



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

**INGENIERO EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA - CPA**

**TÍTULO DEL PROYECTO:**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN TALLER  
ESPECIALIZADO EN EL MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE  
MOTOCICLETAS EN EL CANTÓN MILAGRO, AÑO 2014.**

**AUTORES:**

**APELLIDOS Y NOMBRES**

**MONTESDEOCA REMACHE DANIEL DARÍO**

**SOTO HERNÁNDEZ JOSUÉ ADRIÁN**

**Milagro, Octubre 2014**

**Ecuador**

## **ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por los Sres. Daniel Darío Montesdeoca Remache y Josué Adrián Soto Hernández, para optar el título de Ingeniero en Contaduría Pública y Auditoría y que acepto tutoriar a los estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, 08 de Octubre del 2014

**TUTOR**

---

CPA. David Richard Pincay Sancán

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Mediante el presente manifestamos con declaración expresa ante el Consejo Universitario que las idea y razonamientos expuestos en este proyecto de grado son propias de quienes suscriben este oficio, salvo lo que este referenciado debidamente en el texto.

---

Daniel Montesdeoca Remache  
CI: 0940320898

---

Josué Soto Hernández  
CI: 0604749911

## **CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA**

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERO EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

|                           |            |
|---------------------------|------------|
| <b>MEMORIA CIENTÍFICA</b> | <b>( )</b> |
| <b>DEFENSA ORAL</b>       | <b>( )</b> |
| <b>TOTAL</b>              | <b>( )</b> |
| <b>EQUIVALENTE</b>        | <b>( )</b> |

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**PROFESOR DELEGADO**

---

**PROFESOR SECRETARIO**

## **DEDICATORIA**

A Dios por proveerme salud y guiarme por caminos de Bondad y Armonía, conduciéndome a conocer personas maravillosas, y dándome a unos padres bondadosos y lleno de cariño.

A mis padres que siempre me apoyaron y estuvieron cerca de mi cuando los necesite y quienes nunca dejaron de creer en mí, con lucha y esfuerzo alcanzando el anhelo por mí, desde el inicio hasta ahora, siendo el pilar fundamental.

A mis amigos y compañeros que estuvieron dándome consejos y fuerzas para seguir adelante con mis estudios. Gracias a ellos, gracias a todos.

**DANIEL DARÍO MONTESDEOCA REMACHE**

## **DEDICATORIA**

Dedico a Dios por haberme dado la vida y tener una familia maravillosa, a mis padres Joaquín y Georgina quienes han sido mi motor en mi desarrollo personal y profesional los quiero, respeto y admiro.

A mis queridos hermanos Jonathan, Jeseenia y Johan que me han dado su ejemplo de dedicación, estudio y esfuerzo y siempre han estado conmigo en los buenos y malos momentos.

Y a mis amigos y compañeros que siempre estuvieron listos para brindarme su ayuda incondicional.

**JOSUÉ ADRIÁN SOTO HERNÁNDEZ**

## **AGRADECIMIENTO**

Dedico este trabajo a Dios y a mis padres Norma Remache y Antonio Montesdeoca, por todo lo que me supieron dar para seguirme preparándome en todo lo que respecta a mi vida y a mi futuro.

Agradezco a Ana León y demás amigos que estuvieron dándome consejos a lo largo de mi carrera universitaria a cambio de nada, todo por verme superar día tras días. Gracias a ella y gracias a todos quienes formaron de mi un profesional y a todos aquellos docente que estuvieron a lo largo de los 4 años de estudios para dándonos a conocer todas sus experiencias y conocimientos que ayudaron a formarme como mejor persona y como profesional.

Agradezco a mi tutor David Pincay Sancán que todos los días que pudo estuvo ahí para orientarme y seguir avanzando en todo lo que necesité para el proyecto, con sus conocimientos, valores y consejos, siendo pilares fundamentales para la culminación de este proyecto, haciendo de mi un investigador serio y responsable.

**DANIEL DARÍO MONTESDEOCA REMACHE**

## **AGRADECIMIENTO**

Le dedico a Dios el cual ha estado a mi lado y no me abandonado en ningún momento de mi vida, gracias por permitirme llegar a este nivel, por derramar en mi amor, bendiciones, alegrías, éxitos, enseñanzas, sin ti nada es posible.

A mis padres por cuidarme, protegerme, inculcarme valores y darme confianza incondicional el cual me permitieron ser la persona que soy en día.

Y porque no Agradecer a mi querida UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO por haberme permitido ingresar a estudiar a esta alma mater.

A la empresa DEVIES CORP. S.A. que me ha permitido alcanzar uno más de mis objetivos propuestos.

A mis maestros que en este andar por la vida, influyeron con sus lecciones y experiencias en formarme como una persona de bien y preparado para los retos que pone la vida, a todos y cada uno de ellos les dedico cada una de esta página de la tesis.

A mi tutor CPA David Pincay Sancán por haberme impartido sus conocimientos con paciencia y esmero para poder lograr la culminación de mi proyecto.

**JOSUÉ ADRIÁN SOTO HERNÁNDEZ**



## CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR

Ing.

Fabricio Guevara Viejó, MAE.

**Rector de la Universidad Estatal de Milagro**

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi título de tercer nivel, cuyo tema fue: **Estudio de factibilidad para la creación de un taller especializado en el mantenimiento y reparación de motocicletas en el Cantón Milagro, año 2014**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Octubre del 2014.

---

DANIEL MONTESDEOCA REMACHE

CI: 0940320898

---

JOSUÉ SOTO HERNÁNDEZ

CI: 0604749911

## ÍNDICE GENERAL

|  |      |
|--|------|
| Página de carátula o portada                         | I    |
| Página de constancia de aceptación del tutor         | II   |
| Página de declaración de autoría de la investigación | III  |
| Página de certificación de la defensa                | IV   |
| Página de dedicatoria                                | V    |
| Página de agradecimiento                             | VII  |
| Página de cesión de derecho de autor a la UNEMI      | IX   |
| Índice general                                       | X    |
| Índice de cuadros                                    | XIII |
| Índice de figuras                                    | XVI  |
| Resumen  | XVII |

|                           |          |
|---------------------------|----------|
| <b>INTRODUCCIÓN</b> ..... | <b>1</b> |
|---------------------------|----------|

### **CAPÍTULO I**

|                          |          |
|--------------------------|----------|
| <b>EL PROBLEMA</b> ..... | <b>2</b> |
|--------------------------|----------|

|   |          |
|---|----------|
| <b>1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> ..... | <b>2</b> |
|---|----------|

|                              |   |
|------------------------------|---|
| 1.1.1 Problematización ..... | 2 |
|------------------------------|---|

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| 1.1.2 Delimitación del problema ..... | 4 |
|---------------------------------------|---|

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| 1.1.3 Formulación del problema ..... | 5 |
|--------------------------------------|---|

|   |   |
|---|---|
| 1.1.4 Sistematización de problema ..... | 5 |
|---|---|

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| 1.1.5 Determinación de tema ..... | 5 |
|-----------------------------------|---|

|                            |          |
|----------------------------|----------|
| <b>1.2 OBJETIVOS</b> ..... | <b>5</b> |
|----------------------------|----------|

|                              |   |
|------------------------------|---|
| 1.2.1 Objetivo general ..... | 5 |
|------------------------------|---|

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| 1.2.2 Objetivos específicos ..... | 5 |
|-----------------------------------|---|

|                                |          |
|--------------------------------|----------|
| <b>1.3 JUSTIFICACIÓN</b> ..... | <b>6</b> |
|--------------------------------|----------|

### **CAPÍTULO II**

|                                |          |
|--------------------------------|----------|
| <b>MARCO REFERENCIAL</b> ..... | <b>8</b> |
|--------------------------------|----------|

|                                |          |
|--------------------------------|----------|
| <b>2.1 MARCO TEÓRICO</b> ..... | <b>8</b> |
|--------------------------------|----------|

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| 2.1.1 Antecedentes históricos ..... | 8 |
|-------------------------------------|---|

|  |    |
|--|----|
| 2.1.2 Antecedentes Referenciales ..... | 10 |
|--|----|

|   |   |           |
|---|---|-----------|
| 2.1.3   | Fundamentación .....  | 15        |
| <b>2.2</b>  | <b>MARCO LEGAL</b> .....  | <b>21</b> |
| <b>2.3</b>  | <b>MARCO CONCEPTUAL</b> .....   | <b>25</b> |
| <b>2.4</b>  | <b>HIPÓTESIS Y VARIABLES</b> .....                                      | <b>27</b> |
| 2.4.1   | Hipótesis General .....   | 27        |
| 2.4.2   | Hipótesis Particulares .....  | 27        |
| 2.4.3   | Declaración de las variables .....                                      | 28        |
| 2.4.4   | Operacionalización de las variables .....                               | 28        |
| <b>CAPÍTULO III</b>                                 |   |           |
| <b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....                     |   | <b>29</b> |
| <b>3.1</b>  | <b>TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL</b> ..... | <b>29</b> |
| 3.1.1   | Tipo de investigación .....   | 29        |
| 3.1.2   | Perspectiva General .....   | 30        |
| <b>3.2</b>  | <b>POBLACIÓN Y MUESTRA</b> .....  | <b>30</b> |
| 3.2.1   | Características de la Población .....                                   | 30        |
| 3.2.2   | Delimitación de la población .....                                      | 31        |
| 3.2.3   | Tipo de muestra .....   | 31        |
| 3.2.4   | Tamaño de la muestra .....  | 31        |
| 3.2.5   | Proceso de Selección .....  | 32        |
| <b>3.3</b>  | <b>LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS</b> .....                                 | <b>33</b> |
| 3.3.1   | Métodos Teóricos .....  | 33        |
| 3.3.2   | Métodos Empíricos .....   | 33        |
| <b>3.4</b>  | <b>EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN</b> .....               | <b>34</b> |
| <b>CAPÍTULO IV</b>                                  |   |           |
| <b>ANÁLISI E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> ..... |   | <b>35</b> |
| <b>4.1</b>  | <b>ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL</b> .....                            | <b>35</b> |
| <b>4.2</b>  | <b>ANÁLISIS COMPARATIVA, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS</b> .....  | <b>46</b> |
| <b>4.3</b>  | <b>RESULTADOS</b> .....   | <b>46</b> |
| <b>4.4</b>  | <b>VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS</b> .....                                  | <b>47</b> |
| <b>CAPÍTULO V</b>                                   |   |           |
| <b>PROPUESTA</b> .....                              |   | <b>48</b> |
| <b>5.1</b>  | <b>TEMA</b> .....   | <b>48</b> |
| <b>5.2</b>  | <b>FUNDAMENTACIÓN</b> .....   | <b>48</b> |
| <b>5.3</b>  | <b>JUSTIFICACIÓN</b> .....  | <b>49</b> |
| <b>5.4</b>  | <b>OBJETIVOS</b> .....  | <b>50</b> |
| 5.4.1   | Objetivo General de la propuesta .....                                  | 50        |
| 5.4.2   | Objetivos Específicos de la propuesta .....                             | 50        |

|  |    |
|--|----|
| <b>5.5 UBICACIÓN</b> .....                       | 50 |
| <b>5.6 FACTIBILIDAD</b> .....                    | 51 |
| <b>5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA</b> .....     | 60 |
| 5.7.1 Actividades.....                           | 60 |
| 5.7.2 Recursos, Análisis financiero.....         | 64 |
| 5.7.3 Impacto.....                               | 80 |
| 5.7.4 Cronograma.....                            | 80 |
| 5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta..... | 81 |
| <b>CONCLUSIONES</b> .....                        | 86 |
| <b>RECOMENDACIONES</b> .....                     | 87 |
| <b>BIBLIOGRAFIA</b> .....                        | 88 |
| <b>ANEXOS</b> .....                              | 90 |

## ÍNDICE DE CUADROS

|                  |  |    |
|------------------|--|----|
| <b>Cuadro 1</b>  | Declaración de las variables   | 28 |
| <b>Cuadro 2</b>  | Operacionalización de las variables  | 28 |
| <b>Cuadro 3</b>  | Cifras de Motocicletas Matriculadas por año  | 31 |
| <b>Cuadro 4</b>  | Frecuencia que lleva la motocicleta al taller  | 36 |
| <b>Cuadro 5</b>  | Importancia de los servicios   | 37 |
| <b>Cuadro 6</b>  | Importancia de los repuestos originales en el taller   | 38 |
| <b>Cuadro 7</b>  | Conocimiento de los servicios que normalmente cuenta un taller de motocicletas en el cantón Milagro          | 39 |
| <b>Cuadro 8</b>  | El taller de motocicletas debe contar con la infraestructura necesaria para su atención                      | 40 |
| <b>Cuadro 9</b>  | El taller de motocicletas al que asiste cuenta con el personal calificado                                    | 41 |
| <b>Cuadro 10</b> | Necesario actualización de conocimientos del personal dedicado al mantenimiento y reparación de motocicletas | 42 |
| <b>Cuadro 11</b> | El precio influye al momento de elegir un taller para el mantenimiento y reparación de su motocicleta        | 43 |
| <b>Cuadro 12</b> | Le gustaría contar con un taller especializado en el mantenimiento y reparación de motocicletas              | 44 |
| <b>Cuadro 13</b> | Estaría de acuerdo pagar un valor adicional si un taller cumpliera con sus expectativas                      | 45 |
| <b>Cuadro 14</b> | Verificación de hipótesis  | 47 |
| <b>Cuadro 15</b> | Mercado Potencial  | 59 |
| <b>Cuadro 16</b> | Administración   | 61 |
| <b>Cuadro 17</b> | Recursos Humanos   | 61 |
| <b>Cuadro 18</b> | Mercadeo   | 62 |
| <b>Cuadro 19</b> | Operaciones  | 62 |

|                  |   |    |
|------------------|---|----|
| <b>Cuadro 20</b> | Tecnología  | 63 |
| <b>Cuadro 21</b> | Matriz FODA   | 64 |
| <b>Cuadro 22</b> | Activos Fijos   | 64 |
| <b>Cuadro 23</b> | Inventario  | 65 |
| <b>Cuadro 24</b> | Muebles y enseres                                     | 66 |
| <b>Cuadro 25</b> | Equipos de Computo                                    | 66 |
| <b>Cuadro 26</b> | Equipos de oficina                                    | 67 |
| <b>Cuadro 27</b> | Maquinarias y equipos                                 | 67 |
| <b>Cuadro 28</b> | Vehículo  | 67 |
| <b>Cuadro 29</b> | Gastos de construcción y permisos                     | 68 |
| <b>Cuadro 30</b> | Puesta en marcha                                      | 68 |
| <b>Cuadro 31</b> | Inversión del proyecto                                | 68 |
| <b>Cuadro 32</b> | Planificación de las Inversiones programadas a 5 años | 69 |
| <b>Cuadro 33</b> | Financiamiento  | 69 |
| <b>Cuadro 34</b> | Tasa de interés                                       | 70 |
| <b>Cuadro 35</b> | Tabla de amortización anual                           | 71 |
| <b>Cuadro 36</b> | Tabla de amortización mensual                         | 71 |
| <b>Cuadro 37</b> | Proyección de gastos para 5 años                      | 73 |
| <b>Cuadro 38</b> | Proyección de Ingresos para 5 años                    | 75 |
| <b>Cuadro 39</b> | Aumento en el número de servicios mensuales           | 76 |
| <b>Cuadro 40</b> | Estado de pérdida y ganancias proyectado a 5 años     | 77 |
| <b>Cuadro 41</b> | Balance general proyectado a 5 años                   | 78 |

|                  |   |    |
|------------------|---|----|
| <b>Cuadro 42</b> | Flujo de caja proyectado a 5 años         | 79 |
| <b>Cuadro 43</b> | Cronograma                                | 80 |
| <b>Cuadro 44</b> | Liquides Corriente                        | 81 |
| <b>Cuadro 45</b> | Prueba Acida                              | 81 |
| <b>Cuadro 46</b> | Capital Neto de Trabajo                   | 82 |
| <b>Cuadro 47</b> | Endeudamiento Del Activo                  | 82 |
| <b>Cuadro 48</b> | Endeudamiento Patrimonial                 | 82 |
| <b>Cuadro 49</b> | Apalancamiento                            | 82 |
| <b>Cuadro 50</b> | Rentabilidad Neta De Activo               | 83 |
| <b>Cuadro 51</b> | Margen Bruto                              | 83 |
| <b>Cuadro 52</b> | Rentabilidad Neta De Ventas (Margen Neto) | 83 |
| <b>Cuadro 53</b> | Roe                                       | 84 |
| <b>Cuadro 54</b> | Roa                                       | 84 |
| <b>Cuadro 55</b> | Flujos netos                              | 84 |
| <b>Cuadro 56</b> | Tasa de rendimiento promedio              | 85 |
| <b>Cuadro 57</b> | Tasa interna de retorno                   | 85 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|                  |  |    |
|------------------|--|----|
| <b>Figura 1</b>  | Frecuencia que lleva la motocicleta al taller  | 36 |
| <b>Figura 2</b>  | Importancia de los servicios   | 37 |
| <b>Figura 3</b>  | Importancia de los repuestos originales en el taller   | 38 |
| <b>Figura 4</b>  | Conocimiento de los servicios que normalmente cuenta un taller de motocicletas en el cantón Milagro  | 39 |
| <b>Figura 5</b>  | El taller de motocicletas debe contar con la infraestructura necesaria para su atención  | 40 |
| <b>Figura 6</b>  | El taller de motocicletas al que asiste cuenta con el personal calificado  | 41 |
| <b>Figura 7</b>  | Necesario actualización de conocimientos del personal dedicado al mantenimiento y reparación de motocicletas   | 42 |
| <b>Figura 8</b>  | El precio influye al momento de elegir un taller para el mantenimiento y reparación de su motocicleta  | 43 |
| <b>Figura 9</b>  | Le gustaría contar con un taller especializado en el mantenimiento y reparación de motocicletas  | 44 |
| <b>Figura 10</b> | Estaría de acuerdo pagar un valor adicional si un taller cumpliera con sus expectativas  | 45 |
| <b>Figura 11</b> | Mapa de Milagro  | 51 |
| <b>Figura 12</b> | Organigrama Estructural del Taller   | 51 |
| <b>Figura 13</b> | Organigrama Funcional del Taller   | 52 |
| <b>Figura 14</b> | Diagrama de Porter   | 60 |
| <b>Figura 15</b> | Logo Corporativo   | 63 |
| <b>Figura 16</b> | Distribución de la inversión   | 70 |
| <b>Figura 17</b> | Encuesta a usuario de motocicleta en la UNEMI  | 95 |
| <b>Figura 18</b> | Encuesta a usuario de motocicleta en la UNEMI  | 95 |
| <b>Figura 19</b> | Encuesta a usuario de motocicleta en la UNEMI  | 96 |
| <b>Figura 20</b> | Encuesta a usuario femenino de motocicleta en el Cantón Milagro.   | 96 |
| <b>Figura 21</b> | Analizando la perspectiva del género femenino sobre el mantenimiento de motocicletas.  | 97 |
| <b>Figura 22</b> | Analizando el punto de vista del personal encargado del mantenimiento de motocicletas en los talleres para el mantenimiento de motocicletas actuales en el Cantón Milagro. | 97 |



## RESUMEN

El control preventivo y correctivo de una motocicleta es importante para garantizar su tiempo de vida. En el cantón Milagro perteneciente a la Provincia de Guayas esta problemática se está agudizando sin que nadie pueda hacer algo al respecto, la inversión en un taller especializado es la visión para solucionar esta problemática social. El propósito de este estudio radica principalmente en el reconocimiento de la realidad del cantón en lo que se refiere al nivel de satisfacción de los clientes, siendo un indicador importante para el crecimiento y sostenibilidad del negocio, facilitando la consolidación en el mercado, así como los ingresos económicos destinados al pago de la inversión inicial. La propuesta se caracteriza por el estudio minucioso que se realizó en el cantón, gracias al uso de herramientas investigativas, lo que ayuda a determinar las necesidades, requerimiento de los clientes, así como las estrategias para atenderlos de la mejor manera, que ayuden a ofertar la gama de servicios y productos de calidad.

**Palabras Claves:** Motocicletas, Taller Especializado, Cliente, análisis, herramientas Investigativas, crecimiento, sostenibilidad.

## **ABSTRACT**

Preventive and corrective motorcycle control is important to ensure its lifetime. Miracle in the canton belonging to the Province of Guayas is intensifying this problem and no one can do anything about it, investing in a specialized workshop is the vision to solve this social problem. The purpose of this study lies mainly in the recognition of the reality of the canton in what concerns the level of customer satisfaction and is an important indicator for the growth and sustainability of the business, facilitating the consolidation in the market as well as income used to pay the initial investment. The proposal is characterized by a thorough study conducted at Canton, through the use of investigative tools, which helps determine the needs, requirement of customers, as well as strategies to address them in the best way, to help offer services range and quality products.

**Keywords:** Motorcycles, Specialized Workshop, Customer Analysis, Investigative tools, growth, sustainability.

## INTRODUCCIÓN

La realización de este trabajo investigativo se encuentra enfocado en el estudio de factibilidad para la creación de un taller especializado en mantenimiento y reparación de motocicletas, tomando en consideración el alto consumo de este liviano vehículo en el cantón Milagro, donde no existe un servicio netamente especializado, el mismo que brinde una atención personalizada, variedad en sus servicios y calidad en los repuestos. Milagro actualmente no posee un taller con ese tipo de características lo que incide en el requerimiento de las personas, afectando directamente el tiempo de vida útil de la motocicleta.

Uno de los indicadores que obligó a la realización de este trabajo investigativo es el nivel de satisfacción de los clientes, siendo ellos los responsables en valorar por medio de una encuesta la calidad del servicio que tiene el cantón para el mantenimiento y reparación de motocicletas.

El nivel de importancia de este trabajo investigativo radica en el aporte a la sociedad, generando nuevas fuentes de trabajos, permitiendo dinamizar la economía interna, afectando de manera directa en el crecimiento económico de la región.

Este trabajo investigativo tiene como objetivo general identificar los posibles factores que inciden en la implementación de un taller de mantenimiento y reparación de motocicletas, así como la infraestructura adecuada para su normal desarrollo de las actividades relacionadas al mantenimiento del mismo.

El proceso investigativo de este trabajo pone en manifiesto la originalidad y novedad del mismo, ya que en los resultados obtenidos se observan que existe un gran nivel de aceptación para la creación de este tipo de talleres, lo que cubriría la demanda interna en cuestión a los servicios y repuestos que se ofertan en la actualidad.

## **CAPITULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **1.1.1 Problematización**

Milagro es considerado como el tercer cantón de mayor importancia en la provincia de Guayas, con una superficie establecida de 408.1 km cuadrados, la cabecera cantonal posee un área de 43 km cuadrados, la población total es de 166.634 habitantes, según el último censo realizado en el año 2010. (INEC, 2014)

La característica de la economía del cantón se basa en el alto movimiento financiero circulante dentro de la sociedad, las mismas que corresponden al incremento de nuevas empresas, fábricas y la llegada de sucursales de grandes empresas extranjeras de distribución de vehículos a la localidad, especialmente en lo que se refiere a la venta de motocicletas, por ejemplo Motor 1, Yamaha, Honda.

Según declaraciones de Juan Pablo Velázquez, Gerente de Thunder Cycles a la revista el Financiero en su versión digital, manifiesta que se encuentra estimado que hasta el año 2013 cerca de 800.000 unidades de motocicletas conforman el parque ecuatoriano de este liviano automotor, quien aseguró el crecimiento de la demanda de este vehículo en el país (EL FINANCIERO, 2012), por lo que se ha convertido en la opción de transporte para varias familias milagreñas.

Lograr el rendimiento máximo y durabilidad del vehículo depende en gran parte del cuidado y mantenimiento que se le dé, es decir que todas estas labores necesitan ser realizadas por personas que tengan conocimientos técnicos y que garanticen un mantenimiento preventivo y correctivo, siendo uno de los casos más comunes en las motocicletas.

Dicho cuidado y mantenimiento se lo debe realizar en centros especializados, donde se garantice el trabajo brindado al cuidado del vehículo, el mismo que debe cumplir con todos los estándares requeridos para dicha labor, ofreciendo garantía y calidad en los trabajos realizados, por lo que surge la necesidad de realizar un estudio de factibilidad para la creación de un taller especializado en el cuidado y mantenimiento de motocicletas, brindándole el mejoramiento de los servicios en dicha área.

Existen casos donde los trabajos requeridos para el mantenimiento y cuidado de las motocicletas requiere de un mayor conocimiento y tecnología, dependiendo del daño y la pieza a reemplazar, aspectos que algunos talleres existentes en el cantón no poseen, teniendo como resultado trabajos realizados a media o mal hechos, deteriorando el liviano vehículo y reduciendo su tiempo de vida útil.

La calidad en los servicios es fundamental en cualquier negocio, la garantía de los mismos hacen que el establecimiento crezca así como su economía y rentabilidad.

Podemos definir a la calidad como “el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes. La calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela; representa, al mismo tiempo, la medida en que se logra dicha calidad. (EDITORIAL VÉRTICE, 2008)

Es necesario tomar en consideración que el cuidado de la moto, adicional a la durabilidad y prolongación del liviano automotor representa la seguridad integral

de la persona que lo conduce, lo que amerita tenerla en las mejores condiciones posibles.

El mantenimiento y revisión de de las motocicletas dependen en gran parte de la marca, la misma que emite una serie de consejos para el cuidado del automotor y del cual no se debe hacer caso omiso. (Ruiz, 2014)

Es importante realizar un chequeo minucioso y de calidad del automotor para garantizar su normal funcionamiento, evitando de esta manera daños posteriores que lo que provoca es el deterioro de la misma, partiendo de esta afirmación se puede decir que el mantenimiento especializado es importante para el cuidado de cualquier tipo de vehículo, siendo este el caso de la motocicleta, la misma que es utilizada como un medio de transporte masivo en el cantón Milagro, ya sea para movilización desde el hogar hasta el trabajo o para actividades laborales dentro de alguna empresa o negocio propio, lo que provoca la necesidad de contar con un taller especializado que brinde el servicio que necesita para garantizar el tiempo de vida el vehículo y la integridad física de la persona que la conduce, por lo que la falta de dicho talleres en la localidad influye en la decisiones de las personas para asistir a lugares donde no prestan las garantías necesarias para dicha actividad.

Si esta problemática persiste se estaría poniendo en peligro la integridad física de las personas que conducen el vehículo, así como la durabilidad del liviano automotor, perjudicando en ciertos los casos la herramienta de trabajo o de movilización de cientos de hogares milagreños, que tienen a este liviano vehículo como un medio de transporte, por lo que es necesario tomar los correctivos del mismo o controlar dicho pronóstico por medio de la creación de un taller especializado en mantenimiento de motocicletas, proporcionando una serie de servicios basados en la calidad y conocimientos sólidos en lo que se refiere al cuidado es este liviano automotor.

### **1.1.2 Delimitación del problema**

**Área:** Administración Comercial

**Línea de Investigación:** Comercial y Empresarial

**Campo de acción:** Emprendimiento

**Ubicación Geoespacial:** Cantón Milagro, Provincia del Guayas

**Ubicación Temporal:** 2014

### **1.1.3 Formulación del problema**

¿La falta de servicios especializados en mantenimiento de motocicletas en el cantón Milagro, incide en la economía y desarrollo socioeconómico del cantón?

### **1.1.4 Sistematización de problema**

- ✓ ¿Cuáles son los servicios que los habitantes del cantón Milagro demandan en un taller de motocicletas?
- ✓ ¿De qué manera afecta en la calidad del servicio la falta de infraestructura de los talleres dedicados al mantenimiento y reparación de motocicletas?
- ✓ ¿Cómo incide la falta de personal técnico calificado que poseen los talleres del cantón Milagro en la calidad del servicio que ofrecen?
- ✓ ¿Cuánto influye el precio, por los servicios que ofrecen los talleres de motocicletas, al momento de la elección de los mismos?

### **1.1.5 Determinación de tema**

Estudio de factibilidad para la creación de un taller especializado en el mantenimiento y reparación de motocicletas en el cantón Milagro, año 2014.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo general**

Determinar los niveles de satisfacción y exigencia de parte de los usuarios con respecto a los talleres dedicados al mantenimiento y reparación de motocicletas que actualmente cuenta el cantón Milagro, que permitan la creación de un taller especializado en dicha área.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- ✓ Determinar los servicios que los habitantes del cantón Milagro demandan en un taller de motocicletas.
- ✓ Analizar cómo afecta en la calidad del servicio la falta de infraestructura de los talleres dedicados al mantenimiento y reparación de motocicletas.

- ✓ Establecer cómo incide la falta de personal técnico calificado que poseen los talleres del cantón Milagro en la calidad del servicio que ofrecen.
- ✓ Determinar cuánto influye el precio, por los servicios que ofrecen los talleres de motocicletas, al momento de la elección de los mismos.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

El cuidado y mantenimiento de un vehículo es de vital importancia, muy independiente de su clase, por ejemplo en lo que se refiere a la motocicleta, por el simple hecho de ser un vehículo liviano y donde la persona que lo conduce se encuentra expuesta de manera directa a una serie de peligros relacionados con los accidentes de tránsito y en otros casos por el deterioro del vehículo debido al mal mantenimiento del mismo.

Milagro no cuenta con talleres especializados en el mantenimiento de motocicletas que cumplan con los estándares y requerimientos necesarios, debido a la demanda que sostiene actualmente el cantón por lo que surge la necesidad de hacer un estudio de factibilidad para la creación de un taller especializado en la reparación y mantenimiento de motocicletas en la localidad, para lo cual es necesario contar con un estudio de marketing o mercadeo, lo que garantizaría en cierta parte la inversión, es decir que no solo basta el contar con las ganas, el deseo o la experiencia en determinada rama para poner un negocio, lo primordial es saber ¿Qué es lo que quieren los consumidores?, ¿Cómo y cuándo lo quieren?.

El objetivo del marketing es satisfacer las necesidades y deseos de sus consumidores. El campo del comportamiento del consumidor estudia cómo seleccionan, compran, utilizan y desechan bienes, servicios, ideas o experiencias los individuos, grupos y organizaciones con el fin de satisfacer sus necesidades y deseos. (EDITORIAL VÉRTICE, 2008)

Es necesario tomar en consideración que en el cantón de Milagro el sistema de transporte en motocicleta es cada vez mayor, evidenciando el crecimiento de las ventas de este tipo de vehículo, y a su vez la necesidad de contar con talleres especializados en la reparación y mantenimiento del mismo.

Ante lo mencionado surgió la necesidad de realizar este trabajo investigativo para determinar la factibilidad que tendría la creación de un Taller Especializado en



reparación y mantenimiento de motocicletas en el cantón de Milagro, convirtiéndose en un gran aporte a la comunidad y de importancia, ya que por un lado se estaría generando nuevas plazas de trabajos, opciones a los consumidores, por otro se estaría situando a Milagro dentro de los estándares de servicio de otros cantones del país, el mismo que contaría con todos los servicios, sean estos preventivos, correctivos, con venta de repuestos originales a precios convenientes, lo que garantizaría la calidad del servicio que prestaría el taller.

El impacto que generaría la creación de este taller sería positivo en la comunidad, por el simple hecho de otorgar una alternativa de calidad en lo que se refiere al cuidado de este vehículo, ya que el cantón si cuenta con talleres de carros de las grandes marcas como Itegmotors, Induauto, mientras que de motos no tienen opciones firmes y garantizadas.

Los resultados obtenidos de este trabajo investigativo sería directamente las personas que poseen este liviano vehículo y que ha convertido en el medio de transporte hacia sus lugares de trabajo, residencia y en determinados casos una herramienta de trabajo para aquellas personas que se dedican a la cobranza o transporte de moto taxi.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 MARCO TEÓRICO**

##### **2.1.1 Antecedentes históricos**

A lo largo de la historia el hombre se ha visto en la necesidad de ajustar su estilo de vida a los cambios e inventos propios del él. Los medios de transporte no han sido la excepción a lo largo de proceso evolutivo.

Podemos definir como transporte a la forma de trasladarse que tienen las personas o bienes desde un lugar a otro, por lo cual se puede definir un transporte público o privado.

Acerca la producción al consumo y desplazarse de las personas para buscar mayor eficacia económica o simplemente por conocer nuevos mundos han sido desde siempre preocupaciones de la humanidad. La bípeda de la especie liberó las manos e hizo que el ser humano fuese capaz de transportar objetos, a diferencia de los animales, lo que contribuyó a su vez al proceso de hominización, el propio ser humano y los lomos de los animales o los carros tirados por ellos, juntamente con la navegación remo o a vela fueron los únicos medios de transporte hasta la revolución industrial. (Bustelo, 2005)

La historia de la motocicleta se remonta a la evolución de la bicicleta, la misma que sirvió de base para la aparición de este medio de transporte muy popular en la actualidad, formando parte de la historia del transporte de la humanidad.

En el año de 1867 Sylvester Howard Roper dio rienda suelta a su imaginación inventando un motor basado en cilindros a vapor, por lo que se la puede

considerar como la primera motocicleta, posterior a eso Wilhelm Maybach y Gottlieb Daimler construyeron un vehículo , la misma que contaba con un cuadro y cuatro ruedas de madera y motor de combustión interna, la velocidad que alcanzaba este liviano vehículo está considerada en los 18 km/h por medio de su motor de 0,5 caballos de fuerza.

La primera presencia a lo que se asemeja en la actualidad de una motocicleta fue realizada por los hermanos Eugéne y Michel Werner de procedencia rusa, los mismos que estaban habitando en una finca en París, los mismos que tuvieron la idea de montar en una bicicleta un motor, convirtiéndose en el modelo inicial para la fabricación de la misma en 1897.

La aparición de scooter, conocido también como auto sillón en 1914 por la el francés Georges Gauthier, que consistía en un vehículo de dos ruedas, biciclo, provisto de un salpicadero de protección, gozando de gran popularidad, sobre todo entre los jóvenes, el mismo que incorpora dos ruedas de poco diámetro y un cuadro abierto que permite al conductor estar sentado en vez de a horcajadas. También tiene una carrocería que protege todos los mecanismos, y ofrece algún pequeño espacio de almacenaje de objetos pequeños y de una rueda de recambio, entre las características que más se destaca en este tipo de transporte es la comodidad del manejo y facilidad de conducción, y no el desarrollo de grandes velocidades.

Dentro de la problemática planteada podemos considerar que en los últimos años las motos han pasado de ser un medio de transporte eficiente y económico a nivel mundial y de manera especial en el Ecuador.

En el cantón de Milagro este vehículo goza de gran aceptación, por lo que es común ver en las calles gran cantidad de este vehículo circulando convirtiéndose en un medio de transporte para la comunidad, la misma que lo utiliza para poder transportarse hacia los hogares, los sitios de trabajo, y en ciertos casos se ha convertido en una herramienta de trabajo necesaria.

Según la Comisión de Transito del Ecuador se matricularon alrededor de 15.500 motos en el cantón de Milagro, en el año 2013, lo que evidencia una tendencia al

alza en el comportamiento de ventas de éste producto, ubicándolo como uno de los preferidos por los hogares.

La problemática se origina en la gran demanda de talleres especializados en el mantenimiento y reparación de este liviano vehículo en el cantón Milagro, donde por muchos años se ha dado paso a la existencia de talleres informales, los mismos que han sabido cubrir en determinado momento todos los requerimientos de los usuarios de este medio de transporte, pero las condiciones con la que se brinda este servicio pone en duda la calidad del mismo, lo que motiva a la creación de un taller especializado en esta área, el mismo que debe cumplir con todos los estándares y requerimientos sugeridos, estableciendo como prioridad la atención al cliente.

### **2.1.2 Antecedentes Referenciales**

Revisando el repositorio de la Universidad Estatal de Milagro se pudo constatar la existencia de trabajos relacionados a la creación de determinadas empresas en el cantón de Milagro, las mismas que van hacer citadas a continuación.

**Tema:** Implementación de un Centro de Servicio de Tuning de Motocicletas, Venta de Repuestos y Accesorios en el cantón Milagro

**Autores:** BRENDA BETSABÉ ARREAGA PAREJA - JÉSSICA CAROLINA JARAMILLO NIETO

**Año:** Octubre 2009

**Resumen:** Por el grado de aceptación y éxito que tuvo en el mercado internacional el tuning para coches, y así mismo la apertura en el mercado ecuatoriano, surgió la idea de implementar un proyecto que satisfaga las necesidades y exigencias que requiere el mercado local; tomando como referencia que dentro de la localidad existe gran cantidad de personas con este tipo de vehículos y que día a día la demanda por estos va en constante crecimiento. Es por esto, que con el presente proyecto se desea aprovechar la demanda existente que necesita contar con una empresa que ofrezca variedad

de repuestos, accesorios en general, asesoramiento especializado, y el servicio de tuning que prefieren a precios accesibles.

Para la implementación de este proyecto se requiere un monto inicial de US\$ 35.000 mismo que incluye la compra de activos fijos, gastos operativos y el inventario disponible para la venta. Se asume un crédito comercial de US\$ 25,000 a un plazo de 2 años, y con un 14.51% de interés anual. De acuerdo a estudios realizados se determinó que el precio de nuestro servicio tendrá un incremento anual del 20 % el cual permitirá ofrecer precios competitivos y acorde a los mercados nacionales e internacionales.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) para los 5 primeros años del proyecto se estimó en 63%. El Valor Actual Neto (VAN), con una tasa de descuento del 22% en donde nuestro valor económico futuro es de \$ 48.249,68. Para que el proyecto tenga éxito es necesario asegurar el nivel de productividad esperado, con la utilización de equipos y tecnología adecuada, con suficiente capacitación del personal. También, es necesario realizar una buena coordinación con los agentes de comercialización, tanto para temas de volumen como de fechas, así como con las agencias navieras.

El aporte que brinda este proyecto citado a la investigación determina la importancia de establecer un mercado segmentado, permitiendo conocer las necesidades de cada sector, de esta forma poder determinar el alcance del taller que se encuentra en proyecto de creación, teniendo una visión general de cómo se debe realizar los cálculos en cuestión de inversión y de qué manera y a qué tiempo se recuperaría lo invertido por medio de la aplicación del TIR y el VAN.

**Temas: Análisis de la situación Financiera de la Empresa “Comercial MADELYN”, dedicada a la Compra- Venta de motos y electrodomésticos y propuesta de expansión ante el crecimiento de la demanda en el cantón Duran año 2012-2013**

**Autores:** CASTRO PINCAY, KERLY DEL ROCIO - MORA SALAZAR, MERY JANETH

**Año:** Abril 2013

**Resumen:** Comercial Madelyn es un negocio dedicado a la compra venta de Electrodomésticos en general y motos dirigido por su propietario Sr. Washington Salazar, su problemática actual es analizar la situación económica y Financiera ante la propuesta y expansión de crecimiento de la demanda, sus principales clientes se encuentran ubicados en el área rural a lo largo de la vía Duran, Naranjal, Machala. El principal objetivo por el cual ha sido objeto de estudio es que las operaciones que se han venido realizando en la empresa no han sido las más adecuadas, existiendo una serie de dificultades en el área administrativa-financiera ya que esto podría provocar problemas serios futuros. Con los diferentes temas que abarcaremos tales como el análisis de los Estados Financieros de la empresa ya que forma parte de un proceso de información cuyo objetivo fundamental, es la de aportar datos para la toma de decisiones, el análisis e interpretación de los Índices financieros, se establecerán políticas de créditos y cobranzas con el fin de fijar parámetros en donde podamos afianzarnos. Finalmente se hacen las debidas recomendaciones al dueño del negocio poner en práctica las recomendaciones fruto de este trabajo que contribuirán a mejorar la gestión administrativa, financiera y económica de la empresa que será de gran utilidad para la toma de decisiones

Por medio de este trabajo investigativo se obtiene conocimientos de los procedimientos necesarios en lo que se refiere a los análisis financiero de las operaciones que realizaría el taller, de la misma maneja como llevar una mejor gestión administrativa, financiera y económica, optimizando recursos y materiales, facilitando de esta manera la toma de decisiones para la sostenibilidad del negocio, determinando su estadía en el mercado local.

**Tema:** Propuesta para la transformación de un taller de motos a servicentro “bici-motos”

**Autores:** Albarracín Sanisaca, Mayra Fabiola - Tenesaca Quizhpe, Manuel de Jesús

**Año:** Febrero 2009

**Resumen:** El presente trabajo consiste en realizar una propuesta para la transformación de un taller de motos a Servicentro, ya que dicho taller no cuenta con un plan de negocios en cual pueda desenvolverse de una mejor manera en la parte administrativa y financiera, por esto hemos creído conveniente realizar este proyecto, en el que se tocara diferentes temas como lo es la financiera en donde mediante la aplicación de indicadores financieros se determinara la viabilidad del proyecto, así como las inversiones que se tendrán que realizar y los recursos que se pueden utilizar, también trataremos el tema de los servicios, como se ofrecerá a los clientes, para satisfacer sus necesidades, adaptándonos al cambio con flexibilidad, determinación y organización, lo cual nos permitirá minimizar tiempos y optimizar recursos, con diversificación de servicios, implementando la línea de repuestos que ahorrara tiempo y dinero a los consumidores, ya que en la actualidad no se cuenta con este tipo de servicios en nuestro cantón, ya que existen talleres solo de reparación y locales de ventas de repuestos, en este caso nuestro Servicentro cumplirá al mismo tiempo estas dos funciones, la ventaja que tendrá el cliente será el hecho de no tener que ir a buscar los repuestos para las reparaciones o accesorios para darle una mejor presentación al modelo de motos, se implementara también la línea de lubricantes como aceites, líquidos de frenos, etc. Para los mantenimientos periódicos de las motocicletas. Se realizara un plan de marketing con la propuesta del cambio de nombre y logotipo, con esto se pretende llegar a la mente del consumidor y presentar una mejor imagen corporativa, que nos llevara a tener un buen nombre y prestigio, distinguiéndonos de la competencia, aplicando estrategias publicitarias para hacernos conocer más ante nuestro segmento de mercado, y ganar ventajas competitivas, mediante la publicación de nuestros servicios en medios de comunicación masiva como medios radiales,

revistas, auspicios de eventos públicos, y papelería como trípticos, tarjetas de presentación, banners publicitarios, stickers, y el letrero principal con el nuevo nombre, logo y slogan del Servicentro, dentro de este plan también se realizara el de recurso humano en donde se detallara e identificara cada una de las actividades que serán desarrolladas por cada uno de sus colaboradores en las actividades a ellos encomendados, en este plan se incluye la parte de la motivación al empleado, ya que en nuestra empresa lo primordial será la satisfacción de nuestros clientes internos, ya que si ellos no se sienten satisfechos, se reflejara en la mala actitud de atención hacia los clientes externos y en si el ambiente de trabajo será muy tenso. Dentro de las estrategias, se planteara realizar alianzas estratégicas con distribuidores directos de motocicletas y repuestos, se buscara nuevos proveedores que nos otorguen planes de financiamiento para la adquisición de los recursos necesarios, para la prestación de nuestro servicio como son: los lubricantes, repuestos y accesorios, así ofreceremos un servicios eficiente y eficaz con calidad y garantía en nuestros servicios que será el propósito fundamental.

El aporte que brinda este trabajo investigativo es fundamental, por el simple hecho de referirse a la transformación de taller en un servicentro, lo que ayuda a establecer una serie de servicios que se ofrecería a los clientes, garantizando de esta manera la satisfacción de los mismo, convirtiéndose en un factor determinante para el éxito del modelo de negocio, garantizando los ingresos económicos que se necesita para su permanencia en el mercado y que permita recuperar la inversión en los tiempos establecidos e inferiores a ellos.

## **Diferencia**

La diferencia que existe entre los trabajos citados y la investigación propuesta radica principalmente en la creación de un Taller especializado en el mantenimiento y reparación de motocicletas en el cantón de Milagro, para lo cual es necesario hacer un estudio de factibilidad, donde implica el análisis de una serie de factores socio económicos del cantón, determinando los sectores que van hacer atendidos, así como los futuros clientes potenciales de la empresa, de igual manera se debe hacer un estudio de inversión y retorno de capital, a corto



y largo plazo, estableciendo el modo de financiamiento y una proyección tentativa del futuro, es decir que este trabajo investigativo se encuentra diferenciados a los anteriormente citados.

### **2.1.3 Fundamentación**

#### **Fundamentación Científica**

Es necesario tomar en consideración que el factor emprendimiento se pone en juego al momento de pensar en la creación de una empresa, muy indiferente a la actividad que esta se vaya a dedicar, el éxito o fracaso de la misma depende de los estudios previos realizados para su creación, por ejemplo se hace necesario realizar un segmento de mercado, definir bien los objetivos y propósitos del negocio, el financiamiento, la publicidad, un análisis FODA y de manera fundamental la calidad en productos y servicios que se va a ofrecer.

La apertura por parte del gobierno de turno en lo que se refiere a emprendimiento e inversión hace más factible la creación de una nueva empresa o negocio, la misma que se convierte en la generadora de nuevos empleos, o innovaciones, lo que se convierte en un aporte al desarrollo económico del cantón y porque no decirlo del país.

En este caso las PYMES pasan a formar parte del dinamismo de la economía del país las mismas que son consideradas como un conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, su capital social, número de trabajadores, nivel de producción o activos presentan características propias que las diferencia entre sí.

Las PYMES en el país se han convertido en generadoras de nuevas divisas y fuente de empleo, particularmente aportan a la producción de bienes y servicios, por lo que se las puede considerar como las bases para el desarrollo social del país.

Según Manuel Quiñonez Cabezas manifiesta que: “La importancia de las PYMES no reside únicamente en su potencial redistributivo y su capacidad para generar empleo, sino también en su capacidad competitiva cuando es

incorporada al proceso productivo en condiciones adecuadas” (Quiñonez Cabezas, 2012), por lo que el desarrollo de este tipo de empresas en el país ha tenido su despegue en la economía local, abriendo las puertas a un gran número de empresas que nacen de la creatividad y voluntad de las personas que encuentran en la necesidad de las personas un medio de negocio, el mismo que debe ser sostenible y de calidad.

El emprendimiento es fundamental para la creación de nuevas empresas, lo que conlleva al éxito de la misma, donde se ha podido notar una serie de empresas que han llegado al éxito de sus actividades, impulsadas por el ámbito de superación y competitividad de la misma.

Partiendo de este criterio podemos decir que la creación de nuevas empresas es fundamental para el desarrollo de la economía de una sociedad, lo que genera nuevas fuentes de trabajo, brindando oportunidades a las personas de satisfacer sus necesidades, las mismas que deben estar amparadas en los criterios de calidad y calidez del servicio que se oferta.

Concretamente, el emprendimiento, como tal, podría tener lugar en proyectos o empresas nuevas y viejas, pequeñas y grandes, de lento o rápido crecimiento, dentro del sector privado, el no lucrativo o dentro del sector público, en todos los puntos de nuestra geografía y en todas las etapas del desarrollo de un país. (Urbano & Toledano, 2014)

Otro punto importante es la calidad en el servicio, siendo este fundamental para el éxito en el modelo de negocio. En lo que se refiere a la creación de un taller especializado en el mantenimiento y reparación de motocicletas, la relación con los clientes debe ser la mejor, la misma que está enmarcada en la calidad del servicio que presta, lo que marca la diferencia y la preferencia de los consumidores a la hora de elegir dónde hacer el mantenimiento de su vehículo.

Las personas por lo general buscan un servicio especializado, personalizado, que sea eficiente y eficaz al momento de dejar su motocicleta en el taller, adicional que brinde confianza, comodidad y honestidad, lo que se convierte en la base

fundamental en la que debe girar el negocio y que se convierta en una fortaleza del mismo en contra de la competencia.

Podemos definir a la calidad como el conjunto de aspectos y características de un producto o servicio que guarda relación con su capacidad de satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes. (PUBLICACIONES VÉRTICE, 2008, pág. 1)

Es necesario tener presente que el cliente es la base fundamental para que cualquier tipo de negocio funcione, por lo que se lo considera como la pieza clave en aquella operación, es el encargado de imponer sus necesidades, exigencias y requerimientos a la empresa, midiendo los niveles de servicios y productividad.

La excelencia en el servicio que presta una determinada empresa no se lo puede considerar como un lujo, es decir que no implica un precio mayor por el mismo, la excelencia en el servicio radica en que forma o medida se satisface las necesidades o demandas de los clientes.

### **Fundamentación Social**

Los cambios constantes dentro de la sociedad, obliga a cada una de las empresas a realizar una serie de cambios en su procesos y organizaciones, las misma que le ayudará a ser más competitivas y aumentar el nivel de satisfacción de los clientes.

Las exigencias por parte de los clientes cada día es mayor, por esta razón ellas están obligadas a cubrir las necesidades de las grandes masas, brindándole la oportunidad de crecer económicamente y posicionarse dentro del mercado en el que incursiona. Pero todo esto se lleva a cabo por medio de un estudio de mercado y de retroalimentación, los mismos que ayudarán a medir los niveles de satisfacción de los clientes, identificando sus exigencias y necesidades.

Es necesario considerar que el servicio al cliente en su funcionamiento básico es esencial para el éxito de un negocio, tomando como referencia que un cliente totalmente satisfecho equivale al doble, el mismo que se encargaría en darle más rédito y credibilidad a tu reputación, recomendando el servicio de la empresa al grupo de amistades con el frecuente, convirtiéndose esta en una cadena a favor de la misma.

Según Antonio Ferre & Jaime del Rey Tapia, manifiestan que:

En el entorno actual de mercado, con una oferta básica cada vez más difícil de diferencia, la verdadera ventaja competitiva de las empresas es mejorar su capacidad de servicio para fidelizar clientes, por lo que para muchas empresas el contact center representa el verdadero corazón del negocio. Un alto porcentaje de los contactados entre clientes y empresa se realizan a través de este canal y la experiencia se fabrica en cada interacción. (Ferrer Abelló & Del Rey Tapia, 2011, pág. 117)

Lo que demuestra la necesidad que las empresas deben de aportar con algo adicional que ayude a diferenciarlos dentro de la sociedad, es decir, debido a la variedad de comportamiento que tienen las personas, estos aportes deben convertirse como un plus del servicio que la empresa oferta a sus consumidores, logrando de este modo satisfacer todas sus necesidades de manera directa e inmediata.

Parece haber tantos motivos para la mala calidad de los servicios como hay historia sobre ellos. Muchas de las personas que trabajan de cara al público carecen de las capacidades básicas para desempeñar su tarea. Dan la impresión de no conocer el producto, o, incluso si lo conocen, parecen no tener la motivación o el interés de servir al cliente. (Keith Denton, 2011, pág. 6)

Ante lo expuesto se puede afirmar que hay una estrecha relación entre los clientes y el personal encargado de la atención al cliente, lo que demuestra que la capacidad de la persona encargada de atenderlos en lo que se refiere a

relaciones humanas y los valores que posea es fundamental, siendo el encargado de poner la imagen de la empresa directamente a criterio y juzgamiento del cliente.

### **Fundamentación Teórica**

El cliente es considerado como el eje fundamental en lo que se refiere a calidad dentro de cualquier empresa, el mismo que se encarga de juzgar los bienes y servicios que se ofrece valorando los resultados obtenidos de aquello.

Para una empresa su razón de existir no lo constituye sus bienes, el corazón de su actividad económica lo representa los clientes, por lo que es necesario brindar la mejor atención al mismo, de manera esmerada, cordial y eficiente.

La atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas por una empresa con la debida segmentación del mercado, para lo cual es necesario realizar un estudio del mismo, facilitando identificar sus necesidades, requerimientos y prioridades, de esta manera el servicio que se oferta estaría acorde a sus exigencias.

“Para llevar una política exitosa de atención al cliente, la empresa debe poseer fuentes de información sobre su mercado objetivo y el comportamiento de sus consumidores” (EDITORIAL VIGO, 2006, pág. 6), por lo que es necesario cada uno de sus requerimientos, permitiendo enfocar los recursos humanos y financieros en la satisfacción de cada una de sus necesidades.

Las expectativas de los consumidores por la calidad de atención al cliente son grandes, por lo que la empresa debe estar preparada para afrontarlas, es decir que se debe invertir en una mejor capacitación del personal encargado de esta área, estableciendo métodos y procesos que garanticen la correcta ejecución de los mismos, convirtiéndose la atención al cliente, como la carta de presentación de la empresa.

Cuando se trata de un producto nuevo o de uno de gran difusión, el cliente suele comparar la calidad del servicio con la que puede conseguir por sí mismo. Así, una persona hábil para el bricolaje

apreciará un servicio de reparaciones en función de su propio talento; alguien que va a ir de vacaciones a una agencia siempre que esta le aporte un valor con respecto a los medios de los que ya dispone para organizar sus vacaciones por sí mismo. (EDITORIAL VÉRTICES , 2008)

Las múltiples conductas y comportamientos obliga hacer un estudio de mercado para conocer lo que necesitan y exigen los consumidores, dando la pauta para prepararse ante lo dicho y expuesto por ellos, otra actividad fundamental es el análisis interno y una adecuada retroalimentación de los procesos internos de atención al cliente.

En la actualidad, la relación entre los que proporciona el servicio y los clientes parece haber llegado a un punto crítico, lo que está originando gran cantidad de debates y de publicidad. Existen varias razones por las que ha aumentado este interés. En primer lugar, y lo que es más importante, ya hemos visto que los clientes son cada vez más críticos respecto al servicio que reciben. Muchos clientes, no solo desean un servicio mejor, sino que lo espera.

Según Renata Paz (2005) afirma que: “Ofrecer un buen servicio al cliente no es opcional en una empresa que busca un desarrollo dentro del mercado, pues esto determina el éxito o fracaso de la empresa” (p. 9). Esto se convierte en una obligación que determina el éxito de la empresa y el nivel de aceptación de la misma en el mercado que se desarrolla, por tal motivo hace fuerza para que las empresas utilicen o inviertan la mayor cantidad de recursos para mejorar la atención al cliente, basándose en una serie de herramientas y técnicas utilizadas en el área administrativa y de marketing, llevadas de la mano en el cumplimiento de los objetivos, metas e indicadores que inicialmente se propuso la empresa para su crecimiento.

La aplicación de cada una de las técnicas y estrategias utilizadas a lo largo de este trabajo investigativo permitirá establecer un análisis FODA sobre la creación de un taller especializado en el mantenimiento y reparación de motocicletas, determinando la segmentación del mercado, identificando los clientes potenciales, por medio de encuestas, entrevistas, tabulados oportunamente, obteniendo una visión gráfica de los resultados.

El análisis FODA permite elaborar un plan estratégico y de marketing ante la creación del taller, de igual manera la inversión financiera, siendo esta propia o de aportación, identificando las tasas de interés convenientes en el mercado local y su respectiva recuperación del mismo.

## **2.2 MARCO LEGAL**

La realización de este trabajo investigativo se encuentra regido por una serie de leyes amparadas en la Constitución del 2008 vigentes en el Ecuador.

Una de ellas es la Ley orgánica de Defensoría del Consumidor – Ley 2000-21 R.O.S 116/10 Julio 2000

### **LEY ORGÁNICA DE DEFENSA AL CONSUMIDOR**

#### **Los Derechos y Obligaciones de los consumidores**

##### **Según los artículos:**

**Artículo 4.-** Derechos de consumidores.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos dentro de la Constitución Política que rige en el Ecuador, Tratados o Convenios Internacionales, Legislación Interna, Principios Generales del Derecho y costumbres mercantiles, los siguientes:

- ✓ Derecho de protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios
- ✓ Derecho a que proveedores sean estos públicos y privados oferten bienes y/o servicios de óptima calidad, los mismos que son elegidos a voluntad del consumidor.
- ✓ Derecho a ser informado de manera adecuada, clara oportuna y completa sobre los bienes y servicios que se ofertan en el mercado.
- ✓ Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes y/o servicios.
- ✓ Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva.
- ✓ Derecho a recibir del Estado el auspicio para la constitución de asociación de consumidores y usuarios.

**Artículo 5.-** Obligaciones del Consumidor.- Se las considera obligaciones del Consumidor a:

- ✓ Ejercer y propiciar el consumo racional y de manera responsable de bienes y servicios;

- ✓ Preocuparse enteramente de no afectar el medio ambiente durante el consumo de bienes o servicio;
- ✓ Evitar los riesgos que pueden afectar o poner en riesgo su salud y vida;
- ✓ Recibir la debida información de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

**Artículo 12.-** Productos deficientes o usados.- Cuando se oferten o expidan al consumidor productos usados y/o reconstruidos deben comunicarse de manera visible, clara y precisa, en facturas, anuncios o cualquier tipo de comprobante.

### **Responsabilidades Y Obligaciones del proveedor**

**Artículo 17.-** Obligaciones del Proveedor.- Entregar al consumidor información veraz, completa, clara y oportuna de los bienes y/o servicios que ofrece que ayude a una elección clara y responsable.

**Artículo 18.-** Entrega del Bien o Prestación del Servicio.- Todo proveedor está en la obligación de prestar o entregar un eficiente bien o servicio, de manera que se cumpla con las condiciones del consumidor y de mutuo acuerdo.

**Artículo 19.-** Indicaciones del Precio.- Los proveedores deberán dar conocimiento al público de los valores finales de los bienes que expendan o de los servicios que ofrezcan. El valor final deberá indicarse de un modo claramente visible, que permita al consumidor la elección del mismo.

**Artículo 20.-** Defectos y Vicios Ocultos.- El consumidor podrán optar por la rescisión del contrato, la reposición del bien o la reducción del precio, sin perjuicio de la indemnización por daños y perjuicios, cuando la cosa objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos que le hagan inadecuada o disminuyan de tal modo su calidad o posibilidad de uso.

**Artículo 21.-** Facturas.- El proveedor está obligado a entregar al consumidor, factura que documente el negocio realizado, de conformidad con las disposiciones que en esta materia establece el ordenamiento jurídico tributario.

**Artículo 22.-** Reparación Defectuosa.- Cuando un bien u objeto de reparación presente defectos relacionados con el servicio realizado e imputables al prestador del mismo, el consumidor tendrá derecho dentro de los noventa días contados a partir de la recepción de bien, a que se le repare sin costo adicional o se reponga el bien en un plazo no superior a treinta días, sin perjuicio de la indemnización correspondiente.



**Artículo 23.-** Deterioro de los Bienes.- Cuando el objeto del servicio de acondicionamiento, reparación, limpieza u otro similar tal menoscabo o deterioro que disminuya su valor o tome parcial o totalmente inapropiado para el uso normal al que está destinado.

## **LEY ORGÁNICA DE REGIMEN TRIBUTARIO (L.O.R.T.I.)**

### **CAPÍTULO I**

#### **Impuesto a la Renta**

**Artículo 1.-** Objeto de impuesto.- Se establece como impuesto a la renta global a las que obtienen las personas naturales, de sucesiones indivisas y las sociedades nacionales y extranjeras reguladas por la ley.

**Artículo 2.-** Concepto de renta. Se considera las siguientes definiciones:

- a) Los ingresos de fuentes ecuatorianas obtenido a título gratuito o a título oneroso provenientes del trabajo, del capital o ambas fuentes.
- b) Los ingresos obtenidos en el exterior, ya sean estas por personas naturales domiciliadas en el país o por sociedades nacionales.

### **CAPÍTULO IV**

#### **Sección primera**

#### **De las Deducciones**

**Artículo 10.-** Deducciones.- En general, con el propósito de determinar la base imponible sujeta a este impuesto se deducirán los gastos que se efectúen con el propósito de obtener, mantener y mejorar los ingresos de fuente ecuatoriana que no estén exentos. (ECUADOR, 2013)

Para lo cual se aplicará las siguientes deducciones:

- a) Los costos y gastos imputables al ingreso, debidamente sustentados en comprobantes de venta que, los mismos que deben cumplir con los requisitos establecidos en el reglamento para su efecto.
- b) Los intereses de deudas contraídas con motivo del giro del negocio
- c) Los gastos efectuados en la constitución, renovación o cancelación de la misma.

El aporte que brinda esta ley al trabajo investigativo se encuentra enmarcado en el establecimiento del impuesto a la renta global que están sujetas las personas naturales, de sucesiones indivisas y las sociedades nacionales y extranjeras reguladas por la ley.

## **NORMA INTERNACIONAL DE INFORMACIÓN FINANCIERA (NIIF)**

Las NIIF se las considera como las normas contables que son adoptadas por el IASB, institución privada ubicada en Londres, lo que constituye en un estándar internacional dentro del desarrollo de la actividad contable de una empresa.

La aplicación de estas dos norma permite tener conocimiento de los estándares internacionales de contabilidad y como se deben llevar los análisis y estados financieros dentro de una empresa considerada como PYMES.

## **NORMA INTERNACIONAL DE CONTABILIDAD (NIC 2)**

Esta norma internacional permite prescribir todo el tratamiento de la parte contable de una empresa, por lo que ayuda a determinar la cantidad del costo que se debe reconocer como un activo dentro de una determinada empresa, difiriéndolos hasta que los ingresos sean reconocidos de forma correspondiente.

El costo de los inventarios en todos los casos no puede ser recuperable, si se llegara a establecer el daño en los mismos, o si se encuentran obsoletos de forma parcial o total.

Otro punto fundamental en lo que se refiere a inventarios lo determina cuando el costo estimados para su terminación o su venta han aumentado.

Por medio del CIC” se logra establecer los Costos de Inventarios, Costos de adquisición, Costo de inventarios para un prestador de servicios.

## **PERMISOS DE CONSTRUCCIÓN**

Para tramitar los permisos de construcción se debe tomar en consideración los siguientes puntos.

- ✓ Formulario suscrito por el propietario del proyecto, solicitando el permiso.
- ✓ Firmas del profesional responsable reconocidas ante notario público.
- ✓ Original del acta de registro y planos arquitectónicos, o de la Licencia de Trabajos Varios.
- ✓ Certificado de depósito de garantías.
- ✓ Comprobante de pago del 1x1000 al Colegio de Arquitectos o Ingenieros.
- ✓ Comprobante de pago de Alcantarillado y Agua Potable por contribución e instalación de servicios.

- ✓ Dos copias de planos estructurales y de instalaciones impresos que demande la construcción.

**Fuente:** GAD Milagro

### **REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTE**

Para solicitar el R.U.C. se debe considerar los siguientes requisitos.

- ✓ Original de la cédula de identidad o ciudadanía vigente
- ✓ Papeleta de votación del último comicio electoral.
- ✓ Planilla de servicio básico a nombre del contribuyente especial.
- ✓ Original o copia del contrato de arrendamiento.

**Fuente:** Servicio de Rentas Internas

### **REQUISITOS PARA ESTABLECIMIENTOS NUEVOS (BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS)**

Para solicitar el funcionamiento de un establecimiento nuevo se debe tomar en consideración los siguientes puntos:

- ✓ Cuando el trámite lo realice la persona que representa legalmente a la empresa deberá presentar copia de cédula de ciudadanía actualizada y vigente a la fecha.
- ✓ Si el caso se presenta que otra persona lo represente se debe adjuntar una autorización por escrito simple, copia de cédula de la persona que autoriza y de la autorizada.
- ✓ Copia completa y actualizada del RUC, en la que conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- ✓ En el caso de ser un apersona jurídica debe adjuntar copia del nombramiento de la persona es que representante legal.
- ✓ Copia del GAD de Milagro otorgado como uso del suelo.
- ✓ Copia del Pago de Impuesto predial
- ✓ Copia de Planilla de servicios básicos del establecimiento.

## **2.3 MARCO CONCEPTUAL**

**Cliente.-** “El concepto cliente se utiliza para referenciar a la persona o entidades que hacen usufructo de los servicios o recursos que brinda otra persona u organización.”

(Conceptos.de, 2012)

**Consumidor.-** “Procede del verbo consumo, por lo que se refiere a la persona que gasta o hace uso de un determinado bien o servicio que oferta otra personas o empresa.” (Quees.la, 2012)

**Empresa.-** “Considerada como una entidad económica de carácter pública o privada, la misma que se encuentra integrada por recursos, sean estos humanos, financieros, materiales entre otros, la misma que oferta bienes o servicios para satisfacción de las necesidades humanas.” (DIPLOMADOS, 2011)

**Exigencias.-** Considerada como un patrón de conducta que obliga a cumplir con responsabilidades, obligaciones y planes previos estrictamente establecidos, que no existen errores o márgenes de incumplimiento. (La Guia, 2011)

**Lealtad del cliente.-** Predisposición de los clientes para preferir una determinada empresa o servicio.

**Mercado.-** “Lugar destinado para el intercambio de productos y servicios, es decir donde se lleva a cabo lo que se considera económicamente la oferta y la demanda, la compra y las ventas que se realiza entre los dos agentes, comprador y vendedor.” (Economía Web Site, 2012)

**Marketing.-** “Considerado como un sistema de actividades mercantiles, encaminadas a planear, fijar precios, entre otros, que satisfacen las necesidades de otras personas.” (Vallejo, 2012)

**Motocicleta.-** Se denomina Motocicleta a un vehículo de dos ruedas movido por un motor de explosión rápido, utilizado para el transporte de personas.

**Perfil Profesional.-** Considerado como el conjunto de capacidades y competencias que identifican la información de una persona para asumir en condiciones óptimas ciertas responsabilidades profesionales para beneficio de la empresa u organización que lo contrate.

**Precio.-** Cantidad de dinero asignada a un bien o servicio para la respectiva venta

**Promoción de Ventas.-** Herramienta considerada como un incentivo a corto plazo para los clientes, en el consumo de un determinado servicio.

**Servicio.-** Considerada como el conjunto de actividades relacionadas a la satisfacción de los clientes, las mismas que encierra una serie de procesos previos para obtener los resultados debidos y que representan el éxito o fracaso de la empresa.

**Servicio al cliente.-** Es la manera en que las empresas interactúan con sus clientes la misma que determina una realización de procesos destinado a satisfacer las necesidades de los consumidores.

**Satisfacción del Cliente.-** Término utilizado en el área de marketing para representar la satisfacción de los usuarios o clientes a todas sus necesidades al momento de consumir un bien o servicio.

**Costos de Inventarios.-** Comprende todos los costos que se derivan de la adquisición y transformación.

**Costos de adquisición.-** Comprende el precio de compra, los estimados en los aranceles de importación y otros impuestos, los transportes y almacenamientos.

**Costo de inventarios para un prestador de servicios.-** Se da cuando la empresa posea inventarios que van a ser medidos por los costos que provoca su producción.

**L.OR.T.I.-** Ley Orgánica de Régimen Tributario.

**NIC2.-** Norma Internacional de Contabilidad 2.

**NIIF.-** Normas Internacionales de Información Financiera

## **2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.4.1 Hipótesis General**

- ✓ El proveer un taller con servicios especializados en el mantenimiento y reparación de motocicletas en el cantón Milagro, mejoraría el índice en el desarrollo socioeconómico del cantón.

### **2.4.2 Hipótesis Particulares**

- ✓ El garantizar una cobertura completa de los servicios que los usuarios normalmente demandan de un taller de motocicletas acrecentará los niveles de satisfacción de los clientes.
- ✓ El mejoramiento de la infraestructura que poseen los talleres de motocicletas en el cantón Milagro elevaría los niveles de satisfacción de los clientes.
- ✓ La debida capacitación del personal que labora en los talleres de motocicletas del cantón Milagro mejora la atención del cliente.
- ✓ El cobro excesivo por los servicios que prestan los talleres de motocicletas obliga a los habitantes a buscar mantenimientos empíricos, poniendo en riesgo la vida útil del vehículo.

### 2.4.3 Declaración de las variables

**Cuadro 1.** Declaración de las variables

| VARIABLE INDEPENDIENTE                                | VARIABLE DEPENDIENTE                        |
|---|---|
| <u>Proveer un taller con servicios especializados</u> | <u>Economía y desarrollo Socioeconómico</u> |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

### 2.4.4 Operacionalización de las variables

**Cuadro 2.** Operacionalización de las variables

| VARIABLES INDEPENDIENTES                              | DEFINICIÓN  | INDICADORES   | TÉCNICA/INSTRUMENTO  |
|---|---|---|--|
| <u>Proveer un taller con servicios especializados</u> | Dar creación a un local Poseionado con técnicas e instrumentos para desarrollar trabajos estandarizados y con garantía.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tecnología de Punta.</li> <li>✓ Innovación.</li> <li>✓ Personal calificado.</li> </ul>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Capacitación</li> <li>✓ Estrategias</li> <li>✓ Observación</li> </ul>   |
| VARIABLES DEPENDIENTES                                | DEFINICIÓN  | INDICADORES   | TÉCNICA/INSTRUMENTOS   |
| <u>Economía y desarrollo Socioeconómico</u>           | Economía es la creación de riquezas y la distribución de bienes y servicios.<br>Desarrollo socioeconómico se puede definir a la capacidad que tiene un determinado sector para generar prosperidad y bienestar. | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Niveles de ingresos.</li> <li>✓ Plaza de trabajos</li> <li>✓ Índice de crecimiento.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Recopilación de datos</li> <li>✓ Observación</li> <li>✓ Test</li> </ul> |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

En la ejecución de este trabajo investigativo fue necesario hacer un análisis de la situación socio económico de la población, estableciendo las posibles limitantes para la creación del Taller de mantenimiento y reparación de Motocicletas en el cantón Milagro, por lo que podemos definir a esta investigación como cuantitativa porque existieron factores que pudieron ser medidos estableciendo relaciones entre las variables existentes en la problemática de estudio, de igual manera es cualitativa porque hubieron elementos libre de medición, pero de la misma importancia que los anteriores.

##### 3.1.1 Tipo de investigación

- ✓ **Descriptiva.-** Porque se estableció la necesidad que tenía la comunidad milagreña de contar con un taller especializado en mantenimiento y reparación de Motocicletas, la misma que fue sustentada por varias técnicas y herramientas investigativas utilizadas a lo largo de este trabajo investigativo.
- ✓ **Exploratoria.-** Fue necesario incursionar en el ambiente donde se realiza la actividad diaria de las personas que poseen este vehículo liviano muy popular en el cantón Milagro, sin interferir en la naturalidad de la misma, teniendo información real que ayudó a tomar soluciones a la problemática planteada.
- ✓ **Campo.-** Se la considera de campo porque la información recopilada se la realizó a las personas que en determinados casos hicieron uso de aquellos

talleres informales, estableciendo la calidad del servicio y comparación de precios muy importante para el estudio de factibilidad de la investigación planteada.

### **3.1.2 Perspectiva General**

Obtener la información necesaria para establecer factibilidad que tendría la creación de un taller especializado en mantenimiento y reparación de motocicletas, de la misma manera realizar un mercadeo, pudiendo determinar la tendencia y la perspectiva que tiene los consumidores acerca de los servicios que se ofertan para satisfacer sus necesidades y requerimientos de este servicio muy solicitado en el cantón así como de los talleres informales y relacionarlo con la perspectivas y objetivos del negocio propuesto y de esta manera garantizar el retorno de la inversión a corto plazo.

## **3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **3.2.1 Características de la Población**

La población objeto de estudio pertenece al cantón Milagro, la misma que se caracteriza por ser personas trabajadoras, por lo que en ciertos casos se ha optado por utilizar la motocicleta con fines comerciales y de ingreso económicos para mantener el hogar, por ejemplo la actividad de cobranza, moto taxi, lo que los obliga a realizar un mantenimiento cotidiano del vehículo, considerados como exigentes al momento de la atención al cliente y calidad del servicio, especialmente a lo que se refiere en mantenimiento y reparación de motocicletas, el mismo que se constituye en el medio de transporte popular de la población.

Las personas que poseen una motocicleta por lo general la utilizan para movilizarse a sus trabajos y en determinado de los casos se convierte en una herramienta laboral, por lo que se convierten en consumidores de los servicios que presta un taller de mantenimiento de motocicletas.

Existen personas que toman al mantenimiento de su vehículo con la responsabilidad del caso, para lo cual no escatiman el esfuerzo económico que implica un mantenimiento de calidad o la compra por sustitución de repuestos, para lo cual exigen originales y de calidad, pero también hay personas que



debido a sus ingresos económicos no cuentan con las mismas posibilidades y deben acoplarse a sus economía, que en realidad afecta la vida útil del vehículo. Las calles en la ciudad de milagro por lo general presentan problemas de huecos y baches, lo que provoca el deterioro del vehículo, y que a su vez se convierte en requerimiento de servicios de mantenimientos correctivos y preventivos de la motocicleta, es decir que se considera a esta población dentro de sus características fundamentales como consumidores de servicios de motocicletas por el simple hecho de ser un vehículo popular en cantón Milagro.

### 3.2.2 Delimitación de la población

Para delimitar la población se tuvo que solicitar información a la Agencia Nacional de Tránsito sobre el número de personas que poseen motocicletas en el cantón Milagro, debidamente matriculada, siendo esta la fuente de información para establecer las posibles causas y efectos de la problemática planteada.

### 3.2.3 Tipo de muestra

La muestra dentro de este trabajo investigativo es no probabilística, ya que todos no tendrán la opción de ser encuestados, los mimos que fueron elegidos al azar en diferentes puntos del cantón, divididos en los cuatro puntos cardinales.

### 3.2.4 Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra basada en la población de estudio se la define como finita teniendo como referencia informativa los datos obtenidos en la Agencia Nacional de Transito acantonada en Milagro, donde las cifras proporcionadas son las siguientes:

**Cuadro 3.- Cifras de Motocicletas Matriculadas por año**

| AÑOS                          | 2010   | 2011   | 2012   | 2013   | 1 Sem. 2014 |
|-------------------------------|--------|--------|--------|--------|-------------|
| <b>Número de Motocicletas</b> | 12.632 | 12.959 | 13.868 | 15.567 | 10.134      |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

Con estas cifras obtenidas se procede a calcular la tasa de crecimiento, la misma que es evidente cada año, donde aplicamos la siguiente formula:

$(\text{Año actual}-\text{año anterior})/\text{año anterior} * 100$ , obteniendo los siguientes resultados.

$(15.567 - 13.865)/13.865 * 100 = 12.25\%$  de incremento, donde:

$15.567 * 12.25\% = 1.907$  motocicletas sumadas al del año 2013 se obtiene:

$15.567 + 1.907 = 17.474$  motocicletas estimadas para el 2014, siendo esta la población de estudio, donde aplicaremos el cálculo para una población finita.

Dónde:

| SÍMBOLO | DESCRIPCIÓN                                      |
|---------|--|
| N       | Tamaño de la muestra                             |
| N       | Tamaño de la Población                           |
| P       | Posibilidad que ocurra un evento, $p=0,5$        |
| Q       | Posibilidad de no ocurrencia de un evento= $0,5$ |
| E       | Error, se considera el 5% $E=0,05$               |
| Z       | Nivel de confianza, para el 95%, $z=1,96$        |

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

$$n = \frac{17.474 (0,5)(0,5)}{\frac{(17474 - 1) \cdot (0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{4368,5}{\frac{43,6825}{3,8416} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = 376$$

### 3.2.5 Proceso de Selección

Para el proceso de selección se tomó en consideración la muestra no probabilística y su tamaño finito permitiendo realizar una encuesta a un total de

376 personas consideradas como un proporcional de la totalidad de la población de motocicletas estimadas a ser matriculada en el año 2014.

### 3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

#### 3.3.1 Métodos Teóricos

- ✓ **Método Inductivo.-** Gracias a este método se pudo partir de un enfoque particular a lo general permitiendo realizar un análisis de la importancia que tiene la creación del Taller de mantenimiento y reparación de motocicletas y la necesidad de que el mismo tenga una calidad en el servicio de atención al cliente incidiendo en los niveles de satisfacción de los consumidores finales ayudando a su fidelización y la captación de nuevos clientes.
- ✓ **Método Deductivo.-** Por medio de este método se pudo tener una visión general de la problemática planteada, llegando a la particularidad lo que incidirían en la creación del taller, sean estos sociales, económicos y legales, lo que dificultaría la creación del mismo

#### 3.3.2 Métodos Empíricos

- **Observación.-** Gracias a la observación realizada al comportamiento de las actividades diarias que realizan las personas que poseen una motocicleta los que se acercan a los talleres informales solicitando la atención del mismo, lo cual ayudó a establecer los servicios que brindaría a la población local.
- **Síntesis.-** Por medio de este método se pudo determinar la individualidad de cada uno de los elementos observados durante la actividad de solicitar un mantenimiento de motocicletas pudiendo determinar las falencias en dicho proceso y así brindar solución para el problema planteado.
- **Estadístico.-** Se pudo establecer el proceso de tabulación de la información recopilada en la encuesta de una forma simplificada y analítica para su respectiva interpretación, lo que permite tener una proyección de la problemática planteada y dar solución a la misma por medio de las variables y valores numéricos expuestos en el mismo y que servirán como base de la investigación.

- **La entrevista.-** Por medio de este método se pudo obtener el criterio de expertos en lo que se refiere a la creación de una empresa, así mismo de personas encargadas en el área de mercadeo, publicidad y administración de empresas, lo que sirvió como pauta para la creación del mismo

### **3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN**

El tratamiento estadístico de la información se lo llevará a cabo mediante la recopilación de los valores numéricos, así como de las variables expuestas en cada una de las preguntas que conforman la encuesta y que permiten tener una visión global de la problemática planteada, haciendo un análisis cuantitativo de los factores que inciden en el proceso investigativo, logrando representarlos gráficamente por medio de herramientas informáticas, como lo es EXCEL, teniendo una mejor interpretación de los resultados obtenidos.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

Para la obtención de información relevante acerca de la problemática planteada dentro de este trabajo investigativo se tuvo la oportunidad de realizar una encuesta a un porcentaje de la población que posee una motocicleta, la misma que se encuentra legalmente matriculada en la CTE, de donde se sacó la cifra determinante para el cálculo de la muestra, siendo esta la encargada de responder a una serie de interrogantes que ayudarán a sustentar las hipótesis planteadas, obteniendo una visión real de las necesidades y puntos de vista de los dueños de motocicletas en el cantón Milagro, lo que ayudaría al análisis de una posible propuesta y la solución a la problemática objeto de estudio.

Es necesario mencionar que se ve plasmado el incremento anual de motocicletas matriculadas, lo que indica una alza en el requerimiento de servicios técnicos especializados en mantenimientos y reparación de motocicletas, dicho incremento se dio en un 12,25% para el año 2013 con respecto al año anterior, demostrando que este vehículo es uno de los medios de transporte más utilizados por la población milagreña, lo que amerita tener su punto de apreciación, aplicando las siguientes preguntas:

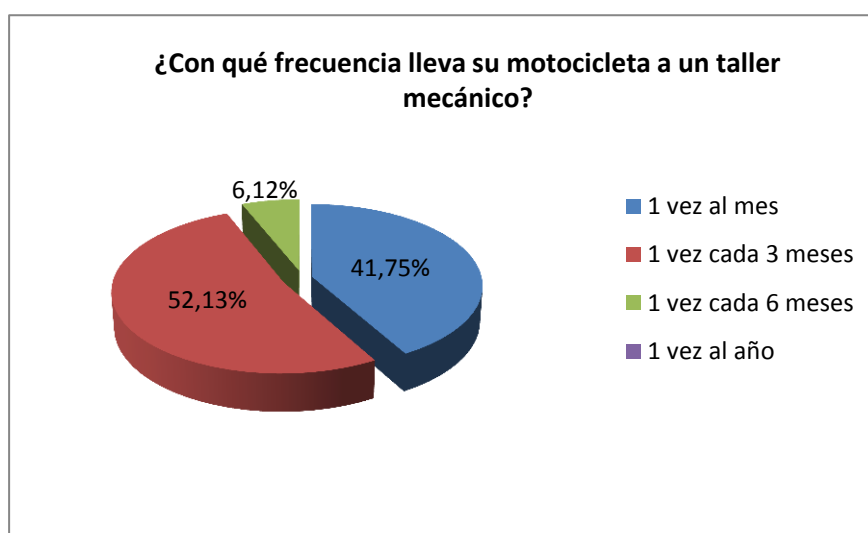
## ENCUESTA A CLIENTES DE TALLERES DE MOTOCICLETAS EN EL CANTÓN MILAGRO

**Pregunta 1. ¿Con qué frecuencia lleva su motocicleta a un taller mecánico?**

**Cuadro 4.-** Frecuencia que lleva la motocicleta al taller

| OPCIONES           | RESULTADOS | PORCENTAJES     |
|--------------------|------------|-----------------|
| 1 vez al mes       | 157        | 41,75 %         |
| 1 vez cada 3 meses | 196        | 52,13 %         |
| 1 vez cada 6 meses | 23         | 6,12 %          |
| 1 vez al año       | 0          | 0,00 %          |
| <b>Total</b>       | <b>376</b> | <b>100,00 %</b> |

**Fuente:** Encuesta a dueños de motocicletas  
**Elaborado por:** Montesdeoca Daniel - Soto Josué



**Fuente:** Encuesta a dueños de motocicletas  
**Elaborado por:** Montesdeoca Daniel - Soto Josué

**Figura 1.-** Frecuencia que lleva la motocicleta al taller

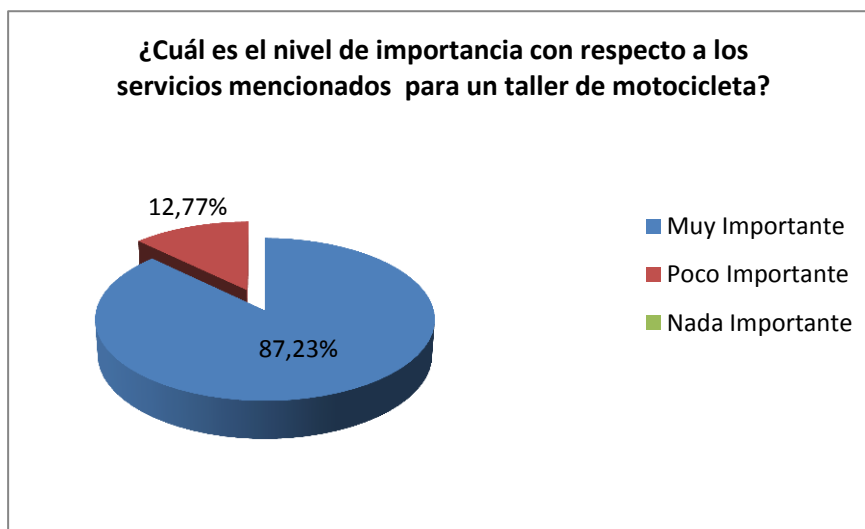
**Análisis.-** Se puede observar que los resultados obtenidos por medio de esta pregunta demuestran la gran concurrencia a los talleres de motocicletas por cuestiones de mantenimiento o reparación de la misma con el 41,75% de los encuestados manifiesta ir al menos 1 vez al mes, mientras que el 52,13% la llevan cada tres meses, y el 6,12% de los encuestados manifestaron ir cada seis meses siendo una cifra minoritaria donde pueden estar inmerso las personas que por diferentes motivos descuidan el mantenimiento de dicho vehículo.

**Pregunta 2 ¿Cuál es el nivel de importancia de los aspectos y servicios que se mencionan a continuación? Lista de opciones (Garantía total, atención al cliente, servicio de grúa y transporte, taller limpio y ordenado, herramientas adecuadas, entrega a tiempo)**

**Cuadro 5.- Importancia de los servicios**

| OPCIONES        | RESULTADOS | PORCENTAJES     |
|-----------------|------------|-----------------|
| Muy Importante  | 328        | 87,23 %         |
| Poco Importante | 48         | 12,77 %         |
| Nada Importante | 0          | 0,00 %          |
| <b>Total</b>    | <b>376</b> | <b>100,00 %</b> |

**Fuente:** Encuesta a dueños de motocicletas  
**Elaborado por:** Montesdeoca Daniel - Soto Josué



**Fuente:** Encuesta a dueños de motocicletas  
**Elaborado por:** Montesdeoca Daniel - Soto Josué

**Figura 2.- Importancia de los servicios**

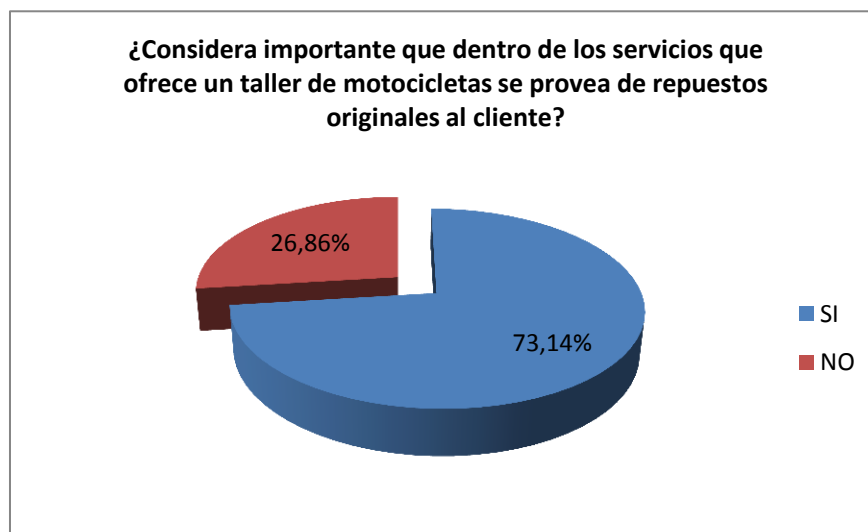
**Análisis.-** Se proporcionó un listado de los aspectos y servicios que prestaría el taller de servicio especializado para medir la importancia de cada uno con relación a las perspectivas de los clientes, donde se obtuvo que el 87,23% de los encuestado manifiestan que dichos servicios son de gran importancia, mientras que el 12,77% mencionaron no estar muy de acuerdo con la adopción de servicios de grúa por lo que se los puede considerar como indicadores y objetivos en la construcción de la propuesta dentro de este trabajo investigativo.

**Pregunta 3 ¿Considera importante que dentro de los servicios que ofrece un taller de motocicletas se provea de repuestos originales al cliente?**

**Cuadro 6.-** Importancia de los repuestos originales en el taller

| OPCIONES | RESULTADOS | PORCENTAJES |
|----------|------------|-------------|
| SI       | 275        | 73,14 %     |
| NO       | 101        | 26,86 %     |
| Total    | 376        | 100,00 %    |

Fuente: Encuesta a dueños de motocicletas  
Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué



Fuente: Encuesta a dueños de motocicletas  
Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

**Figura 3.-** Importancia de los repuestos originales en el taller

**Análisis.-** Los resultados obtenidos por medio de esta pregunta demuestra la necesidad e importancia que el taller especializado en mantenimiento y reparación de motocicletas proporcione de una variedad en la calidad de los repuestos, especialmente originales, donde el 73,14% está de acuerdo con esta opción, mientras que para el 26,86% le es indiferente por relación al precio y nivel de adquisición de los mismos, sin importar la durabilidad del tiempo de vida del vehículo.

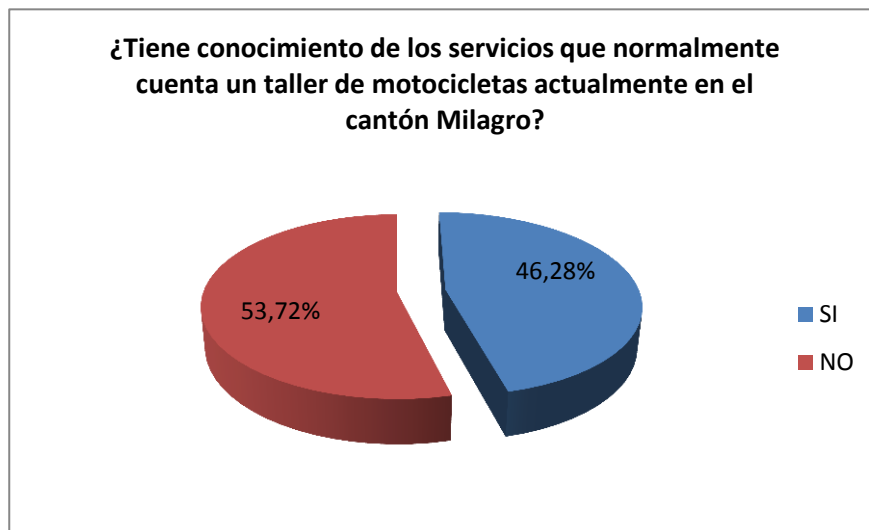


**Pregunta 4 ¿Tiene conocimiento de los servicios que normalmente cuenta un taller de motocicletas actualmente en el cantón Milagro?**

**Cuadro 7.-** Conocimiento de los servicios que normalmente cuenta un taller de motocicletas en el cantón Milagro

| OPCIONES     | RESULTADOS | PORCENTAJES     |
|--------------|------------|-----------------|
| SI           | 174        | 46,28 %         |
| NO           | 202        | 53,72 %         |
| <b>Total</b> | <b>376</b> | <b>100,00 %</b> |

Fuente: Encuesta a dueños de motocicletas  
Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué



Fuente: Encuesta a dueños de motocicletas  
Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

**Figura 4.-** Conocimiento de los servicios que normalmente cuenta un taller de motocicletas en el cantón Milagro

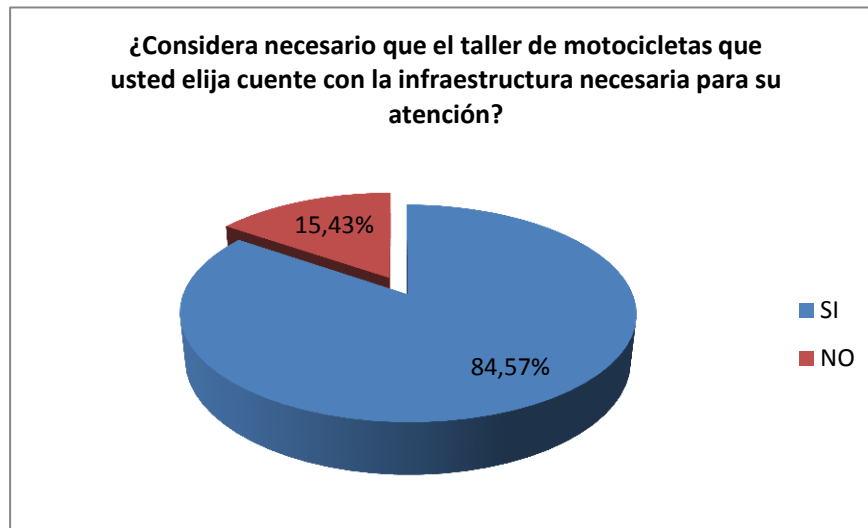
**Análisis.-** Por medio de esta pregunta se evidencia el desconocimiento del 53,72 % de los encuestados, sobre los servicios que presta un taller de mantenimiento de motocicletas, mientras que el 46,28% restante de los encuestados expresan tener un leve conocimiento de aquellos servicios, por lo que se dejan llevar por comentarios de amistades para asistir a dicho taller a realizar el mantenimiento de su vehículo.

**Pregunta 5 ¿Considera necesario que el taller de motocicletas que usted elija cuente con la infraestructura necesaria para su atención?**

**Cuadro 8.-** El taller de motocicletas debe contar con la infraestructura necesaria para su atención

| OPCIONES     | RESULTADOS | PORCENTAJES     |
|--------------|------------|-----------------|
| SI           | 318        | 84,57 %         |
| NO           | 58         | 15,43 %         |
| <b>Total</b> | <b>376</b> | <b>100,00 %</b> |

**Fuente:** Encuesta a dueños de motocicletas  
**Elaborado por:** Montesdeoca Daniel - Soto Josué



**Fuente:** Encuesta a dueños de motocicletas  
**Elaborado por:** Montesdeoca Daniel - Soto Josué

**Figura 5.-** El taller de motocicletas debe contar con la infraestructura necesaria para su atención

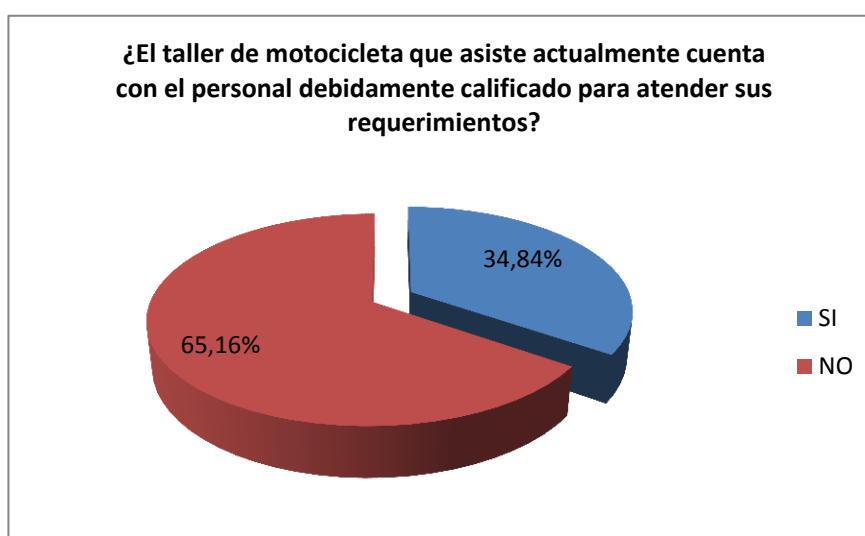
**Análisis.-** La infraestructura que posea el taller para respectivas labores de mantenimiento y reparación de las motocicletas es fundamental, lo que se evidencia por medio de los resultados obtenidos donde el 84,57% de los encuestados lo consideran necesario, mientras que el 15,43% no lo considera, conformándose solamente con la atención, ya sea esta en un lugar limitado o a la intemperie como se da en determinado casos.

**Pregunta 6 ¿El taller de motocicleta que asiste actualmente cuenta con el personal debidamente calificado para atender sus requerimientos?**

**Cuadro 9.-** El taller de motocicletas al que asiste cuenta con el personal calificado

| OPCIONES     | RESULTADOS | PORCENTAJES     |
|--------------|------------|-----------------|
| SI           | 131        | 34,84 %         |
| NO           | 245        | 65,16 %         |
| <b>Total</b> | <b>376</b> | <b>100,00 %</b> |

**Fuente:** Encuesta a dueños de motocicletas  
**Elaborado por:** Montesdeoca Daniel - Soto Josué



**Fuente:** Encuesta a dueños de motocicletas  
**Elaborado por:** Montesdeoca Daniel - Soto Josué

**Figura 6.-** El taller de motocicletas al que asiste cuenta con el personal calificado

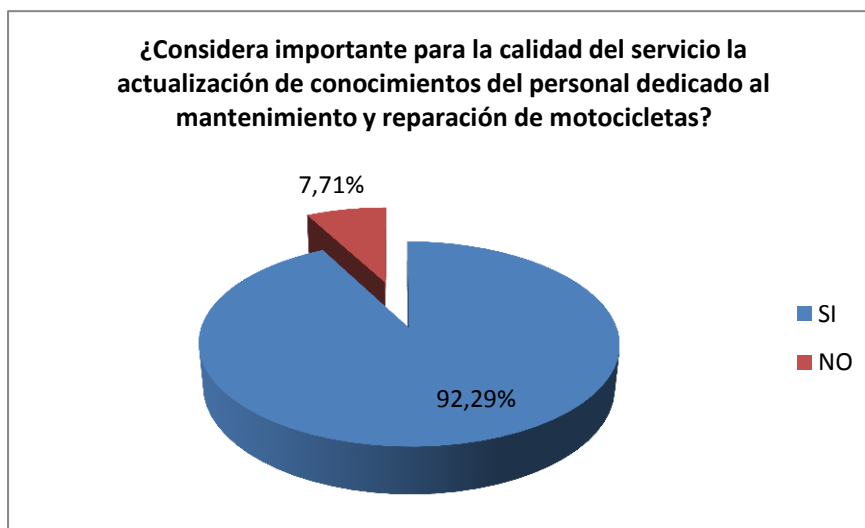
**Análisis.-** Por medio de esta pregunta podemos evidenciar la falta de personal capacitados en los talleres que actualmente se encuentran en funcionamiento en el cantón Milagro, donde el 65,16% de los encuestados tienen esa perspectiva por diferentes situaciones que han tenido que afrontar debido a la falta de capacidad de las personas dedicadas a esa labor, mientras que el 34,84% manifiesta que si existen personas con capacidad en los talleres que asisten, siendo realmente una cifra baja.

**Pregunta 7 ¿Considera importante para la calidad del servicio la actualización de conocimientos del personal dedicado al mantenimiento y reparación de motocicletas?**

**Cuadro 10.-** Necesario actualización de conocimientos del personal dedicado al mantenimiento y reparación de motocicletas

| OPCIONES     | RESULTADOS | PORCENTAJES     |
|--------------|------------|-----------------|
| SI           | 347        | 92,29 %         |
| NO           | 29         | 7,71 %          |
| <b>Total</b> | <b>376</b> | <b>100,00 %</b> |

Fuente: Encuesta a dueños de motocicletas  
Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué



Fuente: Encuesta a dueños de motocicletas  
Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

**Figura 7.-** Necesario actualización de conocimientos del personal dedicado al mantenimiento y reparación de motocicletas

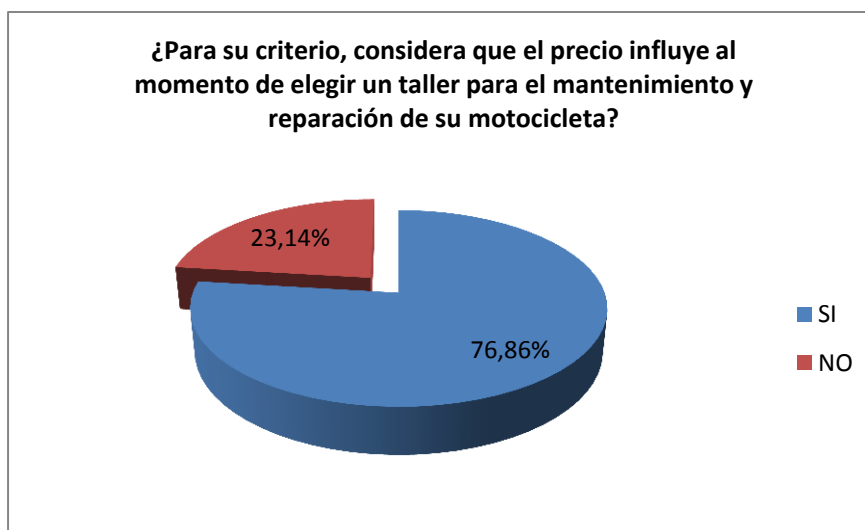
**Análisis.-** Para 92,29 % de los encuestados la necesidad de una correcta actualización de conocimientos por parte del personal encargado del mantenimiento de motocicletas es importante para garantizar un trabajo de calidad y resolver las necesidades de los clientes, mientras que el 7,71% restante manifiesta que no es necesaria la actualización.

**Pregunta 8 ¿Para su criterio, considera que el precio influye al momento de elegir un taller para el mantenimiento y reparación de su motocicleta?**

**Cuadro 11.-** El precio influye al momento de elegir un taller para el mantenimiento y reparación de su motocicleta

| OPCIONES     | RESULTADOS | PORCENTAJES     |
|--------------|------------|-----------------|
| SI           | 289        | 76,86 %         |
| NO           | 87         | 23,14 %         |
| <b>Total</b> | <b>376</b> | <b>100,00 %</b> |

Fuente: Encuesta a dueños de motocicletas  
Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué



Fuente: Encuesta a dueños de motocicletas  
Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

**Figura 8.-** El precio influye al momento de elegir un taller para el mantenimiento y reparación de su motocicleta

**Análisis.-** El precio constituye un factor determinante al momento de elegir un taller para el mantenimiento del vehículo, así lo manifiestan el 76,86% de los encuestados, mientras que el 23,14% es indiferente al mismo. Es necesario mencionar que el precio se convierte en un indicador de crecimiento en la garantía del servicio, entre más caro es mejor, pero dicho criterio no predomina en todos los casos.

**Pregunta 9 ¿Le gustaría contar con un taller especializado en el mantenimiento y reparación de motocicletas en el cantón Milagro, el mismo que brinde calidad y garantía en sus servicios?**

**Cuadro 12.-** Le gustaría contar con un taller especializado en el mantenimiento y reparación de motocicletas

| OPCIONES     | RESULTADOS | PORCENTAJES     |
|--------------|------------|-----------------|
| SI           | 362        | 96,27 %         |
| NO           | 14         | 3,73 %          |
| <b>Total</b> | <b>376</b> | <b>100,00 %</b> |

**Fuente:** Encuesta a dueños de motocicletas  
**Elaborado por:** Montesdeoca Daniel - Soto Josué



**Fuente:** Encuesta a dueños de motocicletas  
**Elaborado por:** Montesdeoca Daniel - Soto Josué

**Figura 9.-** Le gustaría contar con un taller especializado en el mantenimiento y reparación de motocicletas

**Análisis.-** Los resultados obtenidos por medio de esta pregunta pone en manifiesto la necesidad y la total aceptación de poder contar con un taller especializado en el mantenimiento y reparación de motocicletas en el cantón Milagro expresado con el 96,27% de los encuestados debido a una serie de situaciones que han sufrido durante la visita a los mismos y la no satisfacción de sus necesidades y requerimientos, mientras que el 3,73% no estaría de acuerdo de pronto por tener relación familiar o particular con los talleres ya existentes.

**Pregunta 10 ¿Estaría usted de acuerdo pagar un valor adicional al normalmente pagado si un taller cumpliera con sus expectativas?**

**Cuadro 13.-** Estaría de acuerdo pagar un valor adicional si un taller cumpliera con sus expectativas

| OPCIONES     | RESULTADOS | PORCENTAJES     |
|--------------|------------|-----------------|
| SI           | 204        | 54,25 %         |
| NO           | 172        | 45,75 %         |
| <b>Total</b> | <b>376</b> | <b>100,00 %</b> |

**Fuente:** Encuesta a dueños de motocicletas  
**Elaborado por:** Montesdeoca Daniel - Soto Josué



**Fuente:** Encuesta a dueños de motocicletas  
**Elaborado por:** Montesdeoca Daniel - Soto Josué

**Figura 10.-** Estaría de acuerdo pagar un valor adicional si un taller cumpliera con sus expectativas

**Análisis.-** El 45,75% de los encuestados manifestaron no estar de acuerdo en pagar un valor adicional por el servicio que brinda un taller de mantenimiento y reparación de motocicletas, mientras que el 54,25 % lo considera posible, debido a la necesidad de garantizar la reparación de su vehículo.

## **4.2 ANÁLISIS COMPARATIVA, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS**

Con los resultados obtenidos por medio de la encuesta se evidencia la importancia que tiene la atención al cliente, más aún cuando se trata de una empresa nueva, la misma que se encuentra en índices de posicionamiento en el mercado, convirtiéndose en un indicador de crecimiento, el mismo que se debe cumplir.

Las relaciones entre el cliente y la empresa debe ser las mejores, por lo que es indispensable poder identificar sus necesidades y la importancia que significa para el cliente cada uno de los servicios que se brinda, la misma que se puede obtener por medio de una retroalimentación de información, utilizada para la mejora de los productos y servicios.

La mayoría de los encuestados tienen grandes expectativas ante la creación de un taller de motocicletas que garanticen el mantenimiento y la reparación de la misma, lo que enruma la idea de dicha creación que cumpla con los requerimientos que tienen los usuarios de este servicio, más aún cuando se ha identificado un crecimiento en la adquisición de este vehículo en el cantón Milagro considerado como un medio de transporte de mayor consumo en los niveles sociales medios.

## **4.3 RESULTADOS**

El 41,75% de los encuestados manifestaron llevar la motocicleta al taller por cuestiones de mantenimiento una vez cada mes, mientras que el 52,13% la llevan cada tres meses, lo que hace prever la rentabilidad del negocio y finalmente un 6,12% consideran llevarla cada seis meses.

Otro punto de análisis lo constituye el nivel de importancia que los clientes le dan a cada uno de los servicios donde el 87,23% manifestó que son muy importantes y que influyen en los niveles de satisfacción de los clientes, mientras que el 12,77% consideran no tan importante el servicio de grúa especialmente porque tienen una ligera desconfianza por la persona que haga el retiro de la motocicleta. Uno de los indicadores que juega un papel importante en cualquier tipo de negocio es el precio y la calidad de los repuestos lo que garantiza el tiempo de vida útil del vehículo, donde el 73,14% expreso la necesidad de que el taller utilice repuestos originales, influyendo directamente en la calidad del servicio. El 53,72% de los encuestados



desconocen en su totalidad que servicios se requieren u ofertan los talleres convencionales de mantenimiento de motocicletas en el cantón Milagro, así como el espacio físico que debe contar el mismo para el mejor desarrollo de las actividades.

La capacidad del personal asignado para una determinada labor dentro del taller y que incurre en el mantenimiento de la motocicleta es fundamental, por lo que el 65,16% de los encuestados manifiestan esta necesidad como prioritaria para garantizar el fiel cumplimiento de cada uno de los servicios y que influye directamente en el crecimiento de la empresa, así como en su rentabilidad.

#### 4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

**Cuadro 14.- Verificación de Hipótesis**

| HIPÓTESIS  | VERIFICACIÓN  |
|--|---|
| El proveer un taller con servicios especializados en el mantenimiento y reparación de motocicletas en el cantón Milagro, mejoraría el índice en el desarrollo socioeconómico del cantón. | Esta hipótesis se verifica por medio de las pregunta 3 y 9 donde el 73,14% de los encuestados manifiestan estar de acuerdo con el uso de repuestos originales, y el 96,27% les gustaría contar con un taller especializado que brinde calidad y garantía en sus servicios.                                |
| El garantizar una cobertura completa de los servicios que los usuarios normalmente demandan de un taller de motocicletas acrecentará los niveles de satisfacción de los clientes.        | Esta hipótesis se verifica por medio de la pregunta 4 donde el 53,72% tienen un desconocimiento casi total de los servicios que prestan los talleres que actualmente funcionan en el cantón.  |
| El mejoramiento de la infraestructura que poseen los talleres de motocicletas en el cantón Milagro elevaría los niveles de satisfacción de los clientes.                                 | Esta hipótesis se verifica por medio de la pregunta 5 efectuada a los usuarios de los talleres de los talleres donde el 84,57% manifiesta la necesidad del mejoramiento de la infraestructura del taller para mejorar la atención al cliente.   |
| La debida capacitación del personal que labora en los talleres de motocicletas del cantón Milagro mejoraría la atención del cliente que demandan dicho servicio.                         | Esta hipótesis se verifica por medio de la pregunta 7 efectuada a los usuarios de los talleres de los talleres donde el 92,29% manifiesta la necesidad de que el personal que trabaja en los talleres actualice sus conocimientos con las respectivas capacitaciones en centros especializados.           |
| El cobro excesivo por los servicios que prestan los talleres de motocicletas obligan a los habitantes a buscar mantenimientos empíricos, poniendo en riesgo la vida útil del vehículo.   | Esta hipótesis se verifica por medio de la pregunta 8, donde el 76,86% manifiesta no estar de acuerdo con los cobros elevados por los servicios prestados debido al déficit monetario de su economía familiar, por lo que buscan talleres a sus posibilidades arriesgando la vida útil de la motocicleta. |

**Fuente:** Resultados de las encuestas efectuadas  
**Elaborado por:** Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

Elaboración de un Plan Estratégico de Negocio que permita la creación del Taller de Mantenimiento Y Reparación de Motocicletas “Milagro Motors” dotándolo de la capacidad de adaptarse al mercado con la finalidad de cubrir las necesidades y requerimientos del cliente.

#### **5.2 FUNDAMENTACIÓN**

La necesidad de realizar un mantenimiento preventivo y correctivo en una motocicleta es inevitable, más aún si este liviano vehículo se convierte en la herramienta y sustento de trabajo de dueño, amerita la importancia de tenerla en buen estado.

Las inspecciones periódicas y ajustes normales que se le realiza al vehículo garantiza el funcionamiento de vehículo, de tal manera que la asistencia a un taller especializado para que realice esa actividad es prioridad en las actividades de las personas dueñas de una motocicleta.

Según comentarios emitidos por el taller de motos Barcelona, manifiesta que:

“La compra de una moto siempre nos supone un esfuerzo económico, mayor o menor eso dependerá del tipo de moto que compremos, pero pagaremos unos buenos euros que nuestro esfuerzo nos costado reunir. Tanto da que nos hayamos comprado un scooter económico o una moto de alta gama, luego hay que mantenerlo si no queremos que se deteriore de forma rápida y en consecuencia pierda su utilidad y valor. Siempre digo que tanto da quien realice el mantenimiento lo

importante es que este se realice y se haga de la forma adecuada.”  
(Motos Barcelona, 2012)

De tal manera es necesario considerar la prioridad en el mantenimiento de este liviano automotor, lo que abre las puertas para la creación de un nuevo negocio en el cantón Milagro debido a la importancia que tiene esta actividad para la conservación del tiempo de vida de este vehículo.

Pero la necesidad y oportunidad de aperturar un nuevo negocio implica una serie de condiciones y requerimientos que se deben cumplir, donde el objetivo principal es la satisfacción del cliente.

Las personas por lo general buscan un servicio especializado, personalizado, que sea eficiente y eficaz al momento dejar su motocicleta en el taller, adicional que brinde confianza, comodidad y honestidad, lo que se convierte en la base fundamental en la que debe girar el negocio y que se convierta en una fortaleza del mismo en contra de la competencia.

Podemos definir a la calidad como el conjunto de aspectos y características de un producto o servicio que guarda relación con su capacidad de satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes. (PUBLICACIONES VÉRTICE, 2008, pág. 1)

De tal manera es necesario tomar las acciones preventivas que garanticen una mejor atención al cliente, lo que ayudaría en el crecimiento de la empresa, aumentando de manera significativa sus ingresos y posicionamiento en el mercado.

### **5.3 JUSTIFICACIÓN**

Ante los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la muestra seleccionada del total de la población de estudio se puede determinar que existe la necesidad de poder contar en el Cantón Milagro con un taller especializado en el Mantenimiento y reparación de motocicletas, el mismo que debe orientarse a brindar un servicio de calidad y garantía total en la realización de sus trabajos.

Estos criterios basados en las necesidades de los dueños de motocicletas se lo deben considerar con puntos favorables para viabilizar la creación del taller, lo que facilitaría el ingreso al mercado competitivo del cantón, que a su vez se convertiría en un aporte a la economía local, generando nueva fuentes de trabajos, dinamizando esta actividad, haciéndola cada vez más competitiva, obligando a los dueños de los talleres actuales a brindar un mejor servicio, lo que beneficiaría a la comunidad en general.

## **5.4 OBJETIVOS**

### **5.4.1 Objetivo General de la propuesta**

Diseñar un Plan Estratégico de Negocio, por medio de un análisis financiero y de inversión, que permita consolidar el Taller de Mantenimiento Y Reparación de Motocicletas “Milagro Motors” en el mercado local.

### **5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta**

- ✓ Buscar las estrategias necesarias para que el taller tenga la capacidad de adaptarse a los requerimientos de la sociedad.
- ✓ Elaborar las estrategias para el diseño e implementación del taller.
- ✓ Realizar un análisis del macro ambiente que permitan identificar los factores que rodean la creación del Taller de Mantenimiento Y Reparación de Motocicletas “Milagro Motors”
- ✓ Dotar de un mejor servicio de Mantenimiento y Reparación de motocicletas en el cantón Milagro.

## **5.5 UBICACIÓN**

**País:** Ecuador

**Provincia:** Guayas.

**Cantón:** Milagro.

**Calles:** Guayaquil y Rocafuerte

**Característica:** Las personas del cantón Milagro se caracterizan por ser visionario y productivo, lo que permite la sostenibilidad de la economía local.

**Año:** 2014



**Figura 11.-** Mapa del Cantón Milagro

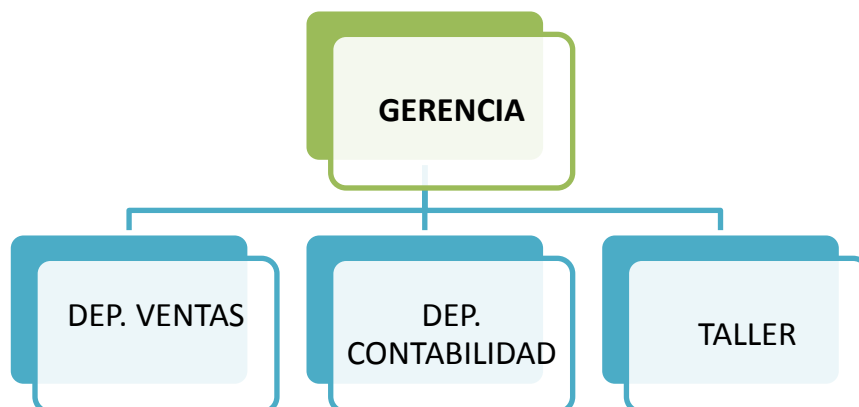
## 5.6 FACTIBILIDAD

Existe una serie de factores previos que son necesarios tomarlos en consideración para la elaboración del Plan Estratégico de negocio, previo a la creación del Taller de Mantenimiento y reparación de Motocicletas “Milagro Motors”, lo que permite establecer su factibilidad, las mismas que se va a proceder analizar a continuación:

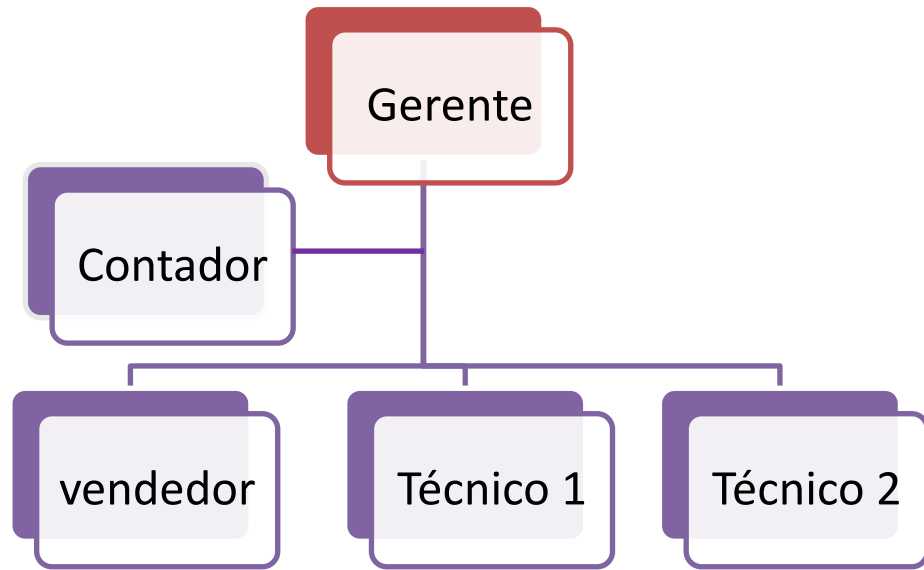
### Análisis de la situación actual

#### Organización Estructura

Dentro del esquema de la Organización estructural podemos definir la siguiente forma para el normal inicio de las operaciones del Taller.



**Figura 12.-** Organigrama Estructural del Taller



**Figura 13.- Organigrama Funcional del Taller**

### **Perfil y funciones del personal**

#### **Gerente**

- Edad: entre 25 a 35
- Sexo: hombre
- Estado: indistinto

#### **Perfil:**

- Estudios superiores en Gestión empresarial, Ingeniería en marketing o afines
- Experiencia en el campo laboral (1 año)
- Capacidad de análisis y desarrollo de ideas.
- Capacidad de comunicación verbal y personal
- Espíritu de observación, dotes de mando

#### **Funciones:**

- Desarrollar metas y estrategias a corto y largo plazo para la consecución de objetivos propuestos

- Coordinar las gestiones entre el personal y asegurar los registros para el cumplimiento de los procesos
- Llevar el control de las operaciones del negocio
- Planificar objetivos a corto y largo plazo
- Tomar decisiones de acuerdo a los estados financieros
- Aprobar el presupuesto para el periodo fiscal
- Negociar con distribuidores
- Disposición para cualquier imprevisto sea interno como externo
- Firmar las declaraciones tributarias elaboradas por el contador
- Evaluar periódicamente las actividades realizadas por el personal del negocio

### **Contador**

- Edad: entre 22 a 30
- Sexo: indistinto
- Estado: indistinto

#### Perfil:

- Graduado en Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría
- Experiencia mínima 2 años en funciones similares
- Conocimientos técnicos en contabilidad y gestión de procesos NIC y NIIF

#### Funciones:

- Realizar todos los procedimientos y requerimientos solicitados por el SRI, superintendencia de bancos y otras instituciones.
- Elaborar roles de pagos, planillas de aportes y demás registros en el IESS.
- Atender todos los procesos requeridos por el ministerio de relaciones laborales con respecto al ingreso y salida de personal.
- Realizar todas las actividades inherentes al área de contabilidad y tributación

### **Cajero-Vendedor:**

- Edad: entre 25 a 30
- Sexo: hombre
- Estado: indistinto

Perfil:

- Bachiller o estudios superiores (opcional)
- Experiencia en el manejo de programas informáticos y atención al cliente
- Capacidad e iniciativa para solucionar problemas

Funciones:

- Control de inventario para requisición y despacho
- Atención al cliente y asesoramiento personal
- Elaborar los reportes de ventas mensuales
- Realizar los cobros por los servicios realizados al usuario
- Establecer un nexo entre el cliente con el negocio con respeto y cordialidad
- Realizar los depósitos al banco por las ventas efectuadas cada dos o tres días.

**Técnico mecánico**

- Edad: entre 25 a 38
- Sexo: hombre
- Estado: indistinto

Perfil:

- Bachiller técnico
- Experiencia 1 año mínimo en áreas similares
- Capacidad de superación
- Habilidad para afrontar problemas
- Atención al cliente
- Capacidad de comunicación
- Buena habilidad manual (mano-ojo)

Funciones:

- Establecer lazos de confiabilidad del negocio con el cliente para una atención agradable
- Realizar los trabajos técnicos requeridos con eficiencia y eficacia
- Realizar la limpieza del taller



- Elaborar informes para la adquisición de repuestos frecuentes requeridos por parte de los clientes.

## **Planeación estratégica**

### **Implementación para extender el horario de labores los días sábados**

El horario de trabajo estaría comprendido de lunes a sábados desde las 8 am a las 18 pm para poder dar cobertura una hora adicional a la hora normal de salida de los lugares de trabajo que se dan en el mayor de los casos a las 17 pm. Esta estrategia también se basará en el poder efectuar las operaciones cotidianas los días sábados en jornada completa pues teniendo en consideración que ciertos dueños de motocicletas por cuestiones de trabajo no pueden acercarse entre los días lunes a viernes por sus actividades labores que desempeñan a diario en muchos casos, en horarios extendidos.

### **Implementación estratégica para proveer servicios todo por \$20**

Esta estrategia se basará en poder disponer de un servicio completo para los días martes, lo que comúnmente se le suele llamar servicios de ABC, esta propuesta se la implementará porque según resultados obtenidos por entrevistas a algunos propietarios de talleres manifiestan que los días con menos afluencia de usuarios al taller son precisamente los días martes, de esta manera se estaría proponiendo una fuerte razón para poder acercar el negocio con el cliente.

### **Dotar de una sala de espera para la mejor atención al cliente**

La fuerza de cualquier negocio radica especialmente en el cliente, bajo este concepto se desea implementar una sala de espera la misma que provea descanso placentero , incluyendo un televisor para proveer información de las noticias locales para horarios de medio día, o películas para horarios durante la media mañana o tarde, adicional a eso el poder disponer de aire acondicionado en la sala, ya que por el hecho de estar ubicado el negocio en la costa las calores que sofocan a la región no pueden dejarse de lado, con el fin de dar la posibilidad al cliente a una espera relajada y cómoda; que permita la espera mientras el técnico realiza el trabajo requerido, para tiempos cortos según criterio de los técnicos, en tanto que si los

servicios serían un tanto prolongados se establecería una hora adecuada para el retiro del vehículo.

### **Por cada servicio realizado mayor a \$50, obtendrá un cambio de aceite gratis**

Los cambios de aceites de las motocicletas están a la orden del día se promedia un cambio de aceite cada 3 meses o 3000 km para las motocicletas, por ende se desea implementar este plan estratégico por cada consumo mayor a 50 dólares incluido mano de obra y repuesto de ser necesario, de esta manera se le estaría dando una razón más al cliente de poder acercarse al negocio sabiendo que se ahorraría el cambio de aceite de su motocicleta para su próximo periodo en el reemplazo de este líquido tan importante en el funcionamiento de cualquier motocicleta.

### **Ofrecer repuestos originales a los clientes del negocio**

Por medio de la encuesta realizada en la pregunta número 3 para la adquisición de adquirir repuestos originales de parte de los clientes, manifestaron la necesidad de proveer este tipo de repuestos, por lo que se pretende cubrir esta necesidad en el mismo local, evitando que el cliente se movilice a otros lugares economizando tiempo, dinero, y garantizándoles confianza y garantía.

### **Ubicar el negocio en el sector centro norte de la cabecera cantonal de Milagro**

Esta estrategia busca determinar el lugar propicio para la ejecución de las operaciones del taller, que según las técnicas de observación dio como resultado la gran concentración de talleres informales en la parte centro este del Cantón, por lo que se determinó la ubicación del negocio en las calles Rocafuerte y Guayaquil (esquina) siendo esta última avenida y una de las principales del cantón, además de ubicarse una gran concentración de motocicletas en el sector y la apertura de las oficinas para consultas externas del IESS, lo que se prevee una mayor concentración a la ya establecida.

### **Elaboración de un plan de marketing y publicidad por medios sociales (Facebook-prensa escrita)**

La gran acogida por parte de la población mundial en cuanto a la disposición de redes sociales y especialmente en Milagro abre las puertas para la realización de un

trabajo de publicad en esta red social FACEBOOK lo que permitirá la captación de clientes a un bajo costo y un número amplio de usuarios del cantón, adicionalmente se prevee contar con la publicidad inicial de apertura del negocio para el conocimiento del mismo con una semana de antelación por medios radiales y prensa escrita, esta última siendo también manejada para la publicad semanal en el medio escrito de mayor circulación del cantón.

### **Factor Económico**

Las condiciones económicas en el cantón Milagro están consideradas estables, de la misma manera como se la visualiza a nivel nacional, la apertura de las nuevas líneas de créditos suministradas por parte del Gobierno Central y la Banca privada hace que se dinamice la economía interna del cantón, por lo que se visto la llegada de nuevas empresa, tales como: Juan el Juri, almacenes Japón, Almacenes Guimsa, adicional a eso la aparición de nuevos almacenes dedicados a la venta de repuestos de motocicletas debido a la gran demanda existente, que hasta el año 2013 pasaban de las 15.000 motos legalmente matriculadas, según fuente de la CTE acantonada en Milagro, lo que hace prever que la economía en el cantón se encuentra estable y emite confianza para la inversión.

### **Nivel de Emprendimiento**

Para la revista El Financiero en su versión Digital, en su artículo publicado el 14 de marzo del 2013 manifiesta que existe en el Ecuador un alto índice de emprendimiento, los mismos que cumplen con una serie de indicadores internacionales, lo que abre las puertas a la inversión de las personas con visión de crecimiento y servicio a la sociedad, la misma que toman las oportunidades existentes en el mercado para convertirlas en su fortaleza y salir adelante en lo que se proponen. (El Finaciero Digital, 2013)

### **Tasa de Interés**

La tasa de interés más baja que se cobra por un banco para la apertura de un negocio se la encontró en el banco de fomento , entidad financiera estatal, la misma que ofrece préstamos hasta 20.000 dólares de los estados unidos de Norteamérica con un interés del 11,20% anual hasta 5 años plazo, la cual que se encuentra

vigente para préstamos artesanales desde el presente año, lo que facilita la adquisición del mismo para el financiamiento del taller.

### **Factores Políticos**

La estabilidad política existente en el Ecuador en la actualidad genera un ambiente de confianza para la creación de un nuevo negocio, ya que los dueños e inversionistas no se encuentran con la incertidumbre al momento de propulsar algún proyecto de negocio debido a los cambios e gobiernos, sean estos locales o a nivel nacional.

### **Factores tecnológicos**

Con el avance en la tecnología en las diferentes áreas de la actividad humana es necesario el acoplamiento a las mismas para garantizar un mejor servicio y satisfacer las necesidades de los clientes, existen talleres en la actualidad que no cuentan con dicha tecnología peor con la infraestructura necesaria para poder adquirirla e implementarla, lo que se convertiría en una fortaleza para el taller.

### **Factor social**

La alta demanda de motocicletas en el cantón Milagro demuestra que este vehículo es el medio de transporte más utilizado por los miembros de la sociedad milagreña, por lo que la actividad comercial relacionada a este sector va en aumento cada día, permitiendo la creación de nuevos negocios que satisfagan los requerimientos de los clientes.

### **Factor laboral**

Con la apertura de un nuevo negocio se estaría generando nuevas plaza de trabajo, cubriendo un porcentaje la demanda del mismo en el cantón Milagro, por lo que la mano de obra se encuentra disponible y dispuesta a una serie de capacitaciones y actualizaciones de conocimiento.

## El Mercado Potencial

El mercado potencial lo constituye todo el parque de motocicletas del cantón Milagro según datos proporcionados por la CTE del cantón Milagro estimado en las siguientes cifras:

**Cuadro 15.- Mercado Potencial**

| <b>AÑOS</b>                       | <b>2010</b> | <b>2011</b> | <b>2012</b> | <b>2013</b> | <b>Estimado<br/>2014</b> |
|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------------------|
| <b>Número de<br/>Motocicletas</b> | 12.632      | 12.959      | 13.868      | 15.567      | 17474                    |

**Fuente:** CTE acantonada en Milagro  
**Elaborado por:** Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## Clientes

Los clientes lo constituyen los dueños de las motocicletas, los mismos que varían en sus características y comportamiento, según sus estatus económico, pero que se convierten en los potenciales consumidores para el crecimiento del negocio.

## Proveedores

En el mercado nacional existe una variedad de proveedores que suministran los repuestos de diferente calidad, pero en particular Hivimar la cual se encuentra domiciliada en la ciudad de Guayaquil con una amplia gama de repuesto de casi todas las marcas de motocicletas que circulan a nivel nacional por lo que se facilita la adquisición de los mismos para el cumplimiento de los requerimientos de los clientes, garantizando su total satisfacción.

## Competencia

La competencia se encuentra constituida por una serie de talleres informales existentes en el cantón, los mismos que en ciertos de los casos son improvisados y que no cuentan con la infraestructura y tecnología necesaria para cubrir la demanda de los clientes, o que se convertiría en una oportunidad del negocio y una fortaleza para el taller.

## Análisis interno de la constitución del taller

Para el normal funcionamiento y cumplimiento de los requerimientos de los usuarios se precisa tener definidos los procesos y funciones dentro del esquema organizacional del taller, lo que ayudaría al crecimiento y posicionamiento del mismo en el mercado local, para lo cual se realiza una breve descripción mediante el diagrama de Michael Porter.



Figura 14.- Diagrama de Porter

### 5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La propuesta se encuentra enmarcada al cumplimiento de una serie de actividades previas a la creación del Taller de Mantenimiento y Reparación de Motocicletas "Milagro Motors", lo que permitirá tener una visión real de cada uno de los factores que se deben tomar en consideración para lograr posicionarlo en el mercado local.


#### 5.7.1 Actividades

##### Realización del Análisis FODA

El análisis FODA se lo realizará según las áreas establecidas en el Diagrama de Porter, determinando cada uno de sus aspectos fundamentales con el que debe contar el departamento para garantizar el correcto funcionamiento del Taller:

## Administración

**Cuadro 16.- Administración**

| ADMINISTRACIÓN  |   |
|---|---|
|  | Organización en los procesos                    |
|   | Elaboración de manuales orgánicos y funcionales |
|   | Planificación de estrategias                    |
|   | Liderazgo Corporativo                           |
|   | Auditoría Interna                               |


Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

### Fortaleza

- ✓ Organización de Procesos
- ✓ Liderazgo Corporativo
- ✓ Auditoría Interna

### Recursos Humanos

**Cuadro 17.- Recursos Humanos**

| RECURSOS HUMANOS  |                          |
|---|--------------------------|
|  | Capacitación             |
|   | Motivación               |
|   | Remuneración Competitiva |
|   | Normas de Procesos       |
|   | Alto desempeño           |


Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

### Fortalezas

- ✓ Capacitación constante
- ✓ Personal motivado
- ✓ Sueldos competitivos
- ✓ Desempeño al máximo

## Mercadeo

**Cuadro 18.- Mercadeo**

| <b>MERCADEO</b>   |                                   |
|---|-----------------------------------|
|  | Estrategias de mercadeo           |
|   | Diseño de estrategias comerciales |
|   | Benchmarking                      |
|   | Análisis de servicios y productos |
|   | Merchandising                     |


**Elaborado por:** Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## Fortalezas

- ✓ Estudio de mercadeo
- ✓ Facilidad de planeación de estrategias comerciales
- ✓ Seguimiento de calidad de servicio
- ✓ Seguimiento de calidad en el producto
- ✓ Estudio de niveles de satisfacción del Cliente.

## Operaciones

**Cuadro 19.- Operaciones**

| <b>OPERACIONES</b>  |                        |
|---|------------------------|
|  | Control de calidad     |
|   | Análisis financiero    |
|   | Análisis de inversión  |
|   | Control de Proveedores |
|   | Control de Ventas      |

**Elaborado por:** Montesdeoca Daniel - Soto Josué


## Fortalezas

- ✓ Análisis de proveedores
- ✓ Control de calidad
- ✓ Control de procesos
- ✓ Control de inversión
- ✓ Análisis financiero



## Tecnología

### Cuadro 20.- Tecnología

| TECNOLOGÍA  |                                |
|---|--------------------------------|
|  | Análisis de daños mecánicos    |
|   | Sistemas contables             |
|   | Catálogos digital de repuestos |
|   | Página Web                     |
|   | Citas online                   |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

### Fortalezas

- ✓ Tecnología de respuesta
- ✓ Página web
- ✓ Ofertas online
- ✓ Separación de mantenimiento online

### LOGO CORPORATIVO



Figura 15.- Logo Corporativo

## Matriz FODA

**Cuadro 21.- Matriz FODA**

|  |   |
|--|---|
| <p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Personal Altamente capacitado</li> <li>Infraestructura adecuada</li> <li>Tecnología de punta</li> <li>Variedad de servicios</li> </ol>                       | <p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Captación de clientes</li> <li>Consolidarse en el mercado local</li> <li>Brindar los mejores servicios</li> <li>Segmentación de mercado</li> </ol> |
| <p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Falta de experiencia administrativa</li> <li>Poco tiempo en el mercado</li> <li>Poca clientela inicial.</li> <li>Falta de crédito de proveedores</li> </ol> | <p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Competencia agresiva</li> <li>Debilitamiento de la economía local</li> <li>Falta de inversión</li> <li>Reformas políticas y tributarias</li> </ol>      |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

### 5.7.2 Recursos, Análisis financiero

**Cuadro 22.- Activos Fijos**

| DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS |                  |                            |                      |                    |
|-----------------------------------|------------------|----------------------------|----------------------|--------------------|
| DESCRIPCION                       | VALOR DE ACTIVO  | PORCENTAJE DE DEPRECIACION | DEPRECIACION MENSUAL | DEPRECIACION ANUAL |
| MUEBLES Y ENSERES                 | 2.390,00         | 10%                        | 19,92                | 239,00             |
| EQUIPO DE COMPUTACION             | 2.700,00         | 33%                        | 74,99                | 899,91             |
| VEHICULO                          | 1.400,00         | 20%                        | 23,33                | 280,00             |
| EQUIPO DE OFICINA                 | 615,00           | 10%                        | 5,13                 | 61,50              |
| MAQUINARIAS Y EQUIPOS             | 9.600,00         | 10%                        | 80,00                | 960,00             |
| <b>TOTAL</b>                      | <b>16.705,00</b> |                            | <b>203,37</b>        | <b>2.440,41</b>    |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

**Cuadro 23.- Inventario**

| <b>MILAGRO MOTORS</b> |                               |                    |              |
|-----------------------|-------------------------------|--------------------|--------------|
| <b>INVENTARIO</b>     |                               |                    |              |
| <b>CANTIDAD</b>       | <b>DESCRIPCION</b>            | <b>C. UNITARIO</b> | <b>TOTAL</b> |
| 20                    | LIQUIDO DE FRENO              | \$ 4,00            | 80,00        |
| 14                    | VALVULA                       | \$ 5,00            | 70,00        |
| 12                    | BALACIN                       | \$ 10,00           | 120,00       |
| 18                    | MANUBRIOS                     | \$ 3,00            | 54,00        |
| 10                    | APOLLA PIES                   | \$ 2,50            | 25,00        |
| 20                    | LLANTAS SIMPLES               | \$ 19,00           | 380,00       |
| 14                    | LLANTAS DOBLE PROPOSITO       | \$ 23,00           | 322,00       |
| 10                    | REGULADOR DE AMORTIGUACION    | \$ 4,00            | 40,00        |
| 5                     | PEDAL DE FRENOS               | \$ 10,00           | 50,00        |
| 7                     | EJE DE LEVAS                  | \$ 17,00           | 119,00       |
| 10                    | FAROS                         | \$ 26,00           | 260,00       |
| 24                    | SALPICADERO                   | \$ 8,00            | 192,00       |
| 30                    | BUJIAS                        | \$ 4,50            | 135,00       |
| 8                     | DEPOSITO DE FLUIDOS DE FRENOS | \$ 9,00            | 72,00        |
| 20                    | PUÑO ACELERADOR               | \$ 7,00            | 140,00       |
| 10                    | PALANCA DE EMBRAGUE           | \$ 5,00            | 50,00        |
| 12                    | GUARDAFANGO                   | \$ 6,00            | 72,00        |
| 16                    | FRENOS DE TAMBOR              | \$ 45,00           | 720,00       |
| 18                    | TUBOS DE ESCAPE               | \$ 35,00           | 630,00       |
| 14                    | ASIENTO DE MOTOS              | \$ 28,00           | 392,00       |
| 20                    | CASCOS                        | \$ 21,00           | 420,00       |
| 300                   | RAYOS PARA RINES              | \$ 0,38            | 114,00       |
| 9                     | ESTRIBOS Y AROS               | \$ 37,00           | 333,00       |
| 13                    | ESPEJOS                       | \$ 6,00            | 78,00        |
| 26                    | CADENAS                       | \$ 7,00            | 182,00       |
| 20                    | SUSPENSIÓN                    | \$ 21,00           | 420,00       |
| 10                    | RINES                         | \$ 30,00           | 300,00       |
| 8                     | TANQUES DE COMBUSTIBLE SUZUK  | \$ 50,00           | 400,00       |
| 30                    | BATERIAS                      | \$ 21,00           | 630,00       |
| 36                    | LIQUIDOS DE FRENOS            | \$ 5,00            | 180,00       |
| 14                    | PISTONES                      | \$ 4,00            | 56,00        |
| 40                    | GUIAS                         | \$ 2,00            | 80,00        |
| 26                    | CABLE DE EMBRAGUE             | \$ 2,00            | 52,00        |
| 23                    | CABLE DE FRENO                | \$ 2,00            | 46,00        |
| 48                    | RETENEDOR                     | \$ 1,00            | 48,00        |
| 24                    | PATIN DE FRENO                | \$ 4,00            | 96,00        |
| 26                    | BARRA DE EMPUJE               | \$ 6,00            | 156,00       |
| 20                    | FRENOS DE DISCO               | \$ 45,00           | 900,00       |
| 200                   | TORNILLOS                     | \$ 0,24            | 48,00        |

| CANTIDAD | DESCRIPCION             | C. UNITARIO | TOTAL           |
|----------|-------------------------|-------------|-----------------|
| 23       | CIGUEÑAL                | \$ 4,00     | 92,00           |
| 14       | PIN INDICADOR DE CAMBIO | \$ 5,00     | 70,00           |
| 22       | TIMONES                 | \$ 13,00    | 286,00          |
| 9        | ARANDELA                | \$ 5,00     | 45,00           |
| 15       | ABRAZADERA              | \$ 3,00     | 45,00           |
|          | <b>TOTAL</b>            |             | <b>9.000,00</b> |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## Adquisición de muebles y enseres

Cuadro 24.- Muebles y enseres

| CANTIDAD | DESCRIPCION                    | C. UNITARIO | C. TOTAL        |
|----------|--------------------------------|-------------|-----------------|
|          | <b>MUEBLES Y ENSERES</b>       |             |                 |
| 3        | ESCRITORIOS                    | 150,00      | 450,00          |
| 5        | SILLAS DE OFICINA              | 40,00       | 200,00          |
| 4        | SILLAS DE RECEPCION            | 140,00      | 560,00          |
| 3        | MESAS DOBLE PARA OFICINA       | 200,00      | 600,00          |
| 3        | ARCHIVADORES                   | 60,00       | 180,00          |
| 3        | SEPARADORES DE OFICINA         | 40,00       | 120,00          |
| 5        | TACHO DE BASURA                | 8,00        | 40,00           |
| 2        | VITRINAS DE EXHIBICION         | 120,00      | 240,00          |
|          | <b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b> |             | <b>2.390,00</b> |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## Equipos de Cómputo

Cuadro 25.- Equipos de Cómputo

| CANTIDAD | DESCRIPCION                           | C. UNITARIO | C. TOTAL        |
|----------|---------------------------------------|-------------|-----------------|
|          | <b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>          |             |                 |
| 3        | COMPUTADORAS                          | 600,00      | 1.800,00        |
| 3        | IMPRESORA MULTIFUNCIONAL              | 250,00      | 750,00          |
| 3        | KIT DE ACCESORIOS                     | 50,00       | 150,00          |
|          | <b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b> |             | <b>2.700,00</b> |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## Equipos de Oficina

**Cuadro 26.- Equipos de Oficina**

| CANTIDAD | DESCRIPCION                     | C. UNITARIO | C. TOTAL      |
|----------|---------------------------------|-------------|---------------|
|          | <b>EQUIPOS DE OFICINA</b>       |             |               |
| 1        | CAJA REGISTRADORA               | 350,00      | 350,00        |
| 2        | SUMADORAS                       | 70,00       | 140,00        |
| 6        | TIJERAS                         | 4,00        | 24,00         |
| 2        | TELEFONOS                       | 30,00       | 60,00         |
| 1        | CAJA DE ESFEROS                 | 12,00       | 12,00         |
| 1        | CAJA DE LAPICES                 | 10,00       | 10,00         |
| 1        | CAJA DE SACAPUNTAS              | 13,00       | 13,00         |
| 6        | CAJA DE REGLAS                  | 1,00        | 6,00          |
|          | <b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b> |             | <b>615,00</b> |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## Equipos y Maquinarias

**Cuadro 27.- Maquinarias y Equipos**

| CANTIDAD | DESCRIPCION                        | C. UNITARIO | C. TOTAL        |
|----------|------------------------------------|-------------|-----------------|
|          | <b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>       |             |                 |
| 3        | JUEGO DE HERRAMIENTAS MECANICAS    | 300,00      | 900,00          |
| 1        | EQUIPOS                            | 7.000,00    | 7.000,00        |
| 3        | AIRE ACONDICIONADO                 | 400,00      | 1.200,00        |
| 1        | TELEVISOR                          | 500,00      | 500,00          |
|          | <b>TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b> |             | <b>9.600,00</b> |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## Vehículo

**Cuadro 28.- Vehículo**

| CANTIDAD | DESCRIPCION            | C. UNITARIO | C. TOTAL        |
|----------|------------------------|-------------|-----------------|
|          | <b>VEHICULOS</b>       |             |                 |
| 1        | MOTOCICLETA            | 1.400,00    | 1.400,00        |
|          | <b>TOTAL VEHICULOS</b> |             | <b>1.400,00</b> |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## Activos diferidos

**Cuadro 29.-** Gastos de Constitución y Permisos

| DETALLE                | VALOR TOTAL     |
|------------------------|-----------------|
| Gastos de Constitución | 1.200,00        |
| Gastos Municipales     | 1.300,00        |
| Cuerpo de Bomberos     | 600,00          |
| <b>Total</b>           | <b>3.100,00</b> |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## Presupuesto para la puesta en marcha

**Cuadro 30.-** Puesta en Marcha

| DETALLE                     | VALOR TOTAL   |
|-----------------------------|---------------|
| Mantenimiento Instalaciones | 165,94        |
| Costos varios de Operación  | 106,25        |
| Operaciones de Ventas       | 380,00        |
| <b>Total</b>                | <b>980,00</b> |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## Inversión del Proyecto

**Cuadro 31.-** Inversión del proyecto

| INVERSION DEL PROYECTO       |                  |
|------------------------------|------------------|
| MUEBLES Y ENSERES            | 2.390,00         |
| EQUIPO DE COMPUTACION        | 2.700,00         |
| VEHICULO                     | 1.400,00         |
| EQUIPO DE OFICINA            | 615,00           |
| MAQUINARIAS Y EQUIPOS        | 9.600,00         |
| CAJA-BANCO                   | 800,00           |
| INVENTARIO                   | 9.000,00         |
| GASTOS POR CONSTITUCION      | 3.100,00         |
| PUESTA EN MARCHA             | 980,00           |
| <b>TOTAL DE LA INVERSION</b> | <b>30.585,00</b> |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## Planificación de las Inversiones

**Cuadro 32.-** Planificación de las Inversiones programadas a 5 años

| DETALLE                                   | INICIAL          | AÑO 1    | AÑO 2    | AÑO 3    | AÑO 4          | AÑO 5    |
|---|------------------|----------|----------|----------|----------------|----------|
| <b>Activos fijos</b>                      | <b>16.705,00</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b>       | <b>0</b> |
| Muebles y enseres                         | 2.390,00         | 0        | 0        | 0        | 0              | 0        |
| Equipo de Oficina                         | 615,00           | 0        | 0        | 0        | 0              | 0        |
| Equipos de Computación                    | 2.700,00         | 0        | 0        | 0        | 2700,00        | 0        |
| Maquinarias y Equipos                     | 9.600,00         | 0        | 0        | 0        | 0              | 0        |
| Vehículos                                 | 1.400,00         | 0        | 0        | 0        | 0              | 0        |
| <b>Inventario</b>                         | <b>9.000,00</b>  | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b>       | <b>0</b> |
| <b>Caja-Banco</b>                         | <b>800,00</b>    | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b>       | <b>0</b> |
| <b>Gastos por constitución y permisos</b> | <b>3100,00</b>   | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b>       | <b>0</b> |
| <b>Puesta en Marcha</b>                   | <b>980,00</b>    | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b>       | <b>0</b> |
| <b>TOTAL IF+PM</b>                        | <b>30.585,00</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>2700,00</b> | <b>0</b> |

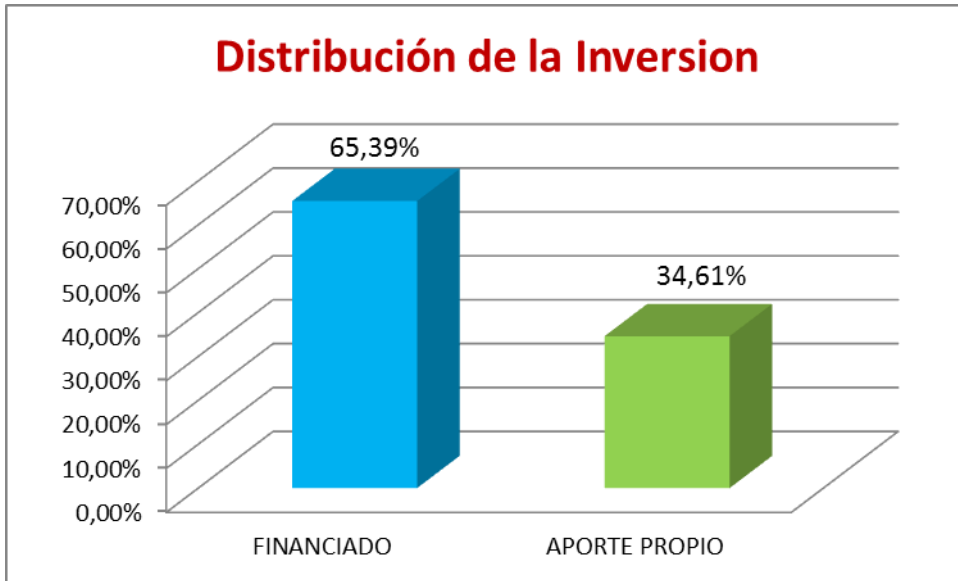
Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## Financiamiento

**Cuadro 33.-** Financiamiento

| <b>FINANCIACION DEL PROYECTO</b> |               |                  |
|----------------------------------|---------------|------------------|
| <b>INVERSION TOTAL</b>           |               | <b>30.585,00</b> |
| FINANCIADO                       | <b>65,39%</b> | 20.000,00        |
| APORTE PROPIO                    | <b>34,61%</b> | 10.585,00        |
|                                  |               | <b>30.585,00</b> |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué



**Figura 16.-** Distribución de la Inversión

### Interés del Préstamo

**Cuadro 34.-** Tasa de Interés

| TASA                        |        |        |
|-----------------------------|--------|--------|
| TASA ANUAL INTERES PRESTAMO | 11,20% | 0,1120 |
|                             |        | 0,1120 |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué



## Amortización del Préstamo Bancario

**Cuadro 35.-** Tabla de amortización anual

| FINANCIAMIENTO        |          |                 |          |                  |
|-----------------------|----------|-----------------|----------|------------------|
| TABLA DE AMORTIZACIÓN |          |                 |          |                  |
| AÑOS                  | CAPITAL  | INTERES         | PAGO     | SALDO            |
| -                     |          |                 |          | <b>20.000,00</b> |
| 1                     | 5.000,00 | 2.123,34        | 7.123,34 | 15.000,00        |
| 2                     | 5.000,00 | <b>1.283,33</b> | 6.283,33 | 10.000,00        |
| 3                     | 5.000,00 | 863,33          | 5.863,33 | 5.000,00         |
| 4                     | 5.000,00 | 303,34          | 5.303,34 | -                |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

**Cuadro 36.-** Tabla de amortización mensual

| FINANCIAMIENTO        |               |         |                       |                    |               |
|-----------------------|---------------|---------|-----------------------|--------------------|---------------|
| TABLA DE AMORTIZACION |               |         |                       |                    |               |
| CUOTA                 | SALDO INICIAL | INTERES | CUOTA DE AMORTIZACION | CAPITAL AMORTIZADO | VALOS A PAGAR |
| 1                     | 20,000.00     | 186.67  | 416.67                | 416.67             | 603.33        |
| 2                     | 19,583.33     | 182.78  | 416.67                | 833.33             | 599.44        |
| 3                     | 19,166.67     | 178.89  | 416.67                | 1,250.00           | 595.56        |
| 4                     | 18,750.00     | 175.00  | 416.67                | 1,666.67           | 591.67        |
| 5                     | 18,333.33     | 171.11  | 416.67                | 2,083.33           | 587.78        |
| 6                     | 17,916.67     | 167.22  | 416.67                | 2,500.00           | 583.89        |
| 7                     | 17,500.00     | 163.33  | 416.67                | 2,916.67           | 580.00        |
| 8                     | 17,083.33     | 159.44  | 416.67                | 3,333.33           | 576.11        |
| 9                     | 16,666.67     | 155.56  | 416.67                | 3,750.00           | 572.22        |
| 10                    | 16,250.00     | 151.67  | 416.67                | 4,166.67           | 568.33        |
| 11                    | 15,833.33     | 147.78  | 416.67                | 4,583.33           | 564.44        |
| 12                    | 15,416.67     | 143.89  | 416.67                | 5,000.00           | 560.56        |

| CUOTA | SALDO INICIAL | INTERES | CUOTA DE AMORTIZACION | CAPITAL AMORTIZADO | VALOS A PAGAR |
|-------|---------------|---------|-----------------------|--------------------|---------------|
| 13    | 15,000.00     | 140.00  | 416.67                | 5,416.67           | 556.67        |
| 14    | 14,583.33     | 136.11  | 416.67                | 5,833.33           | 552.78        |
| 15    | 14,166.67     | 132.22  | 416.67                | 6,250.00           | 548.89        |
| 16    | 13,750.00     | 128.33  | 416.67                | 6,666.67           | 545.00        |
| 17    | 13,333.33     | 124.44  | 416.67                | 7,083.33           | 541.11        |
| 18    | 12,916.67     | 120.56  | 416.67                | 7,500.00           | 537.22        |
| 19    | 12,500.00     | 116.67  | 416.67                | 7,916.67           | 533.33        |
| 20    | 12,083.33     | 112.78  | 416.67                | 8,333.33           | 529.44        |
| 21    | 11,666.67     | 108.89  | 416.67                | 8,750.00           | 525.56        |
| 22    | 11,250.00     | 105.00  | 416.67                | 9,166.67           | 521.67        |
| 23    | 10,833.33     | 101.11  | 416.67                | 9,583.33           | 517.78        |
| 24    | 10,416.67     | 97.22   | 416.67                | 10,000.00          | 513.89        |
| 25    | 10,000.00     | 93.33   | 416.67                | 10,416.67          | 510.00        |
| 26    | 9,583.33      | 89.44   | 416.67                | 10,833.33          | 506.11        |
| 27    | 9,166.67      | 85.56   | 416.67                | 11,250.00          | 502.22        |
| 28    | 8,750.00      | 81.67   | 416.67                | 11,666.67          | 498.33        |
| 29    | 8,333.33      | 77.78   | 416.67                | 12,083.33          | 494.44        |
| 30    | 7,916.67      | 73.89   | 416.67                | 12,500.00          | 490.56        |
| 31    | 7,500.00      | 70.00   | 416.67                | 12,916.67          | 486.67        |
| 32    | 7,083.33      | 66.11   | 416.67                | 13,333.33          | 482.78        |
| 33    | 6,666.67      | 62.22   | 416.67                | 13,750.00          | 478.89        |
| 34    | 6,250.00      | 58.33   | 416.67                | 14,166.67          | 475.00        |
| 35    | 5,833.33      | 54.44   | 416.67                | 14,583.33          | 471.11        |
| 36    | 5,416.67      | 50.56   | 416.67                | 15,000.00          | 467.22        |
| 37    | 5,000.00      | 46.67   | 416.67                | 15,416.67          | 463.33        |
| 38    | 4,583.33      | 42.78   | 416.67                | 15,833.33          | 459.44        |
| 39    | 4,166.67      | 38.89   | 416.67                | 16,250.00          | 455.56        |
| 40    | 3,750.00      | 35.00   | 416.67                | 16,666.67          | 451.67        |
| 41    | 3,333.33      | 31.11   | 416.67                | 17,083.33          | 447.78        |
| 42    | 2,916.67      | 27.22   | 416.67                | 17,500.00          | 443.89        |
| 43    | 2,500.00      | 23.33   | 416.67                | 17,916.67          | 440.00        |
| 44    | 2,083.33      | 19.44   | 416.67                | 18,333.33          | 436.11        |
| 45    | 1,666.67      | 15.56   | 416.67                | 18,750.00          | 432.22        |
| 46    | 1,250.00      | 11.67   | 416.67                | 19,166.67          | 428.33        |
| 48    | 416.67        | 3.89    | 416.67                | 20,000.00          | 420.56        |
|       | 0             | 4573,34 | 20000                 |                    | 24573,34      |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## Proyección de gastos para 5 años

**Cuadro 37.-** Proyección de gastos para 5 años

|  |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 | Inflacion anual promedio |                  |                  |                  |                  |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|  |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 | 3,98%                    | 3,98%            | 3,98%            | 3,98%            | 3,98%            |
| <b>MILAGRO MOTORS<br/>PROYECCION DE GASTOS PARA 5 AÑOS</b> |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                          |                  |                  |                  |                  |
|  | ENERO           | FEBRERO         | MARZO           | ABRIL           | MAYO            | JUNIO           | JULIO           | AGOSTO          | SEPTIE          | OCTUBRE         | NOVIEMBRE       | DECIEMBRE       | AÑO 1                    | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5            |
| GERENTE ADMINISTRATIVO                                     | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 6.960,00                 | 7.237,01         | 7.525,04         | 7.824,54         | 8.135,95         |
| CONTADOR   | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 580,00          | 6.960,00                 | 7.237,01         | 7.525,04         | 7.824,54         | 8.135,95         |
| VENDEDOR 1   | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 4.320,00                 | 4.491,94         | 4.670,72         | 4.856,61         | 5.049,90         |
| TÉCNICO 1  | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 4.320,00                 | 4.491,94         | 4.670,72         | 4.856,61         | 5.049,90         |
| TÉCNICO 2  | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 4.320,00                 | 4.491,94         | 4.670,72         | 4.856,61         | 5.049,90         |
| <b>TOTAL SUELDO</b>  | <b>2.240,00</b> | <b>2.240,00</b> | <b>2.240,00</b> | <b>2.240,00</b> | <b>2.240,00</b> | <b>2.240,00</b> | <b>2.240,00</b> | <b>2.240,00</b> | <b>2.240,00</b> | <b>2.240,00</b> | <b>2.240,00</b> | <b>2.240,00</b> | <b>26.880,00</b>         | <b>27.949,82</b> | <b>29.062,23</b> | <b>30.218,90</b> | <b>31.421,62</b> |
| APORTE PATRONAL 11.15%                                     | 249,76          | 249,76          | 249,76          | 249,76          | 249,76          | 249,76          | 249,76          | 249,76          | 249,76          | 249,76          | 249,76          | 249,76          | 2.997,12                 | 3.116,41         | 3.240,44         | 3.369,41         | 3.503,51         |
| DECIMO CUARTO  | 141,67          | 141,67          | 141,67          | 141,67          | 141,67          | 141,67          | 141,67          | 141,67          | 141,67          | 141,67          | 141,67          | 141,67          | 1.700,00                 | 1.767,66         | 1.838,01         | 1.911,17         | 1.987,23         |
| DECIMO TERCERO   | 186,67          | 186,67          | 186,67          | 186,67          | 186,67          | 186,67          | 186,67          | 186,67          | 186,67          | 186,67          | 186,67          | 186,67          | 2.240,00                 | 2.329,15         | 2.421,85         | 2.518,24         | 2.618,47         |
| VACACIONES   | 93,33           | 93,33           | 93,33           | 93,33           | 93,33           | 93,33           | 93,33           | 93,33           | 93,33           | 93,33           | 93,33           | 93,33           | 1.120,00                 | 1.164,58         | 1.210,93         | 1.259,12         | 1.309,23         |
| FONDO DE RESERVA   |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                          | 2.328,22         | 2.420,88         | 2.517,23         | 2.617,42         |
| <b>TOTAL GASTOS ADM.</b>                                   | <b>2.911,43</b> | <b>2.911,43</b> | <b>2.911,43</b> | <b>2.911,43</b> | <b>2.911,43</b> | <b>2.911,43</b> | <b>2.911,43</b> | <b>2.911,43</b> | <b>2.911,43</b> | <b>2.911,43</b> | <b>2.911,43</b> | <b>2.911,43</b> | <b>34.937,12</b>         | <b>38.655,84</b> | <b>40.194,34</b> | <b>41.794,07</b> | <b>43.457,48</b> |

|                               | ENERO         | FEBRERO       | MARZO         | ABRIL         | MAYO          | JUNIO         | JULIO         | AGOSTO        | SEPTIEM       | OCTUBRE       | NOVIEMB       | DICIEMBR      | AÑO 1           | AÑO 2           | AÑO 3           | AÑO 4           | AÑO 5           |
|-------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| AGUA                          | 20,00         | 20,00         | 20,00         | 20,00         | 20,00         | 20,00         | 20,00         | 20,00         | 20,00         | 20,00         | 20,00         | 20,00         | 240,00          | 240,00          | 240,00          | 240,00          | 240,00          |
| ENERGIA ELECTRICA             | 140,00        | 140,00        | 140,00        | 140,00        | 140,00        | 140,00        | 140,00        | 140,00        | 140,00        | 140,00        | 140,00        | 140,00        | 1.680,00        | 1.680,00        | 1.680,00        | 1.680,00        | 1.680,00        |
| TELEFONO                      | 30,00         | 30,00         | 30,00         | 30,00         | 30,00         | 30,00         | 30,00         | 30,00         | 30,00         | 30,00         | 30,00         | 30,00         | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          | 360,00          |
| SERVICIOS DE INTERNET         | 40,00         | 40,00         | 40,00         | 40,00         | 40,00         | 40,00         | 40,00         | 40,00         | 40,00         | 40,00         | 40,00         | 40,00         | 480,00          | 480,00          | 480,00          | 480,00          | 480,00          |
| ARRIENDO COMERCIAL            | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 2.400,00        | 2.400,00        | 2.400,00        | 2.400,00        | 2.400,00        |
| DEPREC. MUEB. Y ENSERES       | 19,92         | 19,92         | 19,92         | 19,92         | 19,92         | 19,92         | 19,92         | 19,92         | 19,92         | 19,92         | 19,92         | 19,92         | 239,00          | 239,00          | 239,00          | 239,00          | 239,00          |
| DEPREC. DE EQ. DE COMP        | 74,99         | 74,99         | 74,99         | 74,99         | 74,99         | 74,99         | 74,99         | 74,99         | 74,99         | 74,99         | 74,99         | 74,99         | 899,91          | 899,91          | 899,91          | 899,91          | 899,91          |
| DEPREC. DE VEHICULO           | 23,33         | 23,33         | 23,33         | 23,33         | 23,33         | 23,33         | 23,33         | 23,33         | 23,33         | 23,33         | 23,33         | 23,33         | 280,00          | 280,00          | 280,00          | 280,00          | 280,00          |
| DEPREC. DE EQ DE OFICINA      | 5,13          | 5,13          | 5,13          | 5,13          | 5,13          | 5,13          | 5,13          | 5,13          | 5,13          | 5,13          | 5,13          | 5,13          | 61,50           | 61,50           | 61,50           | 61,50           | 61,50           |
| DEPREC. DE MAQ. Y EQ          | 80,00         | 80,00         | 80,00         | 80,00         | 80,00         | 80,00         | 80,00         | 80,00         | 80,00         | 80,00         | 80,00         | 80,00         | 960,00          | 960,00          | 960,00          | 960,00          | 960,00          |
| <b>TOTAL GASTOS GENERALES</b> | <b>633,37</b> | <b>633,37</b> | <b>633,37</b> | <b>633,37</b> | <b>633,37</b> | <b>633,37</b> | <b>633,37</b> | <b>633,37</b> | <b>633,37</b> | <b>633,37</b> | <b>633,37</b> | <b>633,37</b> | <b>7.600,41</b> | <b>7.600,41</b> | <b>7.600,41</b> | <b>7.600,41</b> | <b>7.600,41</b> |

|                               | ENERO         | FEBRERO       | MARZO         | ABRIL         | MAYO          | JUNIO         | JULIO         | AGOSTO        | SEPTIEM       | OCTUBRE       | NOVIEMB       | DICIEMBR      | AÑO 1           | AÑO 2           | AÑO 3           | AÑO 4           | AÑO 5           |
|-------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| PUBLICIDAD                    | 400,00        | 400,00        | 400,00        | 400,00        | 400,00        | 400,00        | 400,00        | 400,00        | 400,00        | 400,00        | 400,00        | 400,00        | 4.800,00        | 4.800,00        | 4.800,00        | 4.800,00        | 4.800,00        |
| <b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>4.800,00</b> | <b>4.800,00</b> | <b>4.800,00</b> | <b>4.800,00</b> | <b>4.800,00</b> |

|                      |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                  |                  |                  |                  |                  |
|----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>TOTAL EGRESOS</b> | <b>3.944,79</b> | <b>3.944,79</b> | <b>3.944,79</b> | <b>3.944,79</b> | <b>3.944,79</b> | <b>3.944,79</b> | <b>3.944,79</b> | <b>3.944,79</b> | <b>3.944,79</b> | <b>3.944,79</b> | <b>3.944,79</b> | <b>3.944,79</b> | <b>47.337,53</b> | <b>51.056,25</b> | <b>52.594,75</b> | <b>54.194,48</b> | <b>55.857,89</b> |
|----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|

| DETALLE       | ENERO         | FEBRERO       | MARZO         | ABRIL         | MAYO          | JUNIO         | JULIO         | AGOSTO        | SEPTIEMB      | OCTUBRE       | NOVIEMBRI     | DICIEMBRI     | AÑO 1          | AÑO 2          | AÑO 3          | AÑO 4          | AÑO 5          |
|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| CUMBUSTIBLE   | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 2400,00        | 2495,52        | 2594,84        | 2698,12        | 2805,50        |
| MANTENIMIENTO | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 200,00        | 2400,00        | 2495,52        | 2594,84        | 2698,12        | 2805,50        |
| <b>TOTAL</b>  | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>400,00</b> | <b>4800,00</b> | <b>4991,04</b> | <b>5189,68</b> | <b>5396,23</b> | <b>5611,00</b> |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

Proyección de Ingresos para 5 años

Cuadro 38.- Proyección de Ingresos para 5 años

| MILAGRO MOTORS                     |                              |                                  |                    |       |          |          |          |          |          |          |          |          |            |          |           |           |
|------------------------------------|------------------------------|----------------------------------|--------------------|-------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------|----------|-----------|-----------|
| PROYECCION DE INGRESOS PARA 5 AÑOS |                              |                                  |                    |       |          |          |          |          |          |          |          |          |            |          |           |           |
| INGRESOS                           | Mantenimient<br>os estimados | Ventas<br>Estimadas<br>mensuales | Margen<br>utilidad | P.U.  | ENERO    | FEBRERO  | MARZO    | ABRIL    | MAYO     | JUNIO    | JULIO    | AGOSTO   | SEPTIEMBRE | OCTUBRE  | NOVIEMBRE | DICIEMBRE |
|                                    |                              |                                  |                    |       |          |          |          |          |          |          |          |          |            |          |           |           |
| Servicios ABC                      | 192                          |                                  |                    | 25,00 | 4.800,00 | 4.800,00 | 4.800,00 | 4.800,00 | 4.800,00 | 4.800,00 | 4.800,00 | 4.800,00 | 4.800,00   | 4.800,00 | 4.800,00  | 4.800,00  |
| Otros ingresos                     | 170                          |                                  |                    | 5,00  | 850,00   | 850,00   | 850,00   | 850,00   | 850,00   | 850,00   | 850,00   | 850,00   | 850,00     | 850,00   | 850,00    | 850,00    |
| Ventas                             |                              | \$ 2.000,00                      | 40%                |       | 800,00   | 800,00   | 800,00   | 800,00   | 800,00   | 800,00   | 800,00   | 800,00   | 800,00     | 800,00   | 800,00    | 800,00    |
|                                    |                              |                                  |                    |       |          |          |          |          |          |          |          |          |            |          |           |           |
| <b>TOTAL DE<br/>INGRESOS</b>       |                              |                                  |                    |       | 6.450,00 | 6.450,00 | 6.450,00 | 6.450,00 | 6.450,00 | 6.450,00 | 6.450,00 | 6.450,00 | 6.450,00   | 6.450,00 | 6.450,00  | 6.450,00  |

| ingresos por<br>el aumento<br>de clientela | 2400             | 2700             | 3000             | 3300             |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|
|  | 600              | 720              | 840              | 960              |
| MILAGRO MOTORS                             |                  |                  |                  |                  |
| PROYECCION DE INGRESOS PARA 5 AÑOS         |                  |                  |                  |                  |
| AÑO 1                                      | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5            |
|  |                  |                  |                  |                  |
|  |                  |                  |                  |                  |
| 57.600,00                                  | 60.000,00        | 62.700,00        | 65.700,00        | 69.000,00        |
| 10.200,00                                  | 10.800,00        | 11.520,00        | 12.360,00        | 13.320,00        |
| 9.600,00                                   | 9.600,00         | 9.600,00         | 9.600,00         | 9.600,00         |
|  |                  |                  |                  |                  |
|  |                  |                  |                  |                  |
| <b>77.400,00</b>                           | <b>80.400,00</b> | <b>83.820,00</b> | <b>87.660,00</b> | <b>91.920,00</b> |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

**Aumento en el número de servicios mensuales**

**Cuadro 39.- Aumento en el número de servicios mensuales**

| <b>AUMENTO EN EL NUMERO DE SERVICIOS MENSUALES</b> |             |             |             |             |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>INGRESOS POR SERVICIOS DE ABC</b>               |             |             |             |             |
| total mensual                                      | 200         | 209         | 219         | 230         |
| Incremento mensual                                 | 8           | 9           | 10          | 11          |
| meses  | 12          | 12          | 12          | 12          |
| incremento anual                                   | 96          | 108         | 120         | 132         |
| precio   | \$ 25,00    | \$ 25,00    | \$ 25,00    | \$ 25,00    |
| incremento anual                                   | \$ 2.400,00 | \$ 2.700,00 | \$ 3.000,00 | \$ 3.300,00 |
| <b>INGRESOS POR OTROS SERVICIOS</b>                |             |             |             |             |
| total mensual                                      | 180         | 192         | 206         | 222         |
| Incremento mensual                                 | 10          | 12          | 14          | 16          |
| meses  | 12          | 12          | 12          | 12          |
| incremento anual                                   | 120         | 144         | 168         | 192         |
| precio   | \$ 5,00     | \$ 5,00     | \$ 5,00     | \$ 5,00     |
| incremento anual                                   | \$ 600,00   | \$ 720,00   | \$ 840,00   | \$ 960,00   |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

Estado de pérdida y ganancias proyectado a 5 años

Cuadro 40.- Estado de pérdida y ganancias proyectado a 5 años

| <b>MILAGRO MOTORS</b>                                     |                                 |                  |                  |                  |                  |                  |
|---|---------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO A 5 AÑOS</b> |                                 |                  |                  |                  |                  |                  |
|   |                                 | <b>AÑO 1</b>     | <b>AÑO 2</b>     | <b>AÑO 3</b>     | <b>AÑO 4</b>     | <b>AÑO 5</b>     |
|   | <b>INGRESOS</b>                 | 77.400,00        | 80.400,00        | 83.820,00        | 87.660,00        | 91.920,00        |
| (-)   | COSTO DE VENTAS/ SERVICIOS      | 4.800,00         | 4.991,04         | 5.189,68         | 5.396,23         | 5.611,00         |
|   | <b>UTILIDAD BRUTA</b>           | <b>72.600,00</b> | <b>75.408,96</b> | <b>78.630,32</b> | <b>82.263,77</b> | <b>86.309,00</b> |
| (-)   | COSTOS INDIRECTOS               | 47.337,53        | 51.056,25        | 52.594,75        | 54.194,48        | 55.857,89        |
|   | <b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>     | <b>25.262,47</b> | <b>24.352,71</b> | <b>26.035,57</b> | <b>28.069,28</b> | <b>30.451,11</b> |
| (-)   | GASTOS FINANCIEROS              | 2.123,34         | 1.283,33         | 863,33           | 303,34           | -                |
|   | <b>UTILIDAD ANTES PART. IMP</b> | <b>23.139,13</b> | <b>23.069,38</b> | <b>25.172,24</b> | <b>27.765,94</b> | <b>30.451,11</b> |
| (-)   | PARTICIPACION EMPLEADOS 15%     | 3.470,87         | 3.460,41         | 3.775,84         | 4.164,89         | 4.567,67         |
|   | <b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>  | <b>19.668,26</b> | <b>19.608,97</b> | <b>21.396,40</b> | <b>23.601,05</b> | <b>25.883,44</b> |
| (-)   | IMPUESTO RENTA 22%              | 4.327,02         | 4.313,97         | 4.707,21         | 5.192,23         | 5.694,36         |
|   | <b>UTILIDAD NETA</b>            | <b>15.341,24</b> | <b>15.295,00</b> | <b>16.689,19</b> | <b>18.408,82</b> | <b>20.189,08</b> |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

Balance general proyectado a 5 años

Cuadro 41.- Balance general proyectado a 5 años

| <b>MILAGRO MOTORS</b>                      |                  |                  |                  |                  |                  |                   |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| <b>BALANCE GENERAL PROYECTADO A 5 AÑOS</b> |                  |                  |                  |                  |                  |                   |
| <b>CUENTAS</b>                             | <b>AÑO 0</b>     | <b>AÑO 1</b>     | <b>AÑO 2</b>     | <b>AÑO 3</b>     | <b>AÑO 4</b>     | <b>AÑO 5</b>      |
| <b>ACTIVO</b>                              |                  |                  |                  |                  |                  |                   |
| <b>ACTIVO CORRIENTE</b>                    |                  |                  |                  |                  |                  |                   |
| CAJA -BANCOS                               | 800,00           | 21.379,54        | 34.091,45        | 48.929,71        | 65.653,02        | 89.187,41         |
| INVENTARIOS                                | 9.000,00         | 9.000,00         | 9.000,00         | 9.000,00         | 9.000,00         | 9.000,00          |
| <b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>              | <b>9.800,00</b>  | <b>30.379,54</b> | <b>43.091,45</b> | <b>57.929,71</b> | <b>74.653,02</b> | <b>98.187,41</b>  |
| <b>ACTIVO FIJOS</b>                        |                  |                  |                  |                  |                  |                   |
| ACTIVOS FIJOS                              | 16.705,00        | 16.705,00        | 16.705,00        | 16.705,00        | 16.705,00        | 16.705,00         |
| DEPRECIACION ACUMULADA                     |                  | 2.440,41         | 4.880,82         | 7.321,23         | 9.761,64         | 12.202,05         |
| <b>TOTAL ACTIVO FIJOS</b>                  | <b>16.705,00</b> | <b>14.264,59</b> | <b>11.824,18</b> | <b>9.383,77</b>  | <b>6.943,36</b>  | <b>4.502,95</b>   |
| <b>TOTAL DE ACTIVOS</b>                    | <b>26.505,00</b> | <b>44.644,13</b> | <b>54.915,63</b> | <b>67.313,48</b> | <b>81.596,38</b> | <b>102.690,36</b> |
|  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |
| <b>PASIVO</b>                              |                  |                  |                  |                  |                  |                   |
| <b>PASIVO CORRIENTE</b>                    |                  |                  |                  |                  |                  |                   |
| PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR              |                  | 3.470,87         | 3.460,41         | 3.775,84         | 4.164,89         | 4.567,67          |
| IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR              |                  | 4.327,02         | 4.313,97         | 4.707,21         | 5.192,23         | 5.694,36          |
| <b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>              | <b>-</b>         | <b>7.797,89</b>  | <b>7.774,38</b>  | <b>8.483,04</b>  | <b>9.357,12</b>  | <b>10.262,02</b>  |
| <b>PASIVO NO CORRIENTE</b>                 |                  |                  |                  |                  |                  |                   |
| PRESTAMO A LARGO PLAZO                     | 20.000,00        | 15.000,00        | 10.000,00        | 5.000,00         | -                | -                 |
| <b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>           | <b>20.000,00</b> | <b>15.000,00</b> | <b>10.000,00</b> | <b>5.000,00</b>  | <b>-</b>         | <b>-</b>          |
| <b>TOTAL PASIVO</b>                        | <b>20.000,00</b> | <b>22.797,89</b> | <b>17.774,38</b> | <b>13.483,04</b> | <b>9.357,12</b>  | <b>10.262,02</b>  |
|  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |
| <b>PATRIMONIO</b>                          |                  |                  |                  |                  |                  |                   |
| APORTE CAPITAL                             | 6.505,00         | 6.505,00         | 6.505,00         | 6.505,00         | 6.505,00         | 6.505,00          |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO                     | -                | 15.341,24        | 15.295,00        | 16.689,19        | 18.408,82        | 20.189,08         |
| UTILIDAD RETENIDA                          | -                | -                | 15.341,24        | 30.636,24        | 47.325,44        | 65.734,26         |
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b>                    | <b>6.505,00</b>  | <b>21.846,24</b> | <b>37.141,24</b> | <b>53.830,44</b> | <b>72.239,26</b> | <b>92.428,34</b>  |
|  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |
| <b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>           | <b>26.505,00</b> | <b>44.644,13</b> | <b>54.915,63</b> | <b>67.313,48</b> | <b>81.596,38</b> | <b>102.690,36</b> |
|  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |



Flujo de caja proyectado a 5 años

Cuadro 42.- Flujo de caja proyectado a 5 años

| <b>MILAGRO MOTOR</b>                     |                   |                  |                  |                  |                  |                  |
|--|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS</b> |                   |                  |                  |                  |                  |                  |
|  | <b>AÑO 0</b>      | <b>AÑO 1</b>     | <b>AÑO 2</b>     | <b>AÑO 3</b>     | <b>AÑO 4</b>     | <b>AÑO 5</b>     |
| <b>INGRESOS OPERATIVOS</b>               |                   |                  |                  |                  |                  |                  |
| VENTAS                                   | -                 | 77.400,00        | 80.400,00        | 83.820,00        | 87.660,00        | 91.920,00        |
| <b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>         |                   | <b>77.400,00</b> | <b>80.400,00</b> | <b>83.820,00</b> | <b>87.660,00</b> | <b>91.920,00</b> |
| <b>EGRESOS OPERATIVOS</b>                |                   |                  |                  |                  |                  |                  |
| INVERSION INICIAL                        | <b>30.585,00</b>  | -                | -                | -                | -                | -                |
| GASTO DE ADMINISTRATIVOS                 | -                 | 34.937,12        | 38.655,84        | 40.194,34        | 41.794,07        | 43.457,48        |
| GASTO DE VENTAS                          | -                 | 4.800,00         | 4.800,00         | 4.800,00         | 4.800,00         | 4.800,00         |
| GASTOS GENERALES                         | -                 | 5.160,00         | 5.160,00         | 5.160,00         | 5.160,00         | 5.160,00         |
| CUMBUSTIBLE                              |                   | 2.400,00         | 2.495,52         | 2.594,84         | 2.698,12         | 2.805,50         |
| MANTENIMIENTO                            |                   | 2.400,00         | 2.495,52         | 2.594,84         | 2.698,12         | 2.805,50         |
| PAGO PARTICIP. EMPLEADOS                 | -                 |                  | 3.470,87         | 3.460,41         | 3.775,84         | 4.164,89         |
| PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA             | -                 |                  | 4.327,02         | 4.313,97         | 4.707,21         | 5.192,23         |
| <b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>       | <b>30.585,00</b>  | <b>49.697,12</b> | <b>61.404,76</b> | <b>63.118,41</b> | <b>65.633,35</b> | <b>68.385,60</b> |
| <b>FLUJO OPERATIVO</b>                   | <b>-30.585,00</b> | <b>27.702,88</b> | <b>18.995,24</b> | <b>20.701,59</b> | <b>22.026,65</b> | <b>23.534,40</b> |
| <b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>            | -                 | -                | -                | -                | -                | -                |
| PRESTAMO BANCARIO                        | 20.000,00         |                  | -                | -                | -                | -                |
| <b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>          | <b>20.000,00</b>  | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>-</b>         |
| <b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>             |                   |                  |                  |                  |                  |                  |
| <b>INVERSIONES</b>                       |                   |                  |                  |                  |                  |                  |
| PAGO DE CAPITAL                          | -                 | 5.000,00         | 5.000,00         | 5.000,00         | 5.000,00         | -                |
| PAGO DE INTERESES                        | -                 | 2.123,34         | 1.283,33         | 863,33           | 303,34           | -                |
| <b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>       | <b>-</b>          | <b>7.123,34</b>  | <b>6.283,33</b>  | <b>5.863,33</b>  | <b>5.303,34</b>  | <b>-</b>         |
| <b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>           | <b>20.000,00</b>  | <b>-7.123,34</b> | <b>-6.283,33</b> | <b>-5.863,33</b> | <b>-5.303,34</b> | <b>-</b>         |
| <b>FLUJO NETO</b>                        | <b>-10.585,00</b> | <b>20.579,54</b> | <b>12.711,91</b> | <b>14.838,26</b> | <b>16.723,31</b> | <b>23.534,40</b> |
| <b>SALDO INICIAL</b>                     | <b>-</b>          | <b>800,00</b>    | <b>21.379,54</b> | <b>34.091,45</b> | <b>48.929,71</b> | <b>65.653,02</b> |
| <b>FLUJO ACUMULADO</b>                   | <b>-</b>          | <b>21.379,54</b> | <b>34.091,45</b> | <b>48.929,71</b> | <b>65.653,02</b> | <b>89.187,41</b> |

### 5.7.3 Impacto

El impacto generado con la aplicación de esta propuesta es positivo beneficiando directamente a las personas que necesitan del mantenimiento y reparación de motocicletas en el cantón Milagro, de la misma manera se estaría dinamizando la economía local creando nuevas plazas de trabajo, generando empleo, incentivando a la calidad del servicio y la competencia del mercado de manera leal y de calidad.

### 5.7.4 Cronograma

**Cuadro 43.- Cronograma**

| No . | MES   | JULIO |   |   |   | AGOSTO |   |   |   | SEPTIEMBRE |   |   |   |
|------|---|-------|---|---|---|--------|---|---|---|------------|---|---|---|
|      |   | 1     | 2 | 3 | 4 | 1      | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 |
|      | <b>SEMANAS</b>  | 1     | 2 | 3 | 4 | 1      | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 |
|      | <b>ACTIVIDAD</b>  |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |
| 1    | Análisis de la situación actual   | ■     |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |
| 2    | Análisis FODA   |       | ■ |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |
| 3    | Levantamiento de Información  |       |   | ■ | ■ |        |   |   |   |            |   |   |   |
| 4    | Análisis Financiero para inicio de Operaciones  |       |   |   | ■ | ■      |   |   |   |            |   |   |   |
| 5    | Análisis de Financiamiento en la Banca Local y de presupuesto propio                      |       |   |   |   | ■      |   |   |   |            |   |   |   |
| 6    | Definir el alcance de la investigación  |       |   |   |   |        | ■ | ■ |   |            |   |   |   |
| 7    | Análisis de las requerimientos y estrategias propuestas para el inicio de las actividades |       |   |   |   |        |   |   | ■ | ■          |   |   |   |
| 8    | Planificación de la inversión a futuro  |       |   |   |   |        |   |   |   | ■          | ■ |   |   |
| 9    | Análisis de los resultados obtenidos con la propuesta y sus lineamientos                  |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   | ■ | ■ |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

### 5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Dentro de los lineamientos para evaluar la propuesta estaría centrada en el nivel de recuperación de la inversión la misma que se debe de dar en un aproximado de 5 años, de la misma manera se debe hacer un análisis de los niveles de satisfacción de los clientes, así como la cantidad de usuarios de los servicios que presta el taller facilitando su consolidación en el mercado local.

Otro lineamiento es el análisis financiero de manera semestral , lo que hace tener una perspectiva del pasado y proyección al futuro para tomar los correctivos necesarios, es decir utilizar una retroalimentación, ya sea fortalecer un proceso o analizar los riesgos no previstos al inicio del estudio. Para una mejor evaluación de la propuesta se realizó los siguientes índices financieros para el cálculo de la rentabilidad del negocio.

#### Índices financieros

#### Índices de liquidez

1. **Liquides Corriente** = Activo Corriente/ Pasivo Corriente

**Cuadro 44.-** Liquides Corriente

| RAZON CORRIENTE | 2014        | 2015        |
|-----------------|-------------|-------------|
|                 | 3,895868296 | 6,828882666 |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

2. **Prueba Acida** = Activo Corriente - Inventario / Pasivo Corriente

**Cuadro 45.-** Prueba Acida

| RAZON ÁCIDA | 2014        | 2015        |
|-------------|-------------|-------------|
|             | 2,741709456 | 4,385100477 |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

3. **Capital Neto de Trabajo** = Activo Corriente - Pasivo Corriente

**Cuadro 46.- Capital Neto de Trabajo**

| CAPITAL NETO DE TRABAJO | 2014        | 2015        |
|-------------------------|-------------|-------------|
|                         | 22581,65319 | 35317,06364 |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

**Índices de solvencia**

1. **Endeudamiento Del Activo** = Pasivo Total / Activo Total

**Cuadro 47.- Endeudamiento Del Activo**

| ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO | 2014        | 2015        |
|--------------------------|-------------|-------------|
|                          | 0,510658105 | 0,323667111 |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

2. **Endeudamiento Patrimonial** = Pasivo Total / Patrimonio

**Cuadro 48.- Endeudamiento Patrimonial**

| ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL | 2014        | 2015        |
|---------------------------|-------------|-------------|
|                           | 1,043560973 | 0,478561838 |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

3. **Apalancamiento** = Activo Total / Patrimonio

**Cuadro 49.-Apalancamiento**

| APALANCAMIENTO | 2014        | 2015        |
|----------------|-------------|-------------|
|                | 2,043560973 | 1,478561838 |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## Índices de Rentabilidad

1. **Rentabilidad Neta De Activo** = (Utilidad Neta / Ventas) \* (Ventas / Activo Total)

**Cuadro 50.- Rentabilidad Neta De Activo**

| RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO | 2014       | 2015        |
|------------------------------|------------|-------------|
|                              | 0,34363405 | 0,278518187 |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

2. **Margen Bruto** = Ventas Netas - Costo De Ventas / Ventas

**Cuadro 51.- Margen Bruto**

| MARGEN BRUTO | 2014 | 2015        |
|--------------|------|-------------|
|              | 0,94 | 0,937922388 |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

3. **Rentabilidad Neta De Ventas (Margen Neto)** = Utilidad Neta / Ventas

**Cuadro 52.- Rentabilidad Neta De Ventas (Margen Neto)**

| RENTABILIDAD NETA DE VENTAS | 2014 | 2015        |
|-----------------------------|------|-------------|
|                             | 0,20 | 0,190236324 |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

4. **Roe** = Utilidad Neta / Patrimonio

**Cuadro 53.- Roe**

| RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO | 2014 | 2015        |
|----------------------------------|------|-------------|
|                                  | 0,70 | 0,411806363 |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

5. **Roa** = Utilidad Neta / Activo Total

**Cuadro 54.- Roa**

| RENTABILIDAD SOBRE EL ACTIVO | 2014 | 2015        |
|------------------------------|------|-------------|
|                              | 0,34 | 0,278518187 |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## Datos

## Flujos netos

**Cuadro 55.- Flujos netos**

| DESCRIPCION  | INV. INICIAL | AÑO1      | AÑO2      | AÑO3      | AÑO4      | AÑO 5     |
|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| FLUJOS NETOS | -30.585,00   | 27.702,88 | 18.995,24 | 20.701,59 | 22.026,65 | 23.534,40 |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## Tasa de descuento

La tasa de descuento para la utilizacion del calculo del van es del 10%

## Tasa de rendimiento promedio

**Cuadro 56.-** Tasa de rendimiento promedio

| <b>TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO</b> | <b>MAYOR AL 12%</b> |
|-------------------------------------|---------------------|
| SUMATORIA DE FLUJOS                 | 112.960,75          |
| AÑOS                                | 5                   |
| INVERSION INICIAL                   | 30.585,00           |
| TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO        | 73,87%              |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## Tasa interna de retorno

**Cuadro 57.-** Tasa interna de retorno

|                                |                 |                  |
|--------------------------------|-----------------|------------------|
| SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS     |                 | 83.987,49        |
| VAN                            | <b>POSITIVO</b> | <b>53.402,49</b> |
| INDICE DE RENTABILIDAD         | MAYOR A 1       | 1,57             |
| RENDIMIENTO REAL               | MAYOR A 12      | 57,27            |
| <b>TASA INTERNA DE RETORNO</b> |                 | <b>72,26%</b>    |

Elaborado por: Montesdeoca Daniel - Soto Josué

## CONCLUSIONES

Como conclusión dentro de este trabajo investigativo se puede determinar los siguientes puntos:

La necesidad de contar con un taller especializado en el cantón Milagro es latente en el criterio y opinión de la ciudadanía especialmente en las personas dueñas de una motocicleta.

La infraestructura es determinante para el cliente, lo que garantiza que los trabajos sean bien realizados.

El personal que trabaja en los talleres que actualmente funcionan en el cantón, según criterio de los encuestados no posee la capacidad y el conocimiento necesario para brindar un mejor servicio a la población.

El 41% de los encuestados manifestaron llevar la motocicleta al taller por cuestiones de mantenimiento 1 vez cada mes, en tanto que el 52% lo hace cada 3 meses mientras que el 7% la llevan cada tres meses, lo que hace prever la rentabilidad del negocio.

Se establece el nivel de importancia que los clientes le dan a cada uno de los servicios y que influyen en los niveles de satisfacción de los clientes.

Uno de los indicadores que juega un papel importante en cualquier tipo de negocio es el precio y la calidad de los repuestos, lo que garantiza el tiempo de vida útil del vehículo.



## RECOMENDACIONES

Se recomienda tomar en consideración el estudio de factibilidad para la creación de un taller de mantenimiento de motocicletas, lo que generaría nuevas plazas de trabajo, inyectando a la economía local otro negocio productivo.

Para el inicio de las labores del taller se debe hacer una campaña informativa sobre los beneficios, promociones, entre otras que oferta el taller “Milagro Motors” a sus clientes.

La constante capacitación de personal que labora en el taller, para afrontar nuevos retos y mejorar la calidad en la atención al cliente, elevando los ingresos y sustentar el pago de los valores indicados como prioridad.

Mejorar la propuesta de los servicios, haciéndolos innovadores para captar nueva clientela.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Bustelo, F. (2005). El Transporte en la historia. En F. Bustelo, *Historia económica: Introducción a la historia económica mundial* (pág. 255). Madrid España: Editorial Complutense.
2. Cano, M., & Estupiñan, J. (2008). Analisis y gestion de los procesos. En M. Cano, & J. Estupiñan, *Análisis y Gestión de procesos administrativos*. Bogota: NORMA.
3. Conceptos.de. (2012). *Concepto de Cliente*. Obtenido de Conceptos.de: <http://concepto.de/cliente/>
4. DIPLOMADOS. (16 de Noviembre de 2011). *¿Qué es una Empresa?* Obtenido de LA Empresa Generalidades: <http://www.aulafacil.com/administracionempresas/Lecc-10.htm>
5. Economía Web Site. (12 de Septiembre de 2012). *El Mercado*. Obtenido de Economía Web Site: <http://www.economia.ws/mercado.php>
6. ECUADOR, G. D. (2013). *Ley Orgánica de Defensa del Consumidor - Derechos y Obligaciones de los consumidores*. Quito.
7. EDICIONES DIAZ DE SANTOS. (2010). La importancia actual del servicio. En E. D. SANTOS, *Calidad en los servicios al cliente* (pág. 2). Madrid: Ediciones Diaz de Santos.
8. EDITORIAL VÉRTICE. (2008). El sistema de información del marketing. En E. VÉRTICE, *Análisis de mercados* (pág. 1). Málaga España: Editorial Vértice.
9. EDITORIAL VÉRTICE. (2008). La Calidad. En E. VÉRTICE, *Calidad del Servicio al Cliente* (pág. 1). Málaga España: Editorial Vértice.
10. EDITORIAL VÉRTICES . (2008). El nivel de excelencia. En E. V. S.L., *La calidad en el servicio al cliente* (pág. 2). Madrid: Publicaciones Vértices.
11. EDITORIAL VIGO. (2006). La atención al cliente. En E. VIGO, *Calidad total en la atención al cliente* (pág. 6). Madrid España: eEditorial Vigo.
12. educar. (s.f.). Recuperado el 28 de julio de 2013, de <http://www.educar.org/inventos/lavestimenta.asp>
13. El Financiero Digital. (14 de Marzo de 2013). *Ecuador tiene altos niveles de emprendimiento según indicadores internacionales*. Obtenido de El Financiero Digital: [http://www.elfinanciero.com/negocios/tema\\_03\\_2013/negocios\\_08\\_2013.pdf](http://www.elfinanciero.com/negocios/tema_03_2013/negocios_08_2013.pdf)

14. EL FINANCIERO. (14 de Junio de 2012). *Ecuador es un mercado en potencial crecimiento en venta de motocicletas*. Obtenido de El Financiero Digital: [http://www.elfinanciero.com/negocios/tema\\_02\\_2012/negocios\\_02\\_2012.pdf](http://www.elfinanciero.com/negocios/tema_02_2012/negocios_02_2012.pdf)
15. Ferrer Abelló, A., & Del Rey Tapia, J. (2011). Importancia del Servicio al Cliente. En A. Ferrer Abelló, & J. Del Rey Tapia, *Gestionando empresas en la sociedad de la información; pymes e internet* (pág. 117). Madrid: AUNA Fundación.
16. INEC. (2 de Julio de 2014). *Ecuador Estadístico*. Obtenido de Censso de Población y vivienda: <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>
17. Keith Denton, D. (2011). Calidad en el servicio. En D. Keith Denton, *Calidad en el servicio a los clientes* (pág. 6). Madrid España: Ediciones Diaz de Santos.
18. La Guia. (22 de Mayo de 2011). *La Exigencia*. Obtenido de Psicología: <http://psicologia.laguia2000.com/el-estres/la-exigencia>
19. Maceda, J. J. (2003). *Economía*. Jalisco, Mexico: Umbral Editorial, S.A.de C.V.
20. Motos Barcelona. (15 de Agosto de 2012). *La Importancia del Mantenimiento*. Obtenido de Motos Barcelona: <http://www.motosbarcelona.net/mantenimiento/la-importancia-del-mantenimiento/>
21. Paz, R. (2005). Servicio al Cliente. En R. Paz, *Servicio al Cliente* (pág. 2). España: Ideas Propias Editorial.
22. PUBLICACIONES VÉRTICE. (2008). Definición de calidad . En P. VÉRTICE, *La calidad en el servicio al cliente* (pág. 1). Madrid España: Editorial Vértice.
23. Quees.la. (12 de MAyo de 2012). *¿Que es consumidor?* Obtenido de Quees.la: <http://quees.la/consumidor/>
24. Quiñonez Cabezas, M. (2012). *Estudio de la Gestión competitiva de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) comerciales*. Obtenido de Observatorio de la Economía Latinoamericana: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2012/pequenas-medianas-empresas-ecuador.html>
25. Ruiz, R. (6 de Enero de 2014). *Cómo mantner una moto*. Obtenido de About.com: <http://motos.about.com/od/Mantenimiento-basico/a/Como-Mantener-Una-Moto.htm>
26. Urbano, D., & Toledano, N. (2014). Manifestaciones del emprendimiento. En D. Urbano, & N. Toledano, *Invitación al emprendimiento* (pág. 30). Madrid España: Editorial UOC.

27.Vallejo, L. (2012). *¿Qué es Marketing?* Obtenido de CiberConta:  
<http://www.ciberconta.unizar.es/leccion/marketing/100.HTM>

# ANEXOS

## Anexo 1: Modelo de la encuesta



### UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

#### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

#### ENCUESTA A CLIENTES DE TALLERES DE MOTOCICLETAS EN EL CANTÓN MILAGRO

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para conocer la perspectiva que tiene usted como usuario de los talleres de motocicletas en el cantón Milagro en lo que se refiere a la calidad del servicio, gracias.

Indicación: conteste el siguiente cuestionario según su criterio encerrando en un círculo lo que considere.

#### 1. ¿Con qué frecuencia lleva su motocicleta a un taller mecánico?

- a) 1 vez al mes
- b) 1 vez cada tres meses
- c) 1 vez cada seis meses
- d) 1 vez al año

#### 2. ¿Cuál es el nivel de importancia de los siguientes aspectos y servicios que se menciona a continuación?

| SERVICIOS                                      | MUY IMPORTANTE | POCO IMPORTANTE | NADA IMPORTANTE |
|--|----------------|-----------------|-----------------|
| Los trabajos tienen una garantía total.        |                |                 |                 |
| Atención al cliente.                           |                |                 |                 |
| El taller cuenta con servicio de grúa.         |                |                 |                 |
| El taller es ordenado y limpio.                |                |                 |                 |
| El taller cuenta con herramientas adecuadas.   |                |                 |                 |
| Los trabajos se hacen a la vista del cliente.  |                |                 |                 |
| Se cumple con la entrega en el horario fijado. |                |                 |                 |
| El taller cuenta con servicio de pintura.      |                |                 |                 |

**3. ¿Considera importante que dentro de los servicios que ofrece un taller de motocicletas, se provea de repuestos originales al cliente?**

- a) SI
- b) NO

**4. ¿Tiene conocimiento de los servicios que normalmente cuenta un taller de motocicletas actualmente en el cantón de Milagro?**

- a) SI
- b) NO

**5. ¿Considera necesario que el taller de motocicletas que usted elija cuente con la infraestructura necesaria para su atención?**

- a) SI
- b) NO

**6. ¿El taller de motocicletas al que asiste actualmente cuenta con el personal debidamente calificado para atender sus requerimientos?**

- a) SI
- b) NO

**7. ¿Considera importante para la calidad del servicio la actualización de conocimientos del personal dedicado al mantenimiento y reparación de motocicletas?**

- a) SI
- b) NO

**8. ¿Para su criterio, considera que el precio influye al momento de elegir un taller para el mantenimiento y reparación de su motocicleta?**

- a) SI
- b) NO

**9. ¿Le gustaría contar con un taller especializado en mantenimiento y reparación de motocicleta en el cantón de milagro, el mismo que brinde calidad y garantía en sus servicios?**

- a) SI
- b) NO

**10. ¿Estaría usted de acuerdo pagar un valor adicional al normal pagado si un taller cumpliera con sus expectativas?**

- a) SI
- b) NO

## Anexo 2. Matriz

| Sistematización del problema   | Objetivo General   | Hipótesis General   | Variable Dependiente                     | Variable Independiente                 |
|--|--|---|--|--|
| ¿La falta de servicios especializados en mantenimiento de motocicletas en el cantón Milagro, incide en la economía y desarrollo socioeconómico del cantón? | Determinar los niveles de satisfacción y exigencia de parte de los usuarios con respecto a los talleres dedicados al mantenimiento y reparación de motocicletas que actualmente cuenta el cantón Milagro, que permitan la creación de un taller especializado en dicha área. | El proveer un taller con servicios especializados en el mantenimiento y reparación de motocicletas en el cantón Milagro, mejoraría el índice en el desarrollo socioeconómico del cantón.  | Economía y desarrollo socioeconómico     | Proveer de un taller especializado     |
| Sistematización subproblemas   | Objetivo Específicos   | Hipótesis específicas   | Variable Dependiente                     | Variable Independiente                 |
| ¿Cuáles son los servicios que los habitantes del cantón Milagro demandan en un taller de motocicletas?   | Determinar los servicios que los habitantes del cantón Milagro demandan en un taller de motocicletas.  | El garantizar una cobertura completa de los servicios que los usuarios normalmente demandan de un taller de motocicletas acrecentará los niveles de satisfacción de los clientes.         | Niveles de satisfacción de los usuarios. | Cobertura completa de los servicios    |
| ¿De qué manera afecta en la calidad del servicio la falta de infraestructura de los talleres dedicados al mantenimiento y reparación de motocicletas?      | Analizar cómo afecta en la calidad del servicio la falta de infraestructura de los talleres dedicados al mantenimiento y reparación de motocicletas  | El mejoramiento de la infraestructura de los talleres de motocicletas en el cantón Milagro elevaría los niveles de satisfacción de los usuarios.  | Niveles de satisfacción de los usuarios. | El mejoramiento de la infraestructura. |
| ¿Cómo incide la falta de personal técnico calificado que poseen los talleres del cantón Milagro en la calidad del servicio que ofrecen?                    | Establecer como incide la falta de personal técnico calificado que poseen los talleres del cantón Milagro en la calidad el servicio que ofrecen  | La debida capacitación del personal que labora en los talleres de motocicletas del cantón Milagro mejora la atención al cliente.  | Atención al cliente.                     | Capacitación del personal.             |
| ¿Cuánto influye el precio por los servicios que ofrecen los talleres de motocicletas al momento de la elección de los mismos?                              | Determinar cuánto influye el precio por los servicios que ofrecen los talleres de motocicletas, al momento de la elección de los mismos.   | El cobro excesivo por los servicios que prestan los talleres de motocicletas obliga a los habitantes a buscar mantenimientos empíricos, poniendo en riesgo la vida útil de sus vehículos. | Búsqueda de mantenimientos empíricos.    | El cobro excesivo por los servicios.   |



### Anexo 3 Evidencia Fotográfica de la Encuesta



Figura 17.- Encuesta a Usuario de Motocicletas en la UNEMI



Figura 18.- Encuesta a Usuario de Motocicletas en la UNEMI



**Figura 19.-** Encuesta a Usuario de Motocicletas en la UNEMI



**Figura 20.-** Encuesta a Usuario Femenino de Motocicletas en el Cantón Milagro



**Figura 21.-** Analizando las perspectivas del Género Femenino sobre el mantenimiento de Motos



**Figura 22.-** Analizando el punto de vista del personal encargado del mantenimiento de los talleres para el mantenimiento de Motos actuales en el Cantón Milagro.