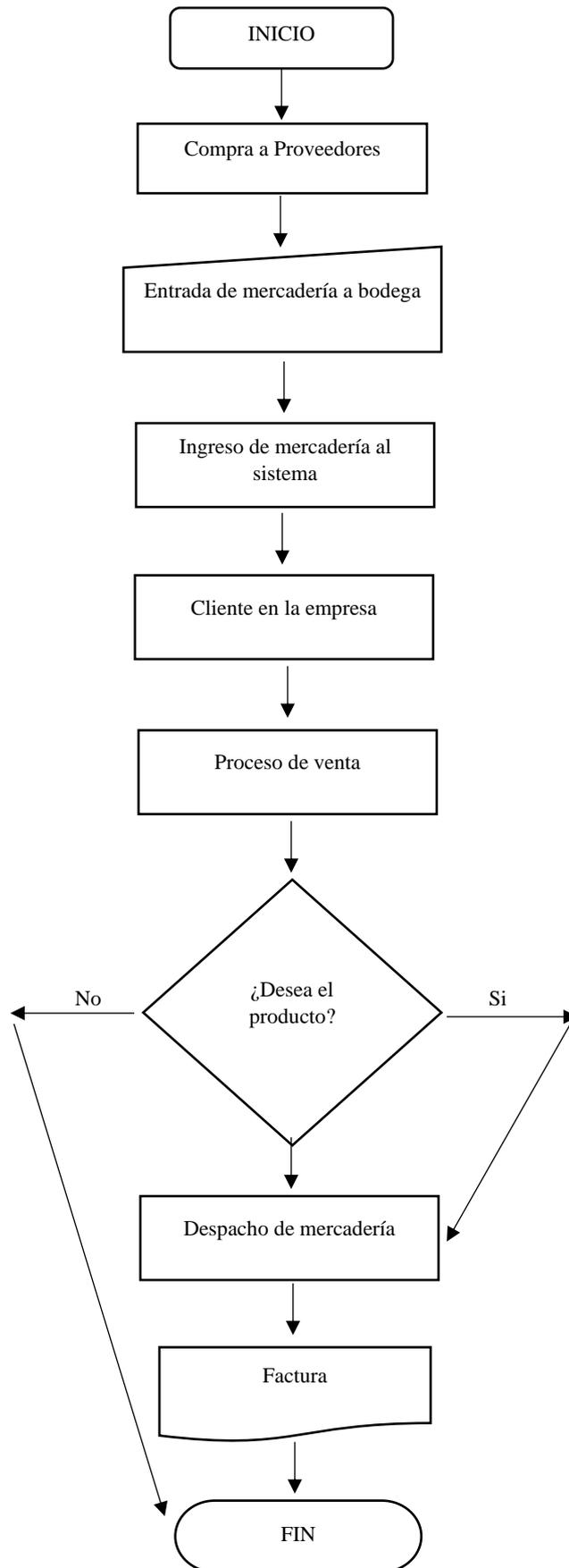
**Fuente:** Infraestructura industrial online

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

El modelo de inventarios ABC se adaptará a mi empresa con los productos que mayor se vendan van en la clase A, los de venta media irán en la clase B y los que menos se vendan van en la clase C

### Descripción del proceso de comercialización

El proceso de comercialización de la empresa “ALEN” se hará de la siguiente manera: Primero se hará la compra de la mercadería a los proveedores, luego la mercadería entrará a bodega y la persona encargada de esta área la recibirá, ingresará al sistema y pondrá en la percha correspondiente. Luego la persona encargada del área de ventas despachará la mercadería a los clientes, aquí entra un proceso de decisión, si el cliente no está interesado en comprar el producto fin y si el cliente si está interesado en adquirir el producto se le entrega la factura y el producto y fin.



**Gráfico 3.4-1** Flujograma del proceso de comercialización  
Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

## 3.5 Estudio administrativo

### 3.5.1 La organización

#### 3.5.1.1 Descripción de la empresa

Esta es una empresa comercializadora de repuestos automotrices originales para todas las marcas más conocidas de vehículos en el mercado.

#### 3.5.1.2 Nombre o razón social

La empresa se denominará Empresa Comercializadora de Repuestos Automotrices “AUTOREPUESTOS ALEN”, este nombre se denomina por las letras de los nombres de los socios: Alex, Evelin y Nohemí.

#### 3.5.1.3 Logo y Slogan



**Figura 3.5-1** Logo de la empresa

**Fuente:** Canva

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

#### 3.5.1.4 Misión

Somos una empresa que comercializa una amplia variedad de repuestos automotrices de alta calidad y ofrece un servicio de excelencia, capacitando constantemente a nuestro personal, para de esta manera poder brindarles asesoría y que nuestros clientes estén satisfechos.

#### 3.5.1.5 Visión

Ser una empresa líder en comercialización de repuestos automotrices a nivel local y nacional para el año 2027, estar a la par de la tecnología e innovando siempre y de esta manera brindar un servicio y productos de calidad y a precios accesibles para satisfacer manera cubrir las necesidades y expectativas de nuestros clientes y así contribuir con el desarrollo de la economía del país y del personal colaborador de ésta.

#### *3.5.1.6 Valores corporativos*

**Eficiencia:** al desempeñar las actividades encomendadas y en la atención al cliente.

**Honestidad:** ser transparentes tanto con los clientes como con todos los integrantes de la empresa y no tomar algo que no nos pertenece ni tampoco cobrar demás por un producto.

**Lealtad:** ser fieles a nuestros principios y cumplirlos al pie de la letra.

**Puntualidad:** en el trabajo y con los compromisos y entregas a los clientes.

**Respeto:** respetar la opinión de los demás sin importar su cultura, religión, etnia, orientación sexual, etc.

**Responsabilidad:** ser responsables en el cumplimiento de las tareas y actividades encomendadas, así como de la entrega del producto que el cliente pide.

#### *3.5.1.7 Principios*

**Calidad** en el servicio y en los productos ofrecidos.

**Compromiso** con el medio ambiente, la comunidad y el cliente.

**Creatividad e Innovación** en tecnología y en la prestación del servicio.

**Desarrollo y Bienestar** de nuestros colaboradores.

**Responsabilidad Social** con la comunidad.

### 3.5.1.8 Organigrama Estructural

La estructura organizacional de la empresa “ALEN” se compone de la siguiente manera: Junta General de Accionistas conformada por tres socios, que son la máxima autoridad de esta; Presidencia, Gerencia que estará representada por un/a Gerente General, el cual representará legalmente a la empresa; Secretaría, la cual está conformada por una Secretaria que dependerá directamente del departamento de Gerencia; Asesoría Legal que está representada por un/a Abogado/a; y los Departamentos de Marketing, Administrativo, Financiero, Bodegas y Ventas, los cuales serán la parte operativa de la empresa.



**Gráfico 3.5-1** Organigrama estructural

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.5.1.9 Funciones de cada cargo

Cada persona debe realizar sus funciones de acuerdo con el cargo que tiene.

**Tabla 3.5-1** Funciones de cada cargo

CARGO	FUNCIONES
Presidente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar las operaciones para asegurar calidad, eficiencia y manejo adecuado de recursos.</li> <li>• Guiar a los empleados hacia la obtención de las metas principales de la compañía.</li> <li>• Ostentar la representación formal del Comité de Empresa a todos los efectos. Realizará en este sentido cuantas gestiones le sean encomendadas por el Pleno.</li> <li>• Coordinar las relaciones entre el Comité de Empresa y las autoridades, así como entre aquél y cualquier otro organismo público o privado con el que se haya de tratar.</li> <li>• Formalizar con su firma cuantos documentos emanen del Comité de Empresa.</li> <li>• Dar el visto bueno a las actas de las sesiones del Comité de Empresa.</li> </ul>
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir los acuerdos de la JGA.</li> <li>• Representar legalmente a la empresa.</li> <li>• Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades administrativas y operativas de la empresa.</li> <li>• Coordinar las labores de las gerencias.</li> <li>• Realizar el presupuesto de la empresa.</li> </ul>
Secretaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir documentos;</li> <li>• Atender llamadas telefónicas;</li> <li>• Atender visitas;</li> <li>• Archivar documentos;</li> <li>• Informar todo lo relativo al departamento de Gerencia;</li> <li>• Estar al pendiente de la tramitación de expedientes;</li> <li>• Tener actualizada la agenda, tanto telefónica como de direcciones, y de reuniones;</li> <li>• Realizar cálculos elementales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantizar la correcta y adecuada aplicación de la normativa vigente.</li> <li>• Garantizar el planteamiento ajustado a Derecho de los planes de negocio de la compañía.</li> </ul>

Abogado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer información y asesorar en aquellos conflictos o situaciones relacionadas con la aplicación del conjunto de normas que rigen una materia o actividad, dentro de cualquier rama del Derecho.</li> </ul>
Gerente de Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir y gestionar la marca.</li> <li>• Realizar la gestión de campañas e iniciativas de marketing.</li> <li>• Producir contenidos de marketing y promoción.</li> <li>• Producir comunicaciones internas.</li> <li>• Realizar estudios de mercado.</li> </ul>
Gerente de Administración	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar la ejecución de las funciones asignada a la Gerencia de Administración, así como velar por la adecuada y eficiente ejecución del plan operativo y presupuesto del órgano a su cargo.</li> <li>• Proponer al Gerente General los documentos normativos internos, necesarios para establecer marcos adecuados para la ejecución de las funciones de las unidades orgánicas que conforman la Gerencia de Administración.</li> <li>• Dirigir y supervisar los procesos administrativos y de gestión de los recursos humanos.</li> <li>• Aprobar el pago de compensaciones, remuneraciones y otros pagos al capital humano de la Institución.</li> <li>• Supervisar las acciones de capacitación desarrolladas por el Departamento de Recursos Humanos, dirigidas a los colaboradores.</li> <li>• Supervisar los procesos de reclutamiento, selección y contratación del personal.</li> </ul>
Gerente de Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantiza la liquidez de la empresa.</li> <li>• Analiza posibles inversiones.</li> <li>• Asesora al momento de tomar decisiones vinculadas al manejo financiero de la empresa.</li> <li>• Establece alianzas con instituciones bancarias.</li> <li>• Lidera proyectos que busquen la expansión hacia nuevos mercados.</li> </ul>
Gerente de Ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fijar metas;</li> <li>• Realizar un seguimiento de los indicadores de rendimiento;</li> <li>• Planificar estrategias de ventas;</li> <li>• Brindar atención al cliente;</li> <li>• Promocionar a la empresa.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir los bienes, materiales y suministros.</li> </ul>

Bodeguero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar al Departamento de Adquisiciones o al jefe Administrativo según corresponda, cualquier irregularidad en la recepción.</li> <li>• Almacenar y resguardar los bienes y materiales en buenas condiciones de uso.</li> <li>• Informar a la Jefatura sobre situaciones anormales.</li> <li>• Despachar los bienes y materiales.</li> </ul>
-----------	---

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.6 Estudio de mercado

#### 3.6.1 Análisis PESTEL

El análisis pestel es un análisis de los factores externos que pueden afectar el correcto funcionamiento y desarrollo de la empresa, estos factores son: políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales, los cuales no pueden ser controlados por la misma, pero si se puede dar soluciones para que estos factores no afecten demasiado a la empresa.

##### 3.6.1.1 Factor político

Según (Espinoza, 2017), “vicepresidente de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE), en los últimos diez años hubo 105 cambios en reglamentación técnica, tributaria, económica y comercial. Por ello plantean desarrollar una política estatal, con reglas claras a fin de fomentar las inversiones. Esto garantizaría previsibilidad en las regulaciones técnica, tributaria y comercial”.

Estos cambios nos afectan a nosotros como empresa, ya que se muestra una inestabilidad política en nuestro país, lo cual no permite que las empresas desarrollen sus actividades de una manera segura y estable, ya que cuando hay cambios de gobierno no se sabe que políticas nuevas impondrán.

Según (El Telégrafo, 2018) “el presidente de la República Lenin Moreno presentó un Programa Económico de Estabilización Fiscal y Reactivación Productiva, el programa económico se sostiene en 4 ejes y 14 medidas, los cuales se basan en reducción del déficit fiscal, reestructuración del Estado, equilibrio del sector externo y reactivación productiva”.

Esta política pública nos beneficia, por un lado, ya que se reducirán los impuestos y se aplicará un proceso de amnistía tributaria para micro, pequeñas, medias y grandes empresas con una meta

de \$ 1.600 millones en 2018 y \$ 1.300 millones en los siguientes años, pero por otro lado nos puede afectar al momento de importar productos, porque va a subir los aranceles en las importaciones.

#### *3.6.1.2 Factor económico*

En el año 2020 en el sector automotriz hubo una baja en las ventas de vehículos con respecto al año 2019, esto nos podría afectar a mi empresa porque si se reduce el número de vehículos circulantes en el Ecuador, también se reduciría el nivel de consumo de repuestos automotrices.

#### **PIB**

Según (Banco Central del Ecuador BCE, 2020), “la economía decrecerá 8,9% en el 2020, pero crecerá un 3,1% en el 2021”.

Esto nos afecta positivamente, ya que, con un incremento en la economía de los hogares ecuatorianos, las personas van a tener más posibilidades económicas en cuanto a la adquisición de repuestos para sus vehículos.

#### **Inflación**

Según (INEC, 2021) “Inflación anual cierra en -0,93% en diciembre de 2020”.

Esto nos afecta en forma negativa, ya que, si los Índices de Precios al Consumidor siguen decayendo, tendríamos pérdidas significativas en las ventas de productos de nuestra empresa.

#### *3.6.1.3 Factor sociocultural*

Según (INEC, 2020) “477 000 personas salieron del desempleo entre junio y septiembre del 2020”.

Este factor nos puede beneficiar ya que, si las personas tienen un empleo seguro y un sueldo fijo, no van a restringir su compra de repuestos para sus vehículos.

#### *3.6.1.4 Factor tecnológico*

Las empresas deben dotarse de tecnología para estar a la par con las exigencias del mercado y de los competidores ya que el sector automotriz cada vez se va actualizando y requiere de más

tecnología, y si no vamos a la par con ello nos vamos a quedar en la obsolescencia y vamos a perder competitividad.

### 3.6.1.5 Factor ecológico

Este factor nos puede afectar en la medida de las importaciones de los productos y también con nuestros proveedores ya que, si se presentan complicaciones medioambientales al momento de importar los productos o al momento de que nuestros proveedores nos vayan a entregar, nos podríamos quedar sin existencia de productos en el inventario. Para ello debemos tomar medidas preventivas.

### 3.6.1.6 Factor legal

Este factor nos puede afectar negativamente si desde un principio no hacemos las cosas de manera legal, es decir que debemos sacar todos los permisos y requerimientos legales correspondientes para conformar nuestra empresa como son: Patente Municipal, RUC, Permiso de Bomberos, para que después no nos clausuren.

## 3.6.2 Las 5 fuerzas de Porter

Porter nos enseña que para ser competitivos en el mercado debemos conocer cinco aspectos importantes:



**Figura 3.6-1** Las 5 fuerzas de Porter

Fuente: Marketing and web

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### *3.6.2.1 Amenaza de nuevos competidores*

La entrada de nuevos competidores al mercado que oferten los mismos productos puede ser una amenaza grande ya que, la competencia puede tener mayor inversión en tecnología, marketing o tener menores precios en los productos y nos puede robar a nuestros clientes, pero nosotros podemos fidelizar a nuestros clientes ofreciéndoles productos originales de calidad y aprecio accesibles y también llevándoles el producto hasta el centro donde están arreglando sus vehículos.

### *3.6.2.2 Poder de negociación de los clientes*

Los clientes a veces se ponen de acuerdo para negociar los productos a un precio conveniente para ellos, lo cual nos puede afectar ya que, ellos pueden querer comprar a un precio más bajo de lo que la empresa les puede ofrecer y si no llegan a un acuerdo van a comprar donde la competencia, para ello nuestra empresa debe contar con personal capacitado para poder negociar con los clientes y así fidelizarlos.

### *3.6.2.3 Amenaza de productos sustitutos*

En la actualidad hay muchos productos automotrices alternos que son mucho más baratos que los originales, los cuales podrían ser una amenaza para nuestra empresa ya que los clientes a veces buscan lo más barato y van donde los encuentren al precio que les conviene, es decir compran donde la competencia, pero nosotros les ofrecemos productos de alta calidad ya que al ser originales son más duraderos que los alternos y por ende no van a tener que sustituirlos tan pronto como sucede con los alternos que son más baratos pero no son duraderos.

### *3.6.2.4 Poder de negociación de proveedores*

Cuando se depende de un solo proveedor uno no tiene posibilidades de negociar en cuanto a precios y plazos de pagos, pero si se tiene una amplia cartera de proveedores, si hay la posibilidad de negociar precios más accesibles y plazos de pago de largo plazo.

### *3.6.2.5 Rivalidad entre competidores*

La rivalidad se presenta cuando en el mercado hay muchas empresas competidoras y que tienen: precios más bajos, alta tecnología, buena publicidad, entre otras. Pero nosotros debemos estar a

la par de la competencia o incluso delante de ella, ofreciendo un plus en nuestros productos para que el cliente se sienta satisfecho con su compra y vuelva.

### 3.6.3 Análisis FODA

El análisis FODA nos permite hacer una evaluación de los aspectos internos y externos que afectan y también de los que favorecen a la empresa para saber lo que se puede mejorar y lo que podemos mitigar para que no afecte mucho a la organización.

#### 3.6.3.1 Fortalezas

Las fortalezas son aspectos internos de la empresa que afectan de manera positiva ya que con ello nos podemos enfrentar a la competencia y nos impulsan a seguir adelante.

**Tabla 3.6-1** Fortalezas

N°	FORTALEZAS
1	Personal Capacitado
2	Productos de Calidad
3	Precios accesibles
4	Canales de Distribución Estratégicos
5	Infraestructura Óptima

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

#### 3.6.3.2 Debilidades

Las debilidades son aspectos que nos pueden afectar en el entorno interno de la empresa, ya que son cosas que no tiene o le falta mejorar a la empresa y que, sí se pueden controlar, pero si no se toma las medidas correctivas nos podrían afectar significativamente en el desarrollo normal de las actividades del giro del negocio.

**Tabla 3.6-2** Debilidades

N°	DEBILIDADES
1	Falta de liquidez
2	Falta de experiencia en el mercado
3	Falencias en la estructura organizacional

4	No hay una dirección estratégica clara
5	Seguimiento deficiente al implantar las estrategias

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

### 3.6.3.3 Oportunidades

Las oportunidades son factores externos a la empresa que nos pueden favorecer, si los sabemos aprovechar en el momento que se presentan, sino se pueden convertir en amenazas.

**Tabla 3.6-3** Oportunidades

N°	OPORTUNIDADES
1	Mercado en crecimiento
2	Los clientes prefieren repuestos originales
3	Facilidad de crédito por parte de las instituciones financieras
4	Diversificación de productos
5	Complacencia entre la competencia

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

### 3.6.3.4 Amenazas

Las amenazas son factores incontrolables para la empresa y que nos pueden afectar desde la parte externa, ya que no dependen de nosotros sino de los gobiernos y autoridades nacionales y municipales, pero nosotros podemos tomar medidas para que, en vez de convertirse en un problema, se conviertan en una oportunidad.

**Tabla 3.6-4** Amenazas

N°	AMENAZAS
1	Crecimiento de la competencia
2	Cambios en las políticas reguladoras del mercado
3	Incremento de productos sustitutos en el mercado
4	Inestabilidad política en el país

## 5 Lento crecimiento del mercado

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

### 3.6.4 Competencia

La competencia es aquella formada por las empresas que ofertan productos o servicios similares a los que nuestra empresa comercializa y que acapara el mismo mercado objetivo.

En la siguiente tabla se muestra las principales competencias que tendría nuestra empresa.

**Tabla 3.6-5** Competencias

COMPETENCIA	UBICACIÓN
Tecnirepuestos Carolina	Av. Alfonso Chávez y Lizardo García (vía penipe)
Avicar	Uruguay y Junín
Vallejos Motor	Orozco entre Uruguay y Brasil
Mansuera	Uruguay y Orozco
Chevrolet	Lizarzaburu y Río Guayas

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

### 3.6.5 Proveedores

Para empezar, tendremos dos proveedores, uno de Quito y otro de aquí mismo en Riobamba:

Nuestro proveedor de Quito es IMFRISA, que se encuentra ubicado en Panamericana norte Km 12 y medio vía Calderón

Teléfono: 1800 Imfrisa (4637472)

PBX: (593 2) 2821811

Quito – Ecuador

Nuestro proveedor de Riobamba será MANSUERA, que se encuentra ubicado en Bellavista y Panamericana Norte

Teléfono: 1800-MANSUERA (626783)

Correo: [info@mansuera.com](mailto:info@mansuera.com)

Se escogieron estos proveedores debido a su calidad de servicio y productos, además tienen los precios más cómodos del mercado y facilidad de pago.

### **3.6.6 Marketing mix**

#### *3.6.6.1 Producto*

Según (Quiroa, 2020) "Un elemento (producto) para la economía se caracteriza como el resultado obtenido del ciclo de creación dentro de una organización. En este sentido, todo lo que se crea o lo que resulta de la interacción de la creación es un elemento. Desde una perspectiva monetaria, un elemento es todo lo que es negociado disponible".

Los productos que se comercializaran en la empresa serán establecidos de acuerdo con los requerimientos de los clientes en las marcas que más se demanden y en la mejor calidad para el beneficio de la empresa y de los clientes.

#### *3.6.6.2 Precio*

Según (Kenedy, 2019) "El precio es el valor monetario que se distribuye a un artículo o administración al ofrecerlo a los compradores y, por lo tanto, el valor económico que los clientes deben pagar a cambio de adquirir dicho artículo o administración. Evaluar es posiblemente la principal opción para ver un artículo ya que influye directamente en el beneficio de la organización que lo vende. Un precio demasiado alto podría significar un volumen de negocios bajo, mientras que un valor demasiado bajo podría significar un volumen de negocios decente, pero un ingreso general bajo".

Los precios serán establecidos de acuerdo a los precios que nos ofrezcan los proveedores y de acuerdo a los precios que priman en el mercado, es decir en concordancia con los precios que ofrece la competencia.

### 3.6.6.3 Plaza

Nuestro lugar donde se comercializarán los repuestos será en la Avenida 9 de octubre y Vargas Torres, para la entrega de los productos se hará en el local o a través de servicios de entrega en autos, motos o bicicletas, para la comodidad de nuestros clientes.

### 3.6.6.4 Promoción

Nuestra empresa será promocionada mediante redes sociales como: Facebook, Instagram, WhatsApp, también tendrá una página web con todos los datos de la empresa, número de contacto y la línea de productos que se ofrece para que los clientes conozcan nuestros productos y acudan con toda seguridad a la empresa para adquirirlos.

### 3.6.6.5 Portafolio de productos

La empresa comercializadora de repuestos automotrices ALEN comercializará repuestos originales de las marcas de vehículos más conocidas en el mercado de acuerdo con los requerimientos de los encuestados y prestando atención a la demanda insatisfecha del mercado, los cuales son:

#### **Filtros**

- Filtro de agua
- Filtro de aire
- Filtro de combustible
- Filtro de habitáculo



**Figura 3.6-2** Filtros

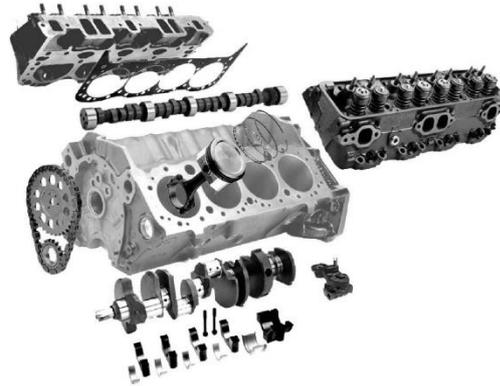
Fuente: Blumaq

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

#### **Motor y sus componentes**

- Motor de combustión
- Motor bóxer
- Motor de pistones enfrentados
- Motor híbrido

- Cigüeñal
- Bloque de cilindros
- Válvulas
- Carter
- Árbol de levas
- Pistones
- Biela
- Cilindros
- Correa de distribución



**Figura 3.6-3** Motor y componentes

Fuente: Autolab

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### Accesorios

- Plumas limpiaparabrisas
- Lubricantes
- Aceites
- Productos de limpieza para el vehículo
- Faros
- Espejos
- Depósito de agua, etc.
- Baterías



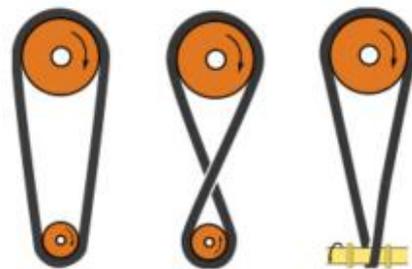
**Figura 3.6-4** Accesorios

Fuente: Venta de accesorios “Valencia”

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### Correas o bandas

- Correas dentadas para transmisión
- Correas de sincronización neopreno
- Bandas de arrastre y plegado
- Bandas para transmisión de potencia, etc.



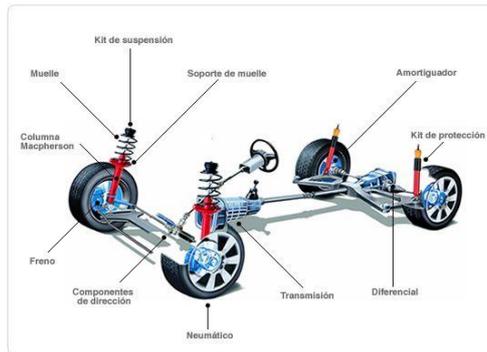
**Figura 3.6-5** Correas

Fuente: “Sadi Transmisiones”

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

## Suspensión

- Ballesta
- Muelles helicoidales
- Barra de torsión
- Barra estabilizadora
- Rótulas
- Mangueta y buje
- Brazo de suspensión
- Amortiguadores
- Silentblocks



**Figura 3.6-6** Suspensión

**Fuente:** Pinterest

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

## Freno

- Pedal de freno
- Servofreno
- Bomba de frenos con depósito de frenos
- Tuberías repartidoras de la presión
- Pinza de freno
- Bombines de freno
- Pastillas de freno
- Zapatas de freno
- Tambores
- Discos y cables de freno de estacionamiento



**Figura 3.6-7** Freno

**Fuente:** Noticias de coches

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020

### Sistema de encendido

- Llave de encendido
- Distribuidor (Según el sistema de encendido)
- Bobina
- Sensores (Según el sistema de encendido)
- Unidad de control de motor (ECU) (Según el sistema de encendido)
- Cables
- Bujías



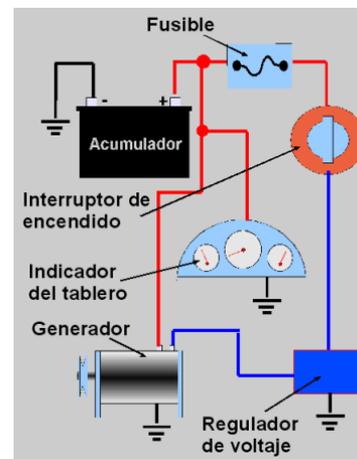
**Figura 3.6-8** Sistema de encendido

Fuente: Auto y técnica

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### Sistema eléctrico

- Fusibles
- Interruptores de encendido
- Acumulador de energía
- Tableros
- Generadores de energía
- Regulador de voltaje
- Motor de arranque
- Alternador
- Luces
- Módulo de airbag



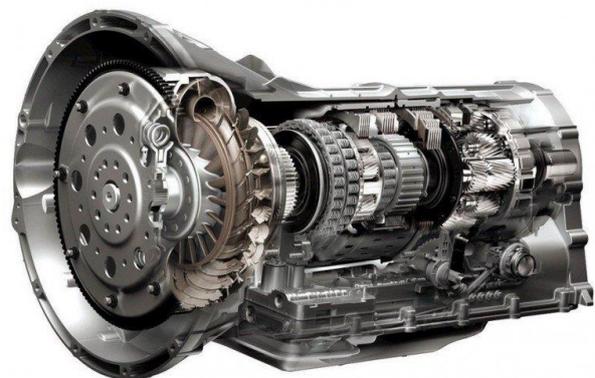
**Figura 3.6-9** Sistema eléctrico

Fuente: Tuteorica

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### Caja de cambios

- Palanca de cambios
- Carcasa de alojamiento
- Horquillas de accionamiento
- Árboles
- Eje de marcha
- Sincronizador
- Cable de embrague



**Figura 3.6-10** Caja de cambios

Fuente: Motor

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

## Carrocería

- Capó
- Guardafango
- Puerta Delantera
- Parabrisas delantero
- Silla delantera
- Costado
- Stop
- Tapa baúl
- Paragolpes trasero
- Panel trasero
- Parabrisas trasero
- Consola central



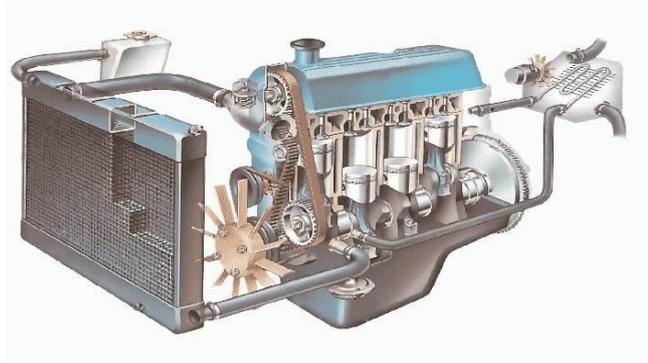
**Figura 3.6-11** Carrocería

Fuente: Prueba de ruta

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

## Sistema de refrigeración del motor

- Radiador de refrigerante
- Termostato
- Bomba del refrigerante
- Depósito de compensación
- Mangueras
- Ventilador del motor
- Sensor de temperatura
- Bomba de agua
- Bomba de gasolina



**Figura 3.6-12** Sistema de refrigeración del motor

Fuente: Mundo del motor

Elaborado por: Gonzalez, E. 2020

### 3.6.6.6 Estrategias de producto

- Ofrecer productos de calidad y originales
- Dar garantía al cliente de los productos vendidos
- Brindar una alta gama de repuestos
- Asesorar al cliente sobre el producto que adquiere

### **Análisis de los cuatro estudios realizados**

El estudio económico-financiero nos indica que con un VAN de \$30.571,64, una TIR de 35% y un valor de B/C de \$1,79ctvs hay los elementos suficientes para afirmar que el proyecto es rentable ya que los resultados de la evaluación nos dan valores positivos; el estudio técnico nos dice que nuestro tamaño óptimo de proyecto es de 406 personas las cuales serían nuestra demanda potencial; el estudio administrativo nos permitió determinar la estructura organizacional que tendrá la empresa como también todos los aspectos laborales, legales, fuentes y métodos de reclutamiento del personal; el estudio de mercado nos permitió determinar nuestra población objetivo la cual serán la PEA del cantón Riobamba, los clientes potenciales que serán el 98% de los encuestados que respondieron que si les gustaría que hubiera una empresa de esa índole en el barrio, la competencia, los proveedores y también nos permitió conocer que nuestra empresa será aceptada y que los clientes sí comprarían los repuestos en la misma. En conclusión y de acuerdo con los resultados obtenidos del desarrollo de la propuesta y los estudios realizados se recomienda invertir en este proyecto ya que será rentable.

## CONCLUSIONES

- Se realizó el marco teórico y se utilizó las fuentes bibliográficas necesarias para construir nuevos conocimientos sobre lo que son los proyectos de investigación y se llegó a la conclusión de que un proyecto de investigación es un plan previo que se desarrolla para conocer todos los pasos a realizar antes de poner en marcha una empresa y saber si es viable o no, por lo que no hubo necesidad de concurrir a otras fuentes más de las necesarias para construir el marco teórico.
- La metodología utilizada en nuestro proyecto de investigación nos ayudó a delimitar mejor nuestro trabajo y sobre todo nos ayudó a determinar nuestra población objetivo a la que se dirige el proyecto, para lo cual se aplicaron 380 encuestas y los resultados de éstas demostraron que, si es viable emprender este negocio en el sector, ya que existe una demanda insatisfecha al no existir empresas de esta índole en el mismo.
- Mediante el desarrollo de la propuesta se comprobó que la puesta en marcha de la empresa comercializadora de repuestos automotrices en el barrio la primavera de la ciudad de Riobamba es factible, ya que en el estudio económico-financiero se comprobó que la inversión es recuperable en el segundo año de actividad de la empresa, y en la evaluación se demostró que los flujos de efectivo traídos al presente nos dan como resultado un VAN positivo, lo que da a conocer que si es rentable el proyecto; la TIR es mayor a la tasa de descuento, lo que demuestra que la empresa obtendrá buenos beneficios económicos, por último, la relación beneficio-costos (B/C) nos dice que por cada dólar que nosotros invertimos obtendremos 0,79ctvs de ganancias.

## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda hacer un modelo de boceto sobre los temas que se van a desarrollar en el marco teórico antes de empezar a realizar la investigación, para tener una guía previa de los temas que debemos investigar y no colocar otros temas que no corresponden.
- Se debe aplicar los métodos de investigación adecuados para obtener buenos resultados en cuanto a los estudios que se aplican al trabajo de investigación y de esta manera no desperdiciar tiempo, dinero y medios en una investigación fallida.
- La empresa se debe poner en marcha enseguida ya que los estudios demuestran que la empresa es rentable, de buena acogida por los clientes y sobre todo que puede sostenerse con resultados económicos positivos en el tiempo.

## GLOSARIO

**Estudio económico:** Se establece y sistematiza la información de carácter monetario de las etapas anteriores y se crea cuadros de análisis que sirven de base para esta etapa (Galán, 2019).

**Estudio de mercado:** En un estudio de mercado se determina y cuantifica la demanda y la oferta necesaria para un proyecto, además se analiza las cantidades y los montos de comercialización (Bella, 2016).

**Estudio técnico:** Es definir y determinar el tamaño óptimo de planta, localización y la ingeniería que el negocio requiere, además del análisis administrativo y legal (Echeverría Ruíz, 2017).

**Evaluación del proyecto:** Son indicadores de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, los cuales son comparados con métodos de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y da a conocer los posibles resultados de inversión y ganancia a largo plazo (Padilla, 2013).

**Marketing mix:** Es un conjunto de herramientas controlables las cuales se ajustan y se combinan para lograr un resultado determinado dentro del mercado, el cómo influir positivamente en la demanda, incrementar ventas y rentabilidad, entre otros (Dolores, 2019).

**Mercado:** El mercado es un espacio dentro del cual intervienen vendedores y compradores de bienes o servicios, que llevan a cabo un sinnúmero de transacciones a cambio de un beneficio mutuo (Arias, 2019).

**Organización:** La organización es un sistema que permite un uso equilibrado de los activos cuyo fin es establecer una datación entre las obras y el personal que debe ejecutarla. Es una técnica en la que se determina lo que hay que hacer para adquirir un motivo a largo plazo o planificado, dividiendo y coordinando actividades y fuentes de suministro (Caurín, 2018).

**Proyecto:** El concepto de proyecto nos guía dentro del estudio de aspectos que dan solución al problema planteado, es decir, cómo la empresa producirá, cómo comercializará, cómo lo ejecutará, cuánto dinero necesitará, entre otros (Matute, 2020).

## BIBLIOGRAFÍA

- Alegsa, L. (16 de Mayo de 2018). *ALEGSA*. Obtenido de <https://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>
- Arias Gómez, J., Villasís Keever, M. Á., & Miranda Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 202.
- Arias, A. S. (12 de Mayo de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/comercio.html>
- Banco Central del Ecuador BCE. (30 de Noviembre de 2020). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/pib-ecuador-contraccion-banco-central.html>
- Bella, L. I. (2016). *¿Qué son la Oferta y la Demanda?* New York: Britannica Educational Publishing.
- Benalcázar, M. F. (2016). *Tesis de grado para la obtención del título de ingeniería comercial*. Quito.
- Caurín, J. (21 de Febrero de 2018). *Emprende Pyme*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/comercializacion>
- Cerro, J. d. (2017). *¿Qué es el emprendimiento Social?* México: Iztaccihualt S.A.
- Dolores, G. M. (2019). *Variables del Marketing Mix*. Andalucía.
- Echeverría Ruíz, C. D. (2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. *Publicando*, 180-185.
- El Telégrafo. (3 de Abril de 2018). *eltelegrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/programaeconomico-leninmoreno>
- Encolombia. (29 de Mayo de 2019). *encolombia.com*. Obtenido de <https://encolombia.com/economia/empresas/definicionyclasificaciondelaempresa/>
- Erazo, J. P. (Febrero de 2016). *Repositorio UNACH*. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/541b/627d6e08b0b4fb4ca412638730a15080a7f1.pdf>
- ESAN. (25 de Octubre de 2016). *Conexión Esan*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/el-ciclo-de-vida-del-proyecto/>
- Espinoza, D. (14 de Agosto de 2017). *EL UNIVERSO*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/tendencias/2017/08/14/nota/6330676/sector-automotor->

plantea-propuestas-desarrollo-productivo#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Daniel%20Espinosa%2C%20vicepresidente%20de,fin%20de%20fomentar%20las%20inversiones.

Estrada, L. A. (2019). Proyectos de inversión. *Universidad Autónoma del Estado de México*, (pág. 2). México.

Galán, J. S. (15 de Febrero de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>

Grande, E. A. (2006). *Análisis de Encuestas*. Madrid, España: ESIC.

Guaylla Puma, M. D., & Sinche Tuquinga, B. E. (2016). *DISEÑO DE UN TALLER MÓVIL PARA EL SERVICIO DE MECÁNICA AUTOMOTRIZ, EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA EN EL PERIODO 2015-2016*. Riobamba.

INEC. (2010). *Ecuador el Cifras*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

INEC. (2016). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2016/2016\\_AnuarioTransportes\\_Resumen%20Metodo1%C3%B3gico.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2016/2016_AnuarioTransportes_Resumen%20Metodo1%C3%B3gico.pdf)

INEC. (15 de Octubre de 2020). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/personas-desempleo-ecuador-inec-enemdu.html>

INEC. (7 de Enero de 2021). *Primicias*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/inflacion-anual-diciembre-inec-ecuador/>

Keller, A. (14 de Septiembre de 2019). *Crece Negocios*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/punto-de-equilibrio/>

Kenedy, A. (21 de Diciembre de 2019). *Crece Negocios*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/precio/>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson.

López, P. L. (2004). *Scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=s1815-02762004000100012&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=s1815-02762004000100012&script=sci_arttext)

Maguiña Rivero, O. F., & Ugarriza Gross, G. A. (2016). *Análisis FODA: Un enfoque pragmático*.

- Malla, Y. J. (2016). *ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA Y SU INCIDENCIA EN DETERMINAR LOS PRECIOS EN BIENES Y SERVICIOS DE LA ECONOMÍA*. Machala.
- Matute, J. E. (2020). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA APERTURA DE LA SUCURSAL DE ECOTONO CONSULTORES CIA. LTDA. EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA*. Riobamba: Escuela Superior Politecnica de Chimborazo.
- Maza, V. A. (2015). *TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN EMPRESAS Y ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS*. Santo Domingo.
- Motorgiga. (23 de Mayo de 2017). *Motorgiga*. Obtenido de <https://diccionario.motorgiga.com/diccionario/repuesto-definicion-significado/gmx-niv15-con195376.htm>
- Moya, R. D. (2002). El Proyecto Factible: una modalidad de investigación. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 5.
- Ortíz, V. G. (2016). *TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO ACADÉMICO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.* Esmeraldas.
- Pacheco Coello, C. E., & Pérez Brito, G. J. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. México: Sextil Online.
- Padilla, M. C. (2013). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Peñañiel Molina, A. P., & Fajardo Sabando, F. I. (2016). *TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL*. Guayaquil.
- Pimentel, E. (2008). *Formulación y Evaluación de Proyecto de Inversión Aspectos Teóricos y Prácticos*.
- Quiroa, M. (7 de Enero de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/producto.html>
- Riquelme, M. (8 de Abril de 2020). *Web y Empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/como-se-clasifican-las-empresas/>
- Secretaría de Movilidad. (15 de Octubre de 2020). *Gestión Digital*. Obtenido de <https://www.revistagestion.ec/sociedad-analisis/mientras-el-transporte-publico-sea-deficiente-el-parque-automotor->



## ANEXOS

### ANEXO A: ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN OBJETIVO

#### ESTUDIO DE MERCADO



#### ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Encuesta dirigida a los consumidores y compradores de repuestos automotrices en la ciudad de Riobamba.**

**Objetivo:** Conocer la factibilidad para la puesta en marcha de la empresa comercializadora de repuestos automotrices en el barrio la primavera de la ciudad de Riobamba.

**INFORMACIÓN GENERAL:** Por favor marque la alternativa de su preferencia.

**INSTRUCCIONES:** El presente instrumento consta de **12** preguntas cada una tiene alternativas. Sírvase elegir únicamente una de ellas, la que considere más acertada.

La información aquí recopilada es confidencial y de absoluta reserva únicamente para uso de la investigación. Por lo tanto, sírvase prescindir de identificación alguna.

**1. ¿Su vehículo es nuevo o usado?**

Si

No

**2. ¿De qué marca es su vehículo?**

Chevrolet

Mazda

Nissan

Toyota

Kia

Hyundai

Ford

**3. ¿Compra usted repuestos para su vehículo?**

Si

No

**4. ¿En qué lugar adquiere usted los repuestos para su vehículo?**

Tecnirrepuestos Carolina

Avicar

Chevrolet

Vallejo's motor

Mansuera

**5. ¿Al momento de adquirir los repuestos usted prefiere?**

Originales

Alternos

**6. ¿De qué año es su vehículo?**

- 1970-1990
- 2000-2005
- 2006-2010
- 2011-2015
- 2016-2021

**7. ¿Qué tipo de vehículo posee?**

- Automóvil
- Camioneta
- Furgoneta
- Deportivo
- Camión

**8. ¿Qué tipo de combustible usa su vehículo?**

- Diésel
- Gasolina

**9. ¿Conoce usted una empresa en el barrio La Primavera que comercialice una gama completa de repuestos y a precios accesibles?**

- Si
- No

**10. ¿Le gustaría que en el barrio La Primavera hubiera una empresa que comercialice una gama completa de repuestos para vehículos y a precios cómodos?**

Si

No

**11. ¿Dónde le gustaría que se ubique la empresa comercializadora de repuestos automotrices?**

En una mecánica

En el centro del barrio

En la vía principal

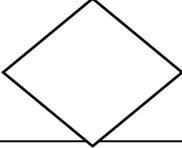
**12. ¿Compraría los repuestos para su vehículo en mi empresa ubicada en el barrio La Primavera de la ciudad de Riobamba?**

Si

No

## ANEXO B: SIGNIFICADO DE LOS ELEMENTOS DEL FLUJOGRAMA

**Tabla 0-1** Significado de los elementos del flujoograma

Símbolo	Significado
	Indica el inicio o fin de un proceso
	Indica cada actividad a ser ejecutada
	Indica la dirección de flujo
	Indica entrada de datos manual
	Indica un punto de toma de decisión
	Indica los documentos utilizados en el proceso

**Fuente:** Blog de la calidad

**Elaborado por:** Gonzalez, E. 2020



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: 07 / 03 / 2022

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> EVELIN ESPERANZA GONZALEZ ZAMORA
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Carrera:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Título a optar:</b> LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



Firmado electrónicamente por:  
JHONATAN RODRIGO  
PARREÑO UQUILLAS



07 / 03 / 2022

0182-DBRA-UTP-2022