



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA PERSONALIZACIÓN DE MOTOS EN LA CIUDAD DE
MACHALA

ORTEGA CASTRO LUIS ENRIQUE
INGENIERO EN MARKETING

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA A LA PERSONALIZACIÓN DE MOTOS
EN LA CIUDAD DE MACHALA

ORTEGA CASTRO LUIS ENRIQUE
INGENIERO EN MARKETING

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

TRABAJO TITULACIÓN
EMPREDIMIENTOS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA PERSONALIZACIÓN DE MOTOS EN LA CIUDAD DE
MACHALA

ORTEGA CASTRO LUIS ENRIQUE
INGENIERO EN MARKETING

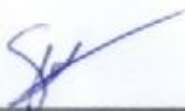
AGUILAR GALVEZ WILLIAM STALIN

MACHALA, 18 DE SEPTIEMBRE DE 2019

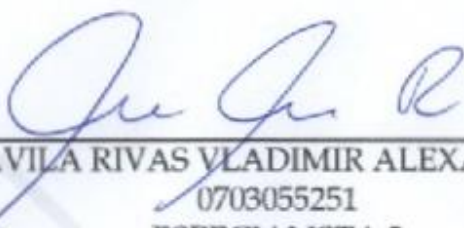
MACHALA
2019

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PERSONALIZACIÓN DE MOTOS EN LA CIUDAD DE MACHALA, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



AGUILAR GALVEZ WILLIAM STALIN
0704165307
TUTOR - ESPECIALISTA 1



AVILA RIVAS VLADIMIR ALEXANDER
0703055251
ESPECIALISTA 2



BONISOLFLORENZO
1728083237
ESPECIALISTA 3

Machala, 18 de septiembre de 2019

CREACION DE UNA EMPRESA DE TUNNING

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Técnica de Machala	1%
	Trabajo del estudiante	
2	www.tesis.uchile.cl	<1%
	Fuente de Internet	
3	Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS	<1%
	Trabajo del estudiante	
4	repositorio.utn.edu.ec	<1%
	Fuente de Internet	
5	repositorio.espe.edu.ec	<1%
	Fuente de Internet	
6	repositorio.ug.edu.ec	<1%
	Fuente de Internet	
7	www.fondoemprender.com	<1%
	Fuente de Internet	
8	www.dspace.espol.edu.ec	<1%
	Fuente de Internet	
9	www.buenastareas.com	<1%
	Fuente de Internet	

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, ORTEGA CASTRO LUIS ENRIQUE, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PERSONALIZACIÓN DE MOTOS EN LA CIUDAD DE MACHALA, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 18 de septiembre de 2019



ORTEGA CASTRO LUIS ENRIQUE
0704573666



RESUMEN

En la actualidad el emprendimiento, ha ganado un espacio importante en los sectores económicos debido a la necesidad de muchas personas de superarse de forma independiente. De esta forma, dentro de las oportunidades de emprendimiento, se ha considerado incursionar en el área de la personalización o tuning de motos, tomando en cuenta que la comercialización de motos en el Ecuador ha aumentado continuamente en los últimos años, y existiría latente una necesidad de ciertas personas por la personalización de los vehículos motorizados mediante la realización de modificaciones orientadas a lograr un mayor rendimiento o para mejorar la apariencia del automotor. El tuning es una actividad que consiste en la personalización del vehículo por medio de la aplicación de distintos componentes internos o externos, inclusive comprende cambios en el rendimiento del motor, buscando de esta forma la exclusividad en el diseño del automotor. Bajo estos argumentos se plantea como idea de emprendimiento acerca de un negocio especializado en el tuning de motocicletas por medio de un taller mecánico para su customización, así como en la venta de los respectivos accesorios. En este contexto, la problemática de estudio se enmarca en responder la pregunta: ¿Es factible la creación de una empresa dedicada a la personalización de motos en la ciudad de Machala?, para que la actividad emprendedora cumpla con las expectativas de crecimiento y sostenibilidad, éste debe ser desarrollado de manera técnica, con metas definidas y procesos de verificación y ajuste para el cumplimiento de dichas metas. Por tanto, el objetivo de la investigación es: Determinar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la personalización de motos en la ciudad de Machala. Para ello se aplicó una metodología de investigación de tipo cuantitativo y cualitativo, siendo un estudio de tipo documental-bibliográfico, así como de campo, las técnicas de investigación aplicadas fueron la encuesta y los procedimientos matemáticos para los estudios de factibilidad. Los resultados de la investigación revelaron que el emprendimiento denominado Moto Tuning Center, según los resultados de estudio de mercado es viable comercialmente, que ya el 75% de los encuestados que poseen moto desearía personalizar su motocicleta. El estudio de la factibilidad técnica, indica que el emprendimiento es posible debido a que existe la disponibilidad y acceso a los distintos recursos materiales, tecnológicos y humanos, así como de infraestructura para llevar el

negocio. El estudio de factibilidad financiera revela, por medio de las proyecciones de los ingresos, costos, gastos, flujos de efectivo, resultados y situación financiera, que el proyecto cuenta con niveles adecuados de liquidez, actividad, rentabilidad y endeudamiento del proyecto. Por otra parte, el valor presente neto muestra un valor positivo, la tasa interna de retorno es superior al costo de capital, la inversión se recupera aproximadamente en el primer año, y los flujos de efectivo a valor presente generan rentabilidad en relación a la inversión. Por tanto, es recomendable realizar las acciones y trámites pertinentes para la ejecución e implementación del proyecto denominado Moto Tuning Center, para la personalización de motos en la ciudad de Machala. De esta forma, con la realización de la presente investigación se cuenta con información valiosa para el desarrollo del emprendimiento siendo en una ventaja competitiva eficaz que permita la sostenibilidad del negocio en el tiempo.

Palabras clave: Emprendimiento, personalización, tuning, motos, estudio de factibilidad

ABSTRACT

At present, entrepreneurship has gained an important place in the economic sectors due to the need of many people to overcome independently. In this way, within the entrepreneurial opportunities, it has been considered to venture into the area of personalization or tuning of motorcycles, taking into account that the commercialization of motorcycles in Ecuador has increased continuously in recent years, and there would be a latent need of certain people for the customization of motorized vehicles by making modifications aimed at achieving greater performance or to improve the appearance of the automotive. Tuning is an activity that involves the personalization of the vehicle through the application of different internal or external components, including changes in engine performance, thus seeking exclusivity in automotive design. Under these arguments it is proposed as an entrepreneurial idea about a business specialized in motorcycle tuning through a mechanical workshop for customization, as well as the sale of the respective accessories. In this context, the study problem is framed in answering the question: Is it feasible to create a company dedicated to the customization of motorcycles in the city of Machala ?, so that the entrepreneurial activity meets the expectations of growth and sustainability, This must be developed in a technical manner, with defined goals and verification and adjustment processes for the fulfillment of said goals. Therefore, the objective of the investigation is: To determine the feasibility for the creation of a company dedicated to the personalization of motorcycles in the city of Machala. For this, a quantitative and qualitative research methodology was applied, being a documentary-bibliographic study, as well as a field study, the applied research techniques were the survey and the mathematical procedures for the feasibility studies. The results of the investigation revealed that the venture called Moto Tuning Center, according to the results of market research is commercially viable, that already 75% of respondents who own a motorcycle would like to customize their motorcycle. The study of technical feasibility indicates that entrepreneurship is possible because there is availability and access to different material, technological and human resources, as well as infrastructure to run the business. The financial feasibility study reveals, through projections of income, costs, expenses, cash flows, results and financial situation, that the project has adequate levels of liquidity, activity, profitability and indebtedness of the

project. On the other hand, the net present value shows a positive value, the internal rate of return is higher than the cost of capital, the investment recovers approximately in the first year, and the cash flows at present value generate profitability in relation to the investment. Therefore, it is advisable to carry out the pertinent actions and procedures for the execution and implementation of the project called Moto Tuning Center, for the customization of motorcycles in the city of Machala. In this way, with the completion of this research, valuable information is available for the development of entrepreneurship, being an effective competitive advantage that allows the sustainability of the business over time.

Keywords: entrepreneurship, customization, tuning, motorcycles, feasibility study

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	
ABSTRACT	
CONTENIDO	
LISTA DE TABLAS	
LISTA DE FIGURAS	
LISTA DE ANEXOS	

INTRODUCCIÓN	12
---------------------	-----------

CAPÍTULO I

IDEA DE NEGOCIOS

1.1 Descripción de la idea del negocio	14
1.2 Fundamentación teórica de la idea del negocio	14
<i>1.2.1 Emprendimiento</i>	14
<i>1.2.2 La motocicleta y el Tuning</i>	16
<i>1.2.3 Plan de negocios</i>	17
1.3 Estudio de mercado	18
<i>1.3.1 Población y muestra</i>	18
<i>1.3.2 Instrumento de investigación</i>	19
<i>1.3.3 Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de Machala</i>	19
<i>1.3.4 Análisis general del estudio de mercado</i>	27

CAPÍTULO II

DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO

2.1 Descripción del emprendimiento	28
2.2 Fundamentación gerencial del emprendimiento	28
<i>2.2.1 Misión</i>	28

2.2.2	<i>Visión</i>	29
2.2.3	<i>Valores corporativos</i>	29
2.3	Estructura organizacional y funcional	29
2.3.1	<i>Descripción de funciones</i>	30
2.3.1.1	<i>Área de dirección</i>	31
2.3.1.2	<i>Área contabilidad</i>	33
2.3.1.3	<i>Área de comercialización</i>	35
2.3.1.4	<i>Área de producción</i>	36

CAPÍTULO III

MODELO DE NEGOCIO

3.1	Segmento de mercado	39
3.2	Productos y servicios como propuesta de valor	39
3.3	Canales de comercialización	40
3.4	Relaciones con los clientes	40
3.5	Fuentes de ingresos	40
3.6	Activos para el funcionamiento del negocio	42
3.7	Actividades del negocio	42
3.8	Red de socios	43
3.9	Estructura de costos	43

CAPÍTULO IV

ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO

4.1	Factibilidad técnica	45
4.1.1	<i>Capacidad de producción para la personalización de motos</i>	45
4.1.2	<i>Disponibilidad financiera</i>	46
4.1.3	<i>Disponibilidad del talento humano</i>	46
4.1.4	<i>Disponibilidad de recursos</i>	46
4.1.5	<i>Localización del proyecto</i>	47
4.1.5.1	<i>Macro localización</i>	47
4.1.5.2	<i>Micro localización</i>	47
4.1.5.3	<i>Distribución de la planta</i>	47

4.2 Factibilidad financiera	48
4.2.1 <i>Inversión fija y depreciación de activos</i>	48
4.2.2 <i>Proyección de ingresos</i>	48
4.2.3 <i>Proyección de Costos y gastos</i>	49
4.2.4 <i>Financiamiento</i>	51
4.2.5 <i>Proyección de resultados</i>	51
4.2.6 <i>Flujo de caja</i>	52
4.2.7 <i>Proyección de la situación financiera de la empresa</i>	53
4.2.8 <i>Análisis de índices financieros</i>	54
4.2.9 <i>Valor actual neto y tasa interna de retorno</i>	56
4.2.10 <i>Periodo promedio de recuperación de la inversión</i>	57
4.2.11 <i>Relación beneficio costo</i>	57
4.3 Factibilidad operativa	57
4.3.1 <i>Proceso de personalización de motos</i>	58
4.3.2 <i>Proceso de venta de partes tuning de motos</i>	59
4.4 Factibilidad ambiental	59
4.5 Factibilidad social	60
CONCLUSIONES	61
RECOMENDACIONES	62
BIBLIOGRAFÍA	63
ANEXOS	67

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Proyección de población de la ciudad de Machala – por sexo y área	18
Tabla 2. Dimensiones de investigación de la encuesta	19
Tabla 3. Datos del emprendimiento	28
Tabla 4. Funciones de la Junta General de Socios	31
Tabla 5. Funciones del presidente	31
Tabla 6. Funciones del gerente	32
Tabla 7. Funciones de la secretaria	33
Tabla 8. Funciones del contador	33
Tabla 9. Funciones del auxiliar contable	34
Tabla 10. Funciones del jefe de ventas y cobranzas	35
Tabla 11. Funciones del jefe de compras	36
Tabla 12. Funciones del jefe de producción	37
Tabla 13. Funciones del responsable de diseño	37
Tabla 14. Funciones del operario	38
Tabla 15. Funciones del bodeguero	38
Tabla 16. Fuentes de ingresos por servicios de personalización de motos	41
Tabla 17. Fuentes de ingresos por venta de productos tuning para motos	41
Tabla 18. Activos para el funcionamiento del negocio	42
Tabla 19. Red socios externos	43
Tabla 20. Estado de Costos de producción – año 1	43
Tabla 21. Proyección Gastos de administración – año 1	44
Tabla 22. Presupuesto costos y gastos de personal – año 1	44
Tabla 23. Capacidad de producción	45
Tabla 24. Requerimientos de personal	46
Tabla 25. Propiedad, planta y equipo y depreciación	48
Tabla 26. Presupuesto de venta - Año 1	49
Tabla 27. Proyección de ventas	49
Tabla 28. Costos de venta	50

Tabla 29. Costos de Producción	50
Tabla 30. Proyección Gastos de administración	50
Tabla 31. Proyección Gastos de personal	51
Tabla 32. Financiamiento del proyecto	51
Tabla 33. Proyección de resultados	52
Tabla 34. Flujo de caja	53
Tabla 35. Proyección del estado de situación financiera	54
Tabla 36. Análisis financiero	55
Tabla 37. VAN y TIR	56

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Proporción de personas que poseen motocicleta	20
Figura 2. Uso de la motocicleta	20
Figura 3. Periodicidad de uso de la motocicleta	21
Figura 4. Experiencia en el uso de la motocicleta	21
Figura 5. Motivo de adquisición de la motocicleta	22
Figura 6. Frecuencia de mantenimiento de la moto	22
Figura 7. Factores que influyen para el mantenimiento técnico continuo	23
Figura 8. Opinión sobre el tuning – Edad	23
Figura 9. Opinión sobre el tuning – Ingresos	23
Figura 10. Personalización de motos – Edad	24
Figura 11. Personalización de motos – Ingresos	24
Figura 12. Nivel de interés sobre personalización de motos – Edad	24
Figura 13. Nivel de interés sobre personalización de motos – Ingresos	24
Figura 14. Tipo de personalización de motos – Edad	25
Figura 15. Tipo de personalización de motos – Ingresos	25
Figura 16. Recursos para moto – Edad	26
Figura 17. Recursos para motos – Ingresos	26
Figura 18. Preferencia de medios para recibir información	26
Figura 19. Organigrama de la empresa Moto Tuning Center	30
Figura 20. Diagrama de proceso de personalización de motos	58
Figura 21. Diagrama de proceso de venta de partes tuning de motos	59

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta.	67
Anexo B. Empresa Moto Tuning Center	69
Anexo C. Localización de la empresa Moto Tuning Center	70
Anexo D. Distribución de la empresa Moto Tuning Center	71
Anexo E. Venta de productos tuning.	72
Anexo F. Amortización de préstamo bancario.	73

INTRODUCCIÓN

Las diversas circunstancias adversas en la economía actual de los países, ha provocado que los emprendimientos se conviertan en una alternativa eficaz para que las personas logren la estabilidad deseada, siendo los generadores de sus propios recursos, así como ser los promotores de fuentes de trabajo y del desarrollo procesos innovadores en la creación de bienes y servicios que satisfagan necesidades específicas del mercado.

La acción emprendedora se puede considerar exitosa si ésta es sostenible en el tiempo; de acuerdo a Zamora (2018) un emprendimiento de calidad.

Está supeditado a la integración de múltiples factores tales como la capacidad de los individuos, la situación de los mercados, acceso a financiamiento, manejo de información y la intervención del Estado por medio de políticas y programas que favorezcan el entorno de negocios con el propósito de que éstas iniciativa logren sus objetivos y obtengan beneficios.

Dentro de las oportunidades de emprendimiento, se ha considerado incursionar en el área de la personalización o tuning de motos. El mercado de comercialización de motos en el Ecuador se ha incrementado en los últimos años; según los datos de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador, en el año 2017 se vendieron 94.350 unidades de motos, y, en el año 2018 las ventas se incrementaron ascendiendo a 128.854 unidades de motos (AEADE, 2019).

En este contexto, a fin de dar un mayor valor agregado a este sector y tomando en cuenta la afición de ciertas personas por la personalización de los vehículos motorizados mediante la realización de modificaciones orientadas a lograr un mayor rendimiento o para mejorar la apariencia del automotor, se plantea como idea de emprendimiento un negocio especializado en el tuning de motocicletas por medio de un taller mecánico para su customización, así como en la venta de los respectivos accesorios.

Con estos argumentos, la problemática de estudio se circunscribe en responder la presente interrogante: ¿Es factible la creación de una empresa dedicada a la

personalización de motos en la ciudad de Machala?, considerando además como problemas complementarios los siguientes:

- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos del emprendimiento?
- ¿Existe realmente un mercado objetivo en la ciudad de Machala para llevar a cabo el emprendimiento?
- ¿Cuál sería el modelo y estructura de negocio más convenientes para el desarrollo del emprendimiento?
- ¿Existen la factibilidad operativa, financiera, operativa, ambiental y social que justifique la creación del emprendimiento?

Es importante considerar que este tipo de emprendimiento, orientado a lograr la originalidad de la motocicleta, está dirigido a un grupo específico de aficionados de esta tendencia, siendo necesario contar con información técnica que sustente la viabilidad de la idea del negocio. Por tanto, el propósito general del trabajo investigativo es: Determinar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la personalización de motos en la ciudad de Machala. Los objetivos específicos del estudio son:

- Conocer los fundamentos teóricos relacionados con el diseño de un emprendimiento.
- Realizar un estudio de mercado en la ciudad de Machala a fin de identificar las características de la demanda y la oferta para corregir, mejorar y garantizar el éxito de la idea del emprendimiento.
- Diseñar el modelo y estructura de negocio más convenientes para el desarrollo del emprendimiento.
- Elaborar los estudios de factibilidad operativa, financiera, operativa, ambiental y social que justifique la creación del emprendimiento.

Con la realización de la presente investigación se espera elaborar un documento donde se establezca de forma clara las actividades y metas del emprendimiento, así como las estrategias técnicas, operativas, financieras y de mercado, convirtiéndose esta información en una ventaja competitiva eficaz que permita la sostenibilidad del negocio en el tiempo.

CAPÍTULO I

IDEA DE NEGOCIOS

1.1 Descripción de la idea del negocio

El emprendimiento se origina de la idea de satisfacer las necesidades de un sector conformado por los usuarios de motocicletas, que tienen por afición la personalización de su automotor, ya sea de forma mecánica y/o estética. En este sentido el negocio “MOTO TUNING CENTER” tiene como actividades económicas:

- Realizar modificaciones del equipo mecánica y de carrocería de motos a fin de dotarles de originalidad, carácter propio y exclusividad.
- Venta de accesorios tuning.

La empresa “MOTO TUNING CENTER” de la ciudad de Machala se constituye en un emprendimiento que espera posicionarse en un mercado latente de aficionados al tuning poco o nada desarrollado en la localidad, por lo que existe un gran potencial para su sostenibilidad.

Como ventaja competitiva del emprendimiento se encuentra la información técnica y de mercado para llevar a cabo las actividades, es decir, no existirá improvisación en la ejecución del proyecto, además éste irá acompañado de profesionales con experiencia en el área de la mecánica y el tuning garantizando un servicio de calidad, diferenciado y con precios asequibles para los clientes.

1.2 Fundamentación teórica de la idea del negocio

1.2.1 Emprendimiento

El emprendimiento hace referencia al desarrollo de una iniciativa o negocio, siendo el resultado de la capacidad de las personas que se animan a ejecutar una actividad integrando recursos económicos y talento humano a fin de obtener un beneficio o como mecanismo de subsistencia (Díaz, 2018); por tanto, un emprendedor se caracteriza por su capacidad creativa, perseverancia, liderazgo, conducción de problemas y potencial de trabajo (González & Ruiz, 2015). Estas iniciativas son diseñadas desde cero y con

creatividad se establecen diversas ideas innovadoras orientadas a satisfacer las necesidades de un segmento de mercado, que en ocasiones es poco atendido; por tanto, a través de esta actitud emprendedora es posible identificar oportunidades y obtener resultados positivos para el crecimiento individual y colectivo de una sociedad.

En el Ecuador, el índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) se ha mantenido muy alto a lo largo de la historia, señalando que uno de cada tres ecuatorianos adultos ha empezado una iniciativa de negocio (Quizhpe, Goyes, García, & Olivo, 2017). No obstante, el estudio realizado por García, Sánchez, Martínez y Pérez (2016) acerca de los emprendimientos en el Ecuador identificaron diversas problemáticas que dificultan su desarrollo, tales como: la carencia de procedimientos orientados a mejorar la oferta para ser competitivos, los negocios se crean de forma empírica provocando una alta probabilidad de fracaso, la tecnología es obsoleta, así como los procesos de producción son poco eficiente y de bajo valor agregado.

En este contexto, para que la actividad emprendedora cumpla con las expectativas de crecimiento y sostenibilidad, éste debe ser desarrollado de manera técnica, con metas definidas y procesos de verificación y ajuste para el cumplimiento de dichas metas. De acuerdo a Sepúlveda y Gutiérrez, (2016) la sostenibilidad de los emprendimientos depende de factores como el tipo de empresa, su ubicación, la coyuntura económica, y principalmente que la iniciativa se sustente en una necesidad real con potencial en el mercado.

Es importante recalcar que desde hace mucho tiempo se ha considerado que el fomento de los emprendimientos posibilita el desarrollo de las sociedades al contribuir con ideas novedosas y negocios innovadores que generan ventajas distintivas para en las regiones (Higuera, Silvera, Corredor, & Pineda, 2019). Por esta razón, los gobiernos han considerado en sus políticas apoyar estas iniciativas a fin de incrementar las actividades productivas, creando riqueza económica y bienestar social (Ovalles, Moreno, Olivares, & Silva, 2018).

El emprendimiento es un término muy vinculado en el área empresarial, ya que está atado a la creación de empresas, diseño de bienes y servicios o la innovación de los mismos. Se caracterizan por realizar una integración social del factor humano y

económico a fin de aprovechar y llevar a cabo iniciativas presentes en el entorno, incorporando a su actividad la creatividad y la innovación (Chirinos, Meriño, & Martínez, 2018). Para llevar a cabo un emprendimiento, según Rivas, Cruz y Meléndez, (2017) se pueden identificar cinco etapas: 1) tener la idea del negocio, el mismo que debe satisfacer una necesidad en el mercado; 2) obtener información del mercado; 3) diseñar el plan de negocios en el cual se plasme de forma realista y sistemática los objetivos y actividades específicas para lograr los resultados; 4) la búsqueda de fuentes de financiamiento y realización de trámites para su funcionamiento; 5) relacionada con la ejecución y consolidación empresarial.

Por otra parte, Marulanda y Morales (2016) señala que para el desarrollo de un emprendimiento deben confluír tres factores:

- 1) Las motivaciones del fundador.
- 2) Sus capacidades, haciendo referencia a sus habilidades de saber hacer, de buscar y gestionar recursos financieros y logísticos, y establecer redes de relacionamiento.
- 3) El entorno para la formación de la empresa, que corresponde a las oportunidades que brinda el mercado y los estímulos que otorgan las leyes para la actividad emprendedora.

Con base a estos argumentos, el emprendimiento actualmente se ha convertido en la base fundamental para que las personas puedan alcanzar un grado de autonomía y estabilidad económica, logrando de esta forma bajar los niveles de desempleo, de pobreza, entre otros problemas sociales que, por medio del fomento del espíritu de emprender en la juventud ecuatoriana sería posible lograr un mejor futuro para el país.

1.2.2 La motocicleta y el Tuning

La motocicleta, conocida también en su forma abreviada como moto, es un vehículo compuesto de dos ruedas que se impulsa por medio de un motor. Es un medio de transporte de fácil manejo lo que ha hecho actualmente muy popular en su uso (Arteaga, Delgado, Pantoja, & Pantoja, 2014). La movilización en motocicleta brinda un servicio que se caracteriza por su rapidez, economía y es inmune al tráfico, lo que potencia su utilización (Domecq & Sarmiento, 2015).

Como resultados de estas bondades, las personas llegan al punto de realizar modificaciones a las motocicletas a fin de tener con un automotor único. Esta actividad se la conoce como tuning, la cual consiste en la personalización del vehículo por medio de la aplicación de distintos componentes internos o externos, inclusive comprende cambios en el rendimiento del motor, buscando de esta forma la exclusividad en el diseño del automotor.

Mediante la personalización del vehículo, el propietario del mismo pretende reflejar su estilo y preferencias desde lo visual. Arroyo, Jiménez y De Pablos Heredero, (2015) definen a la personalización como una actividad generadora de valor, ya que ofrece productos que satisfacen los requerimientos particulares y únicos de las personas, para lo cual es imprescindible que el diseño se lo realice en coordinación con el cliente.

1.2.3 Plan de negocios

El plan de negocios es un documento donde se describe el proyecto o iniciativa de emprendimiento, comprende el detalle de los bienes y servicios ofertados, las actividades comerciales y/o productivas, las proyecciones, y las fuentes de financiamiento (Casas, Vargas, & Almanza, 2017). Su contenido comprende:

- La idea del negocio.
- El estudio de mercado.
- La capacidad o tamaño del emprendimiento.
- El modelo de negocio.
- Las acciones y estrategias para el desarrollo de las operaciones.
- La estructura organizacional.
- Los estudios de factibilidad.

A pesar de la importancia de este documento, en latinoamericano los emprendimientos no inician sus actividades respaldados por un plan de negocios, lo que provoca problemas para administrar las finanzas del proyecto por falta de conocimientos, así como un nivel bajo de innovación (Valenzuela, Valenzuela, & Irrarrazaval, 2018). En este sentido, es imprescindible su elaboración, ya que tiene por propósito analizar la viabilidad técnica, operacional, económica y financiera, social y medioambiental.

1.3 Estudio de mercado

El estudio de mercado es una actividad orientada a la recolección y análisis de datos relacionadas con los clientes. Su elaboración contribuye al conocimiento de las necesidades y expectativas de los consumidores identificando sus características, considerando para ello factores de tipo socioeconómico, sexo, edad, gustos, entre otros, para esta forma establecer las estrategias de marketing (Salas & Botero, 2016).

1.3.1 Población y muestra

Para fines investigativos sobre la viabilidad comercial de iniciar un emprendimiento dedicada a la personalización de motos, se ha seleccionado como población de estudio a los habitantes de la ciudad de Machala, que según los datos de proyección del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos para el 2019 corresponde a 286.120 personas (INEC, 2019) distribuido de la siguiente manera:

Tabla 1. Proyección de población de la ciudad de Machala – por sexo y área

Población por sexo	Área	Cantidad (N)
Población masculina	Urbana	111.301
	Rural	111.587
Población femenina	Urbana	33.476
	Rural	29.756
Total población		286.120

Debido a la extensión del grupo, fue necesario aplicar el muestreo probabilístico sobre la población masculina del área urbana, considerando un error admisible del 5%.

$$\begin{aligned}(1) n &= N / [E^2(N - 1) + 1] \\ n &= 111.301 / [0,05^2(111.301 - 1) + 1] \\ n &= 111.301 / [278,25 + 1] \\ n &= 111.301 / 279,25 \\ n &= 399 \text{ personas}\end{aligned}$$

Por tanto, se procedió a encuestar a 399 hombres del área urbana de la ciudad de Machala, de entre 20 a 40 años.

1.3.2 Instrumento de investigación

El instrumento seleccionado para el proceso de investigación de campo fue el cuestionario de encuesta, que consiste en una serie de interrogantes diseñadas específicamente para de conocer la opinión de una parte de población (Jaramillo, Tacuri, & Trelles, 2018). Su estructura contiene 12 preguntas de opción múltiple, la cual analiza las siguientes dimensiones (Ver anexo A):

Tabla 2. Dimensiones de investigación de la encuesta

Dimensión	Ítems
Hábitos de uso	<ul style="list-style-type: none">- ¿Tienes motocicleta?- ¿Cuál es el uso que usted le da a su motocicleta?- ¿Cuántas veces a la semana utiliza usted la motocicleta?- ¿Hace cuánto tiempo que usted conduce motocicleta?
Motivaciones de adquisición	<ul style="list-style-type: none">- ¿Por qué motivo decidió la adquisición de una moto en lugar de otro medio de transporte?
Hábitos de cuidado	<ul style="list-style-type: none">- ¿Con qué frecuencia lleva su moto a un taller mecánico?- ¿Qué factores valora usted para volver a un taller mecánico?
Personalización de motocicletas	<ul style="list-style-type: none">- ¿Qué opina usted del tuning?- ¿Le gustaría personalizar su motocicleta?- ¿Qué tanto lo motiva que en la ciudad exista una empresa orientada a la personalización de su moto?- ¿Qué tipo de modificaciones personalizadas le realizaría a su moto?- ¿Cuánto estaría dispuesto a destinar de su presupuesto anual de su moto para realizar modificaciones personalizadas?

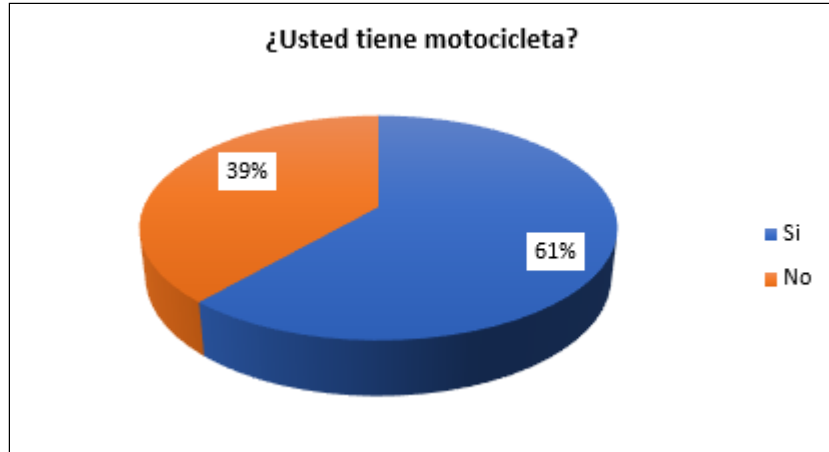
El propósito de la encuesta es conocer las características y opiniones de los potenciales clientes respecto al uso y personalización de su motocicleta.

1.3.3 Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de Machala

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas a fin de analizar los hábitos, motivaciones y preferencias sobre la personalización de motos.

Hábitos de uso

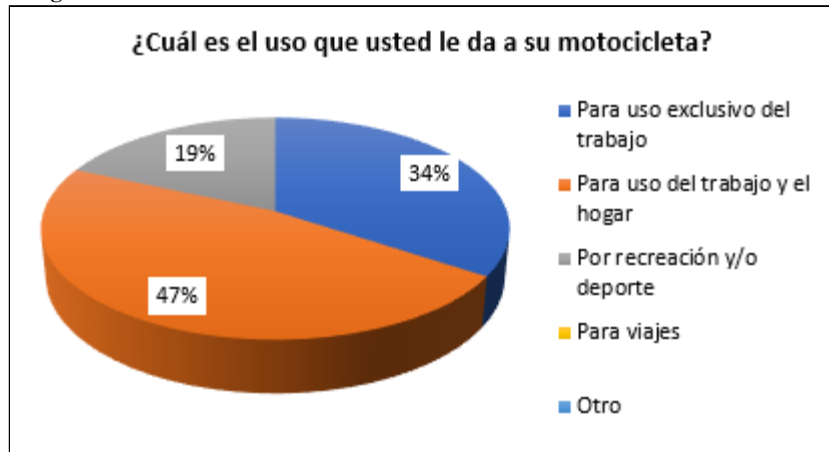
Figura 1. Proporción de personas que poseen motocicleta



Fuente: Encuesta

De la totalidad de los encuestados (ver figura 1), el 61% manifestó que si posee motocicleta; el 39% respondió que no tiene ese tipo de automotor. De este resultado se evidencia un alto uso de las motos por parte de las personas del área urbana de la ciudad de Machala.

Figura 2. Uso de la motocicleta

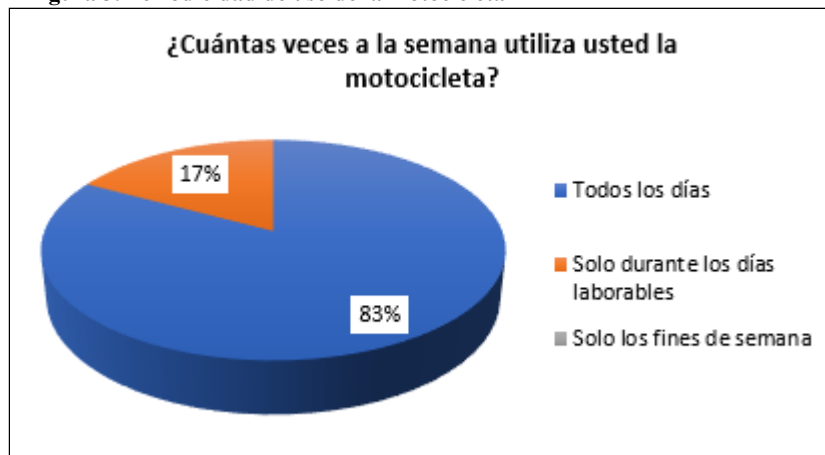


Fuente: Encuesta

Considerando a las personas que respondieron de forma afirmativa a la interrogante anterior, se consultó respecto al tipo de uso que le dan a su motocicleta; el 47% indicó que la utilizan tanto como medio de transporte para el trabajo, como para la movilización en las actividades del hogar. El 34% manifestó que la motocicleta es de uso exclusivo del trabajo. Una proporción menor del 19% respondió que la moto es

empleada para actividades de recreación y/o deporte. Con estos datos se infiere que la motocicleta es un medio de transporte con una versatilidad de uso principalmente en las actividades laborales y domésticas (ver figura 2).

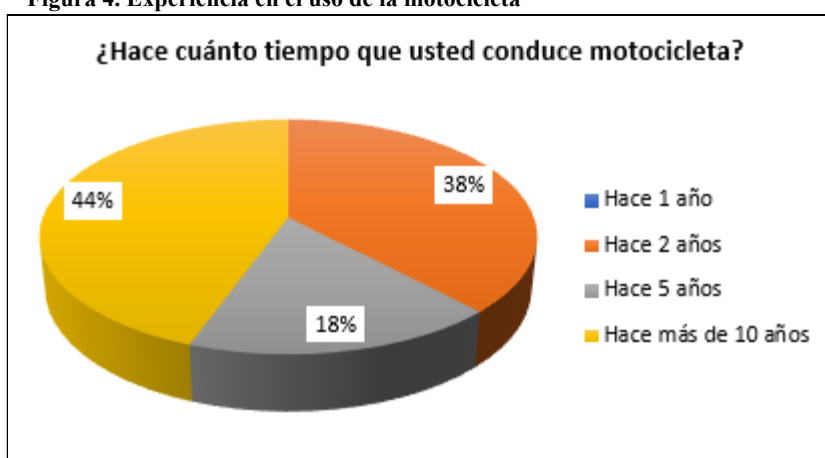
Figura 3. Periodicidad de uso de la motocicleta



Fuente: Encuesta

Conforme a los datos obtenidos, la mayoría de los encuestados, con el 83%, respondió que la motocicleta es utilizada todos los días de la semana. Una proporción menor del 17% expresó que su moto es usada solo durante los días de trabajo. De estas respuestas se corrobora que este medio de transporte es ampliamente utilizado en la cotidianidad de las actividades de gran parte de la población machaleña (ver figura 3).

Figura 4. Experiencia en el uso de la motocicleta



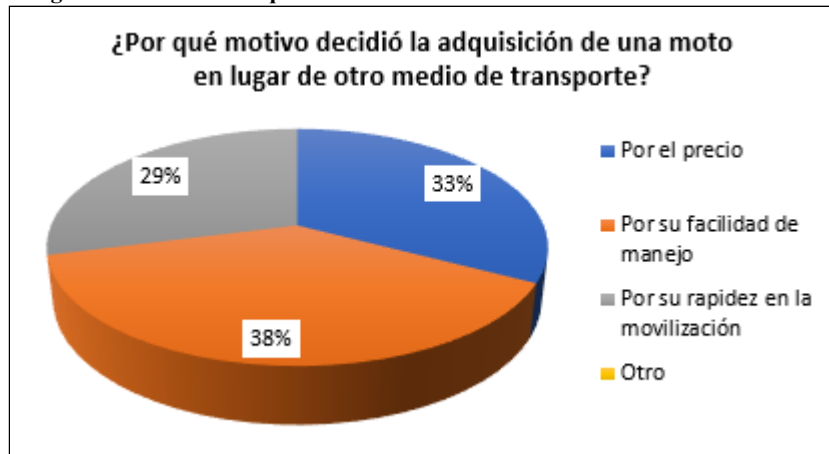
Fuente: Encuesta

De acuerdo a la figura 4, se indica que la mayoría de las personas encuestadas, 44%, mantienen una alta experiencia en el uso de su motocicleta, con un promedio de más de

10 años en la conducción de este tipo de vehículos. Una proporción significativa del 38% manifestó que conduce motocicletas desde hace 2 años.

Motivaciones de adquisición

Figura 5. Motivo de adquisición de la motocicleta

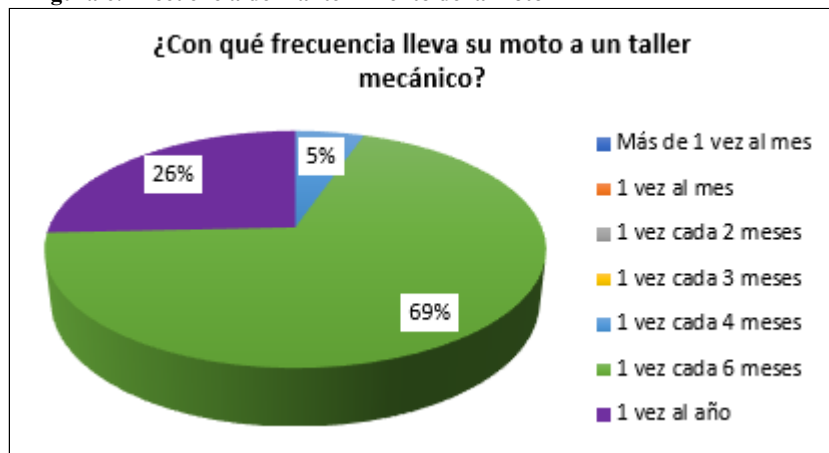


Fuente: Encuesta

En relación a las motivaciones para la compra de su actual motocicleta, los encuestados con el 38% manifestaron que la principal razón sería por su facilidad de manejo o conducción; muy cerca se ubica, con el 33%, que la causa para su adquisición es el precio. Por otra parte, el 29% de los consultados respondió que es un medio de transporte que permite una rapidez en la movilización (ver figura 5).

Hábitos de cuidado

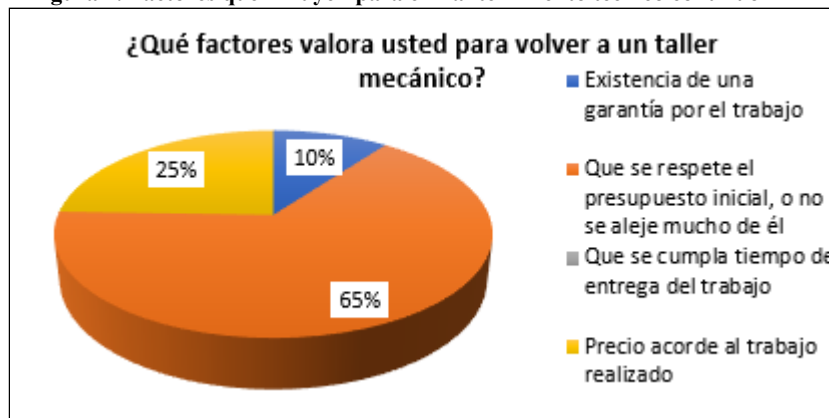
Figura 6. Frecuencia de mantenimiento de la moto



Fuente: Encuesta

Las personas que indicaron tener una motocicleta, manifestaron en una proporción del 69% que realizan el mantenimiento en un taller mecánico cada 6 meses. El 26% respondió que lleva su moto a revisión mecánica una vez al año. De estas respuestas se revela que las personas si realizan cuidados a sus vehículos por medio de servicios técnicos de reparación (ver figura 6).

Figura 7. Factores que influyen para el mantenimiento técnico continuo

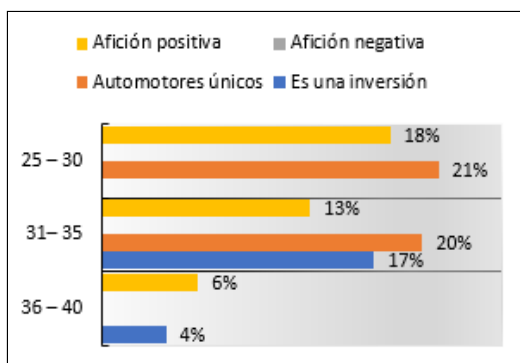


Fuente: Encuesta

En la figura 7, se muestra que el principal factor que valoran las personas para la realización de un mantenimiento mecánico continuo en un mismo taller es que se respete el presupuesto inicial de la revisión. Por otra parte, los encuestados indican, con el 25% que, para volver a un taller mecánico consideran que el precio esté acorde con el trabajo realizado. Una menor proporción de consultados manifestaron que les motiva la existencia de garantías por el trabajo realizado.

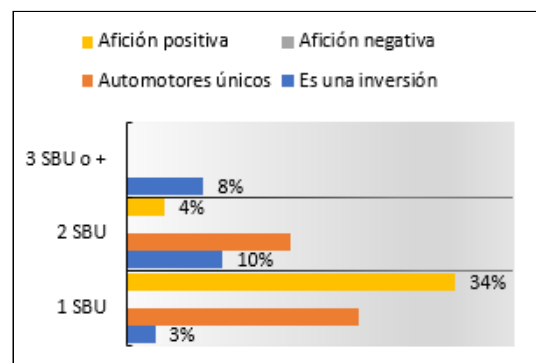
Personalización de motocicletas

Figura 8. Opinión sobre el tuning – Edad



Fuente: Encuesta

Figura 9. Opinión sobre el tuning – Ingresos

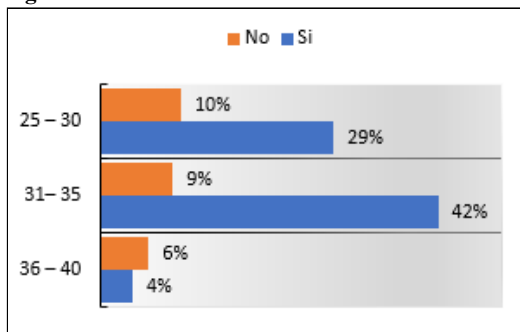


Fuente: Encuesta

Respecto a las preferencias sobre la personalización de las motocicletas, las personas entre el rango de 25 a 35 años, consideran de forma mayoritaria que esta actividad permite tener automotores únicos, y que es por tanto una afición positiva. Los encuestados de 36 a 40 años opinan que es un pasatiempo provechoso, que contribuye a incrementar el valor del automotor (ver figura 8).

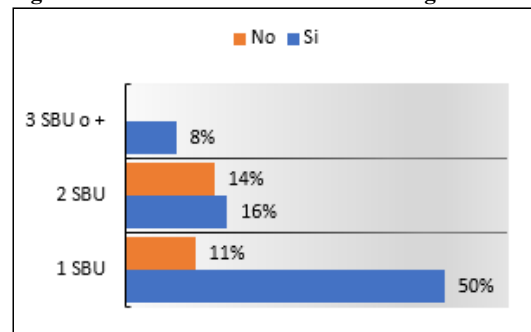
Considerando los ingresos del encuestado, las personas de ingresos bajos opinan mayoritariamente que es una afición positiva, los de ingresos medios que es una actividad que permite tener automotores únicos, y, los de ingresos altos que es una inversión que aumenta incrementar el valor del automotor (ver figura 9).

Figura 10. Personalización de motos – Edad



Fuente: Encuesta

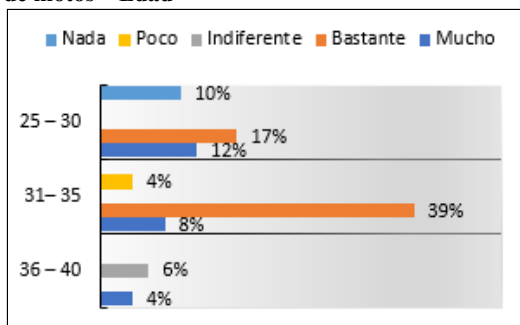
Figura 11. Personalización de motos – Ingresos



Fuente: Encuesta

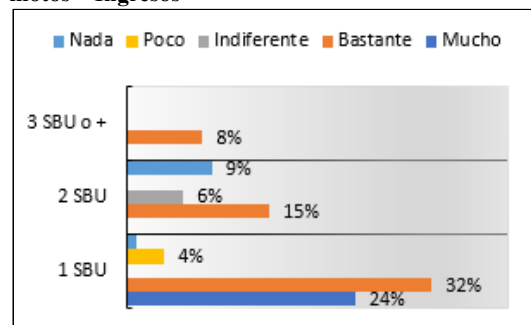
De acuerdo a lo indicado en la figura 10, la mayoría de las personas con un rango de edad de 25 a 30 años si les gusta la idea de personalizar sus motocicletas. Las personas de entre 36 a 40 años no se muestran a favor de esta actividad. En la figura 11, se revela que las personas, en los tres niveles de ingresos, tienen una tendencia mayoritaria respecto a que si les gustaría personalizar sus motocicletas.

Figura 12. Nivel de interés sobre personalización de motos – Edad



Fuente: Encuesta

Figura 13. Nivel de interés sobre personalización de motos – Ingresos

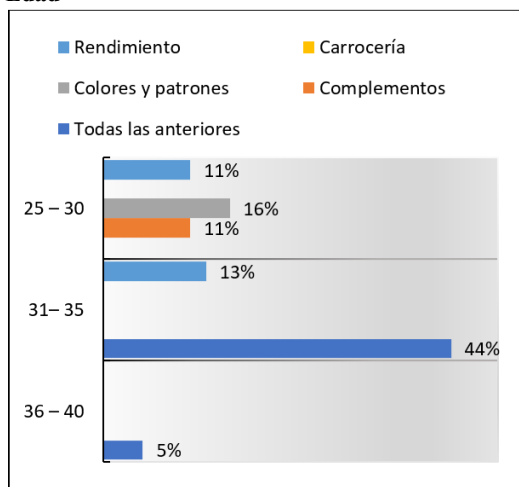


Fuente: Encuesta

Las personas con un rango de edad de 25 a 35 años manifestaron en su mayoría que la existencia de una empresa dedicada a la personalización de motos los motiva bastante; mientras los encuestados de 36 a 40 años les es indiferente este tipo de emprendimiento (ver figura 12).

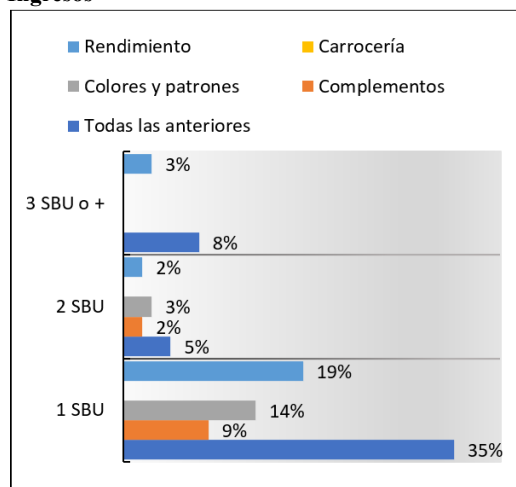
En la figura 13, se puede observar que en todos los niveles socioeconómicos existe un grado alto de interés por la existencia de una empresa orientada a la personalización de motos.

Figura 14. Tipo de personalización de motos – Edad



Fuente: Encuesta

Figura 15. Tipo de personalización de motos – Ingresos

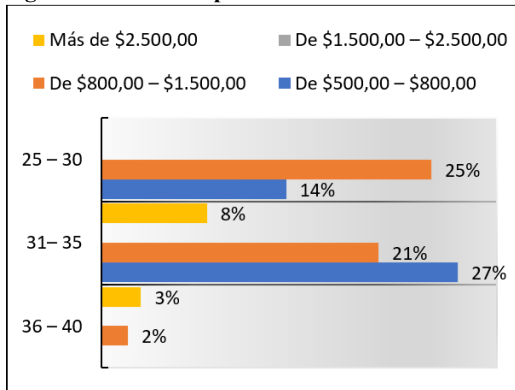


Fuente: Encuesta

Tomando en cuenta las personas que respondieron de forma afirmativa a la pregunta 9 del cuestionario, en los rangos de edad de 25-30 señalan que realizarían modificaciones principalmente a los aspectos visuales de colores y patrones originales, en los rangos de 31-40 indicaron que efectuarían cambios en todos los ámbitos del vehículo, tales como mejoras en el rendimiento de la máquina, transformaciones en la carrocería, personalización en los colores, así como aplicación de equipo complementario (ver figura 14).

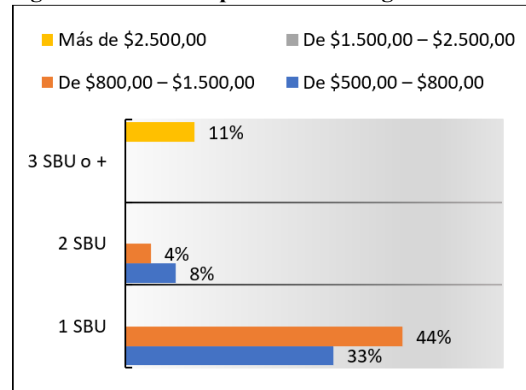
Considerando los ingresos de los encuestados (ver figura 15), en todos los niveles socioeconómicos prevalece la realización de cambios completos en las motocicletas para su personalización.

Figura 16. Recursos para moto – Edad



Fuente: Encuesta

Figura 17. Recursos para motos – Ingresos

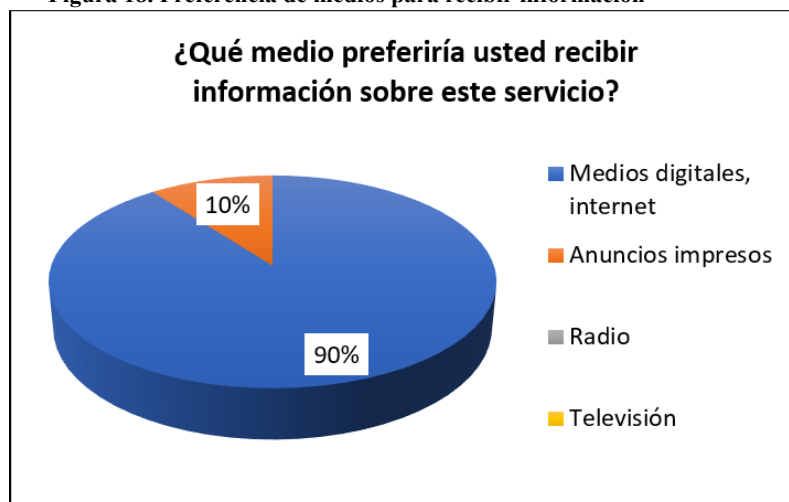


Fuente: Encuesta

En la figura 16, se muestra que las personas entre los 25-30 años estaría dispuestos a invertir de forma anual un valor aproximado de \$800,00 hasta \$1.500,00 en modificaciones a su motocicleta. En los rangos de 31 a 35 años destinarían recursos en una cantidad anual de hasta \$800,00 para mejorar su automotor. Mientras las personas de 36 a 40 años, con un 3% del total de los encuestados, podrían llegar a gastar alrededor de \$2.500 o más.

Desde el punto de vista socioeconómico, las personas con un nivel de ingresos bajo, en su mayoría, podrían gastar hasta \$1.500 anuales en la personalización de su motocicleta. Los encuestados con ingresos medios destinarían en modificaciones hasta \$800,00 anuales; mientras que las personas que ganan más de tres SBU, podrían invertir más de \$2.500,00 en cambios para su moto (ver figura 17).

Figura 18. Preferencia de medios para recibir información



Fuente: Encuesta

Como se observa en la figura 18, el 90% de los encuestados manifestaron que prefieren recibir información sobre los servicios de personalización de motos a través de medios digitales e internet.

1.3.4 Análisis general del estudio de mercado

Los resultados de la investigación de mercado demostraron que una gran parte de la población de Machala utiliza como medio de transporte las motocicletas, tanto para la realización de actividades laborales como domésticas, e inclusive de entretenimiento. De este grupo de personas, una proporción significativamente alta le gustaría personalizar su motocicleta.

Adicionalmente, opinan que este tipo de emprendimiento es bastante interesante. Por este motivo, las personas que están dispuesta a realizar modificaciones a sus motocicletas estarían dispuestas a destinar parte de su presupuesto a anual para la personalización de su vehículo, en aspectos como mejoras en el rendimiento de la máquina, cambios en la carrocería, colores y patrones, además de la aplicación de complementos. Además, se pudo conocer que de entre los medios de información para publicitar los servicios de la empresa, las personas prefieren el internet.

CAPÍTULO II

DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO

2.1 Descripción del emprendimiento

El emprendimiento que se espera desarrollar es una compañía de personalización de motocicletas especializada en mejorar el rendimiento del automotor, realización de cambios estéticos en la carrocería, personalización en los colores y patrones, así como la aplicación de equipo complementario de sonido y luces, con la finalidad de lograr un vehículo único conforme a los requerimientos de los clientes.

Tabla 3. Datos del emprendimiento

Razón social	Moto Tuning Center
Tipo de empresa	Compañía de responsabilidad limitada
Localización	Machala, El Oro, Ecuador
Actividad económica	Venta e instalación de repuestos y accesorios automotrices

2.2 Fundamentación gerencial del emprendimiento

La empresa denomina Moto Tuning Center, cuya actividad estará conformada por la venta de partes y accesorios para la customización, así como por un taller especializado en la personalización de motocicletas, se guiará bajo los siguientes fundamentos gerenciales:

2.2.1 Misión

Moto Tuning Center, es una empresa que proporciona un servicio de calidad, comprometidos en ofrecer una gestión innovadora con altos estándares de calidad de forma permanente para la satisfacción de los requerimientos de los usuarios respecto a la personalización de motocicletas. Para ello, la organización pone a disposición un servicio de excelencia con personal capacitado y motivado con soluciones integrales y profesionales permitiendo de esta forma el posicionamiento de la empresa.

2.2.2 Visión

Moto Tuning Center se proyecta como una empresa especializada y reconocida en el mercado por ser expertos en la personalización de motocicletas, proporcionando un servicio de calidad, con eficiencia y altamente profesional.

2.2.3 Valores corporativos

- **Atención al cliente personalizado:** el personal de la empresa se adapta a los requerimientos particulares de los clientes a fin de proporcionarles una solución conforme a sus especificaciones.
- **Conocimiento especializado:** la empresa está integrada por personal capacitado en mecánica y diseño, existiendo el conocimiento necesario y profesional en el área de customización de vehículos.
- **Ética laboral:** la empresa se rige en cumplimiento de las normas legales laborales vigentes, además de disposiciones internas basadas en valores éticos y profesionales para el ejercicio de las operaciones administrativas y de prestación de servicios.
- **Compromiso y honestidad:** las actividades de la empresa se ejecutan responsablemente en tiempo, forma y honradez garantizando de esta manera un trabajo de calidad.

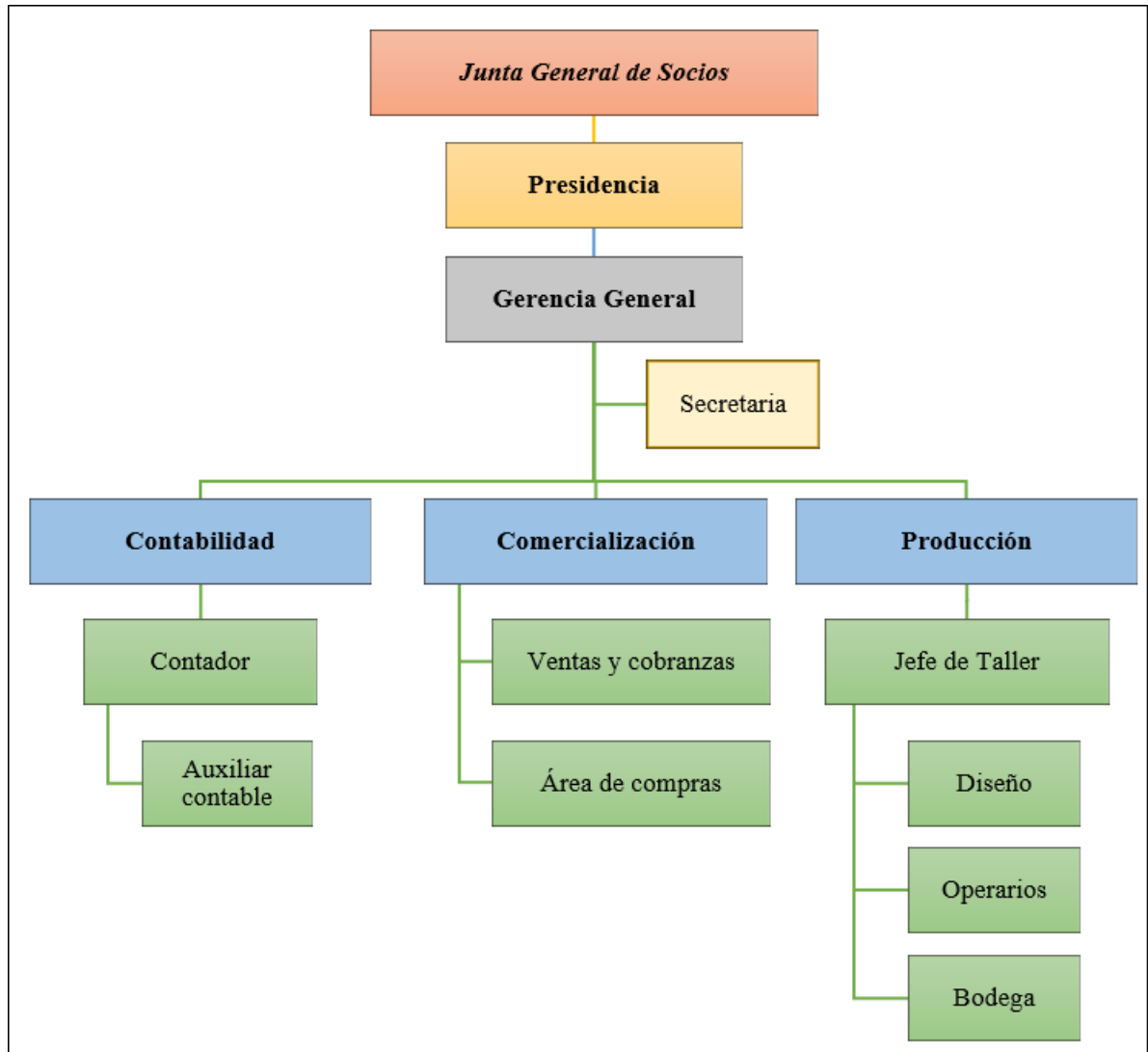
2.3 Estructura organizacional y funcional

Por medio de la estructura organizacional es posible identificar las diversas áreas o unidades departamentales en que se ha dividido las actividades de trabajo, a fin de llevar a cabo las funciones de cada integrante de la empresa de forma coordinada, bajo criterios de calidad, eficiencia y eficacia operativa.

Una forma de visualizar las relaciones jerárquicas establecidas en la estructura organizacional es a través de los organigramas, que consiste en la representación gráfica de las partes y funciones que componen la empresa.

Para la empresa Moto Tuning Center se establece la siguiente estructura organizacional y funcional:

Figura 19. Organigrama de la empresa Moto Tuning Center



Elaborado por: El Autor

2.3.1 Descripción de funciones

Con el propósito de facilitar los procesos administrativos y operativos del emprendimiento es necesario establecer las funciones específicas de cada una de las áreas departamentales, logrando de esta manera la integración eficaz y eficiente las competencias para un apropiado desempeño de las labores. En este sentido se presenta la descripción de las tareas a desarrollarse en la empresa Moto Tuning Center.

2.3.1.1 Área de dirección

El nivel o área de dirección tiene como responsabilidad general la determinación de los objetivos y estrategias de largo plazo en el emprendimiento, y está conformada por:

Tabla 4. Funciones de la Junta General de Socios

Funciones:	
	<ul style="list-style-type: none">● Desarrollar el plan general de la empresa.● Nombrar al presidente y gerente de la empresa.● Remover al presidente y gerente de la empresa.● Establecer y modificar los estatutos de la empresa.● Convocar a reuniones ordinarias anuales y extraordinarias cuando circunstancias específicas lo requieran.● Aprobar los incrementos y disminuciones de capital de la empresa.● Controlar el cumplimiento de los objetivos y metas.● Aprobar los balances de la empresa● Todas las demás competencias y atribuciones enmarcadas en los estatutos, la ley de compañías y disposiciones legales afines.

Tabla 5. Funciones del presidente

Descripción del cargo:	Presidente Nivel directivo
Objetivo de cargo:	Garantizar y promover el logro de la misión y visión de la empresa, por medio del control del plan estratégico.
Perfil del cargo:	Profesional en administración de empresas, con conocimientos en gestión empresarial y planificación estratégica. Capacidades en liderazgo, comunicación, negociación.
Funciones:	
	<ul style="list-style-type: none">● Representar legalmente a la empresa ante los socios, terceras personas y demás autoridades del orden público.● Coordinar con gerencia el plan estratégico de la empresa, en función de los lineamientos del plan general.● Autorizar y firmar los documentos de orden público y privado.● Solicitar la convocatoria de las juntas ordinarias.● Presidir las reuniones de la junta general de accionistas.● Otras funciones y responsabilidades a fines al puesto de trabajo

Relaciones jerárquicas:	Reporta a la Junta General de Socios. Coordina con gerencia.
--------------------------------	---

Tabla 6. Funciones del gerente

Descripción del cargo:	Gerente General Nivel directivo
Objetivo de cargo:	Realizar la planificación, organización, coordinación y supervisión de las actividades de la empresa para el cumplimiento de los objetivos estratégico.
Perfil del cargo:	Profesional en administración de empresas, con conocimientos en gestión empresarial, evaluación de proyectos y planificación estratégica. Capacidades en liderazgo, innovación, comunicación, trabajo en equipo, negociación.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ● Establecer el plan estratégico de la empresa, en función de los lineamientos del plan general y en coordinación con presidencia. ● Autorizar y firmar los documentos de actos internos y externos de la empresa. ● Presentar proyectos para que sean sometidos a análisis y consideración de la Junta General de Socios. ● Celebrar contratos, en sujeción a los estatutos de la organización. ● Contratar al personal de la empresa. ● Controlar el cumplimiento de las disposiciones legales en el ámbito laboral, societario, seguridad social, tributario entre otros. ● Controlar los procedimientos internos de la empresa. ● Diseñar la estructura organizativa y funcional de la empresa. ● Establecer los procedimientos y políticas internas de la empresa. ● Otras funciones y responsabilidades a fines al puesto de trabajo
Relaciones jerárquicas:	Reporta a Presidencia y a la Junta General de Socios. Coordina con gerencia. Controla a los jefes departamentales

Para un adecuado desarrollo de las operaciones del nivel directivo, es necesario contar con la asistencia de las funciones de secretaría a fin de lograr la coordinación efectiva de las tareas directivas.

Tabla 7. Funciones de la secretaria

Descripción del cargo:	Secretaria ejecutiva Nivel coordinación directiva
Objetivo de cargo:	Ayudar forma eficaz y eficiente en la coordinación y asistencia de las tareas del nivel directivo de la empresa.
Perfil del cargo:	Profesional en secretariado ejecutivo. Capacidades en comunicación, atención al cliente, trabajo bajo presión, alto grado de planificación, organización y confidencialidad. Conocimientos en programas informáticos, en redacción y manejo de archivos.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ● Organizar la agenda de gerencia y presidencia. ● Verificar el cumplimiento de la agenda de gerencia y presidencia. ● Receptar documentos y revisar su idoneidad. ● Atender y proporcionar la información requerida de las personas que llegan a la empresa. ● Mantener de forma confidencial la información proporcionada por el nivel directivo. ● Tomar notas y redactar los oficios del área administrativa. ● Gestionar y dar seguimiento a la correspondencia de la empresa. ● Mantener el archivo en orden. ● Otras funciones y responsabilidades a fines al puesto de trabajo
Relaciones jerárquicas:	Reporta a Presidencia y gerencia.

2.1.1.2 Área contabilidad

El departamento contable tiene por misión ejecutar los procedimientos, políticas y normas necesarias para proporcionar seguridad razonable sobre la exactitud y confiabilidad en los registros de las transacciones, así como de la información económica y financiera de la empresa.

Tabla 8. Funciones del contador

Descripción del cargo:	Contador Nivel administrativo – Área contable-financiera
Objetivo de cargo:	Procesar la información económica, financiera y tributaria en observancia a las normas internacionales de información financiera y disposiciones fiscales, laborales y societarias.

Perfil del cargo:	<p>Profesional con título de tercer nivel en contabilidad y auditoría CPA.</p> <p>Capacidad de análisis financiero, trabajo bajo presión, alto grado de confidencialidad.</p> <p>Conocimientos en NIIF, NIC, legislación tributaria, laboral y societaria. Manejo de programas contables, así como de los servicios en línea del SRI, IESS, Ministerio del Trabajo, y Superintendencia de Compañías.</p>
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ● Diseñar el plan de cuentas y procedimientos contables. ● Registrar las transacciones de la empresa. ● Elaborar los estados financieros de la organización. ● Realizar un análisis de la gestión económico y financiero de la empresa. ● Cumplir oportunamente las obligaciones con el SRI, IESS, Ministerio del Trabajo, y Superintendencia de Compañías. ● Asesorar a la gerencia sobre los aspectos económicos y financieros de la entidad. ● Otras funciones y responsabilidades a fines al puesto de trabajo
Relaciones jerárquicas:	<p>Reporta a Gerencia.</p> <p>Controla a auxiliar de contabilidad.</p>

Tabla 9. Funciones del auxiliar contable

Descripción del cargo:	<p>Auxiliar de contabilidad</p> <p>Nivel operativo – Área contable-financiera</p>
Objetivo de cargo:	<p>Procesar la información económica, financiera y tributaria en observancia a las normas internacionales de información financiera y disposiciones fiscales, laborales y societarias. Asistir oportunamente al contador.</p>
Perfil del cargo:	<p>Bachiller contable o estar cursando estudios universitarios en la carrera de contabilidad y auditoría CPA.</p> <p>Capacidad de análisis de cuentas contables, trabajo bajo presión, alto grado de confidencialidad. Conocimientos básicos en NIIF, NIC, legislación tributaria, laboral y societaria.</p> <p>Manejo intermedio de programas contables, así como de los servicios en línea del SRI, IESS, Ministerio del Trabajo, y Superintendencia de Compañías.</p>

Funciones:

- Registrar las transacciones de la empresa.
- Efectuar el registro y control de los activos: inventarios, valores por cobrar, propiedad, planta y equipo, otros activos.
- Efectuar el registro y control de los pasivos: valores por pagar de corto y largo plazo, otros pasivos.
- Efectuar el registro y control de las ventas, gastos y costos.
- Proporcionar la información solicitada al contador.
- Mantener el archivo en orden.
- Otras funciones y responsabilidades a fines al puesto de trabajo

Relaciones jerárquicas: Reporta al Contador.

2.1.1.3 Área de comercialización

El departamento de comercialización es la encargada de generar las ventas de los bienes y servicios del emprendimiento, así como las adquisiciones para su abastecimiento y poder seguir desarrollando las operaciones productivas.

Tabla 10. Funciones del jefe de ventas y cobranzas

Descripción del cargo:	Jefe de ventas y cobranzas Nivel administrativo – Área de comercialización
Objetivo de cargo:	Planear y controlar las operaciones de ventas y cobranzas de la empresa.
Perfil del cargo:	Profesional con título de tercer nivel en marketing o administración de empresas. Capacidad de análisis de mercado, trabajo bajo presión, alto grado de comunicación, negociación y relaciones humanas. Conocimientos en estrategias de marketing digital y posicionamiento de mercado.

Funciones:

- Realizar de forma anual las proyecciones de ventas, así como la fijación de precios de los bienes y servicios de personalización de motos.
- Preparar el plan estratégico de marketing.
- Efectuar procesos de control sobre el cumplimiento de los objetivos del plan de marketing y de las expectativas de ventas.

Funciones:

- Elaborar las facturas de las ventas realizadas.
- Preparar para cada cliente un reporte de los valores por cobrar, por ventas a crédito.
- Gestionar de forma oportuna las actividades de cobro y recuperación de valores a los clientes.
- Supervisar la efectividad de las estrategias publicitarias y de promoción de la empresa.
- Efectuar periódicamente análisis de mercado para identificar las nuevas necesidades de la demanda y tendencias.
- Otras funciones y responsabilidades a fines al puesto de trabajo

Relaciones jerárquicas: Reporta a Gerencia.**Tabla 11. Funciones del jefe de compras**

Descripción del cargo:	Jefe de compras Nivel administrativo – Área de comercialización
Objetivo de cargo:	Planear y controlar las operaciones de compras de la empresa.
Perfil del cargo:	Profesional con título de tercer nivel en administración de empresas. Capacidad de planificación, negociación y relaciones humanas. Conocimientos en control de inventarios.

Funciones:

- Realizar el plan de compras de la empresa en forma periódica.
- Controlar las cantidades de inventario en bodega.
- Realizar las adquisiciones en función a estándares de calidad, economía y plazos de pago convenientes.
- Administrar el listado de proveedores a fin de mantener el abastecimiento de los insumos de forma oportuna.
- Coordinar con producción y ventas la adquisición de insumos, suministros y materiales para el desarrollo normal de las operaciones del negocio.
- Efectuar cotizaciones a fin de seleccionar la mejor alternativa de compra.
- Otras funciones y responsabilidades a fines al puesto de trabajo

Relaciones jerárquicas: Reporta a Gerencia.**2.1.1.4 Área de producción**

El departamento de producción cumple la función primordial de transformar las materias primas e insumos para la generación de los servicios de personalización de motos.

Tabla 12. Funciones del jefe de producción

Descripción del cargo:	Jefe de producción Nivel administrativo – Área de producción
Objetivo de cargo:	Planear y controlar las operaciones de productivas de personalización de motos.
Perfil del cargo:	Profesional técnico en mecánica automotriz. Capacidad de diseño e innovación. Conocimientos en tuning.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ● Planificar las tareas diarias del taller. ● Verificar el cumplimiento de las tareas diarias del taller. ● Efectuar el control de calidad de los servicios de personalización de motos. ● Capacitar a los operarios sobre la personalización de motos. ● Colaborar en la personalización de motos. ● Sugerir diseños sobre la personalización de motos. ● Informar a contabilidad los costos de las actividades productivas ● Otras funciones y responsabilidades a fines al puesto de trabajo
Relaciones jerárquicas:	Reporta a gerencia. Controla y coordina con diseño, operarios y bodega

Tabla 13. Funciones del responsable de diseño

Descripción del cargo:	Responsable de diseño Nivel operativo – Área de producción
Objetivo de cargo:	Desarrollar diseños innovadores para personalización de motos conforme a los requerimientos de los clientes.
Perfil del cargo:	Profesional técnico en diseño gráfico. Capacidad de diseño e innovación. Conocimientos en tuning.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ● Explicar a los operarios sobre el diseño de la personalización de motos. ● Colaborar en la personalización de motos. ● Realizar los diseños sobre la personalización de motos. ● Atender al cliente y tomar sus ideas para desarrollar los diseños. ● Otras funciones y responsabilidades a fines al puesto de trabajo
Relaciones jerárquicas:	Reporta a jefe de producción.

Tabla 14. Funciones del operario

Descripción del cargo:	Responsable de diseño Nivel operativo – Área de producción
Objetivo de cargo:	Ejecutar con calidad los diseños de personalización de motos.
Perfil del cargo:	Técnico en mecánica automotriz. Capacidad creativa, trabajo bajo presión
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none">● Personalizar las motos según los diseños establecidos.● Verificar la calidad de los servicios de personalización de motos.● Otras funciones y responsabilidades a fines al puesto de trabajo	
Relaciones jerárquicas:	Reporta a jefe de producción.

Tabla 15. Funciones del bodeguero

Descripción del cargo:	Bodeguero Nivel operativo – Área de producción
Objetivo de cargo:	Proteger y conservar organizadamente los suministros, insumos y materiales de producción.
Perfil del cargo:	Bachiller o estar cursando estudios universitarios. Capacidad de organización
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none">● Reportar al área de compras los niveles de existencias.● Conservar en orden las secciones de bodega.● Enviar oportunamente los suministros materiales previa emisión de egreso de bodega.● Elaborar los respectivos ingresos de bodega por cada entrada de materiales a bodega.● Otras funciones y responsabilidades a fines al puesto de trabajo	
Relaciones jerárquicas:	Reporta a jefe de producción.

CAPÍTULO III

MODELO DE NEGOCIO

3.1 Segmento de mercado

La segmentación de mercado tiene la finalidad de identificar a los clientes que son el soporte para la continuidad del emprendimiento (Calderón & Chungata, 2017). En función de los resultados de la investigación de mercado, se pudo establecer el segmento de mercado, tomando en consideración el siguiente perfil del cliente:

- **Segmentación geográfica:** el mercado objetivo del emprendimiento se concentra sobre las personas que habitan el cantón Machala, provincia de El Oro.
- **Segmentación demográfica:** de la totalidad de población de estudio, se seleccionó a las personas de sexo masculino que poseen motocicleta, las cuales se ubican en los rangos de edad de entre los 25 a 35 años de edad. Considerando los aspectos socioeconómicos sobre la afición al Tuning, la segmentación del mercado está orientada principalmente a los estratos con ingresos bajos y medios.
- **Segmentación psicográfica y conductual:** las personas a las cuales van dirigidos los servicios de personalización se caracterizan por tener un estilo de vida el uso permanente de motocicletas ya sea para el trabajo, el hogar y en actividades recreativas y/o el deporte y que gustan de la individualidad visual de su motocicleta.

3.2 Productos y servicios como propuesta de valor

El emprendimiento denominado Moto Tuning Center ofrece los siguientes bienes y servicios conforme a la actividad económica establecida:

Servicios de personalización de motos:

- Mejoras en el rendimiento de la máquina.
- Personalización visual de colores y patrones originales.
- Aplicación de complementos (sistema de sonidos, luces).
- Personalización integral (rendimiento, visual, patrones, complementos).

Productos para la personalización de motos:

- Halógeno Led
- Faro Led
- Piñón De Velocímetro
- Barra Curva Led
- Montaje Cilindro Placa Delantera
- Cascos
- Accesorio de Batería 12v USB Doble
- Kit de Accesorios para Carburador
- Sirena Alarma 12V 6 Tonos
- Forro Cobertor para todo Tipo de Motos
- Manubrio Reclinable
- Malla Aluminio Tuning
- Espejo Retrovisores
- Guías Deportivas
- Tapizado
- Adaptador USB
- Caballete Delantero
- Puños moto
- Cinta Llanta Naranja con Aplicador
- Piloto Intermitente
- Cinta Llanta Arco
- Funda Sillín
- Funda Asiento
- Protectores depósito
- Portamatrículas

3.3 Canales de comercialización

Para la comercialización de los productos y servicios de personalización, se establecerá una vía de comunicación directa con el cliente, por medio de la aplicación de estrategias de marketing digital, haciendo uso de las redes sociales para informar sobre las actividades de la empresa.

3.4 Relaciones con los clientes

Las relaciones con los clientes, se realizarán de forma cordial y continua con el propósito de satisfacer oportunamente los requerimientos sobre el diseño de personalización de la moto, además de informar las promociones en temporadas específicas del año.

3.5 Fuentes de ingresos

El emprendimiento para el desarrollo de actividades contará como las siguientes fuentes de ingreso:

- Fondos propios equivalente a \$15.000,00 provenientes de los socios.
- Financiamiento externo por medio de un préstamo bancario por un valor de \$50.000,00; con un plazo de 5 años, a una tasa de interés del 28% y dividendos trimestrales.

Con la ejecución del proyecto, los ingresos procederán de la venta de productos tuning y servicios de personalización para motos, cuyos precios se determinaron según las estimaciones de costos y cuyos rangos no excedan los indicados en el estudio de mercado, como se indica en las tablas 16 y 17:

Tabla 16. Fuentes de ingresos por servicios de personalización de motos

Servicios	Precio
Mejoras en el rendimiento de la máquina	800,00
Personalización visual de colores y patrones originales	800,00
Aplicación de complementos (sistema de sonidos, luces)	800,00
Personalización integral	1.500,00

Tabla 17. Fuentes de ingresos por venta de productos tuning para motos

Producto	Precio
Halógeno Led	9,00
Faro Led	8,00
Piñón De Velocímetro	6,00
Barra Curva Led	30,00
Montaje Cilindro Placa Delantera	14,00
Cascos	120,00
Accesorio de Batería 12v USB Doble	31,00
Kit de Accesorios para Carburador	4,00
Sirena Alarma 12V 6 Tonos	6,00
Forro Cobertor para todo Tipo de Motos	10,00
Manubrio Reclinable	10,00
Malla Aluminio Tuning	21,00
Espejo Retrovisores	50,00
Guías Deportivas	280,00
Tapizado	180,00
Adaptador USB	31,00
Caballete Delantero	50,00
Puños moto	50,00
Cinta Llanta Naranja con Aplicador	13,00
Piloto Intermitente	35,00
Cinta Llanta Arco	15,00
Funda Sillín	15,00
Funda Asiento	21,00
Protectores depósito	20,00
Portamatrículas	22,00

3.6 Activos para el funcionamiento del negocio

Los activos del emprendimiento se indican a continuación:

Tabla 18. Activos para el funcionamiento del negocio

Área	Tipo de activo	Ítem
Área de administración	Muebles y enseres	Escritorios
		Sillas de escritorio
		Sillas de espera
		Archivadores
	Equipo de computo	Mesa de reuniones
		Computadora de escritorio
		Laptop
		Impresora
Área de contable	Muebles y enseres	Escritorios
		Sillas de escritorio
		Sillas de espera
		Archivadores
	Equipo de computo	Computadora de escritorio
		Impresora
		Escritorios
		Sillas de escritorio
Área de ventas	Muebles y enseres	Sillas de espera
		Archivadores
		Estanterías
		Computadora de escritorio
	Equipo de computo	Impresora
		Escritorios
		Sillas de escritorio
		Sillas de espera
Área producción	Muebles y enseres	Archivadores
		Estanterías
		Herramientas hidráulicas
		Compresor de pintura
		Rectificadora
	Maquinarias	Soldadora
		Computadora de escritorio
		Impresora

3.7 Actividades del negocio

La empresa Moto Tuning Center tiene como actividades económicas:

- Los servicios de personalización del equipo mecánico y de carrocería de motos.
- Venta de partes y accesorios tuning.

3.8 Red de socios

El emprendimiento para un abastecimiento continuo y oportuno de insumos (partes y accesorios tuning), requiere de una red de socios externos compuesta por proveedores, tales como:

Tabla 19. Red socios externos

Proveedor	Ubicación	Línea de productos
MOTORALMOR	Cuenca: Julia Bernal y Molinopamba - Ricaurte	Accesorios, llantas, cascos, repuestos, baterías, herramientas, otros
EUROMOTOEC	Quito: Av. República E7-198 y Diego de Almagro	Complementos y accesorios para motos. Ropa de protección para motociclista Cascos homologados
KIT RACING GUAYAQUIL	Guayaquil: Acuarelas del Río MZ 35 Solar 1160	Repuestos para motos y accesorios de lujos

3.9 Estructura de costos

Los costos del emprendimiento Moto Tuning Center se estructura de los siguientes rubros:

- Costos de producción por la personalización de motos: Materiales, mano de obra y costos indirectos.

Tabla 20. Estado de Costos de producción – año 1

Costos de Producción	
Materiales	488.479,89
Inventario inicial	0,00
(+) Compras	529.186,55
(-) Inventario final	40.706,66
Mano de Obra	31.513,44
Costos indirectos	3.406,67
Total costo de producción	523.400,00

- Gastos operativos: Gastos de administración y gastos de venta.

Tabla 21. Proyección Gastos de administración – año 1

Rubro	Total
Gasto de arriendo de local	16.800,00
Gastos de administración	13.800,00
Gastos servicios básicos	7.200,00
Gastos de publicidad	7.800,00
Gastos de Depreciación	2.736,67
Total	48.336,67

- Costos y gastos de personal.

Tabla 22. Presupuesto costos y gastos de personal – año 1

Cargo	Cantidad	Sueldo mes	Sueldo año	Prestaciones sociales	Total Gastos de personal
Gerente	1	600,00	7.200,00	2.170,80	9.370,80
Secretaria	1	400,00	4.800,00	1.579,20	6.379,20
Contador	1	480,00	5.760,00	1.815,84	7.575,84
Auxiliar contable	1	400,00	4.800,00	1.579,20	6.379,20
Vendedor	1	450,00	5.400,00	1.727,10	7.127,10
Responsable de compras	1	450,00	5.400,00	1.727,10	7.127,10
Jefe de taller	1	480,00	5.760,00	1.815,84	7.575,84
Responsable de diseño	1	400,00	4.800,00	1.579,20	6.379,20
Operarios	2	400,00	9.600,00	1.579,20	11.179,20
Bodeguero	1	400,00	4.800,00	1.579,20	6.379,20
Total					75.472,68

CAPÍTULO IV

ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO

4.1 Factibilidad técnica

La factibilidad técnica tiene por propósito comprobar la posibilidad de conseguir los recursos y medios; las capacidades de producción, así como su localización física a través una evaluación de factores (Márquez, Saltos, Gavilanes, Cusme, & Pilay, 2017) que posibiliten la puesta en práctica del emprendimiento. Los aspectos analizados fueron:

4.1.1 Capacidad de producción para la personalización de motos

En la determinación de capacidad del emprendimiento para la realización procesos de personalización de motos, se consideró el tamaño de las instalaciones, los recursos humanos disponibles y los factores relacionados con el mercado objetivo. En base a lo indicado se tiene:

Tabla 23. Capacidad de producción

Descripción	%	Cantidad
Proporción de personas que tiene moto	58%	233
Proporción de personas que tienen intención personalización	79%	183
Frecuencia mantenimiento (anual)	26%	48
Capacidad de atención de clientes de forma mensual		48
Tipo de personalización de motos (preferencias del cliente)		
Mejoras en el rendimiento de la máquina	24%	12
Personalización visual de colores y patrones originales	16%	8
Aplicación de complementos (sistema de sonidos, luces)	11%	5
Personalización integral	49%	23

Fuente: Estudio de mercado

Elaboración: El Autor

Por tanto, en función al tamaño del proyecto, se decidió que la capacidad de atención de clientes de forma mensual corresponde a 48 personas, distribuido en los distintos tipos de servicios de personalización de motos.

4.1.2 Disponibilidad financiera

Para llevar a cabo el emprendimiento es necesario contar con el financiamiento externo de recursos; por tanto, se estableció la realización de un crédito bancario de tipo productivo en el Banco de Machala, el cual está direccionado al sector industrial para apalancar requerimientos de capital operativo, así como de expansión de negocios.

4.1.3 Disponibilidad del talento humano

La ciudad de Machala cuenta con el talento humano suficiente y capacitado para el desarrollo adecuado de las actividades administrativas y operativas del emprendimiento. A continuación, se indica el personal requerido:

Tabla 24. Requerimientos de personal

Cargo	Cantidad
Gerente	1
Secretaria	1
Contador	1
Auxiliar contable	1
Vendedor	1
Responsable de compras	1
Jefe de taller	1
Responsable de diseño	1
Operarios	2
Bodeguero	1
Total	11

4.1.4 Disponibilidad de recursos

Existe completo acceso a las fuentes de abastecimiento para la adquisición de partes, accesorios, equipos e instalaciones para la venta y personalización de motos, estableciéndose como principales proveedores las siguientes empresas:

- MOTORALMOR
- EUROMOTOEC
- KIT RACING GUAYAQUIL (ver tabla 19)

4.1.5 Localización del proyecto

El propósito de la localización es identificar el lugar idóneo para asentar el proyecto de emprendimiento, para lo cual se debe considerar aspectos macro y micro del entorno.

4.1.5.1 Macro localización

El emprendimiento se instalará en la ciudad de Machala, capital de la provincia de El Oro, lugar que se destaca por su alta actividad agro productiva y comercial.

4.1.5.2 Micro localización

Las oficinas y el taller de la empresa Moto Tuning Center, se ubicará en la calle Colón y 2da. Diagonal (ver anexo C). Los aspectos que se consideraron para seleccionar el lugar fueron:

- Disponibilidad de terreno con instalaciones.
- Precio accesible para arriendo de local.
- Ubicación cercana al mercado objetivo.
- Infraestructura de servicios completa: Energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, servicio telefónico, internet banda ancha.
- Vías de comunicación en estado óptimo.
- Entorno agradable.

4.1.5.3 Distribución de la planta

La distribución y organización de las instalaciones del local (ver anexo D), se determinaron en función de factores como:

- El tamaño del proyecto: capacidad de producción.
- Uso efectivo de las áreas o extensiones del local, para organizar los departamentos administrativos y productivos.
- La movilización interna de materiales y personal, considerando distancias mínimas.

- Futuros reajustes por ampliaciones, es decir, la distribución es flexible a los cambios.

4.2 Factibilidad financiera

El estudio de factibilidad financiera está destinado a establecer de forma cuantitativa la viabilidad del negocio, a través de la realización de diversos cálculos y proyecciones sobre los ingresos, costos, gastos, flujos de efectivo, así como el análisis de razones financieras.

4.2.1 Inversión fija y depreciación de activos

A continuación, se presenta la valoración de los activos que se indican en la tabla 18, los cuales permitirán al desarrollo normal de las operaciones del negocio:

Tabla 25. Propiedad, planta y equipo y depreciación

Área	Tipo de activo	Costo	Vida útil	Depreciación
Área administración	Muebles y enseres	8.500,00	10	850,00
	Equipo de computo	1.500,00	3	500,00
Área de contable	Muebles y enseres	3.200,00	10	320,00
	Equipo de computo	1.120,00	3	373,33
Área de ventas	Muebles y enseres	3.200,00	10	320,00
	Equipo de computo	1.120,00	3	373,33
Área producción	Muebles y enseres	3.350,00	10	335,00
	Maquinarias	26.850,00	10	2.685,00
	Equipo de computo	1.160,00	3	386,67
Total		50.000,00		6.143,33

4.2.2 Proyección de ingresos

En este presupuesto se procedió a estimar cuantitativamente el valor de las ventas por concepto de servicios de personalización de motos, así como por la venta de partes y accesorios tuning para un período de 5 años, considerando para el primer año la capacidad productiva del emprendimiento (ver tabla 26), y a partir del segundo año se toma en cuenta un incremento anual del 5% para este rubro (ver tabla 27).

Adicionalmente, las ventas de la empresa se cobran en una proporción del 80% al contado y el saldo se recupera en un plazo de 30 días.

Tabla 26. Presupuesto de venta - Año 1

Producto	Unidades mes	Unidades Año	Precio	Total (\$)
Mejoras en el rendimiento de la máquina	12	144	800,00	115.200,00
Personalización visual de colores y patrones originales	8	96	800,00	76.800,00
Aplicación de complementos (sistema de sonidos, luces)	5	60	800,00	48.000,00
Personalización integral	23	276	1.500,00	414.000,00
Venta de accesorios y partes (Ver anexo E)				35.700,00
			Total	689.700,00

Tabla 27. Proyección de ventas

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Mejoras en el rendimiento de la máquina	115.200,00	120.960,00	127.008,00	133.358,40	140.026,32	
Personalización visual de colores y patrones originales	76.800,00	80.640,00	84.672,00	88.905,60	93.350,88	
Aplicación de complementos	48.000,00	50.400,00	52.920,00	55.566,00	58.344,30	
Personalización integral	414.000,00	434.700,00	456.435,00	479.256,75	503.219,59	
Venta de accesorios y partes	35.700,00	37.485,00	39.359,25	41.327,21	43.393,57	
	Total	689.700,00	724.185,00	760.394,25	798.413,96	838.334,66

4.2.3 Proyección de Costos y gastos

Los egresos de empresa están constituidos por:

- El costo de venta de los artículos de tuning, que corresponden al 80% de las ventas de este rubro. Para su cálculo se establece que los inventarios finales equivalen a un mes de compra de estos los artículos. Las compras se cancelan en un 70% al contado y 30% se paga en un plazo de 30 días.

Tabla 28. Costos de venta

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inventario inicial	0,00	2.380,00	2.499,00	2.623,95	2.755,15
(+) Compras	30.940,00	30.107,00	31.612,35	33.192,97	34.852,62
(-) Inventario final	2.380,00	2.499,00	2.623,95	2.755,15	2.892,90
Costo de venta	28.560,00	29.988,00	31.487,40	33.061,77	34.714,86

- El costo de producción por la personalización de las motos, que equivale al 80% de los ingresos por este concepto. Para los materiales de producción se considera que los inventarios finales equivalen a un mes de compra de estos los artículos. Las compras se cancelan en un 70% al contado y 30% se paga en un plazo de 30 días. La mano de obra lo conforman las remuneraciones y prestaciones sociales de ley del jefe de taller, responsable de diseño, operarios y bodeguero. Los costos indirectos están constituidos por la depreciación de los activos del área de producción.

Tabla 29. Costos de Producción

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material	488.479,89	513.064,22	538.877,77	566.368,65	594.828,09
Inventario inicial	0,00	40.706,66	42.755,35	44.906,48	47.197,39
(+) Compras	529.186,55	515.112,92	541.028,89	568.659,56	597.199,71
(-) Inventario final	40.706,66	42.755,35	44.906,48	47.197,39	49.569,01
Mano de Obra	31.513,44	33.089,11	34.743,57	36.480,75	38.304,78
Costos indirectos	3.406,67	3.406,67	3.406,67	3.020,00	3.020,00
Total	523.400,00	549.560,00	577.028,00	605.869,40	636.152,87

- Los gastos de administración y ventas, que se proyectan con un incremento del 6% para los años 2 y 3; y, con el 8% para los años 4 y 5.

Tabla 30. Proyección Gastos de administración

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto de arrendamientos	16.800,00	17.808,00	18.876,48	20.386,60	22.017,53
Gastos administrativos	13.800,00	14.628,00	15.505,68	16.746,13	18.085,83
Gastos servicios básicos	7.200,00	7.632,00	8.089,92	8.737,11	9.436,08
Gastos de publicidad	7.800,00	8.268,00	8.764,08	9.465,21	10.222,42
Gastos de Depreciación	2.736,67	2.736,67	2.736,67	1.490,00	1.490,00

- Dentro de los gastos de la empresa, se encuentran los relacionados a las remuneraciones del personal administrativo y de ventas, para los cual se consideró un incremento del 5% anual a partir del segundo año.

Tabla 31. Proyección Gastos de personal

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	9.370,80	9.839,34	10.331,31	10.847,87	11.390,27
Secretaria	6.379,20	6.698,16	7.033,07	7.384,72	7.753,96
Contador	7.575,84	7.954,63	8.352,36	8.769,98	9.208,48
Auxiliar contable	6.379,20	6.698,16	7.033,07	7.384,72	7.753,96
Vendedor	7.127,10	7.483,46	7.857,63	8.250,51	8.663,03
Responsable de compras	7.127,10	7.483,46	7.857,63	8.250,51	8.663,03

4.2.4 Financiamiento

El proyecto de emprendimiento está financiado tanto por recursos internos aportados por los socios, así como por financiamiento externo a través de un préstamo bancario, con una tasa de interés del 28% y un plazo de 5 años amortizado en dividendos trimestrales (ver anexo F).

Tabla 32. Financiamiento del proyecto

Rubros	Valor	Fuente de financiamiento
Capital	15.000,00	
Socio 1	5.000,00	Aporte socios - Efectivo
Socio 2	5.000,00	
Socio 3	5.000,00	
Inversión (Propiedad, planta y equipo)	50.000,00	Préstamo bancario
Total	65.000,00	

4.2.5 Proyección de resultados

La proyección de los resultados consolida la información de los presupuestos de ingresos, costos y gastos, con la finalidad de estimar las utilidades o beneficios futuros del emprendimiento como se indica en la tabla 33.

Tabla 33. Proyección de resultados

Moto Tuning Center					
Estado de Resultados Proyectado					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	689.700,00	724.185,00	760.394,25	798.413,96	838.334,66
Costo de venta	28.560,00	29.988,00	31.487,40	33.061,77	34.714,86
<i>Inventario inicial</i>	0,00	2.380,00	2.499,00	2.623,95	2.755,15
<i>(+) Compras</i>	30.940,00	30.107,00	31.612,35	33.192,97	34.852,62
<i>(-) Inventario final</i>	2.380,00	2.499,00	2.623,95	2.755,15	2.892,90
Costos de Producción	523.400,00	549.560,00	577.028,00	605.869,40	636.152,87
Materiales	488.479,89	513.064,22	538.877,77	566.368,65	594.828,09
Inventario inicial	0,00	40.706,66	42.755,35	44.906,48	47.197,39
<i>(+) Compras</i>	529.186,55	515.112,92	541.028,89	568.659,56	597.199,71
<i>(-) Inventario final</i>	40.706,66	42.755,35	44.906,48	47.197,39	49.569,01
Mano de Obra	31.513,44	33.089,11	34.743,57	36.480,75	38.304,78
Costos indirectos	3.406,67	3.406,67	3.406,67	3.020,00	3.020,00
Utilidad Bruta	137.740,00	144.637,00	151.878,85	159.482,79	167.466,93
Gasto de arrendamientos	16.800,00	17.808,00	18.876,48	20.386,60	22.017,53
Gastos de administración	13.800,00	14.628,00	15.505,68	16.746,13	18.085,83
Gastos servicios básicos	7.200,00	7.632,00	8.089,92	8.737,11	9.436,08
Gastos de publicidad	7.800,00	8.268,00	8.764,08	9.465,21	10.222,42
Gastos de Depreciación	2.736,67	2.736,67	2.736,67	1.490,00	1.490,00
Sueldos de administración	29.705,04	31.190,29	32.749,81	34.387,30	36.106,66
Sueldos de Ventas	14.254,20	14.966,91	15.715,26	16.501,02	17.326,07
Total gastos administrativos	92.295,91	97.229,87	102.437,89	107.713,37	114.684,59
Utilidad Operativa	45.444,09	47.407,13	49.440,96	51.769,42	52.782,34
Gastos financieros	12.950,00	10.150,00	7.350,00	4.550,00	1.750,00
Utilidad antes de participación trabajadores	32.494,09	37.257,13	42.090,96	47.219,42	51.032,34
Participación trabajadores	4.874,11	5.588,57	6.313,64	7.082,91	7.654,85
Utilidad antes de impuesto a la renta	27.619,98	31.668,56	35.777,32	40.136,51	43.377,49
Impuesto a la renta	6.904,99	7.917,14	8.944,33	10.034,13	10.844,37
Utilidad Neta	20.714,98	23.751,42	26.832,99	30.102,38	32.533,12

4.2.6 Flujo de caja

El flujo de caja o presupuesto de efectivo tiene por propósito conocer las cantidades de dinero que se generarán y utilizarán en el futuro por de desarrollo de las actividades normales del negocio; es decir, su información es utilizada para determinar si el negocio maniobra de forma rentable y produce dinero. (Rodríguez & López, 2016)

Tabla 34. Flujo de caja

Moto Tuning Center					
Flujo de caja					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entradas de efectivo					
Ventas al contado	551.760,00	579.348,00	608.315,40	638.731,17	670.667,73
Ventas a crédito (30 días)	0,00	137.940,00	144.837,00	152.078,85	159.682,79
Préstamos bancarios	50.000,00				
(A) Total entradas de efectivo	601.760,00	717.288,00	753.152,40	790.810,02	830.350,52
Salidas de efectivo					
Compra de mercaderías	28.361,67	27.598,08	28.977,99	30.426,89	31.948,23
Pago a proveedores	0,00	2.578,33	2.508,92	2.634,36	2.766,08
Compra de materiales de producción	370.430,59	360.579,04	378.720,23	398.061,69	418.039,79
Pago a proveedores mat. producción	0,00	158.755,97	154.533,87	162.308,67	170.597,87
Gasto de arrendamientos	16.800,00	17.808,00	18.876,48	20.386,60	22.017,53
Gastos de administración	13.800,00	14.628,00	15.505,68	16.746,13	18.085,83
Gastos servicios básicos	7.200,00	7.632,00	8.089,92	8.737,11	9.436,08
Gastos de publicidad	7.800,00	8.268,00	8.764,08	9.465,21	10.222,42
Sueldos de personal de administración	29.705,04	31.190,29	32.749,81	34.387,30	36.106,66
Sueldos de personal de ventas	14.254,20	14.966,91	15.715,26	16.501,02	17.326,07
Sueldos de Producción	31.513,44	33.089,11	34.743,57	36.480,75	38.304,78
Compra de muebles y enseres	50.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos financieros (Pago de intereses)	12.950,00	10.150,00	7.350,00	4.550,00	1.750,00
Amortización préstamo bancario	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Pago participación trabajadores	0,00	4.874,11	5.588,57	6.313,64	7.082,91
Pago impuesto a la renta	0,00	6.904,99	7.917,14	8.944,33	10.034,13
(B) Total salidas de efectivo	592.814,93	709.022,85	730.041,50	765.943,70	803.718,39
Flujo neto de caja (A-B)	8.945,07	8.265,15	23.110,90	24.866,32	26.632,13
Saldo inicial de efectivo	15.000,00	23.945,07	32.210,22	55.321,12	80.187,44
Flujo de efectivo al final del período	23.945,07	32.210,22	55.321,12	80.187,44	106.819,57

4.2.7 Proyección de la situación financiera de la empresa

Por medio de la proyección de las cuentas del balance general es posible determinar la posición o estructura financiera del negocio, es decir, cómo se financian los activos en relación a la participación de los pasivos y el patrimonio para períodos futuros.

Tabla 35. Proyección del estado de situación financiera

Moto Tuning Center						
Estado de situación financiera proyectado						
ACTIVO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO CORRIENTE						
Efectivo	15.000,00	23.945,07	32.210,22	55.321,12	80.187,44	106.819,57
Documentos por cobrar		137.940,00	144.837,00	152.078,85	159.682,79	167.666,93
Inventario		43.086,66	45.254,35	47.530,43	49.952,54	52.461,91
TOTAL	15.000,00	204.971,73	222.301,57	254.930,40	289.822,77	326.948,42
ACTIVO NO CORRIENTE						
Muebles y enseres	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
(-) Depreciación acumulada		(6.143,33)	(12.286,67)	(18.430,00)	(22.940,00)	(27.450,00)
TOTAL	50.000,00	43.856,67	37.713,33	31.570,00	27.060,00	22.550,00
TOTAL ACTIVO	65.000,00	248.828,39	260.014,91	286.500,40	316.882,77	349.498,42
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
Proveedores por pagar		161.334,30	157.042,79	164.943,03	173.363,95	182.064,30
Participación trabajadores por pagar		4.874,11	5.588,57	6.313,64	7.082,91	7.654,85
Impuesto a la renta por pagar		6.904,99	7.917,14	8.944,33	10.034,13	10.844,37
TOTAL		173.113,41	170.548,50	180.201,00	190.480,99	200.563,52
PASIVO NO CORRIENTE						
Préstamos con Ins. Financieras por pagar	50.000,00	40.000,00	30.000,00	20.000,00	10.000,00	0,00
TOTAL	50.000,00	40.000,00	30.000,00	20.000,00	10.000,00	0,00
TOTAL PASIVO	50.000,00	213.113,41	200.548,50	200.201,00	200.480,99	200.563,52
PATRIMONIO						
Capital	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00
Utilidades/Pérdidas acumuladas			20.714,98	44.466,41	71.299,39	101.401,78
Utilidades/Pérdida del ejercicio		20.714,98	23.751,42	26.832,99	30.102,38	32.533,12
TOTAL PATRIMONIO	15.000,00	35.714,98	59.466,41	86.299,39	116.401,78	148.934,90
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	65.000,00	248.828,39	260.014,91	286.500,40	316.882,77	349.498,42

4.2.8 Análisis de índices financieros

Con la elaboración de los distintos presupuestos sobre el emprendimiento denominado Moto Tuning Center, es posible realizar una serie de análisis, con razones financieras las cuales permiten conocer promedios y tendencias, sobre cuatro aspectos importantes como son: la liquidez, nivel de actividad, rentabilidad y endeudamiento del proyecto (Paredes, 2017). Los cálculos de los índices revelan información de la organización en un punto específico del tiempo (Aponte, Muñoz, & Álzate, 2017), permitiendo de esta forma tomar decisiones sobre su conveniencia y viabilidad económica y financiera.

Tabla 36. Análisis financiero

Índices financieros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Liquidez					
Razón de liquidez = Activo corriente / Pasivo corriente	1,18	1,30	1,41	1,52	1,63
Razón ácida = Act. corriente - inventario / Pasivo corriente	0,94	1,04	1,15	1,26	1,37
Capital de trabajo = Activo corriente - Pasivo corriente	31.858,32	51.753,07	74.729,39	99.341,78	126.384,90
Rotación					
Rotación inventarios = Costo de venta / Inv. promedio		13 veces	13 veces	13 veces	13 veces
Período de inventarios = 365 / Rotación de inventarios		28 días	28 días	28 días	28 días
Rotación Cts. por cobrar = Ventas / CxC promedio		5 veces	5 veces	5 veces	5 veces
Período de cobro = 365 / Rotación Cts. por cobrar		71 días	71 días	71 días	71 días
Rotación Cts. por pagar = Compras / CxP promedio		3 veces	4 veces	4 veces	4 veces
Período de pago = 365 / Rotación Cts. por pagar		107 días	103 días	103 días	103 días
Rotación de activos fijos = Ventas / Activos fijos netos	15,73	19,20	24,09	29,51	37,18
Rotación de activos totales = Ventas / Total activos	2,77	2,79	2,65	2,52	2,40
Rentabilidad					
Margen bruto = Utilidad bruta / Ventas	20%	20%	20%	20%	20%
Margen operativo = Utilidad operativa / ventas	6,59%	6,55%	6,50%	6,48%	6,30%
Margen neto = Utilidad neta / ventas	3,00%	3,28%	3,53%	3,77%	3,88%
Rendimiento del patrimonio = Utilidad neta / Patrimonio	0,58	0,40	0,31	0,26	0,22
Rendimiento del activo = Utilidad neta / total activo	0,08	0,09	0,09	0,09	0,09
Endeudamiento					
Endeudamiento sobre activos totales = Pasivo / Activo	86%	77%	70%	63%	57%
Endeudamiento CP = Pasivo corriente / patrimonio	485%	287%	209%	164%	135%
Endeudamiento LP = Pasivo no corriente / patrimonio	112%	50%	23%	9%	0%
Razón Endeudamiento Total = Pasivo / Patrimonio	597%	337%	232%	172%	135%

Los resultados del análisis financiero revelan:

- El proyecto tiene niveles adecuados de liquidez en los cinco periodos proyectados, por tanto, existen recursos disponibles para cancelar oportunamente las deudas de corto plazo. En este mismo orden, el capital de trabajo es siempre un valor positivo.
- Los inventarios de la empresa se renuevan en períodos aproximados de un mes durante los cinco años de proyección.
- Los periodos de recuperación de cartera se mantienen estables, con un tiempo de alrededor de 71 días para su cobro.
- Los periodos de pago a los proveedores se realizan en plazos cercanos a los 100 días.

- La propiedad, planta y equipo del emprendimiento son altamente productivos ya que son fuente de generación de ingresos.
- Los activos totales de la empresa ayudan a en gran medida a la creación de ingresos.
- El emprendimiento produce en cada periodo de análisis márgenes de rentabilidad bruta, operativa y neta.
- Tanto los activos como el patrimonio de la organización permiten la obtención de rendimientos o utilidades en los cinco años de presupuestos.
- El financiamiento de los activos con terceras personas (pasivos) tiende a disminuir con el tiempo, pasando del 86% en el primer año a un 57% en el quinto año.
- La contribución de los pasivos sobre el patrimonio presenta decrecimientos constantes, es decir, los socios dependen menos del financiamiento externo.
- Adicionalmente, con la elaboración de flujo de caja (ver tabla 34), se puede evidenciar que el emprendimiento produce saldos finales de efectivo positivos.

En general los resultados del análisis financiero indica que el proyecto es solvente, muestra eficiencia en la recuperación y pago de valores, genera rentabilidad, y, presenta una estructura financiera tendiente a equilibrar los pasivos respecto a los activos y al patrimonio.

4.2.9 Valor actual neto y tasa interna de retorno

El valor actual neto equivale a la diferencia entre los flujos de efectivo traídos a valor presente respecto a la totalidad de la inversión. La TIR es la tasa de descuento que pone en equilibrio a los flujos de efectivo a valor presente con la inversión, y si esta tasa es superior al costo de capital, el proyecto es rentable. (Márquez & Castro, 2015)

Tabla 37. VAN y TIR

Costo de capital: 28%			
Períodos	Flujos de efectivo	Valor actual flujos de efectivo	
1	23.945,07	18.707,08	
2	32.210,22	19.659,56	
3	55.321,12	26.379,16	
4	80.187,44	29.872,15	
5	106.819,57	31.088,59	
Total flujos de efectivo actualizados		125.706,54	
(-) Inversión del proyecto		-50.000,00	
		VAN	75.706,54
		TIR	64%

Los datos obtenidos revelan que el proyecto es viable, ya que el valor actual neto es positivo y la tasa interna de retorno es superior al costo de capital que financió la inversión del emprendimiento.

4.2.10 *Periodo promedio de recuperación de la inversión*

A través de este índice se puede estimar el lapso de tiempo requerido para que las operaciones del emprendimiento recuperen la inversión inicial (Ruiz, López, Manzano, & López, 2015). Valor idea: $PPRI \leq$ Vida útil del proyecto (Silva, Medina, Jiménez, & Sarzosa, 2016).

Período promedio recuperación inversión = Inversión / Promedio de los flujos de caja

Período promedio recuperación inversión = 50.000,00 / 59.696,68

Período promedio recuperación inversión = 0.84 años

Los resultados evidencian que la inversión se recupera en el primer año, aproximadamente en 10 meses.

4.2.11 *Relación beneficio costo*

Este índice muestra el nivel de rentabilidad obtenida de flujos de caja a valor presente en función de la inversión. Valor ideal: $RC/B \geq 0$ (Silva, Medina, Jiménez, & Sarzosa, 2016).

Razón costo-beneficio = Flujos de caja a valor presente / Inversión

Razón costo-beneficio = 125.706,54 / 50.000,00

Razón costo-beneficio = 2,51

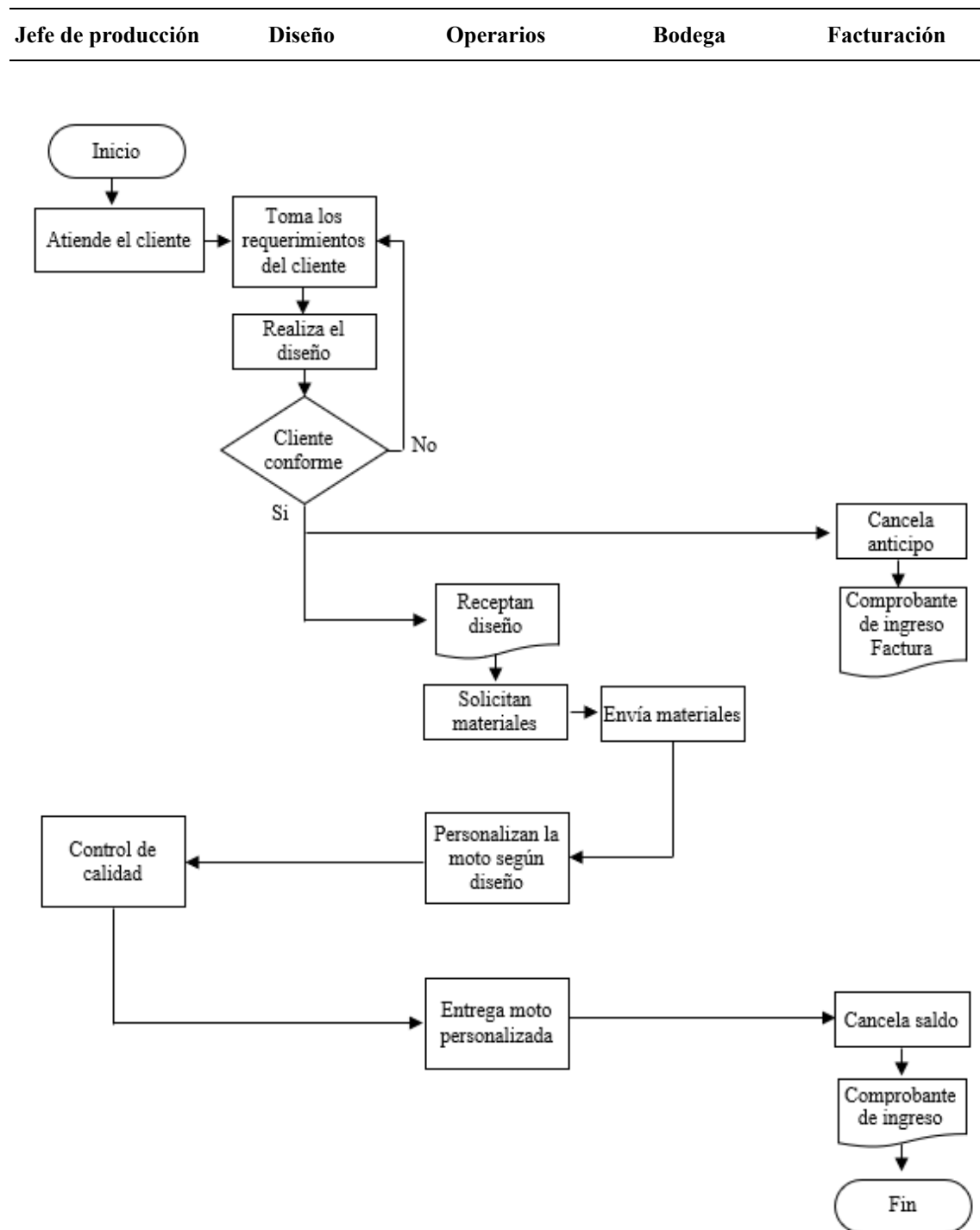
El resultado indica que, por cada dólar invertido, el emprendimiento genera \$1,51 de ingresos netos de efectivo, por tanto, el proyecto es rentable.

4.3 Factibilidad operativa

En la factibilidad operativa se consideraron los aspectos relacionados con el desarrollo de las tareas operativas del negocio indicando la descripción de los procesos de personalización de motos, así como de la venta de partes y accesorios tuning.

4.3.1 Proceso de personalización de motos

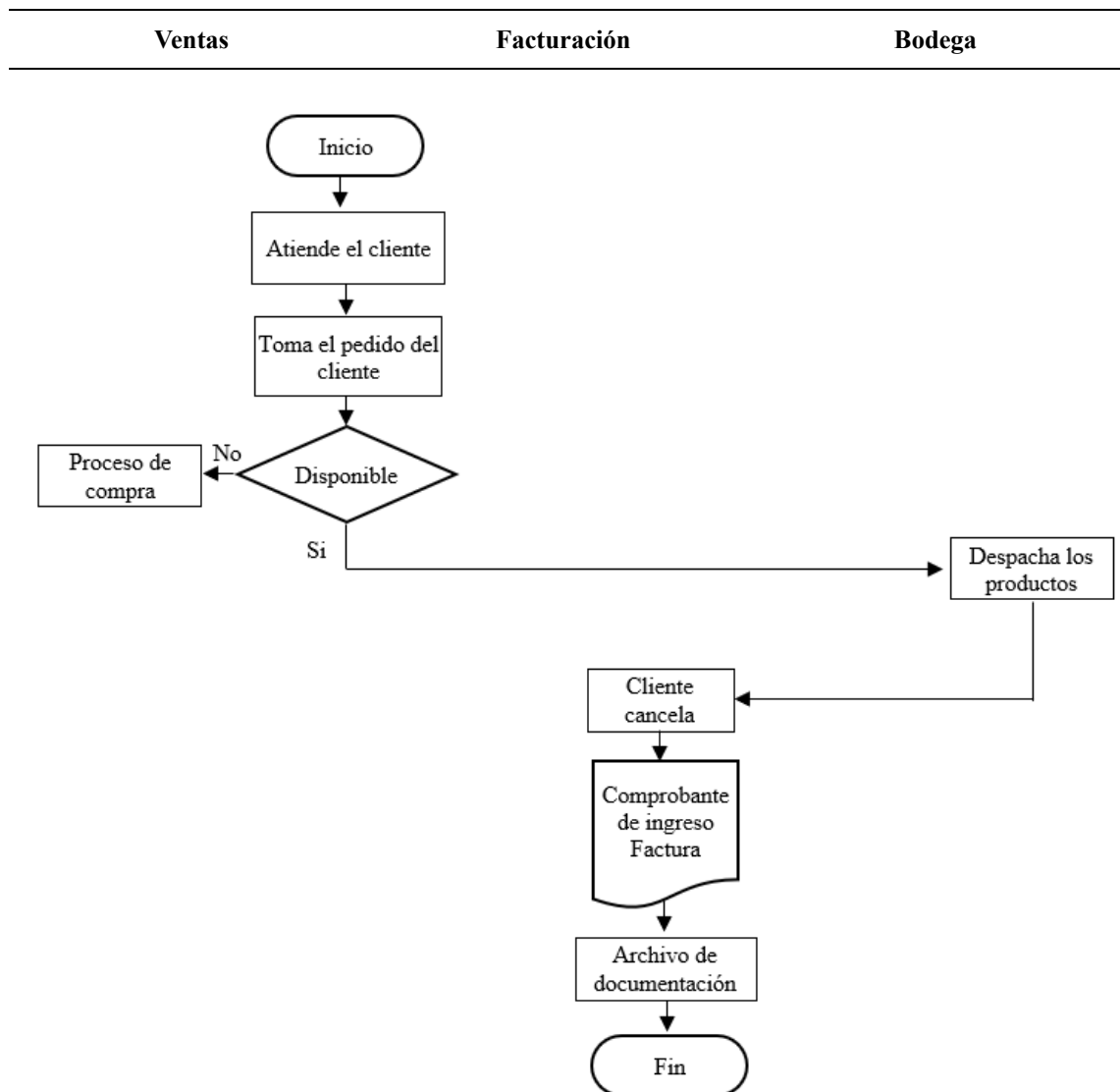
Figura 20. Diagrama de proceso de personalización de motos



Elaborado por: El autor

4.3.2 Proceso de venta de partes tuning de motos

Figura 20. Diagrama de proceso de partes tuning de motos



Elaborado por: El autor

4.4 Factibilidad ambiental

La factibilidad ambiental tiene por finalidad minimizar los impactos en el entorno, mediante el uso adecuado de los recursos energéticos, evitando posibles emisiones de gases contaminantes, y aplicar el reciclaje (Sablón, Martínez, Acevedo, & Acevedo, 2017). En este sentido, la empresa Moto Tuning Center, ha establecido en los procesos productivos que desarrolla, acciones orientadas a la protección ambiental, tales como:

- La utilización de contenedores para colocar los residuos o desechos sólidos.
- Impulsar la comunicación con la colectividad a fin de identificar posibles afectaciones de la gestión empresarial con el entorno.
- Efectuar programas de formación para el adecuado manejo y disposición final de los desechos, dirigido a los operarios de la empresa, para minimizar focos de contaminación que afecten a la localidad.
- Construir áreas verdes a fin de crear un entorno amigable con el ambiente.

4.5 Factibilidad social

La factibilidad social, permite determinar la conveniencia del proyecto en función de la búsqueda de la satisfacción de las necesidades humanas y materiales, dichos factores son clave para generar un alto grado de aceptación y apoyo del emprendimiento por parte de la población.

En este sentido, la propuesta planteada es factible socialmente, ya que con su implementación se lograría:

- Generar fuentes de trabajo.
- Permitiría la satisfacción de una necesidad presente en la población, según los datos obtenidos en el estudio mercado.
- Diversificar el sector productivo de la ciudad.

CONCLUSIONES

Con la realización de la presente investigación sobre el estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la personalización de motos en la ciudad de Machala, se pudo comprobar:

- Es importante fomentar las actividades emprendedoras en la sociedad, con el propósito de llevar a cabo proyectos que contribuirán al progreso económico de la colectividad.
- El emprendimiento denominado Moto Tuning Center, surge de la idea de satisfacer una necesidad específica de la población masculina de la ciudad de Machala, que gusta de la individualidad y que la refleja en la personalización de su moto. Esta iniciativa, según los resultados de estudio de mercado es viable comercialmente hablando, que ya el 75% de los encuestados que poseen moto desearía personalizar su motocicleta.
- Considerando la factibilidad técnica, el emprendimiento es posible debido a que existe la disponibilidad y acceso a los distintos recursos materiales, tecnológicos y humanos, así como de infraestructura para llevar el negocio.
- Tomando en cuenta los factores financieros y económicos, las proyecciones de los ingresos, costos, gastos, flujos de efectivo, resultados y situación financiera revelaron resultados adecuados sobre los niveles la liquidez, actividad, rentabilidad y endeudamiento del proyecto. Además, el valor presente neto muestra un valor positivo, la tasa interna de retorno es superior al costo de capital, la inversión se recupera aproximadamente en el primer año, y los flujos de efectivo a valor presente generan rentabilidad en relación a la inversión.
- Desde la perspectiva ambiental y social, el emprendimiento toma en consideración acciones que no afecten al entorno, así como se estaría contribuyendo con la creación de fuentes de trabajo que benefician a la sociedad.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a los argumentos expuestos en la investigación, se recomienda:

- Realizar las acciones y trámites pertinentes para la ejecución e implementación del proyecto denominado Moto Tuning Center, para la personalización de motos en la ciudad de Machala.
- Establecer procedimientos adecuados de control que identifique posibles desviaciones de los estudios de factibilidad, a fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos comerciales, económicos y financieros del negocio.
- A futuro, es importante considerar nuevas líneas de investigación al proyecto, orientadas a la expansión de las actividades productivas hacia otro tipo de automotores.

BIBLIOGRAFÍA

- AEADE. (12 de Junio de 2019). *Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador*.
Obtenido de Sector automotor en cifras :
<http://www.aeade.net/wp-content/uploads/2019/06/boletin-33-espanol-resumido.pdf>
- Aponte, R., Muñoz, F., & Álzate, L. (2017). La evaluación financiera de proyectos y su aporte en la generación de valor corporativo. *Ciencia y poder aéreo*, 144-155.
- Arroyo, L., Jiménez, M., & De Pablos Heredero, C. (2015). Modelo de negocio para optimizar las estrategias productivas de personalización en masa. *Intangible Capital*, 64-91.
- Arteaga, L., Delgado, C., Pantoja, M., & Pantoja, A. (2014). Diseño y construcción de una motocicleta eléctrica: una alternativa para el transporte sostenible. *El Hombre y la Máquina*, 88-97.
- Calderón, P., & Chungata, C. (2017). Modelo de Negocios para el Desarrollo de Aplicación Móvil dirigida a Mejorar la Experiencia de los Turistas en la Ciudad de Guayaquil. *Revista Tecnológica ESPOL*, 138-166.
- Casas, R., Vargas, J., & Almanza, R. (2017). Adaptación del modelo Canvas como herramienta competitiva para las mpymes de Lázaro Cárdenas, Michoacán. *Revista Pymes, Innovación y Desarrollo*, 45-66.
- Chirinos, Y., Meriño, V., & Martínez, C. (2018). El clima organizacional en el emprendimiento sostenible. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 43-61.
- Díaz, L. (2018). Emprender es generar valor y distribuirlo socialmente. *e-Universitas: UNR Journal*, 2695-2705.
- Domecq, R., & Sarmiento, R. (2015). Logística urbana en motocicleta. *Transporte y Territorio*, 206-226.

- García, G., Sánchez, A., Martínez, R., & Pérez, R. (2016). Estudio sobre los emprendimientos de la economía simple en el Ecuador. *Ciencias Holguín*, 1-17.
- González, S., & Ruiz, M. (2015). Valores de éxito y emprendimiento. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 171-184.
- Higuera, V., Silvera, A., Corredor, A., & Pineda, M. (2019). Entrepreneurship in Colombia: Obstacles, Drivers and Recommendations. *Revista Venezolana de Gerencia*, 1-13.
- INEC. (2019). *Proyecciones Poblacionales*. Obtenido de Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Jaramillo, S., Tacuri, L., & Trelles, D. (2018). Planeación estratégica de marketing y su importancia en las empresas. *INNOVA Research Journal*, 28-41.
- Márquez, C., & Castro, J. (2015). Uso del Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Relación Beneficio-Costo en la Evaluación Financiera de un Programa de Vacunación de Fiebre Aftosa en el estado Yaracuy, Venezuela. *Revista de la Facultad de Ciencias Veterinarias, UCV*, 58-61.
- Márquez, Y., Saltos, J., Gavilanes, P., Cusme, T., & Pilay, E. (2017). Factibilidad para implementar planta procesadora y comercializadora de café en el CANTÓN 24 de Mayo. *EspamCiencia*, 67-75.
- Marulanda, F., & Morales, S. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 12-28.
- Ovalles, L., Moreno, Z., Olivares, M., & Silva, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 1-19.
- Paredes, J. (2017). Planificación financiera ante la perspectiva organizacional en empresas cementeras del estado Zulia-Venezuela. *Económicas CUC*, 105-132.

- Quizhpe, V., Goyes, J., García, M., & Olivo, E. (2017). Factores que inciden en la sostenibilidad de los emprendimientos en el Cantón Las Naves provincia Bolívar 2015-2016. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-20.
- Rivas, B., Cruz, M., & Meléndez, R. (2017). Emprendimiento e innovación como detonadores de negocios competitivos en el mercado de servicios. *Mercados y Negocios*, 21-44.
- Rodríguez, N., & López, J. (2016). Rodríguez-Masero, Natividad; López-Manjón, Jesús D. *El Flujo de caja como determinante de la estructura financiera de las empresas españolas. Un análisis en tiempos de crisis*, 141-159.
- Ruiz, M., López, H., Manzano, M., & López, S. (2015). inserción de vehículos eléctricos en las cooperativas de taxis de la ciudad de ambato. ecuador. *ENIAC Pesquisa*, 112-127.
- Sablón, N., Martínez, J., Acevedo, J., & Acevedo, A. (2017). El plan de negocio conjunto, herramienta que facilita la planificación colaborativa en la cadena de suministro. *UNIANDÉS EPISTEME: Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación.*, 117-134.
- Salas, G., & Botero, I. (2016). La investigación de mercados y su uso en la toma de decisiones. *Revista Electrónica de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de los Llanos*, 50-55.
- Sepúlveda, C., & Gutiérrez, R. (2016). Sostenibilidad de los emprendimientos: Un análisis de los factores determinantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 33-49.
- Silva, F., Medina, P., Jiménez, W., & Sarzosa, S. (2016). Estudio de factibilidad para elaborar barras energéticas con insumos andinos. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 185-202.
- Valenzuela, I., Valenzuela, B., & Irrazaval, J. (2018). Desarrollo Emprendedor Latinoamericano y sus Determinantes: Evidencias y Desafíos. *Pilquen*, 55-63.

Zamora, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Espacios*, 15-26.

ANEXOS

Anexo A. Encuesta

Universidad Técnica de Machala Unidad Académica de Ciencias Empresariales Carrera de Ingeniería en Marketing			
Encuesta			
Objetivo: Conocer las características y opiniones de los potenciales clientes respecto al uso y personalización de su motocicleta.			
Datos del encuestado:			
Edad: ()			
Nivel de ingreso:	Bajo () (1 SBU)	Medio () (2-3 SBU)	Alto () (+3 SBU)
Preguntas:			
1. ¿Usted tiene motocicleta?			
Si ()		No ()	
2. ¿Cuál es el uso que usted le da a su motocicleta?			
Para uso exclusivo del trabajo ()		Para viajes ()	
Para uso del trabajo y el hogar ()		Otro ()	
Por recreación y/o deporte ()			
3. ¿Cuántas veces a la semana utiliza usted la motocicleta?			
Todos los días ()		Solo los fines de semana ()	
Solo durante los días laborables ()			
4. ¿Hace cuánto tiempo que usted conduce motocicleta?			
Hace 1 año ()		Hace 5 años ()	
Hace 2 años ()		Hace más de 10 años ()	
5. ¿Por qué motivo decidió la adquisición de una moto en lugar de otro medio de transporte?			
Por el precio ()		Por su rapidez en la ()	
Por su facilidad de manejo ()		movilización ()	
		Otro ()	
6. ¿Con qué frecuencia lleva su moto a un taller mecánico?			
Más de 1 vez al mes ()		1 vez cada 4 meses ()	
1 vez al mes ()		1 vez cada 6 meses ()	
1 vez cada 2 meses ()		1 vez al año ()	
1 vez cada 3 meses ()			

Preguntas:			
7. ¿Qué factores valora usted para volver a un taller mecánico?			
Existencia de una garantía por el trabajo			()
Que se respete el presupuesto inicial, o no se aleje mucho de él			()
Que se cumpla tiempo de entrega del trabajo			()
Precio acorde al trabajo realizado			()
8. ¿Qué opina usted del tuning?			
Es una afición positiva			()
Es una afición negativa			()
Permite tener automotores únicos			()
Es una inversión que incrementa el valor del automotor			()
9. ¿Le gustaría personalizar su motocicleta?			
Si	()	No	()
10. ¿Qué tanto lo motiva que en la ciudad exista una empresa orientada a la personalización de su moto?			
Nada	()	Bastante	()
Poco	()	Mucho	()
Indiferente	()		
11. ¿Qué tipo de modificaciones personalizadas le realizaría a su moto?			
Mejoras en el rendimiento de la máquina			()
Modificaciones en la carrocería			()
Personalización visual de colores y patrones originales			()
Aplicación de complementos (sistema de sonidos, luces)			()
Todas las anteriores			()
12. ¿Cuánto estaría dispuesto a destinar de su presupuesto anual de su moto para realizar modificaciones personalizadas?			
De \$500,00 – \$800,00	()	De \$1.500,00 – \$2.500,00	()
De \$800,00 – \$1.500,00	()	Más de \$2.500,00	()
13. ¿Qué medio preferiría usted recibir información sobre este servicio?			
Medios digitales, internet	()		
Anuncios impresos	()		
Radio	()		
Televisión	()		

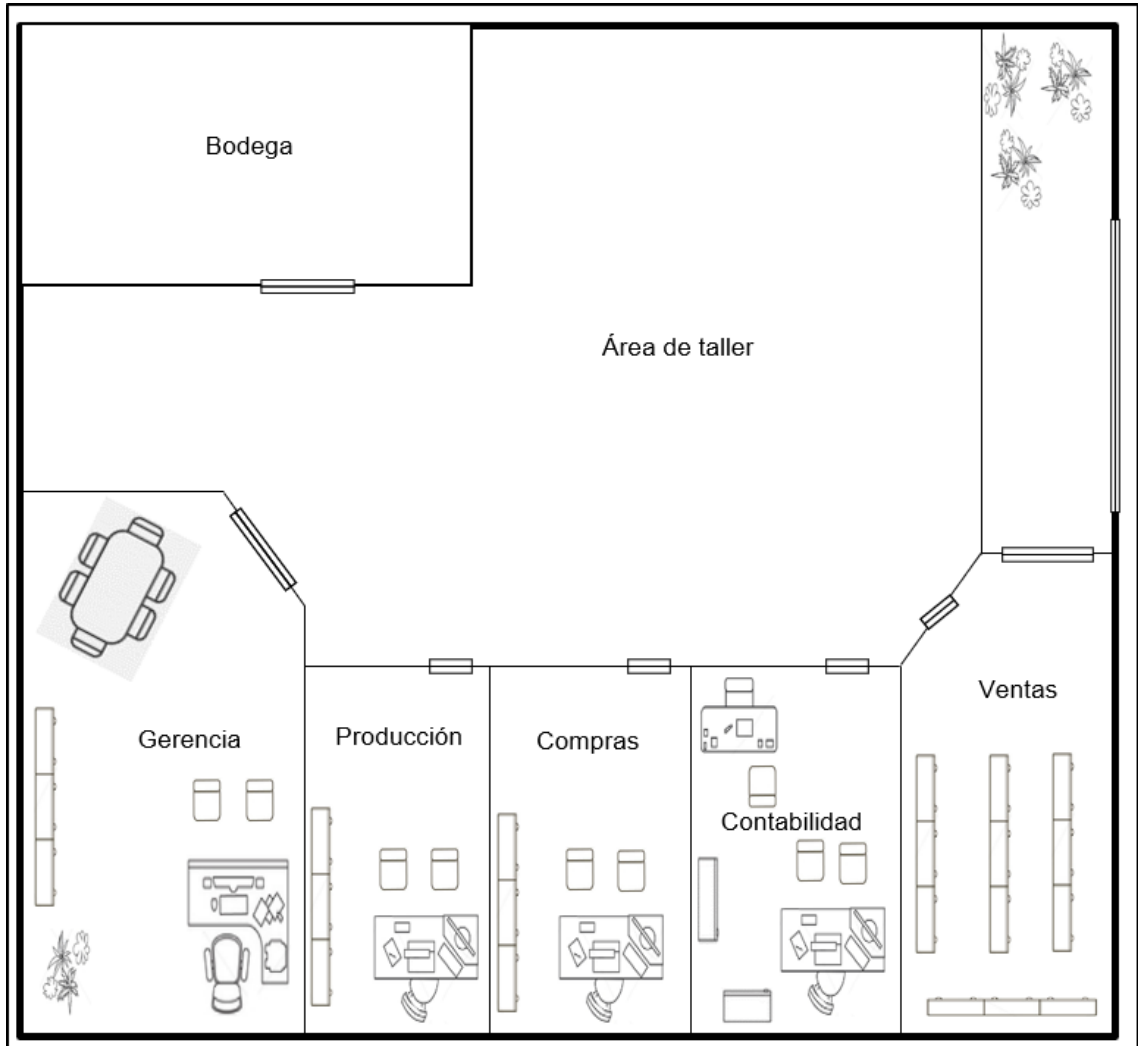
Anexo C. Empresa Moto Tuning Center



Anexo C. Localización de la empresa Moto Tuning Center



Anexo D. Distribución de la empresa Moto Tuning Center



Anexo E. Venta de productos tuning

Producto	Unidades mes	Unidades Año	Precio	Total (\$)
Halógeno Led	5	60	9,00	300,00
Faro Led	5	60	8,00	300,00
Piñón De Velocímetro	10	120	6,00	1.200,00
Barra Curva Led	10	120	30,00	1.200,00
Montaje Cilindro Placa Delantera	5	60	14,00	300,00
Cascos	10	120	120,00	1.200,00
Accesorio de Batería 12v USB Doble	10	120	31,00	1.200,00
Kit de Accesorios para Carburador	10	120	4,00	1.200,00
Sirena Alarma 12V 6 Tonos	10	120	6,00	1.200,00
Forro Cobertor para todo Tipo de Motos	15	180	10,00	2.700,00
Manubrio Reclinable	10	120	10,00	1.200,00
Malla Aluminio Tuning	10	120	21,00	1.200,00
Espejo Retrovisores	10	120	50,00	1.200,00
Guías Deportivas	10	120	280,00	1.200,00
Tapizado	10	120	180,00	1.200,00
Adaptador USB	20	240	31,00	4.800,00
Caballote Delantero	10	120	50,00	1.200,00
Puños moto	25	300	50,00	7.500,00
Cinta Llanta Naranja con Aplicador	10	120	13,00	1.200,00
Piloto Intermitente	15	180	35,00	2.700,00
Cinta Llanta Arco	5	60	15,00	300,00
Funda Sillín	5	60	15,00	300,00
Funda Asiento	5	60	21,00	300,00
Protectores depósito	5	60	20,00	300,00
Portamatrículas	5	60	22,00	300,00
			Total	35.700,00

Anexo F. Amortización de préstamo bancario

Préstamo	50.000,00
Plazo	5 años
Plazo de gracia	1 año
Amortización	Trimestral
Períodos (n)	20
Períodos pago	20
Tasa	28%
Tasa (Trimestral)	7,00%
Método de amortización	Alemán (pago de capital fijo)

Tabla de amortización

n	Amortización de capital	Interés	Pago	Saldo
0				50.000,00
1	2.500,00	3.500,00	6.000,00	47.500,00
2	2.500,00	3.325,00	5.825,00	45.000,00
3	2.500,00	3.150,00	5.650,00	42.500,00
4	2.500,00	2.975,00	5.475,00	40.000,00
5	2.500,00	2.800,00	5.300,00	37.500,00
6	2.500,00	2.625,00	5.125,00	35.000,00
7	2.500,00	2.450,00	4.950,00	32.500,00
8	2.500,00	2.275,00	4.775,00	30.000,00
9	2.500,00	2.100,00	4.600,00	27.500,00
10	2.500,00	1.925,00	4.425,00	25.000,00
11	2.500,00	1.750,00	4.250,00	22.500,00
12	2.500,00	1.575,00	4.075,00	20.000,00
13	2.500,00	1.400,00	3.900,00	17.500,00
14	2.500,00	1.225,00	3.725,00	15.000,00
15	2.500,00	1.050,00	3.550,00	12.500,00
16	2.500,00	875,00	3.375,00	10.000,00
17	2.500,00	700,00	3.200,00	7.500,00
18	2.500,00	525,00	3.025,00	5.000,00
19	2.500,00	350,00	2.850,00	2.500,00
20	2.500,00	175,00	2.675,00	0,00
	50.000,00	36.750,00	86.750,00	