



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**DISEÑO DEL PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA - C. P. A.**

TÍTULO DEL PROYECTO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DEL
COMERCIAL “MOTO REPUESTO MARY” Y SERVICIO TÉCNICO EN EL CANTÓN
SIMÓN BOLÍVAR.**

AUTORAS:

ROSA LEONOR IÑAMAGUA LASSO

KARLA DIOSELINA DELGADO BRITO

ASESOR:

DR. WALTER LOOR

MILAGRO, ABRIL DEL 2013

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he leído el proyecto de grado presentado por las Srtas. Karla Delgado y Rosa Ñamagua, para optar al título de Ing. En Contaduría Pública y Auditoría - CPA y que acepto asesorar a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, Marzo de 2013

Dr. Walter Loor Msc.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Este proyecto, podemos decir que no existe investigación del tema en la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales, ni en ninguna otra biblioteca de la Universidad Estatal de Milagro.

Este trabajo ha sido elaborado con un riguroso estudio y análisis, con la finalidad de que sea puesto en marcha y de esta manera contribuir al crecimiento socioeconómico de la misma.

Es nuestra intención colaborar por medio de este trabajo con el desarrollo de la efectividad y competitividad entre las organizaciones empresariales de nuestro medio.

Karla Delgado Brito

CI # 0928422070

Rosa Iñamagua Lasso

CI # 1205088584

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico esta tesis principalmente a Dios, por permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre Sra. Deysi Delgado Brito y a mi abuelita Sra. Guillermina Brito Soria, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

A mi padre Sr. Arturo Delgado y a mi mejor amiga Srta. Lisbeth Vareles quienes a pesar de su ausencia física han estado siempre presentes en mi mente y en mi corazón.

Karla Delgado Brito.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a DIOS ,a Mi Hijo y a Mis Padres que con sus consejos hoy me graduó, Gracias a ellos que me han dado el apoyo en los estudios, consejos sabios de todo Padre hacia sus hijos.

Esta es nuestra quinta meta, tanto para nosotros como para ellos;

La primera fue; al nacer, tras haber estado durante 9 meses en el vientre del ser más apreciado de la Tierra Mi QUERIDISIMA MADRE.

La segunda fue; mis primeros pasos hacia sus brazos, que es lo más tierno de una criatura; en decir las primeras palabras MAMA – PAPA esas palabras mágicas.

La tercera fue; llevarnos a Preescolar agarrados de las manos, para que aprendiéramos a coger el lápiz para escribir las palabras mágicas y hoy lo sabemos gracias a ellos.

La cuarta fue; el día de la graduación de Bachiller en Sistemas de la República del Ecuador, que dedique aquel proyecto con mucho amor.

La quinta es; el día de hoy que nos graduamos como Ingenieros en la carrera de CPA de la República del Ecuador, que dedico una vez más con todo mi amor hacia mis Padres se lo merecen como prueba de sus esfuerzos hacia Mí.

Al tenerlos conmigo es una bendición de nuestro Padre Celestial, son mi mayor tesoro más que eso. Son mi luz del día a día que me alumbran como la luz de la luna que me ilumina mi camino, como las estrellas que brillan y como el sol que me abrigan con sus sabios consejos.

Rosa Ñamagua Lasso

AGRADECIMIENTO

Queremos agradecer a Dios, fuente de vida, por darnos las fuerzas necesarias, fe, transparencia, sabiduría, entendimiento y ciencia, para llegar al término de este proceso de formación académica.

A la Universidad Estatal de Milagro, sus autoridades, por su constante apoyo al crecimiento material y académico de la comunidad Universitaria.

A nuestros maestros, en cuyas cátedras nos impartieron sus conocimientos y valiosas experiencias, tanto académicas como profesionales; así este proyecto es resultado de la conjugación y aplicación de los mismos; al igual que nuestro desempeño en la vida profesional.

Karla Delgado

Rosa Iñamagua

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Msc.

Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a 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 UNA SUCURSAL DEL COMERCIAL “MOTO REPUESTO MARY” Y SERVICIO TÉCNICO EN EL CANTÓN SIMÓN BOLÍVAR”**.Y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, marzo del 2013

Karla Delgado Brito

CI # 0928422070

Rosa Iñamagua Lasso

CI # 1205088584

ÍNDICE GENERAL

Página de carátula o portada.	i
Página de la constancia de aprobación por el tutor.	ii
Página de declaración de autoría de la investigación.	iii
Certificación de la Defensa.	iv
Páginas de dedicatorias	v
Página de agradecimiento.	vii
Página de Cesión de Derechos de Autor.	viii
Índice general.	ix
Índice de cuadros.	xii
Índice de gráficos.	xvi
Índice de Figuras.	xviii
Resumen.	xx
Abstract.	xxi
Introducción	1

CAPITULO I

EL PROBLEMA

	Pág.
1.1. Planteamiento del problema	2
1.1.1. Problematización	2

1.1.2. Delimitación del Problema	3
1.1.3. Formulación del Problema.....	3
1.1.4. Sistematización del problema	3
1.1.5. Determinación del problema	4
1.2. Objetivos	4
1.2.1. General	4
1.2.2. Específicos	4
1.3. Justificación.....	5
1.3.1. Justificación de la investigación.....	5

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

	Pág.
2.1. Marco teórico.....	6
2.1.1. Antecedentes históricos	6
2.1.2. Antecedentes referenciales	9
2.2. Marco Conceptual	31
2.3. Hipótesis y Variables	33
2.3.1. Hipótesis General.....	33
2.3.2. Hipótesis Particulares.....	33
2.3.3. Declaración de las Variable	34
2.3.4. Operacionalización de las variables	35

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

	Pág.
3.1. Tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general.....	36
3.2. La Población y muestra	37
3.2.1. Características dela población.....	37
3.2.2. Delimitación de la población.....	37
3.2.3. Tipo de muestra	37
3.2.4. Tamaño de la muestra	37
3.2.4. Proceso de selección	39
3.3. Los métodos y las técnicas.....	39
3.4. El tratamiento estadístico de la información.....	40

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

	Pág.
4.1. Análisis de la situación actual	41
4.2. Análisis comparativo, evolución tendencias y perspectiva	54
4.3. Resultados	54
4.4. Verificación de la hipótesis	55

CAPITULO V

PROPUESTA

	Pág.
5.1. Tema.....	57
5.2. Fundamentación.....	57

5.3.	Justificación.....	59
5.4.	Objetivos	59
5.4.1.	Objetivo general de la propuesta.....	60
5.4.2.	Objetivos específicos de la propuesta	60
5.5.	Ubicación	60
5.6.	Factibilidad	61
5.7.	Descripción de la propuesta	66
5.7.1.	Actividades.....	101
5.7.2.	Recursos, análisis financiero	104
5.7.3.	Impacto	117
5.7.4.	Cronograma	118
5.7.5.	Lineamiento para evaluar la propuesta	118
	Conclusiones	119
	Recomendaciones	120

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.

Fecha de declaraciones de impuestos29

Cuadro 2.

Plazos para declarar y pagar impuestos30

Cuadro 3.

Tipos de variables35

Cuadro 4.

Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....41

Cuadro 5.

Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....42

Cuadro 6.

Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....43

Cuadro 7.

Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....44

Cuadro 8.

Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....45

Cuadro 9.

Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....46

Cuadro 10.

Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....47

Cuadro 11.

Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....48

Cuadro 12.

Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....49

Cuadro 13.

Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....50

Cuadro 14.

Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....51

Cuadro 15.	
Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....	52
Cuadro 16.	
Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....	53
Cuadro 17.	
Hipótesis General	55
Cuadro 18.	
Hipótesis particulares.....	55
Cuadro 19.	
Análisis FODA.....	91
Cuadro 20.	
Análisis de la matriz foda	92
Cuadro 21.	
Matriz de prioridad	94
Cuadro 22.	
Adquisición de repuestos	95

Cuadro 23.	
Situación del cumplimiento del marketing	98
Cuadro 24.	
Tipo de orientación de la institución	100
Cuadro 25.	
Estado de pérdidas y ganancias	104
Cuadro 26.	
Estado de pérdidas y ganancias proyectado análisis de variación	105
Cuadro 27.	
Balance general proyectado.....	106
Cuadro 28.	
Balance general proyectado análisis de variación	108
Cuadro 29.	
Flujo de caja proyectado	110
Cuadro 30.	
Razones de liquidez.....	113
Cuadro 31.	
Razón ácida.....	113
Cuadro 32.	
Razones de eficacia y rentabilidad.....	114

Cuadro 33.	
Razones de actividad.....	114
Cuadro 34.	
Período de rotación de inventarios.....	115
Cuadro 35.	
Inventario sobre los activos.....	115
Cuadro 36.	
Cronograma	118

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1.	
Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....	41
Grafico 2.	
Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....	42
Grafico 3.	
Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....	43
Grafico 4.	
Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....	44
Grafico 5.	
Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....	45
Grafico 6.	
Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....	46
Grafico 7.	
Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....	47
Grafico 8.	
Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....	48
Grafico 9.	
Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....	49
Grafico 10.	
Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....	50

Grafico 11.	
Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....	51
Grafico 12.	
Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....	52
Grafico 13.	
Encuestas realizadas a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.....	53
Grafico 14.	
Mapa de simón bolívar	61
Grafico 15.	
Organigrama estructural	68
Grafico 16.	
Organigrama funcional	69
Grafico 17.	
Análisis de mercado	87

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.	
Repuestos de motos	6
Figura 2.	
Publicidad de moto repuestos mary	101
Figura 3.	
Proceso de atención y recepción de clientes	102
Figura 4.	
Proceso de facturación	103

RESUMEN

En este proyecto se realiza un completo estudio de los elementos que permitirán desarrollar una empresa de venta de repuestos y servicios de mantenimiento para motos. Se parte de un diagnóstico situacional para determinar la pertinencia del proyecto y sustentar técnicamente los elementos necesarios para la ejecución del mismo.

Una vez realizado el diagnóstico, un detallado estudio de la estructura organizacional del negocio que incluye el diseño de la estructura funcional del negocio, el diseño de los principales procesos de gestión del negocio, el diseño de cargos requeridos para la ejecución del proyecto, desde una perspectiva de competencias profesionales, es la base de la propuesta presentada.

Otro aspecto relevante es el análisis financiero que revela el monto de la inversión requerida y la factibilidad económica de este emprendimiento en función de la rentabilidad esperada del mismo.

Que la información que se proporciona a los administradores se estrictamente apegada a las necesidades de la empresa para que se tomen las decisiones acordes a los objetivos planteados.

Una excelente administración ayudara a conseguir las metas, la administración tiene que asegurarse de que todo funcione bien y la completa satisfacción de los clientes se refleja en el desempeño de los empleados tanto en el área administrativa como operativa y la empresa podrá ver los resultados en los ingresos que no se reflejarían si se brinda un servicio de mala calidad, para que la administración funcione correctamente tiene que aplicar sus habilidades de planear, organizar y controlar de manera efectiva.

ABSTRACT

This project is a comprehensive study of the elements that will develop a business selling spare parts and maintenance services for motorcycles. It is part of a situational analysis to determine the relevance of the project and the necessary technical support for implementation.

Once diagnosed, a detailed study of the organizational structure of the business which includes the design of the functional structure of the business, the design of the main business processes management, design fees required for the project, from a skills perspective, is the basis of the proposal submitted.

Another important aspect is the financial analysis that reveals the amount of investment required and the economic feasibility of this project in terms of the expected return of the same.

That the information provided is strictly administrators attached to the needs of the company so that decisions are made in line with the objectives.

An excellent management help achieve the goals, the administration has to make sure everything works well and complete customer satisfaction is reflected in the performance of employees in both the administrative and operational and the company will see the results in the income not reflected when providing a poor service, so that the administration has to work properly apply their skills to plan, organize and control effectively.

INTRODUCCIÓN

Simón Bolívar posee un gran margen de rentabilidad, pues es un punto de encuentro de muchos pueblos y cantones, la mayoría de los ciudadanos cuentan con carros para transportar sus mercaderías o productos agrícolas, mientras que otros prefieren las motocicletas por la facilidad de maniobras, ahorro de gasolina, ahorro de tiempo, y por la facilidad que brindan los almacenes para adquirir este vehículo, hoy en día las motos se han convertido en el medio de transporte más utilizado gracias a la tecnología china que ha evolucionado a nivel mundial, Simón Bolívar no cuenta con almacenes de repuestos que ofrezca variedad en calidad, marcas, precios y diseños y que de igual forma brinde servicio técnico garantizado y así generar confianza en los motociclistas de este Cantón.

Para realizar este proyecto se analizará la situación económica actual del Cantón, los pequeños comerciantes dedicados a la venta de repuestos de motos y los pequeños talleres que tienen los negocios con el objetivo de hacer un estudio global y analizar la factibilidad de la creación de una sucursal del comercial “MOTO REPUESTO MARY” y servicio técnico, que sería de mucha utilidad para el desarrollo comercial y productivo de dicho Cantón. La propuesta a realizar en este proyecto es factible ya que está ajustado a las necesidades que presenta dicho Cantón, dentro de esta iniciativa se hace prescindible que los dueños de la empresa tengan conocimiento de los procesos que serán aplicados y la información necesaria para llevar a cabo este proyecto.

La aplicación de este proyecto permite a MOTO REPUESTO MARY establecer una sucursal con un taller visionando al futuro, motivando a la gente, creando funciones y procesos, con el fin de lograr clientes satisfechos, gracias a la eficiencia y a la calidad de los productos y servicios ofrecidos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1.1. Problematización.

El Cantón Simón Bolívar fue fundado el 27 de mayo de 1991, pertenece a la provincia del Guayas, cuenta con una extensión territorial de 359 km² y una población aproximada de 33.300 habitantes del cual el mayor porcentaje corresponde a la zona rural.

Una de las características primordiales de este cantón es que existe un gran desarrollo económico tanto en el comercio y en la agricultura por lo que sus habitantes se dedican al cultivo de productos como: Banano, Maíz, Tabaco, Teca, Cacao, Soya, Caña de Azúcar, Plátano, entre otros los mismos que sirven como un medio de sustento ya que de esta manera pueden cubrir sus necesidades diarias, también cuentan con lugares comerciales como son las farmacias, tiendas de moda, panaderías, ferreterías, bazares, venta de motos, venta de repuestos de motos, los cuales contribuyen con el progreso de este cantón.

Entre los medios de transporte más utilizados están las motos y las moto taxis de todas las marcas y modelos como Honda, Yamaha, Suzuki; estas son utilizadas para transportarse con mayor rapidez, seguridad y agilidad a sus lugares de trabajo que generalmente son en el campo o lugares donde no pueden ingresar con un carro.

Los motociclistas del Cantón Simón Bolívar se sienten afectados por no contar con un lugar donde comprar repuestos y sobre todo que brinde servicio técnico garantizado, la falta de puntos de venta genera alteración de precios y por ende mala inversión es por ello que se ven en la necesidad de salir a cantones vecinos como Milagro, Naranjito, Bucay para de esta manera adquirir productos de mejor calidad, variedad y a un mejor precio.

Se hace necesario investigar el mercado de servicio de transporte motorizado para la posterior toma de decisiones respecto a esta manifiesta necesidad de la población de este floreciente cantón.

1.1.2. Delimitación del Problema.

País: Ecuador
Provincia: Guayas
Cantón: Simón Bolívar
Sector: Urbano Rural
Área: Comercial.

1.1.3. Formulación del problema.

¿De qué manera afecta la carencia de un comercial que brinde servicio técnico y venta de repuestos de motos en el Cantón Simón Bolívar?

1.1.4. Sistematización del Problema

- ¿Qué genera la falta de variedad de productos en los comerciales dedicados a la venta de repuestos y reparación de motos?
- ¿De qué manera afecta la falta de preparación y capacitación del personal en la demanda de servicios de mantenimiento y reparación de motocicletas del Cantón Simón Bolívar?
- ¿Qué ocasiona la falta de proveedores de repuestos y accesorios para motocicletas en los comerciantes del Cantón Simón Bolívar?

1.1.5. Determinación del tema.

Estudio de factibilidad para la creación de una sucursal del comercial “Moto repuesto Mary” y servicio técnico en el cantón Simón Bolívar.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo General.

Identificar las causas por la cual existen escasos comerciales dedicados a la venta y reparación de motocicletas, mediante un estudio de mercado con la finalidad de contribuir con el desarrollo del Cantón Simón Bolívar.

1.2.2. Objetivos Específicos.

- Identificar las causas que genera la falta de variedad de productos, mediante un estudio detallado y así cumplir con las expectativas de los clientes de Simón Bolívar.
- Analizar las causas de la falta de preparación y capacitación del personal desarrollando campañas informativas para mejorar la calidad de servicio que se ofrece a los motociclistas de dicho Cantón.
- Investigar los factores que ocasionan la falta de proveedores de repuestos y accesorios de motos en Simón Bolívar, considerando las necesidades de los pobladores y de esta manera brindar servicios y productos de calidad a los motociclistas del mencionado Cantón.

1.3. JUSTIFICACIÓN.

1.3.1. Justificación de la investigación.

El presente estudio tiene como finalidad demostrar la viabilidad técnica, económica y financiera para crear una sucursal del comercial “Moto Repuesto MARY” el mismo que se encuentra ubicado en la ciudad de Milagro y desea establecer una sucursal en el Cantón Simón Bolívar con el propósito de satisfacer la demanda de repuestos y reparación para motocicletas garantizados, debido a que este Cantón carece de personal calificado para prestar este servicio.

Para alcanzar los objetivos establecidos en el presente estudio se planea utilizar herramientas y técnicas para determinar el estudio de mercado mediante encuestas con lo que se podrá analizar cuáles son las necesidades que presenta este Cantón al no contar con un lugar específico que brinde este servicio con las garantías necesarias y con esta información se cumplirá las expectativas que presentan los motociclistas.

La gran mayoría de usuarios del Cantón Simón Bolívar cuenta con medios de transporte para lo cual las motocicletas son las más utilizadas por la agilidad que se necesita para dirigirse a sus actividades laborales que generalmente suelen ser en el campo por lo que para estas personas adquirir una motocicleta es una gran inversión ya que se ahorran tiempo y gastos por transporte diarios, también son usadas para la distracción y paseo del sector urbano.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Antecedentes Históricos

La venta de repuestos para motos es sin lugar a dudas un negocio que actualmente ocupa un rol muy importante en el mercado internacional y también en los diversos mercados nacionales. **Cada vez son más las empresas que se dedican a producir y comercializar los repuestos para motos** ya que la demanda se encuentra en clara expansión y eso genera la existencia de un mercado muy importante dispuesto a realizar las adquisiciones de las famosas partes de reemplazo.

Figura 1.



**Fuente: Estudio de Mercado
Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua**

Las causas que explican el aumento de la venta de repuestos para motos son varias y responden a cuestiones diferentes. Una de esas posibles explicaciones es que en muchos países del mundo son cada vez más las motos que circulan por las calles y por las rutas, por ende si hay más unidades, hay más demanda de repuestos para esas unidades. Según un reciente estudio realizado por una conocida empresa que se dedica a la venta de motos de todo tipo y también a la venta de repuestos, ha arrojado el impactante resultado que en algunos países del planeta la adquisición de motos ha crecido más de un 20% en los dos últimos años, lo que significa un incremento para nada desdeñable.

Otra de las posibles causas radica en el hecho de que la venta de repuestos para motos es un negocio lucrativo en sí mismo, es decir, las empresas fabricantes obtienen muchas ganancias a través de la comercialización de piezas de reemplazo para las motocicletas. En muchas ocasiones una parte muy importante de una moto puede llegar a costar entre el 20 y el 30% del total del rodado, cuestión que evidentemente genera muchas ganancias en las empresas que fabrican esas partes de reemplazo.

¿Por qué los repuestos son tan caros? Se puede afirmar sin riesgo de equivocación que los precios son elevados debido a que el mercado al cual apuntan están obligados a adquirir el repuestos en cuestión por razones que resultan lógicas, o sea, si no se compra la pieza, la moto no va a funcionar. Las empresas se percatan de esto y por esa razón elevan los precios para de ese modo poder aumentar las ganancias a costa de gente que se encuentra obligada por las circunstancias a realizar la adquisición. Obviamente esta situación que se acaba de describir no se da de igual modo en todos los casos, ya que en la actualidad existen gran cantidad de empresas que llevan adelante a la producción y la venta de repuestos para motos a precios que son razonables o acordes al costo de fabricación del producto. Por esta razón se recomienda que las personas interesadas en la compra de piezas de este tipo, se traslade a los locales de venta de repuestos para motos y consulte por las diferentes alternativas para poder encontrar alguna que se ajuste a las necesidades prestacionales y también económicas.

No dejemos de destacar el hecho de que **hoy por hoy existen dos grandes grupos de repuestos diferentes, a saber: los llamados repuestos originales y los denominados no originales.** Los primeros son aquellos que son producidos por la misma empresa que en un inicio ha fabricado a la moto en donde se van a instalar los repuestos como por ejemplo, Honda, BMW, Yamaha, etc.

También los repuestos originales son las piezas que si bien no son de la misma marca de la moto, son autorizadas por ella, tengamos en cuenta que un fabricante de motocicletas no produce el 100% de las piezas que las integran, sino que por el contrario en la gran mayoría de los casos, ciertas piezas claves son de una marca diferente especializada en su fabricación, como por ejemplo la marca Brembo se usa mucho para los frenos.

En resumen, **las partes de reemplazo que se agrupan bajo la denominación de originales son aquellos repuestos de la misma marca que los que se encuentran instalados en la moto desde fábrica.** Los que saben sobre mecánica de motos aconsejan solo adquirir piezas originales por el solo hecho de mantener a la moto en su configuración original y cual cambio o modificación en ella puede ocasionar problemas de funcionamiento importantes. Por otro lado en los locales de venta de repuestos para motos también se pueden encontrar las versiones que no son originales, es decir, partes diseñadas y fabricadas por empresas que no son autorizadas por la marca fabricante de la moto. La venta de repuestos para motos no originales ha crecido muchísimo en los últimos tiempos a causa de su bajísimo precio en comparación con las piezas de la marca original, cuestión que es de mucha utilidad para aquellas personas que no cuentan con un capital económico lo suficientemente elevado para invertir en piezas originales.

Historia del Motociclismo

El motociclismo es el nombre genérico, que recibe un deporte de competición del que existen varias modalidades, siempre caracterizadas por el pilotaje de una motocicleta: carreras de pistas de lodo o barro, carreras de dragsters, en pistas de césped, en pistas de hielo, resistencia en pista, trial de observación, carretera, sidecars, aceleración, trial cronometrado, y motocross.

El motociclismo como deporte, se origina lógicamente, después de haberse inventado la motocicleta, la que apareció en Alemania en 1885, año en que Daimler instaló un motor de combustión a una bicicleta de madera.

En 1866 se celebró la primera carrera de motos, en Francia, cuando ocho competidores recorrieron ida y vuelta la distancia de París a Nantes, recorriendo 152 Kilómetros. El ganador, M. Chevalier, montaba un triciclo Michelin-Dior.

“El motocross es una disciplina motociclista, que se desarrolla en circuitos sin asfaltar o en campo a través y en la que los distintos participantes disputan una carrera con el objetivo de finalizar en primera posición en la meta. Es una de las modalidades más espectaculares del motociclismo, en la que se combina la velocidad con la destreza necesaria para controlar la moto, ante las irregularidades naturales (y en algunos casos artificiales) del terreno, con curvas cerradas y montículos, baches, cambios bruscos de rasante, agua etc., y sobre una superficie de tierra que generalmente se encuentra embarrada”¹.

2.1.2. Antecedentes Referenciales

En la actualidad los almacenes de motos han tenido un sostenido crecimiento, esto debido a que cada día existen más motocicletas en el mercado y con ello el aumento de la demanda de repuestos como se puede demostrar que existen muchas empresas dedicadas a esto como son:

Mr. Motorcycle

Es una empresa que nació en Cuenca en el año 1986, está dedicada a la comercialización y distribución de accesorios, repuestos y equipos deportivos para el Motociclismo.

Mr. Motorcycle² – Todo para tu Moto, como su slogan lo indica, ofrece el servicio completo de reparación, preparación y mantenimiento de su motocicleta, tanto en línea deportiva, de turismo, como en la utilitaria.

Somos representantes para el Ecuador de plásticos y equipos Acerbis, gafas Scott, maniguetas WirtzRacing, filtros de aceite HifloFiltro, catalinas y piñones JT Sprockets,

¹RINCON, Alan: ” Súper Motos Velocidad Diseño y Tecnología”, Edición, 1, Editorial Ágata-LIBSP, España, 2007, p65

² RENDON, José: *Quiénes Somos*, <http://www.mrmotorcycleecuador.com/portal/>, extraído el 14 de noviembre de 2012.

y subdistribuidores de llantas Pirelli, frenos EBC, lubricantes Máxima, y una gama completa de repuestos originales para motocicletas Yamaha, Honda, Kawasaki. Se encuentra ubicada en la ciudad de Cuenca su Matriz Gonzales Suárez 2-23 y José Joaquín de Olmedo. **Teléfonos:** 07 2807 129 - 07 2862 405

Paremos S. A.

Paremos S. A., es una comercializadora internacional de partes y repuestos para motocicletas, fundada en Medellín - Colombia. En febrero de 1988 se constituye legalmente la compañía como Paremos Ltda. En enero de 1989 se vincula el primer agente de ventas. En noviembre de 1990 se adquiere una bodega propia de 236 mts², ubicada en el barrio Guayabal. En noviembre de 1992 se adquiere una bodega adicional de 1.050 mts.² en el barrio Guayabal.

En octubre de 1995 se transforma la sociedad de limitada a sociedad anónima. En 1997 se adquiere una bodega de 970 mts², contigua a la ya existente y el área total de las dos bodegas es de 2.020 mts²

En el año 2001 se inician exportaciones de productos fabricados en Colombia, a países de Centro América.

En el año 2001 se adquiere el Software SAV (Sistema de Automatización de Ventas), el cual permite a los asesores comerciales tomar directamente los pedidos de los clientes por medio de una Jornada utilizando tecnología de punta y trabajando en tiempo real.

En agosto de 2004 la compañía recibe el apoyo de Carana Colombia, empresa de consultoría estadounidense que provee soluciones de desarrollo económico, planes de expansión y generación de empleo, mediante el programa CED- Desarrollo Empresarial Colombiano. Gracias a la consultoría recibida se logra diseñar y poner en marcha un Plan Estratégico de Mercadeo y un Programa de Optimización de Inventarios.

En el año 2004 se crea la marca propia Akita para desarrollar varias líneas de productos de alta calidad en alianza con nuestra red de proveedores. En el año 2005 se inicia la comercialización masiva de productos marca Akita.

En el año 2005 se consigue nuevamente el patrocinio de Carana Colombia para la elaboración del Plan Exportador orientado a abrir el comercio exterior con

cubrimiento a todo el mercado de Latino América y México para el desarrollo de la microempresa colombiana de moto partes.

Empresa comercializadora internacional de partes y repuestos para motocicletas. El origen de las mercancías importadas y comercializadas por Paremos es el lejano Oriente (Japón, Taiwán, Indonesia, Tailandia, etc.), de donde se importan repuestos para las marcas de motocicletas más representativas del mercado, siendo la mayor fortaleza de la compañía su amplio portafolio, Paremos pone el mayor énfasis por vincular y capacitar personal idóneo que le permita seguir cumpliendo los compromisos adquiridos con sus clientes, proveedores y con el sector financiero.

Gracias a la organización, compromiso, disciplina, honestidad y tenacidad del grupo de trabajo, Paremos es en la actualidad una empresa líder en el sector; sus ventas año tras año crecen convirtiéndose en la primera opción de compra para los clientes a nivel nacional e internacional, acorde con la Visión Empresarial.

Canales de Distribución

Son los distribuidores y sub-distribuidores directos al público, a quienes la entrega de los productos se hace sin intermediarios, iniciando el proceso de venta con el grupo de asesores comerciales y telemercaderistas, cerrando con la entrega de las mercancías en las instalaciones del cliente a través de transporte realizado por terceros.

El transporte es contratado con compañías especializadas con cubrimiento a nivel nacional y que cuentan con las garantías de entrega oportuna, seguridad y costos razonables.

Territorios Atendidos

Se cubre todo el territorio colombiano: ciudades principales, secundarias y poblaciones donde el potencial lo amerite. En lo referente a mercados externos, en la actualidad se atienden clientes de diferentes países de Latinoamérica y el Caribe de acuerdo con la cultura de uso de la motocicleta y el tamaño de cada mercado.³

³ ZUÑIGA GUTIERREZ, Sebastián: *Nuestra Empresa*, http://www.paremos.com/quienes_somos.php, extraído el 18 de diciembre de 2012.

Hoy en día la necesidad de mejorar la productividad viene del mundo de la competencia entre las empresas. Cuando un mercado permanece estable, las empresas pueden sobrevivir sin manejar sus activos con eficiencia, es decir, pueden malgastar recursos o subutilizar, ya que hay pocos competidores que ofrezcan mejores productos a precios accesibles a los clientes. Pero la creciente inestabilidad nacional e internacional de los mercados, además del creciente número de micro-empresas que se están abriendo paso en los mercados internos y externos, del cual Simón Bolívar no es una excepción, también constituye oportunidades y amenazas para las empresas, que deben tener obligatoriamente un sistema integral totalmente eficiente para ser más productivas y mantenerse competitivas. En el estudio del sistema integral de la administración moderna la micro-empresa es un medio para lograr economías potenciales y para aumentar utilidades y fomentar el desarrollo de una ciudad o un país. El manejo del sistema integral ha llegado a la cumbre de los problemas de la administración debido a que es un componente fundamental de la productividad. En mercados altamente competitivos, las empresas trabajan con errores cada vez más bajos y con niveles de servicios cada vez más altos. El objetivo de este estudio es evaluar los aspectos básicos a considerar para desarrollar la inadecuada utilización del sistema integral general de la micro-empresa "Moto Repuestos Mary", a fin de entender la importancia crucial, que esto representa en la cultura administrativa del negocio y su búsqueda de la excelencia, de qué manera ser más competitivos dentro del mercado, tanto local como nacional. Para esto desarrollaremos varios aspectos básicos en el proceso de administración como son: las funciones personales, organización, principios generales, sistema de gestión de almacén, áreas existentes, servicio al cliente, como también lo referente a inventario, su importancia empresarial, terminando con la subcontratación. Las micro-empresas en estos tiempos modernos, están acondicionándose para ser competitivas, eficientes y abiertas a cambios que ayuden a optimizar los sistemas de gestión (atención, almacenamiento, organización, inventarios, etc.), ya que es vital para el buen funcionamiento de los almacenes a corto, mediano y largo plazo. En el nuevo panorama comparativo de la microempresas, las condiciones y factores tradicionales, como los costos generales, el acceso a los recursos financieros y la materia prima, y los mercados protegidos o regulados, todavía pueden ofrecer una ventaja competitiva, pero en menor grado que el pasado. Una razón clave de esta

reducción es que las ventajas que crean estas fuentes pueden superarse por medio de una estrategia.

Las exigencias del nuevo panorama competitivo hacen necesario que los administradores o dueños de estas microempresas piensen en el concepto de empresa. Aunque es difícil cambiarlas, la obtención de competitividad estratégica en la década de los noventa y en el siglo XXI requiere que el desarrollo y la implementación de una forma de pensar diferente. La mayoría de los altos administradores o gerentes-propietarios reconoce la necesidad de cambiar su forma de pensar, pero muchos dudan en hacerlo. Pero muchos toman el pensar que, para todos es más seguro quedarse como están aunque sabemos que el resultado será el fracaso, que adoptar una nueva forma de trabajar cuando no están seguros que tendrá éxito. Un factor crítico para la forma de pensar que se requiere es el percibir a la empresa como un conjunto de recursos, capacidades y actitudes centrales heterogéneas que pueden utilizarse para crear una posición exclusiva en el mercado. Esta perspectiva sugiere que la microempresa "Moto Repuestos Mary" posee algunos recursos y capacidades que las otras no tienen, al menos no en la misma combinación. Los recursos son las fuentes de las capacidades algunas de las cuales llevan al desarrollo de la actitud central de una empresa. Al utilizar sus actitudes centrales, esta puede realizar mejores actitudes que las que desarrollan sus competidores o que estos puedan imitar.

Cada vez con mayor frecuencia los administradores o gerentes-propietarios se evalúan en términos de su capacidad para identificar, alimentar y explorar las actitudes centrales únicas de su negocio. Al hacer hincapié en la adquisición de desarrollo y actitudes, las organizaciones aprenden a aprender, habilidades que se relacionan con el desarrollo de las ventajas competitivas.

Como proceso, aprender a reconocer requiere de compromisos, tiempo y apoyo activo de parte de ellos. Donde muchas veces los administradores han creado una "sección amarilla interna" que les ayuda a encontrar a un experto dentro y fuera de las negocios. El sistema es muy económico solo el costo de un profesional para manejarlo, pero se ha pagado por si solo cada año por lo menos 6 veces sobre todo cuando se presenta una crisis digamos de bajo rendimiento en el nivel de ventas, y se necesita un experto para resolver el análisis final, es probable que una

observación por desarrollo y aplicación de los conocimientos y las actitudes centrales de manera más amplia caracterice a las compañías que competirán con eficacia en el mercado global del siglo XXI. Al aprovechar sus actitudes centrales y cumplir con las exigencias normas de la competencia del sector, las empresas crean valor por sus clientes, el valor consiste en las características y desempeño y los atributos que ofrecen las compañías en forma de bienes y servicios por lo que los clientes esta dispuestos a pagar, finalmente para los clientes el valor es la fuente del potencial de una empresa para obtener rendimientos promedio o superiores al promedio. En el capítulo observamos que el valor se proporciona a los cliente por medio del bajo costo de sus productos, por sus características diferenciales y por una combinación de bajo costo y alta diferenciación en comparación con lo que ofrecen competidores. Las aptitudes centrales son, en realidad un sistema de creación de valor a través del cual la compañía busca la competitividad estratégica y rendimiento superiores al promedio. En el panorama competitivo, los administradores necesitan determinar las aptitudes centrales de la empresa mantienen su capacidad de crear valor para sus clientes. Durante las últimas décadas, el proceso de administración estratégica se ocupaba sobre todo de entender las características de la industria en la que la una empresa competía y, con base en estas determinar la posición de la compañía en relación con sus competidores. La importancia atribuida a las características del negocio y las estrategias competitivas quizás resto importancia al papel de los recursos y capacidades de la organización para el desarrollo de una ventaja competitiva. Las actitudes centrales de una empresa, además de los recursos de los análisis de su ambiente general, y competitivo debe constituir la base para seleccionar la estrategia. En este aspecto, las actitudes centrales, en combinación con las posiciones o tácticas en el mercado del producto, son las fuentes más importantes de ventaja competitiva del nuevo panorama. Destacar las aptitudes centrales al formular las estrategias permite que las microempresas aprendan a competir sobre todo con base en las diferencias específicas de una empresa, en lugar de buscar la ventaja competitiva solo en las características estructurales de las industrias.

Reingeniería Administrativa

Es un método el cual nos permite rediseñar los procesos principales de la empresa, para conseguir mejorar consistentemente los sistemas de control tales como: calidad, costo, eficiencia y principalmente el servicio. “Como lo indica Champy J., tomando la idea principal del funcionamiento de los ferrocarriles en lo que respecta a los procedimientos formales de operación y estructuras organizacionales creadas con el objeto de evitar accidentes (choques) entre trenes que circulaban en ambos sentidos en líneas de una sola vía ferra. Programando a los trabajadores para que actuaran según las reglas, creando una regla para todo lo imaginable, imaginándose hasta el último detalle”. Este modelo lo podemos definir como una estructura de control estratégico de los procesos sobre todo de la capacidad de trabajo en equipo. Los incrementos en los cambios en la manera de pensar, y las exigencias de los clientes sobre la que significa obtener productos de calidad. Indica OsborneD.,”El contexto en que se desenvuelven las empresas en la actualidad funciona tan mal”, este nuevo contexto está caracterizado por:

- El Cambio social constante y acelerado
- Mercados globalizados donde la competencia se incentiva: Donde la ventaja competitiva se hace más importante que la ventaja comparativa.
- Mercados signados por la demanda y no por la oferta
- Sectorización de la Demanda: Los ciudadanos no reciben lo que se les ofertan, si no que ellos ahora demandan de acuerdo a sus necesidades y todos no demandan lo mismo, además la exigencia de calidad es una de sus características principales.
- Sociedad culta, inteligente muy bien informada y con acceso a ella tan rápidamente como sus gobernantes.
- Trabajadores formados, donde su intelecto tiende a reemplazar a su "fuerza".

El mercado de las motos en nuestro país muestra una gran demanda, siendo urgente la necesidad de disponer de mano de obra especializada, con la capacidad

*de diagnosticar eficazmente fallas, reparar y ofrecer soporte a motos de última generación”.*⁴

Un Mecánico especializado y con conocimientos actuales, será capaz de reparar motocicletas con problemas en motores de 2 y 4 tiempos mono y multicilíndricos, maneja instrumentos de diagnóstico, herramientas y equipamiento, sabe interpretar dibujos y manuales técnicos sin dificultad alguna.

Fundamentación científica de la investigación.

El mercado de las motos

Desde la antigüedad la necesidad de transportarse de un lugar a otro ha sido imprescindible, caminar grandes distancias hacia que el viaje se lo realice en mucho más tiempo y con mayor dificultad, es por ello que al principio de nuestros tiempos se utilizaban diversas formas de transportarse a realizar negocios, compras o a satisfacer cualquier otra necesidad. Es por ello que con el pasar del tiempo el hombre ha buscado la manera de hacer esos viajes más cortos y placenteros. En la búsqueda de estos medios de transportación se han inventado muchos vehículos, como por ejemplo las bicicletas que no pueden recorrer largas distancias porque es cansado y sin espacio para no más de dos personas, los autos pero en el caso de estos no pueden ser adquiridos por todos ya que su precio es muy elevado, y los caballos de madera como se les conoce actualmente a las motos, las cuales han pasado por un arduo proceso de cambios en busca hacerla más cómoda y ligera.

Es así que en el año de 1868 Louis- Barbilla Perreaux invento la moto de una manera oficial, la cual desde este año ha tenido una gran cantidad de cambios, un motor a vapor que no salió a la venta porque no podía ser utilizado de manera autónoma y por lo cual tuvo que realizarse intervenciones mecánicas frecuentes, esto causa que la producción de las motos se vea afectada y las personas prefieran adquirir vehículos que tenían la capacidad de llevar a más personas protegidas de las inclemencias del clima y la producción de estas se ve afectada por un largo tiempo debido a la producción en masa de automóviles accesibles por la población,

⁴UNIÓN DE MAESTROS PROFESIONALES DE MOTOS DE PICHINCHA, *Reingeniería Administrativa*, p.32.

como fue el Volkswagen en Alemania un vehículo creado para el pueblo. En el año de 1968 de la mano de los japoneses vuelve a sonar la motocicleta, el alza de los combustibles llevo al mercado a buscar un medio más accesible de transportación, mas económico, al alcance de todos, es allí cuando aparece nuevamente la producción de las motos y de sus modelos, como por ejemplo de carretera, rosters, custom, trail, vespa, etc. Muchas de las ensambladoras en otros países como por ejemplo Asia vieron en la motocicleta una oportunidad con este vehículo, por lo que eran poco comunes, pero con el pasar del tiempo y al ver la diversidad de opciones se fue convirtiendo en uno de los vehículos más populares. En la actualidad es muy común ver gran variedad de marcas entre ellas americanas, coreanas, Japonesas pero en realidad la gran mayoría son Chinas o Tailandesas, las marcas chinas son de buena calidad ya que tienen un buen respaldo como es el caso de la marca Suzuki que es una marca reconocida en Japón y el mundo pero tiene inversión compartida con la marca Jincheng de China y como en este país existen más de 200 fabricas de motos puede ocurrir que copien o tengan franquicias de los modelos originales. De esta manera es como el mercado de las motos ha ido creciendo con el pasar del tiempo y se ha constituido en uno de los más grandes a nivel de exportación e importación, cada día se crea un nuevo modelo, una nueva marca, una nueva empresa y la demanda del mercado de repuestos crece sustancialmente y con ello el desarrollo de la economía de nuestro país y de esta ciudad. Este vehículo se ha convertido en uno de los más utilizados por todas las clases económicas, en algunos casos por necesidad, otros por trabajo, cada día vemos con más frecuencia en las calles de la ciudad el uso de las motos y este es el motivo por el cual aumenta el nivel de la competencia.

Planeación estratégica

Lineamientos estratégicos sobre la implementación de sistemas integral de servicios y venta de repuestos dentro de la empresa “Moto Repuestos Mary”. Este proceso se lleva cabo a la realización de un diagnostico de la empresa, su situación actual y lo que se debe cambiar para lograr su fortalecimiento en el mercado. El proceso de creación de una estrategia debe tener en cuenta los siguientes puntos:

- Excelencia operativa.
- La capacitación del recurso humano.

- Logrando así optimizar las operaciones.

Desarrollo, teniendo en cuenta el incremento de la demanda de los repuestos y la ventaja competitiva que se puede implementar. La estrategia institucional se basa en el alcance y propósito de la empresa, como lo es su misión. El Dr. Russell Ackoff propone que *“para tener valor, el enunciado de misión de una empresa debe aseverar algo con lo que se pueda discrepar razonablemente”*. La misión de la empresa reflejara las decisiones sobre cómo se llevara la empresa, las cosas que deberán hacerse y las que no, aunque muchas veces los administradores piensan que esta debería ser temporal.

La planeación estratégica nos ayuda a realizar un diagnostico sobre la situación de la empresa, los objetivos que deberán fijarse en torno a un desarrollo sustentable, de las decisiones que se deberán tomar sobre el camino que va a seguir la empresa, la demanda que con el pasar de los días aumentaría y los cambios que se darán a futuro en el mundo competitivo de las empresas. Los beneficios de realizar una buena planeación estratégica son:

- Está diseñada en base a la investigación y el desarrollo.
- Da cabida a lo dinámico
- Sustituye la perspicacia
- Establece objetivos alcanzables y sustentables
- Se logra que los empleados sean más participativos en la toma de decisiones.
- Establece las responsabilidades que se deberá asumir en la empresa.

Cuando se analiza una estrategia empresarial se debe tener presente que la principal razón es hacerle frente a los futuros competidores y a la competencia, esto depende del sector en el que se desarrolla la empresa, que además tiene que ser muy flexible para responder a los cambios del sector económico, la estrategia será determinada por la capacidad de encontrar nuevas opciones y actividades complementarias cuando la empresa lo demande.

Los beneficios de contar con una estrategia son algunos, permite crear una visión compartida del futuro, se puede diseñar un plan para definir como competir, identificando los riesgos y oportunidades de la empresa para tener un marco referente para analizar la viabilidad de proyectos a futuro.

Clientes

Es necesario conocer quiénes son o serán los clientes potenciales, mediante un estudio del mercado que nos permita identificar la frecuencia con la que acuden a comprar repuestos. Estos clientes son aquellos que no se benefician de los servicios de la empresa en la actualidad pero son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de adquisición y se los puede considerar como la fuente de ingresos futuros. Además debemos analizar a los clientes actuales que son aquellos que conocieron el servicio y rebasó sus expectativas. Por lo tanto debemos mantener a los clientes en un alto nivel de satisfacción con los productos que les ofrecemos y con servicios personalizados para cada uno de ellos que los mantengan conformes con el servicio que se les ofrece. Un cliente satisfecho son aquellos que recibieron el servicio y sus expectativas coinciden con lo que buscaban, esto causa que los clientes no se sientan atraídos por buscar otros lugares se los conoce como clientes fieles pero no quiere decir que en algún momento la competencia les ofrezca una oferta mejor y ellos podrían cambiarnos . Una excelente administración ayudara a conseguir la meta, la administración tiene que asegurarse de que todo funcione bien y la completa satisfacción de los clientes se refleja en el desempeño de los empleados en las diferentes áreas de la empresa tanto en la administrativa como operativa y la empresa podrá ver los resultados en los ingresos diarios los mismos que no se reflejarían si se brinda un servicio de mala calidad y nada eficiente, para que la administración funcione correctamente tiene que aplicar sus habilidades de planear, organizar y controlar de manera efectiva y manejar con cuidado sus debilidades.

Aspectos socioculturales del comportamiento del Consumidor

Se conoce como consumidor a aquella persona que consume un producto/servicio con el fin de satisfacer una necesidad, en las empresas el consumidor es considerado como el rey, porque de cierta manera tienen que buscar las estrategias para satisfacer de manera constante sus necesidades. Por lo tanto es necesario plantear las siguientes incógnitas al momento de estudiar a los consumidores:

¿Qué compra?, analizar el producto/ servicio que el consumidor escoge entre algunos.

¿**Quién compra?**, saber quien toma la decisión de compra, el consumidor o quien influye en él para que tome la decisión.

¿**Para qué compra?**, analizar los motivos por los cuales adquiere el producto si bien es por los beneficios o por satisfacer una necesidad existente.

¿**Cómo lo compra?**, si se realiza la compra de manera racional o emocional y la manera como lo paga.

¿**Cuándo lo compro?**, se debe conocer el momento y la frecuencia de compra y la relación con sus necesidades, para identificar las variaciones a lo largo del tiempo.

¿**Cuánto compra?**, para analizar la cantidad que compra si es para satisfacer sus deseos o una necesidad, de la compra.

El comportamiento del consumidor ha sido base de estudio por muchos años y se ha logrado una fundamentación más científica con el fin de mejorar el marketing y ha sido estudiado desde las siguientes orientaciones:

Orientación psicológica, recogen características internas de las personas como son las necesidades y los deseos y variables externas que están en su entorno

Orientación económica, está basado en la teoría económica, quien siente una necesidad o deseo, actúa para satisfacerlo y esto influye en la maximización de la utilidad de las empresas.

Orientación motivacional, este es un estudio del comportamiento del consumidor, las necesidades son las causas que estimula a las personas y este actúa para satisfacerlas.

Principales Proveedores de Repuestos

Repuestos chinos:	
Establecimiento	Ubicación
XUMOTO	Santo Domingo de los Tzáchila
RANGER MOTOS	Guayaquil

Repuesto colombiano:	
Establecimiento	Ubicación
COLMOTOS	Guayaquil

Repuesto mexicano:	
Establecimiento	Ubicación
UNNO PART	Quito
SURTIMOTOS	Ibarra
JERC	Guayaquil
Repuesto japonés:	
Establecimiento	Ubicación
DINARMOTOS	Guayaquil

Cascos:

Establecimiento	Ubicación
BENITEZ Cía. Ltda.	Guayaquil
SMART PARTES	Quito
MOTOS Y PARTES	Guayaquil

Zapatas:

Establecimiento	Ubicación
JAPAN PARTS	Guayaquil

Rulimanes:

Establecimiento	Ubicación
La casa del ruliman	Quito

Aros Metálicos:

Establecimiento	Ubicación
Comercial Sucre	Quito
DECRADED	Guayaquil

Llantas Pirelli:

Establecimiento	Ubicación
------------------------	------------------

ITALCAUCHOS	Quito
ANDYS	Quito
SURTIMOTOS	Quito
LA CASA DEL MOVIMIENTO	Guayaqui

MARCO LEGAL

Requisitos para afiliación a la cámara de Comercio de Milagro:

- Copia del Registro Único del Contribuyente (RUC)
- Patente Municipal.
- Copia de Cedula de Ciudadanía.
- Copia de certificado de votación.

Esta constituida como una microempresa de administración y propiedad gerencial única, donde participa como gerente-propietario la Sra. **Magdalena Lasso Candodel** presente proyecto, pues cumple con los requisitos que emana la Ley de compañía, entre otras, ser mayor de edad, capaz de controlar y obligarse. La Ley Orgánica de Régimen tributario Interno⁵, Código de Comercio, y demás estamentos necesarios. Para el efecto se requirió realizar los siguientes trámites.

- Carta dirigida a la Superintendencia de Compañías, solicitando el nombre de la empresa que desea constituir, esta fue solicitada por un abogado.
- Realizar la apertura de una cuenta corriente en un banco de la localidad, como “Cuenta de Integración de Capital” a nombre de nuestra compañía, para el efecto se aportó el 50% del capital en constitución.
- Elaborar ante el Notario público del cantón, la minuta de constitución y elevarla a escritura Pública.
- Publicar el Extracto que nos entrega la Superintendencia de Compañías, en uno de los principales periódicos de la ciudad.
- Inscribirla en el Registro Mercantil de Guayaquil la escritura de Constitución.

⁵LEY DE COMPAÑÍAS VIGENTE EN LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

- Obtener el Registro Único de Contribuyente, el mismo que lo realizaremos en el Servicio de Rentas Internas.

Para la obtención del permiso legal para el funcionamiento del negocio es necesario contar con los siguientes documentos habilitantes.

Permiso de funcionamiento municipal,

Este permiso o documento se lo obtuvo en el Municipio en este caso en la ciudad de Milagro, cumpliendo los siguientes requisitos:

- Copia del RUC.
- Copia Nombramiento Representante Legal.
- Cedula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- Planilla de Luz
- Formulario de declaración para obtener la patente.

Permiso del Cuerpo de bomberos

Es un documento que da la mencionada entidad del estado una vez que el personal del Cuerpo de Bomberos haya inspeccionado el local, en el cual básicamente se revisa la instalación y se asegura que tengan medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

- Copia del RUC.
- Copia Nombramiento Representante Legal.
- Cedula y Papeleta de Votación representante Legal.
- Planilla de luz.
- Pago de tasa o permiso, de acuerdo a la Actividad económica.

ASPECTO TRIBUTARIO

RIGISTRO UNICO DEL CONTRIBUYENTE

Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función

es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente.

El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo:

- Dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica.
- Descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.

Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades CIIU (Clasificador Internacional Industrial Único).

PERSONAS NATURALES

Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas.

Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: tener ingresos mayores a \$ 100.000, o que

inician con un capital propio mayor a \$60.000, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000.

En estos casos, están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

A continuación detallamos las fechas en que deben declarar los impuestos según su número de cedula.

Cuadro 1: Fecha de declaraciones de impuestos.

NOVENO DIGITO DEL RUC	IVA			IMPUESTO A LA RENTA
	MENSUAL	SEMESTRAL		
		Primer Semestre	Segundo Semestre	
1	10 del mes siguiente	10 de julio	10 de enero	10 de marzo
2	12 del mes siguiente	12 de julio	12 de enero	12 de marzo
3	14 del mes siguiente	14 de julio	14 de enero	14 de marzo
4	16 del mes siguiente	16 de julio	16 de enero	16 de marzo
5	18 del mes siguiente	18 de julio	18 de enero	18 de marzo
6	20 del mes siguiente	20 de julio	20 de enero	20 de marzo
7	22 del mes siguiente	22 de julio	22 de enero	22 de marzo
8	24 del mes siguiente	24 de julio	24 de enero	24 de marzo
9	26 del mes siguiente	26 de julio	26 de enero	26 de marzo
0	28 del mes siguiente	28 de julio	28 de enero	28 de marzo

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

El incumplimiento de las normas vigentes establecidas podrá ser sancionado de conformidad a lo establecido en el Código Tributario.

SOCIEDADES

Las Sociedades son personas jurídicas que realizan actividades económicas lícitas amparadas en una figura legal propia. Estas se dividen en privadas y públicas, de acuerdo al documento de creación.

Las Sociedades están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Los plazos para presentar estas declaraciones se establecen conforme el noveno dígito del RUC:

Cuadro 2: Plazos para declarar y pagar impuestos.

PLAZOS PARA DECLARAR Y PAGAR IMPUESTOS					
NOVENO DIGITO DEL RUC	IMPUESTO A LA RENTA	ANTICIPO IMPUESTO A LA RENTA		ICE Y RETENCIONES EN LA FUENTE	IVA MENSUAL
		PRIMERA CUOTA	SEGUNDA CUOTA		
	FORMULARIO 101	FORMULARIO 106		FORMULARIO 105 y 103	FORMULARIO 104
1	10 de abril	10 de julio	10 de septiembre	10 del mes siguiente	10 del mes siguiente
2	12 de abril	12 de julio	12 de septiembre	12 del mes siguiente	12 del mes siguiente
3	14 de abril	14 de julio	14 de septiembre	14 del mes siguiente	14 del mes siguiente
4	16 de abril	16 de julio	16 de septiembre	16 del mes siguiente	16 del mes siguiente
5	18 de abril	18 de julio	18 de septiembre	18 del mes siguiente	18 del mes siguiente
6	20 de abril	20 de julio	20 de septiembre	20 del mes siguiente	20 del mes siguiente
7	22 de abril	22 de julio	22 de septiembre	22 del mes siguiente	22 del mes siguiente
8	24 de abril	24 de julio	24 de septiembre	24 del mes siguiente	24 del mes siguiente
9	26 de abril	26 de julio	26 de septiembre	26 del mes siguiente	26 del mes siguiente
0	28 de abril	28 de julio	28 de septiembre	28 del mes siguiente	28 del mes siguiente

Fuente: Guía del Servicio de Rentas Internas

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Las Sociedades deberán llevar la contabilidad bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

El incumplimiento de las normas vigentes establecidas podrá ser sancionado de conformidad a lo establecido en el Código Tributario

Emisión del Registro Único de Contribuyentes (RUC) permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que estable el código tributario en materia de impuestos. La emisión del RUC requiere los siguientes requisitos:

- Copia de la Cedula de Identidad.
- Acercarse a las oficinas del SRI.
- Proporcionar datos informativos como la dirección, teléfono.
- Tipo de negocio o actividad a la que se dedica.
- Firma y retira el RUC.
- Este trámite no tiene ningún costo monetario.

Servicio de Rentas Internas.-

Moto repuestos “Mary” tiene las siguientes obligaciones tributarias:

- Declaración de IVA mensual.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Afianzar.- parte del mercado que ha logrado ocupar un lugar privilegiado en el sector donde se desempeña.

Aptitudes.- Es la capacidad o experiencia que tiene una persona en determinado ámbito de desempeño y que son muy necesarias al momento de solucionar algún problema.

Capacidad de comercialización.- significa que una organización encamina todos sus esfuerzos a satisfacer a sus clientes por una ganancia, se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece.

Capacitación del Personal.- Proceso formativo aplicado de manera sistemática y organizada, con el fin de ampliar conocimientos, desarrollar destrezas y habilidades, y modificar actitudes.

Cliente potencial.- es aquella persona que todavía no es cliente de la empresa pero se cree que podría convertirse en un cliente frecuente.

Competitividad.- Capacidad de una persona, organización o país, para mantener sistemáticamente ventajas comparativas y/o competitivas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

Consumidor.- Es aquella persona que consume un producto/servicio con el fin de satisfacer una necesidad.

Motor a vapor.- es un motor de combustión externa que transforma la energía térmica de una cantidad de vapor de agua en energía mecánica.

Planeación estratégica.- se refiere a la capacidad de observación y de anticipación frente a desafíos y oportunidades que se generan, tanto de las condiciones externas a una organización, como de su realidad interna. Como ambas fuentes de cambio son dinámicas, este proceso es también dinámico.

Programas de Capacitación.- La capacitación es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito general es preparar al recurso humano en todas las áreas de desempeño.

Sistema Integrados Administrativos.- Una conducción profesional capaz de fijar estrategias, formular planes y utilizar y aplicar herramientas de control.

SRI.- Servicio de Rentas Internas es el organismo autónomo de Ecuador, cuya función principal es el cobro de los impuestos, a partir de una base de datos de contribuyentes. Fue creado en vez de la antigua Dirección General de Rentas.

Servicio Personalizado.- es un servicio hecho a la medida del cliente, significa más tiempo y dedicación, así como el contacto permanente para conocer requerimientos y saber qué es lo que se espera del servicio ofrecido.

Tendencias del mercado.- es una herramienta usada por los analistas técnicos con un solo propósito: detectar y medir las tendencias del precio para establecer y manejar operaciones de compra-venta dentro de un cierto mercado.

Ventaja competitiva.- Característica que posee un producto, o servicio que lo hace diferente y mejor de los que presenta la competencia. El objetivo es lograr el mayor número posible de ventajas competitivas. El uso eficaz de los procesos de una empresa ya supone en sí mismo una ventaja competitiva por posicionamiento tecnológico y optimización de los recursos.

2.3. HIPÓTESIS Y VARIABLES.

2.3.1. Hipótesis General

La implementación de un comercial que brinde repuestos y servicios de calidad en el Cantón Simón Bolívar evita que los motociclistas se trasladen a diferentes ciudades para cumplir con sus expectativas y por ende obtendremos clientes satisfechos con los productos ofrecidos.

Hipótesis Particulares

- La falta de variedad de productos provoca inconformidad de los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.
- La falta de preparación y capacitación del personal afecta en la calidad de servicios que se brinda a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.
- No se brinda productos de calidad debido a la falta de proveedores de repuestos y accesorios para motocicletas en el Cantón Simón Bolívar.

2.3.2. Declaración de Variables

Hipótesis General.

Variable Independiente:Servicios de calidad.

Variables Dependientes:Clientes satisfechos

Hipótesis Particular I.

Variable Independiente:Variedad.

Variables Dependientes: Inconformidad de los clientes.

Hipótesis Particular II.

Variable Independiente:Preparación y capacitación del personal.

Variables Dependientes:Calidad de servicio.

Hipótesis Particular III.

Variable Independiente: Productos de Calidad.

Variables Dependientes: Falta de proveedores.

2.3.3. Operacionalización de las variables

CUADRO 3. TIPOS DE VARIABLES.

COMPONENTES	VARIABLE	DEFINICIÓN	INDICADORES	TÉCNICAS
La implementación de un comercial que brinde repuestos y servicios de calidad en el Cantón Simón Bolívar evita que los motociclistas se trasladen a diferentes ciudades para cumplir con sus expectativas y por ende obtendremos clientes satisfechos con los productos ofrecidos.	Servicios de calidad.	Son las características del producto que satisfacen las necesidades del consumidor	Nivel de Eficiencia	Encuesta
	Cientes satisfechos	Son usuarios que adquieren productos acorde a sus necesidades y expectativas.	Estrategias de Ventas	Encuesta
La falta de variedad de productos provoca inconformidad de los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.	Variedad.	Ofrecer productos de diferentes marcas, diseños y precios.	Unidades	Encuesta
	Inconformidad de los clientes.	Es la queja o manifestación en relación al producto adquirido.	Dólares	Encuesta
La falta de preparación y capacitación del personal afecta en la calidad de servicios que se brinda a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.	Preparación y capacitación del personal.	Ilustrar al personal sobre el avance tecnológico con el objetivo de mejorar la calidad de servicio que se ofrece.	Dólares	Encuesta
	Calidad de servicio.	Son las características del producto que satisfacen las necesidades del consumidor.	Nivel de Rendimiento	Encuesta
No se brinda productos de calidad debido a la falta de proveedores de repuestos y accesorios para motocicletas en el Cantón Simón Bolívar.	Productos de Calidad.	Es aquel que satisface las expectativas del cliente al menor costo.	Dólares	Encuesta
	Falta de proveedores.	Es la ausencia de empresas que ofrecen productos a precios competitivos.	Dólares	Encuesta

Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

CAPÍTULO III

MARCO METOLÓGICO

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.

El trabajo investigativo es no experimental porque en ningún momento afectamos alguna variable establecida, lo que hacemos es observar describir y explicar, utilizamos el diseño transversal o transaccional ya que el instrumento se lo aplicó en un solo momento en el tiempo, expectativas referentes al mercado de motos y repuestos en el cantón Simón Bolívar

La modalidad de la investigación que se va utilizar para la propuesta será de tipo descriptiva, porque vamos a identificar todas las características referentes a las necesidades y expectativas.

Tipo de investigación

El tipo de investigación aplicado a este proyecto son los siguientes:

Investigación de Campo: Este tipo de investigación sirve de apoyo en informaciones que provienen de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. En esta se obtiene la información directamente en la realidad en el cantón Simón Bolívar, por lo tanto, implica observación directa por parte del investigador al conversar con los motociclistas.

Investigación Exploratoria: Esta se ejecuta con el propósito de acentuar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplifica el abrir líneas de investigación y proceder a su comprobación pues esto se determinara desde el lugar de los hechos en el cantón Simón Bolívar.

3.2. LA POBLACION Y LA MUESTRA

3.2.1. Características de la población

Los individuos que van a ser medidos serán los dueños de motocicletas del Cantón Simón Bolívar los cuales forman parte de los anuarios estadísticos de la Comisión de Transito del Guayas.

3.2.2. Delimitar la población.

Tomando en cuenta la formulación del problema delimitaremos a la población como finita, Para la cual se realizara una encuesta a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar en un tiempo de noventa y seis horas.

3.2.3. Tipo de la muestra.

La muestra es de tipo **no probabilística**, en la cual se ha seleccionado a un grupo objetivo que forma parte de la problemática planteada y así establecer la cantidad de encuestas que se realizaran.

Este tipo de muestra se adopta para esta investigación, ya que solo serán considerados quienes son propietarios de motocicletas y que habitan en el sector de acuerdo a la delimitación anterior.

3.2.4. Tamaño de la muestra

Para calcular la muestra se toma como universo la información obtenida de los anuarios estadísticos de la Comisión de Transito de Guayas. En el cual se señala que existen alrededor de 2.724 motos matriculadas en el cantón Simón Bolívar que se dedican a diferentes actividades comerciales y de uso personal por lo tanto

a los propietarios se les aplicará el instrumento investigativo conocido con el nombre de Encuesta.

Para obtener la muestra se hace necesario aplicar la fórmula estadística del modelo no probabilística, porque este nos permite analizar de acuerdo a nuestro criterio de investigación con un margen de error del 5%. A partir de estos datos se procedió a estimar la muestra utilizando la siguiente fórmula:

n = Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población⁶

E= Error admisible que lo determina el investigador en cada estudio.

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

$$n = \frac{2.724(0.5)(0.5)}{\frac{(2.724 - 1)0.05^2 + (0.5)(0.5)}{1.96^2}}$$

$$n = \frac{681}{\frac{2.723(0.0025) + 0.25}{3.84}}$$

$$n = \frac{681}{\frac{6.8075 + 0.25}{3.84}}$$

$$n = \frac{681}{2.0227}$$

n = 336.66

n = 337

⁶Información obtenida de la CTG año 2010.

3.2.5. Proceso de selección

El proceso de selección que se utilizara en la investigación será N, muestra poblacional tomada del universo (n.- de motocicletas) de las motocicletas del cantón. La muestra de tipo no probabilística, se llevara a cabo el siguiente procedimiento:

Muestra de sujetos voluntarios.- El grupo de sujetos que intervendrán en el proceso de encuesta lo harán libre y voluntariamente según su criterio, donde también expresaran sus necesidades y expectativas, referente a la problemática planteada.

3.3. LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Los métodos e instrumentos que aplicaremos en el estudio de la problemática planteada son los siguientes.

Métodos teóricos o procedimientos lógicos

Método de Observación: Este método nos permitirá obtener información primaria de los comerciantes informales la misma que servirá para comprobar los planteamientos formulados en el trabajo, lo que nos permite percibir deliberadamente ciertos rasgos existentes del comercio formal, sus necesidades exigencias y expectativas.

Método Inductivo: Este método se empleará para conocer las opiniones de los motociclistas del Cantón Simón Bolívar, se empezará con informaciones específicas para luego emitir opiniones razonables sobre la problemática proyectada, con el objetivo de satisfacer una necesidad en el mercado.

Método Deductivo: A través de este método vamos analizar las causas por las cuales los motociclistas del Cantón Simón Bolívar necesitan la implementación de un comercial de repuestos de moto y que brinde servicio técnico garantizado.

Método Estadístico: Por medio de este método vamos a recopilar la información, la tabularemos y procederemos posteriormente a un análisis. Cabe mencionar que la

información será obtenida a través de la herramienta investigativa conocida como la encuesta y procederá posteriormente a un análisis.

Métodos empíricos complementarios

Entre los métodos o técnicas de investigación que se aplicarán serán los siguientes:

Técnicas e Instrumentos

Para la investigación, las técnicas que se dispone son:

Encuesta.

La encuesta es el Cuestionario que se diseñara de forma lícotómica, además identificaran el nivel de aceptación de los motociclistas con respecto a la asesoría integral, ejerciendo una operatividad más eficaz, a través del cual se puede determinar sus puntos de vista, sus expectativas y necesidades.

Entrevista.

Además se aplicara la entrevista a la propietaria de “Moto repuestosMary” con el objetivo de conocer sus intereses con relación al proyecto.

3.4. EL TRATAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION

El tratamiento estadístico de la información se la realizó a través de la recolección de datos obtenidos en la encuesta, mediante el proceso de tabulación para en lo posterior graficar porcentualmente las respuestas que dieron las encuestas.

Para la elaboración de la encuesta se ha utilizado como instrumento el cuestionario, el cual está conformado por 10 preguntas.

Se realizó visitas al cantón Simón Bolívar y se encuestaron a los motociclistas con el fin de levantar información que ayude a satisfacer las preguntas, y a su vez esclarecer cada una de las hipótesis planteadas en el transcurso de la Investigación.

Se trató de esclarecer cada una de las variables planteadas, la encuesta se realizó de una forma muy detallada que al momento de realizar cada pregunta los motociclistas tengan idea del tema que se está analizando.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Análisis de la encuesta aplicada a los motociclistas del Cantón Simón Bolívar

1 TOTAL DE ENCUESTADOS POR GÉNERO

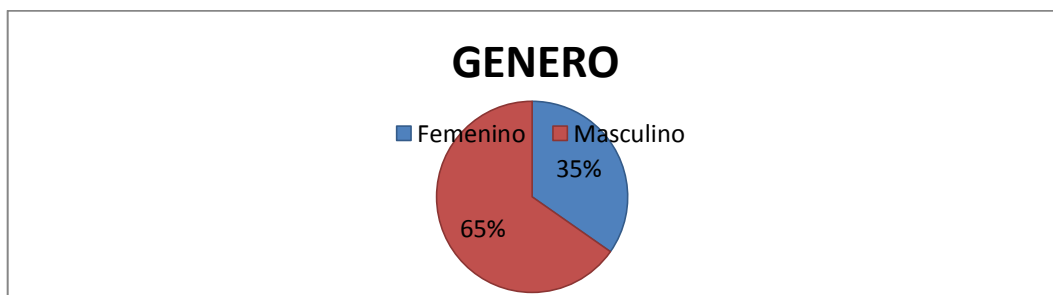
Cuadro 4.

GENERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	117	35%
Masculino	220	65%
TOTAL	337	100%

Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Ros Iñamagua

Grafico 1.



Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

INTERPRETACION.

Según los datos de la encuesta existe un porcentaje mayor de hombres dedicados al manejo de motocicletas y que son propietarios, esto se debe a que una parte importante del comercio tiene que ver con la agricultura, la variación es de un 53 % de diferencia.

2. Nivel de instrucción

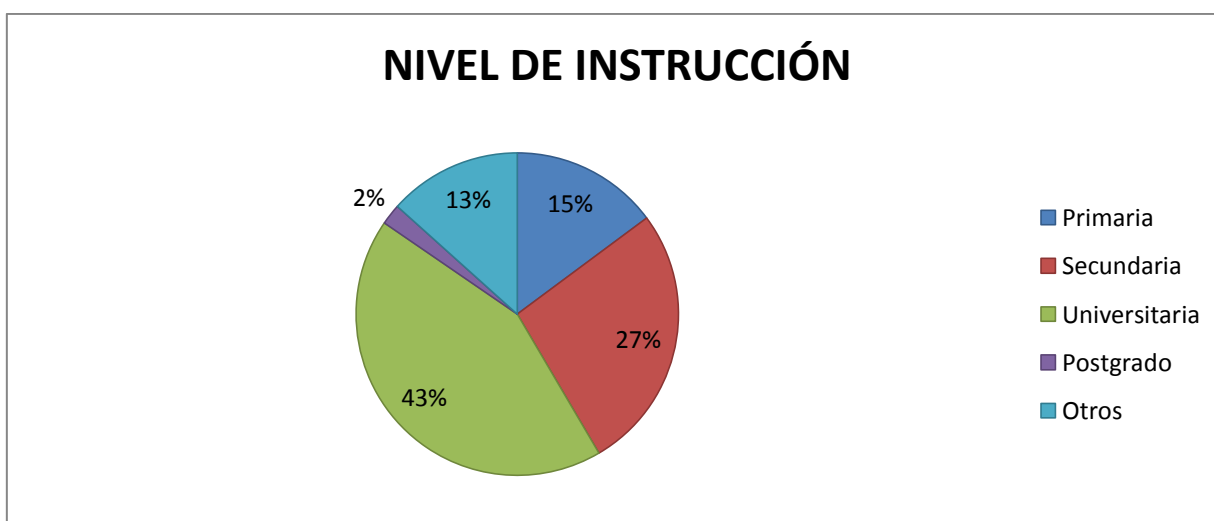
Cuadro 5.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primaria	50	15%
Secundaria	90	27%
Universitaria	145	43%
Postgrado	7	2%
Otros	45	13%
TOTAL	337	100%

Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Gráfico 2.



Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

INTERPRETACION

Gracias a los datos obtenidos se puede establecer que un porcentaje importante tiene instrucción superior (43%) esto favorece a la propuesta ya que con un nivel cultural alto los futuros clientes están más dispuestos a aceptar nuevas ideas que mejoren sus expectativas económicas.

3. EDAD

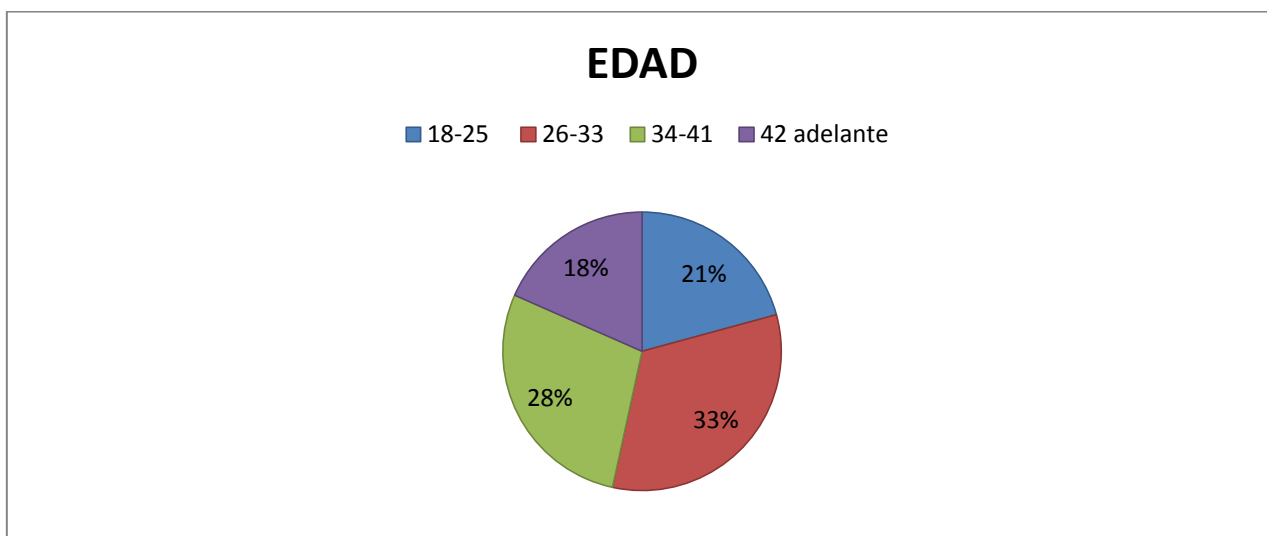
Cuadro 6.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
18-25	70	21%
26-33	110	33%
34-41	95	28%
42 adelante	62	18%
TOTAL	337	100%

Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Gráfico 3.



Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

INTERPRETACION

En la consulta se obtiene que de un total de 337 motociclistas, 70 motociclistas se encuentran en una edad de 18 a 25 años, 110 tienen entre 26 y 33 años, 95 se encuentran entre los 34 a 41 años y 62 de ellos tienen una edad mayor a 42 años. La que la mayoría de los propietarios se encuentran en una edad de 26 a 33 años.

4. ¿Que marca es su moto?

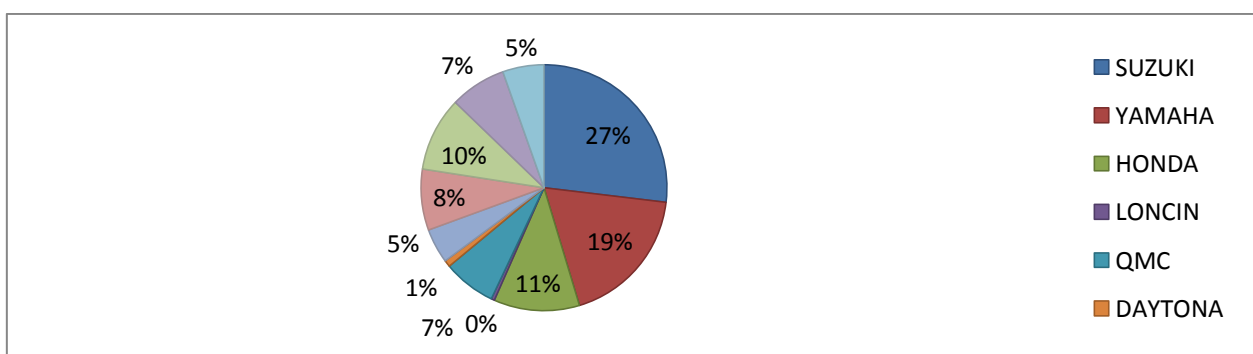
Cuadro 7.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SUZUKI	124	27%
YAMAHA	85	19%
HONDA	52	11%
LONCIN	2	0%
QMC	32	7%
DAYTONA	4	1%
MICARLLI	21	5%
TRAC	37	8%
OROMOTO	45	10%
TECNO	34	7%
OTRAS	25	5%
TOTAL	337	100%

Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Gráfico 4.



Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

INTERPRETACIÓN:

En el siguiente grafico el resultado nos muestra que las motocicletas con mayor demanda son las de marca Suzuki con un porcentaje de aceptación del 27% sobre el 100% evaluado. Seguida de las motocicletas de marca Yamaha con un porcentaje del 19%, seguido con un margen muy distante otras marcas y siguientes las de marca Honda, Oromoto, Trax y Tekno. Lo cual refleja que los repuestos de mayor demanda son para motos de 2y4 tiempos en este tipo de marcas muy comerciales.

5. ¿Está conforme con el servicio que le dan actualmente en otros locales de venta de repuestos de motos?

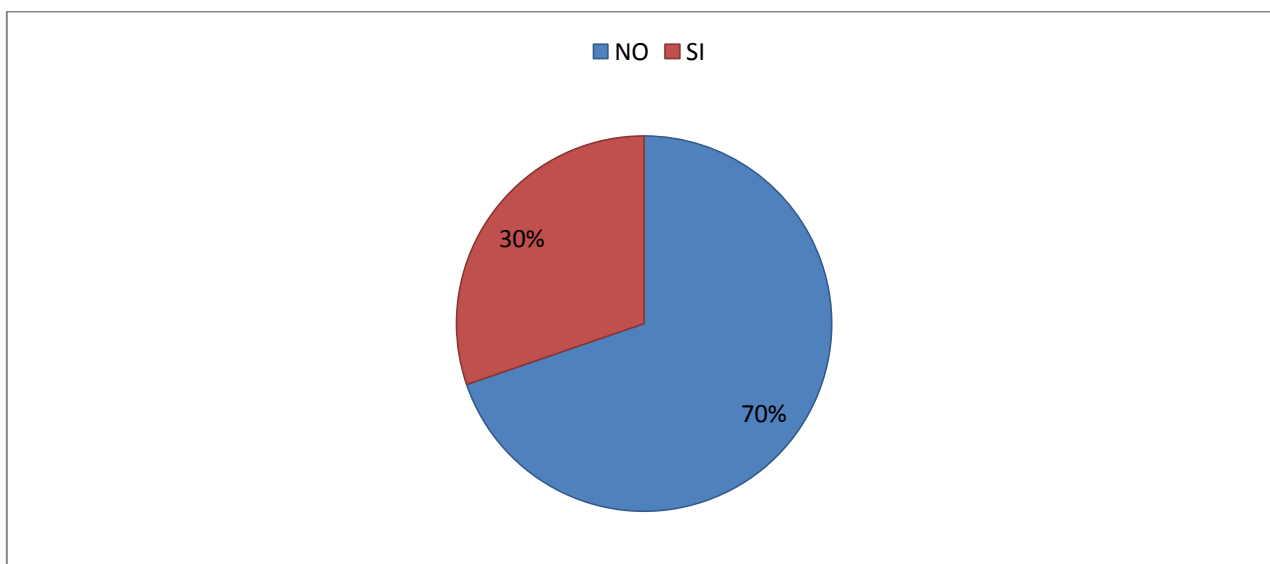
Cuadro 8.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
NO	235	70%
SI	102	30%
TOTAL	337	100%

Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Grafico 5.



Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

INTERPRETACION:

De acuerdo a la encuesta realizada en el cantón Simón Bolívar si el servicio que le dan actualmente en otros locales de venta de repuestos de motos es de su agrado el 70% de los motociclistas contestaron que no y un 30% está conforme con el servicio y atención que les prestan.

6. ¿Con qué frecuencia le realiza un chequeo a su moto?

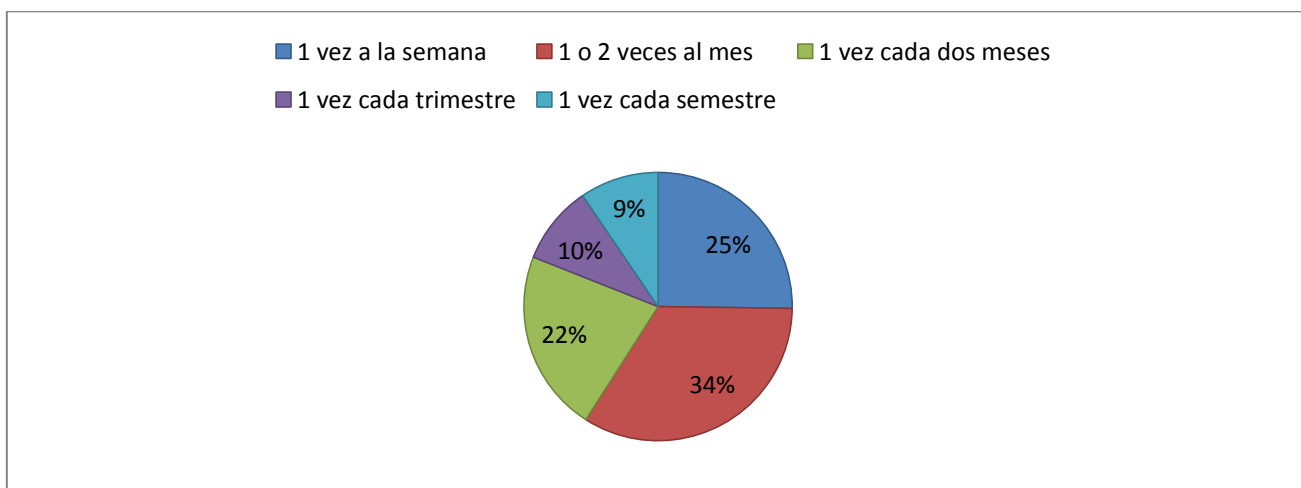
Cuadro 9.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
1 vez a la semana	85	25%
1 o 2 veces al mes	114	34%
1 vez cada dos meses	74	22%
1 vez cada trimestre	32	10%
1 vez cada semestre	32	9%
TOTAL	337	100%

Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Grafico 6.



Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la encuesta realizada en el cantón Simón Bolívar con qué frecuencia le realiza un chequeo a su moto 1 vez a la semana nos contestó el 25% y 1 a 2 veces por semana nos contestaron el 34%, 1 vez cada dos meses el 22% de los motociclistas, 1 vez cada trimestre el 10%, y una vez cada quimestre el 9%.

7. ¿Cuál de los siguientes productos compra con frecuencia?

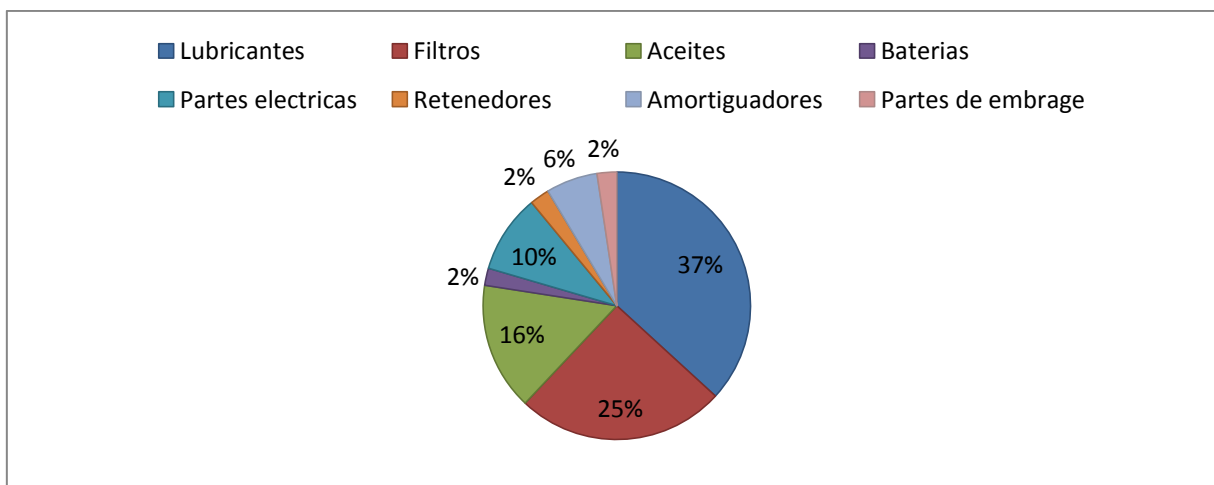
Cuadro 10.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Lubricantes	124	37%
Filtros	85	25%
Aceites	52	16%
Baterías	7	2%
Partes eléctricas	32	10%
Retenedores	8	2%
Amortiguadores	21	6%
Partes de embrague	8	2%
TOTAL	337	100%

Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Ñamagua

Grafico7.



Fuente: Estudio de mercado
Responsable: Karla Delgado y Rosa Ñamagua

INTERPRETACION:

De acuerdo a la encuesta realizada en el cantón Simón Bolívar que producto usa con frecuencia para el cuidado y mantenimiento de su motos dicen que el 37% del público consumidor compra lubricantes, el 25% filtros, el 16% aceites para la motos, el 10% partes eléctricas, el 6% amortiguadores y un 2% compran partes de embragues retenedores y baterías.

8. En el siguiente orden califique el nivel de decisión de compra.

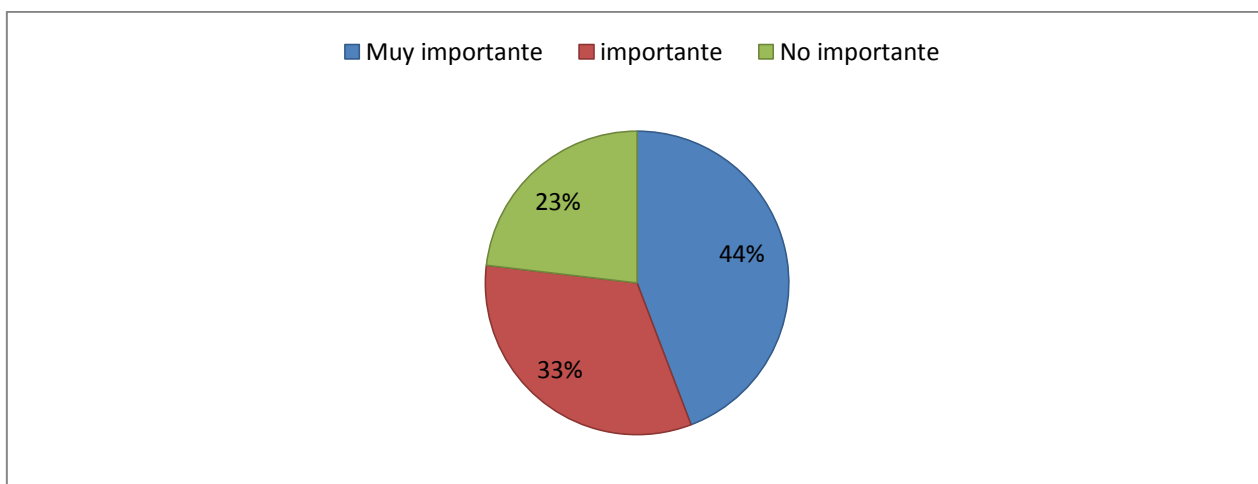
Cuadro 11.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Muy importante	149	44%
Importante	110	33%
No importante	78	23%
Total	337	100%

Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Ñamagua

Grafico8.



Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Ñamagua

INTERPRETACION:

De acuerdo a la encuesta realizada en el cantón Simón Bolívar como califica usted la decisión de compra de los repuestos para su moto, muy importante el 44%, importante el 33%, no importe el 23% de acuerdo a estos parámetros puede decir que los motociclistas le dan mucha importancia al cuidado de sus motos pues son muchas herramientas de trabajo.

9. ¿Qué consecuencia provoca la falta de un personal técnico calificado para este trabajo?

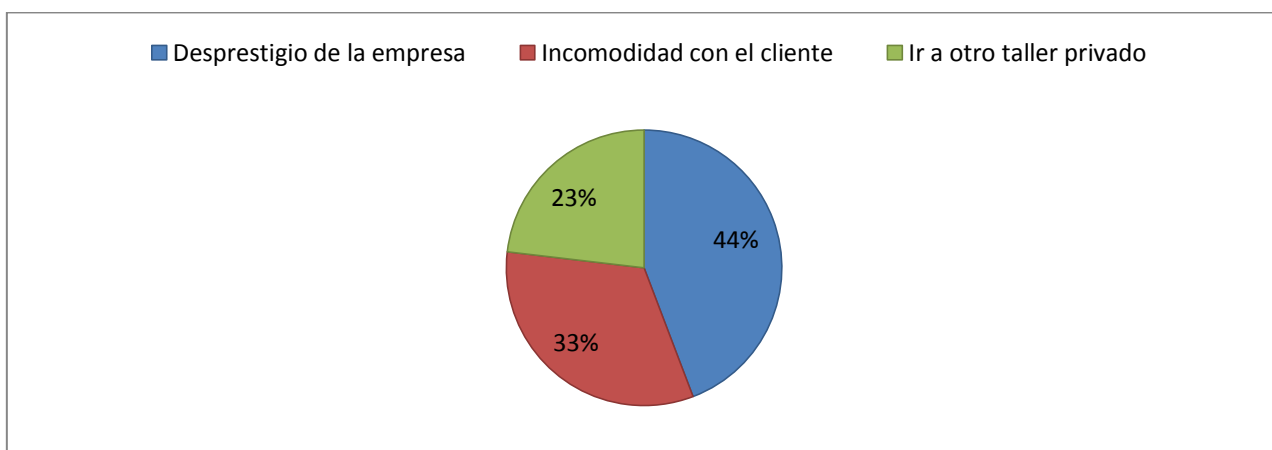
Cuadro 12.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Desprestigio de la empresa	149	44%
Incomodidad con el cliente	110	33%
Ir a otro taller privado	78	23%
Total	337	100%

Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Ñamagua

Grafico9.



Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Ñamagua

INTERPRETACION:

De acuerdo a la encuesta realizada en el cantón Simón Bolívar consideran muy necesario tener un personal calificado dentro del trabajo de reparación y mantenimiento de motocicletas pues considera un 44% que el no tenerlo es un desprestigio para la empresa, 33% incomodidad para el cliente, 23% considera que iría a otro taller particular.

10. ¿Le gustaría a usted contar con un negocio que le brinde todo los repuestos y el servicio de taller en un mismo lugar sin tener que salir de la ciudad?

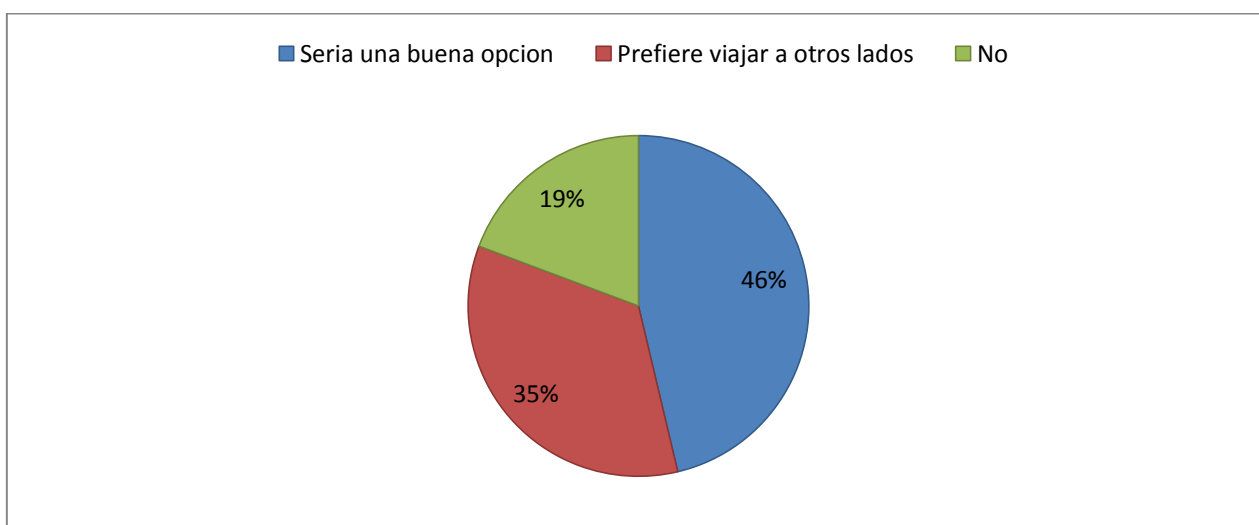
Cuadro 13.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Sería una buena opción	156	46%
Prefiere viajar a otros lados	116	35%
No	65	19%
Total	337	100%

Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Ñamagua

Gráfico 10.



Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Ñamagua

INTERPRETACION:

De acuerdo a la encuesta realizada en el cantón Simón Bolívar se preguntó si le gustaría contar con un negocio que le brinde todo los repuestos y el servicio de taller en un mismo lugar sin tener que salir de la ciudad, 46% de ellos dijo que sería una muy buena opción ,35% prefiere viajar a otros lados pues no existe en el cantón, 19% dijo que no pues tienen su taller de confianza.

11. ¿USTED ES?

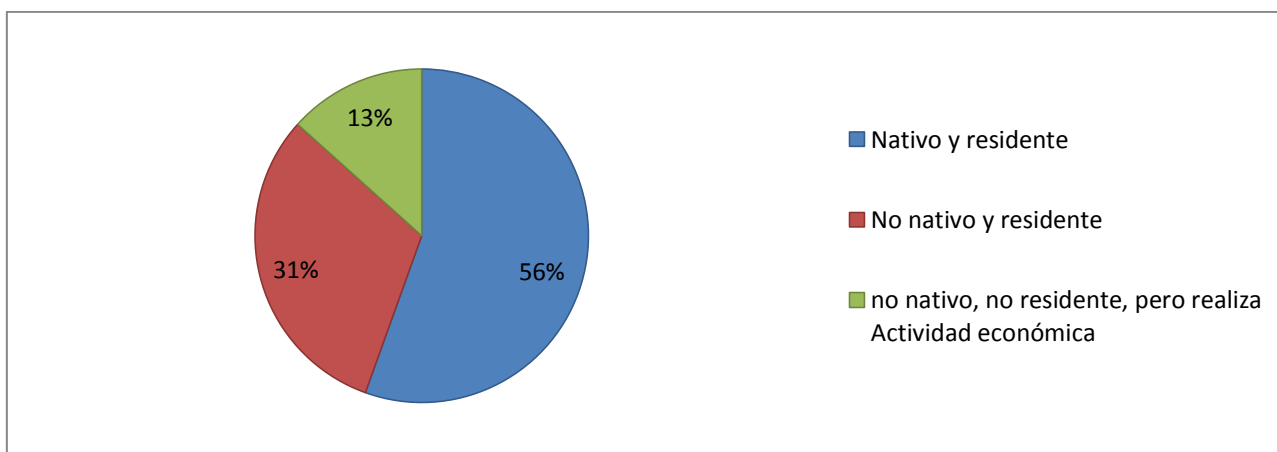
Cuadro 14.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Nativo y residente	187	56%
No nativo y residente	105	31%
No nativo, no residente, pero realiza Actividad económica	45	13%
TOTAL	337	100%

Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Ñamagua

Grafico 11.



Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Ñamagua

INTERPRETACION:

En la pregunta de un total de 337 motociclistas, 56% de los motociclistas es nativo y residente del cantón, 31% no son nativos pero ya residen en el cantón y 13% no nacieron ni viven en el cantón solo tienen su negocio. Observamos que la mayoría de motociclistas propietarios son nativos y residentes del cantón o han llegado de otro lado pero residen ahí.

12. ¿La carencia de un negocio completo de repuesto de motos que ocasiona a los motociclistas?

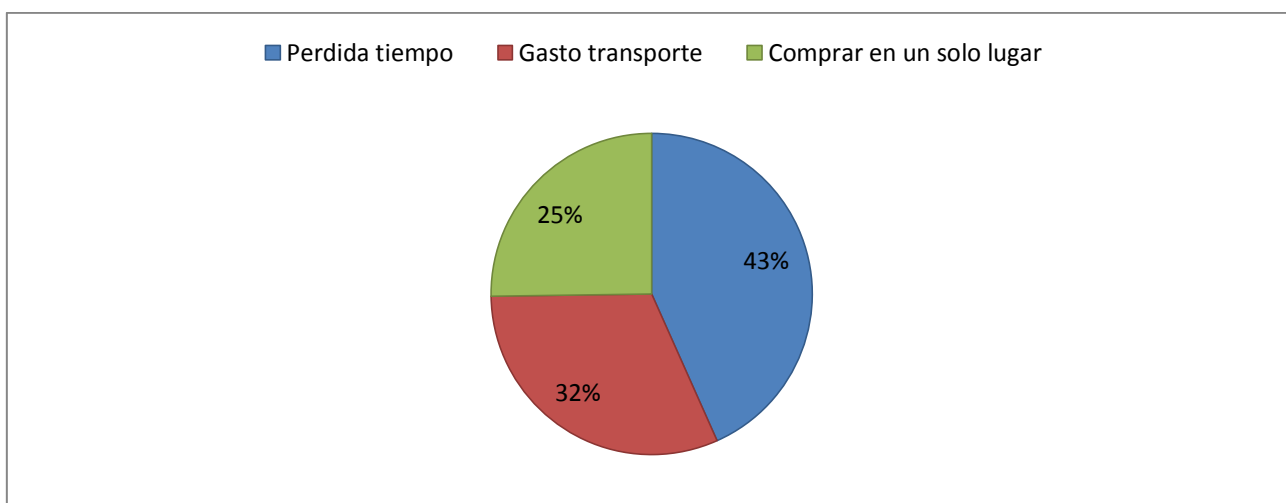
Cuadro 15.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Perdida tiempo	146	43%
Gasto transporte	106	32%
Comprar en un solo lugar	85	25%
Total	337	100%

Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Ñamagua

Grafico12.



Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Ñamagua

INTERPRETACION:

De acuerdo a la encuesta realizada en el cantón Simón Bolívar se preguntó si la carencia de un negocio completo de repuesto de motos que ocasiona a los motociclistas el 43% contestó es una pérdida de tiempo el buscar los repuestos y donde cambiarlos, el 32% gastó mayor pues debe movilizarse en transporte público, 25% dice que desearía comprar en un solo lugar y cambiar todo ahí mismo.

13. ¿Está conforme con la atención que le ofrecen en los locales de ventas de repuestos motos?

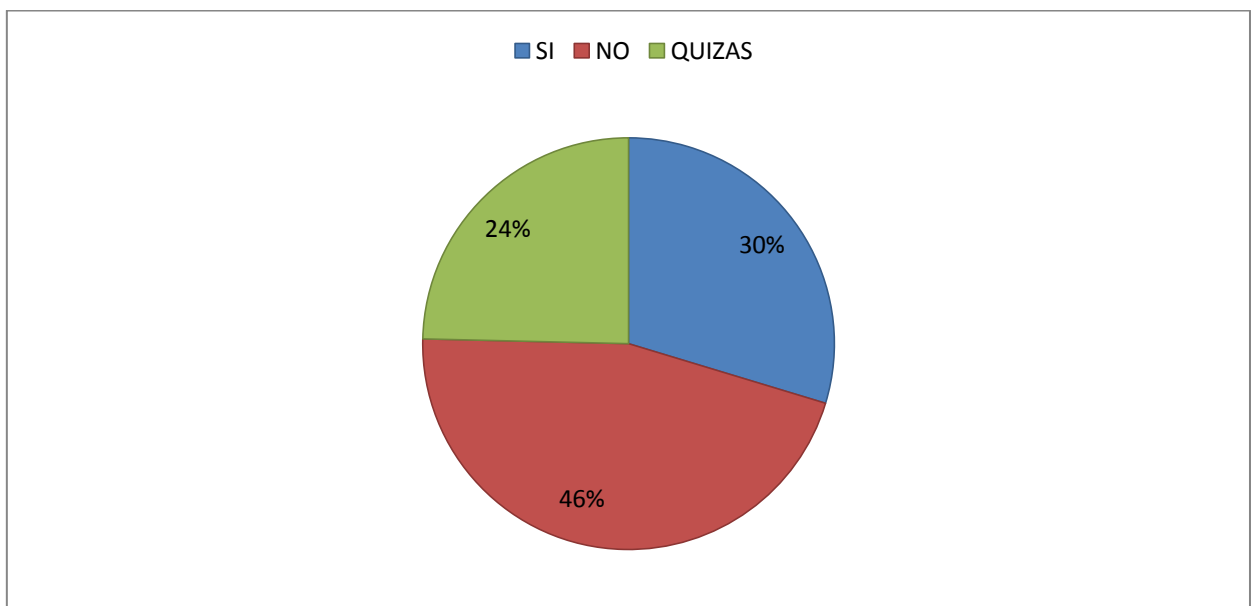
Cuadro 16.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	100	30%
NO	154	46%
QUIZAS	83	24%
Total	337	100%

Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Ñamagua

Grafico 13.



Fuente: Estudio de mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Ñamagua

INTERPRETACION:

De acuerdo a la encuesta realizada en el cantón Simón Bolívar se preguntó si están conforme con la atención recibida al comprar los repuestos y realizar la reparación de sus motos el 30% si el 46% no y el 26% quizás pero no es de su agrado.

4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Un análisis importante para el sector comercial es la tendencia respecto al número de motociclistas que se constituyen por año. De acuerdo a los resultados obtenidos, es importante verificar que esta tendencia es creciente cada año, el número de motociclistas constituidas va en aumento, evidenciándose un pico en esta tendencia en el año 2000, precisamente coincidiendo con el proceso de dolarización que se presentó en el Ecuador.

Posteriormente, el número de motociclistas constituidos sufren altos y bajos, evidenciándose que para el año 2012, se tiene un valor muy bajo respecto a la tendencia anterior. Posiblemente una de las causas de este comportamiento se debe a las políticas estatales respecto al empleo en sector público, a nuevas normativas en la comisión de tránsito leyes y reglamentos que se deben cumplir y al alto grado de relevancia política del sector en los últimos años.

4.3. RESULTADOS.

Luego de realizar la respectiva investigación se pudo destacar como resultado principal la predisposición que tuvieron todos los integrantes de la población motociclista del Cantón Simón Bolívar al momento de realizar la encuesta, así también se precisa lo siguiente, aunque existió un mínimo de personas que estuvieron reacias a contestar las preguntas.

- De este sector hay una gran demanda por ayuda externa para poder cuidar y mantener en buen estado una herramienta de trabajo como es la moto, además de la ayuda para el desarrollo económico
- El correcto servicio y atención al cliente de Almacén Moto Repuesto Mary permite que los clientes tengan una atención veraz y oportuna lo que favorece para el cumplimiento de los objetivos y metas de la misma ya que ganaría la fidelidad de clientes fijos y referidos.

- El Cantón Simón Bolívar tiene un alto grado de concentración comercial y ayuda a salir adelante a muchas familias del sector, en emprendimiento aunque mucho de este en forma empírica, desarrollado el comercio del cantón.
- Se encontró que no hay una cultura de implementar estrategias de atraer a clientes debido al poco conocimiento de mercados
- Cumplir de manera correcta con cada uno de los procedimientos de servicio al cliente, principios y técnicas, de tal forma que los futuros clientes se sientan bien atendidos en el nuevo almacén y la información reflejada en los estados financieros sea veraz y oportuno.

4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Hipótesis General

Cuadro 17.

Si se conocen las reglas que rigen el mercado se logrará un mayor desarrollo competitivo de las empresas que venden repuestas de motocicletas en el cantón Simón Bolívar	La carencia de un negocio completo de repuesto de motos que ocasiona a los motociclistas (12)
--	---

Fuente: Hipótesis General

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Hipótesis Particulares

Cuadro 18.

El desconocimiento de las reglas del mercado de repuestos de motocicletas no garantizan la recuperación de la inversión que realizan los comerciantes del Cantón Simón Bolívar	Le gustaría a usted contar con un negocio que le brinde todo los repuestos y el servicio de taller en un mismo lugar sin tener que salir de la ciudad.(10)
--	--

<p>La oferta de repuestos no está acorde con la demanda que muestran los motociclistas del cantón Simón Bolívar</p>	<p>Productos compra con frecuencia, Califique el nivel de decisión de compra, consecuencia provoca la falta de un personal técnico calificado para este trabajo</p>
<p>El personal técnico capacitado no cumple con la demanda de servicios de mantenimiento y reparación de motocicletas del Cantón Simón Bolívar.</p>	<p>Un personal técnico permitiría estar conforme con la atención que le ofrecen en los locales de ventas de repuestos motos consecuencia provoca la falta de un personal técnico calificado para este trabajo(10,13)</p>
<p>Si se aplican servicios de calidad, se alcanzará un mejor nivel de aceptación de una casa de repuestos y mantenimiento de motos en el cantón Simón Bolívar.</p>	<p>El servicio que le dan actualmente en otros locales de venta de repuestos de motos es de su agrado, La carencia de un negocio completo de repuesto de motos que ocasiona a los motociclistas (5,12)</p>

Fuente: Hipótesis Particulares
Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1. TEMA

creación de una sucursal del comercial “Moto Repuesto Mary” y servicio técnico en el Cantón Simón Bolívar.

5.2. FUNDAMENTACION

Desde el punto de vista pedagógico la intención de este proyecto con la implementación de una sucursal es, facilitar la estructuración de la microempresa y que sirva como cambio en la administración de la misma. Las exigencias del nuevo panorama competitivo hacen necesario que los administradores o dueños de estas microempresas piensen en emplear técnicas y procedimientos acorde con las condiciones y factores tradicionales, como los costos generales, el acceso a los recursos financieros y los mercados. Que la información que se proporciona a los administradores se estrictamente apegada a las necesidades de la empresa para que se tomen las decisiones acordes a los objetivos planteados. Una excelente administración ayudara a conseguir las metas, la administración tiene que

asegurarse de que todo funcione bien y la completa satisfacción de los clientes se refleja en el desempeño de los empleados tanto en el área administrativa como operativa y la empresa podrá ver los resultados en los ingresos que no se reflejarían si se brinda un servicio de mala calidad, para que la administración funcione correctamente tiene que aplicar sus habilidades de planear, organizar y controlar de manera efectiva.

Los individuos se ven atraídos hacia la actividad empresarial por diversos incentivos poderosos. Algunos se ven especialmente atraídos por una clase de incentivo, en tanto que otros se ven atraídos por alguna mezcla de posibles satisfacciones. Estas recompensas pueden agruparse en tres categorías básicas:

- La recompensa de las ganancias.
- La recompensa de la independencia.
- La recompensa de una forma de vida satisfactoria.

La recompensa de las ganancias

Los resultados financieros de cualquier negocio deben compensar a su propietario por invertir su tiempo personal (equivalente a un salario) y ahorros personales (intereses o dividendos o equivalentes) antes de que se obtengan ganancias reales. Los empresarios esperan un rendimiento que no solo les compense por el tiempo y dinero que invierten, sino también que les premie bien, por los riesgos e iniciativa que toman al operar sus propios negocios.

Aunque las recompensas de ser microempresario son atractivas, también hay costos asociados con la propiedad de un negocio. Comenzar y operar un negocio propio suele exigir un trabajo duro, largas horas y mucha energía emocional. Los microempresarios tienen la amarga experiencia de sufrir tensiones personales, así como la necesidad de invertir mucho de su propio tiempo y trabajo. Muchos de ellos describen sus carreras como emocionantes, pero muy exigentes.

Crecimiento de la empresa.- En los últimos años las empresas han sido las más innovadoras, esto se debe a que han sabido manejar apropiadamente los cambios económicos, sociales y han promovido la creación de nuevos empleos. El crecimiento de la microempresa no es una meta. Las microempresas han logrado

con la contribución de la gente y los diversos tipos de recursos que exista un servicio diferenciado. Por lo tanto, el crecimiento no es el objetivo clave de la compañía. El crecimiento es necesario para su supervivencia.

Plan de negocios.- Un plan de negocios es un documento que contiene puntos tales como propuestas de un nuevo negocio o mejoramiento de uno ya existente, pronóstico de ventas y análisis financiero, evaluación de riesgos a la nueva inversión. Se tiene por objetivo conseguir la financiación de nuevas iniciativas empresariales o suministrar a la dirección una perspectiva a futuro.

El Plan de Negocios puede servir como una herramienta de planificación para describir sus operaciones de negocios. Este responderá a las siguientes preguntas:

¿Dónde estamos ahora?; ¿Hacia dónde vamos?; ¿Cómo lo alcanzaremos?

El Plan de Negocios es un mapa con señales y puntos importantes, con los cuales se puede monitorear y evaluar el progreso.

Aspectos administrativos.- Esta etapa tiene una mayor importancia para aquellos proyectos que se presentan para obtener financiación, total o parcial.

Recursos humanos.- Relacionar las personas que participarán: asesores, equipo de recolección de datos, etc., especificando la calificación profesional y su función en la investigación.

Presupuesto.- Se debe presentar un cuadro con los costos del proyecto indicando las diferentes fuentes, si existen, y discriminando la cuantía de cada sector en la investigación.

Presentar un cronograma financiero que cubra todo el desarrollo del proyecto.

5.3. JUSTIFICACION

Para la propuesta que realizamos en nuestro proyecto encontramos que la microempresa “Moto repuestos Mary” carece de algunas herramientas de control para el buen desempeño de los procesos como es planificación, control de

inventarios, presupuestos, que ahora no representan un gran peligro pero a futuro podrían llegar a serlo.

La paulatina aparición de nuevas marcas de motos y la evolución de los mercados aumenta la necesidad de estar al día para así poder reaccionar de una manera rápida y eficaz, con la finalidad de evitar ser marginados del mercado por la falta de variedad de repuestos o por la creciente competencia. Estas son las principales causas por las cuales llegamos a realizar este proyecto para la Microempresa Moto Repuestos Mary, que actualmente no cuenta con una buena organización de los procesos y que aplicando un sistema integral proporcionaremos control total sobre todos los procesos, funcionara de manera conjunta con todas las áreas para que de tal forma al implementar su nueva sucursal no presente problemas, de tal forma que se pueda conocer el inventario físico, las obligaciones tributarias y llevar un buen control financiero.

Por medio de este sistema obtendremos la información necesaria para tomar las decisiones oportunas que le permitan mantenerse en el mercado, buscar mayor rentabilidad y lo que los clientes necesitan eficiencia, calidad y buen servicio.

5.4. OBJETIVOS

5.4.1. Objetivo General de la Propuesta

Proponer la creación de una sucursal de Moto repuestos Mary mediante la aplicación integral de repuestos y servicios de mantenimiento para los motociclistas del Cantón Simón Bolívar.

5.4.2. Objetivos Específicos de la Propuesta

- Proponer la difusión de la necesidad de una sucursal que brinde repuesto y servicio técnico de calidad entre la población del cantón Simón Bolívar
- Poseer un Control tributario claro y eficiente.
- Establecer estrategias administrativas.
- Capacitar de forma semestral al personal operativo.

- Ofrecer repuestos de buena calidad, un adecuado servicio al cliente,



conservar los precios competitivos según las necesidades del mercado y así mantener la lealtad de los clientes.

5.5. UBICACIÓN

Para realizar este proyecto será necesario tener un local con una distribución cómoda para que los clientes puedan sentirse bien, también tomaremos en cuenta la ubicación del local siendo el punto geográfico el país será Ecuador, Provincia del Guayas específicamente en el Cantón Simón Bolívar en el sector centro de la ciudad. El sector elegido es en las calles 25 de Julio y Carlos Bravo muy concurrida que brindara un lugar estratégico para el apoyo al desarrollo empresarial.

GRAFICO 14.

Fuente: maps.google.com.ec/maps?hl=es

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

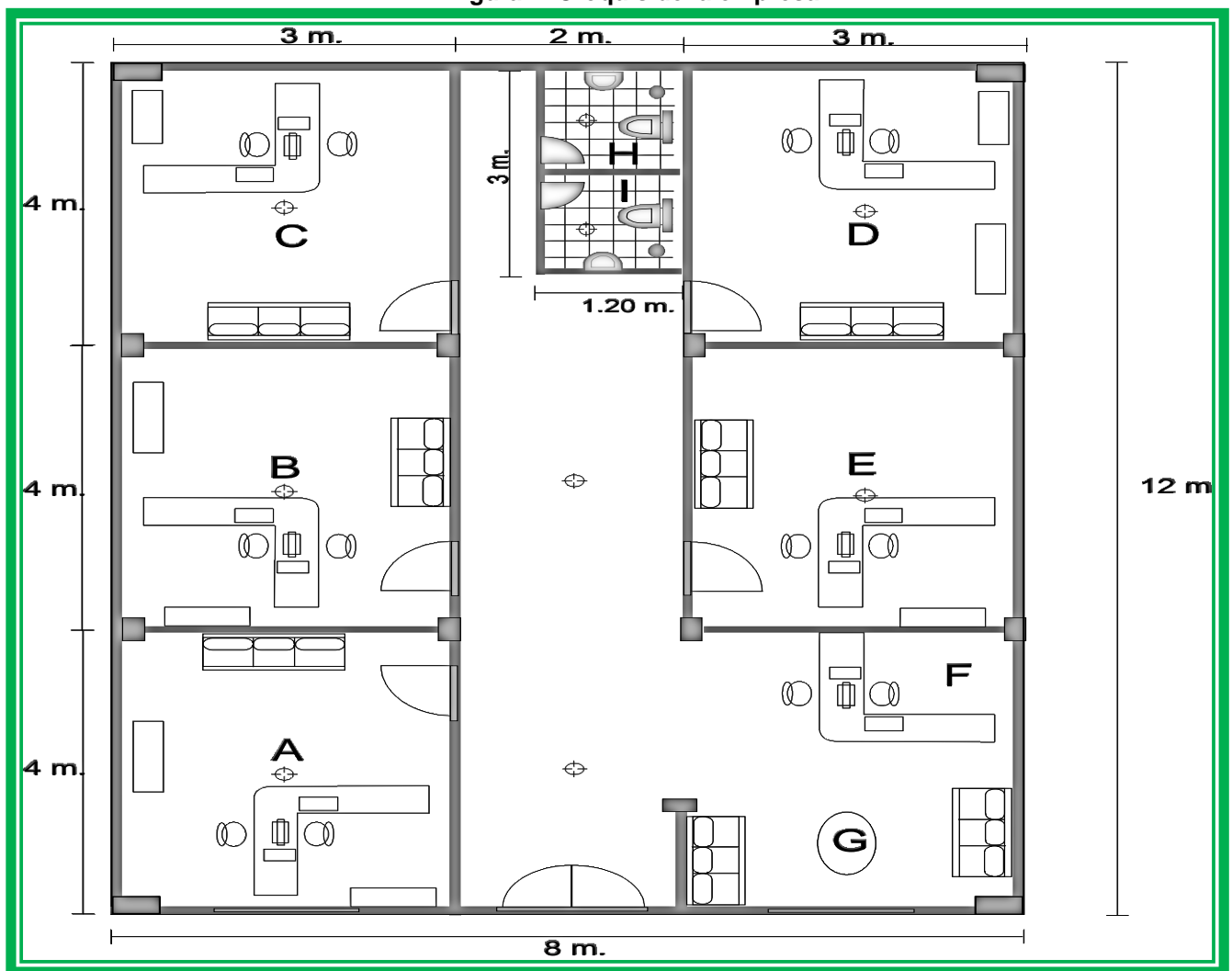
5.6. FACTIBILIDAD

Aquí se realizara la adquisición de los equipos, maquinarias, y accesorios que se necesitará para la sucursal, además de estimar los gastos generales y sus respectivos costo, con el fin de determinar la inversión total de esta propuesta,

Además se está considerando la posibilidad de realizar convenios con las distintas entidades que emiten tarjetas de crédito, ya que esto sería un medio beneficioso para las personas que no cuentan con dinero en efectivo en el momento que necesitan comprar un repuesto y por supuesto obtendríamos más ganancias y clientes por la venta con tarjetas de crédito.

Por la factibilidad de proyecto es viable y está fundamentado en una investigación de campo y por los objetivos planteados es descriptivo porque se busca explicar las propiedades importantes de comunidades, grupos, personas o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Evalúan otros aspectos, componentes o dimensiones de los fenómenos que se investigan.

Figura 1. Croquis de la empresa.



Factibilidad Legal

Empresa

La empresa nace para atender las necesidades de la sociedad y crea satisfacción a cambio de una retribución que compense el riesgo de los inversionistas. En la empresa el factor humano es decisivo y la administración establece los fundamentos para lograr armonizar los numerosos intereses de los accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores.

DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA

1. CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, NOMBRE Y DOMICILIO⁷

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no.

La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima", o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determina la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

⁷ Ley de Compañías

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Salud para la recaudación correspondiente.

2. DE LA CAPACIDAD

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

REQUISITOS PARA TRAMITAR LA PATENTE MUNICIPAL (Anual)

- Razón social
- Copia de cedula del Representante Legal
- RUC del Representante Legal
- Pago del permiso de bomberos

PERMISO DEL FUNCIONAMIENTO OTORGADO POR EL CUERPO DE BOMBEROS (Anual)

- Solicitud de inspección
- Informe de inspección
- Certificado de Funcionamiento

TRAMITES DEL REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES (R.U.C.)

Para obtener el R.U.C. para Sociedades Anónimas se requiere los siguientes requisitos

Original y Copia de:

- Formulario 101A y 101B
- Constitución de la Sociedad
- Nombramiento del Representante Legal
- Cedula del Representante Legal
- Patente

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO MINISTERIO SALUD PÚBLICA

Este documento se lo obtiene en la Dirección Provincial de Salud del Guayas, presentando la siguiente documentación:

- Copia del RUC
- Croquis del negocio
- Croquis de la ubicación del negocio
- Cédula y Papeleta de Votación
- Planilla de servicio básico.
- El carnet de salud del empleador y cada uno de los empleados.

Obligaciones del empleador:⁸

- Celebrar un contrato de trabajo
- Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- Afiliar a tu trabajador a la Seguridad Social (IESS), a partir del primer día de trabajo, inclusive si es a prueba.
- Sueldo básico que debes pagar es de 318.00 usd (SBU 2012).
- Asumir el porcentaje(11,15%) que corresponde al empleador por la seguridad social
- Pagar horas extras y suplementarias.
- Pagar los décimos tercero y cuarto
- A partir del segundo año de trabajo pagar los Fondos de Reserva.

Si tú eres un trabajador recuerda que tienes los siguientes derechos laborales:

- Afiliación a la Seguridad Social desde el primer día de trabajo.
- A percibir como mínimo el sueldo básico(318usd)
- A percibir horas extras y suplementarias
- A percibir los décimos tercero y cuarto en las fechas establecidas
- A percibir los Fondos de Reserva a partir del segundo año de trabajo.
- A un periodo de vacaciones laborales remuneradas

⁸<http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/obligaciones-derechos-como-empleador-y-empleado/>

Jornada de trabajo.

El Trabajador debe cumplir una jornada laboral (diurna o nocturna). En caso de laborar fuera de dichas jornadas tiene derecho a percibir horas extras o suplementarias, según sea el caso.

Terminación de la relación laboral.

La relación laboral puede darse por terminada por: Renuncia del trabajador o despido por parte del empleador.

En cualesquiera de los casos, el empleador debe elaborar un **Acta de Finiquito** (El Empleador o Patrono elabora el activo de Finiquito en el Sistema del MRL), en la que debe constar que dan por terminada la relación laboral, el último sueldo percibido por el trabajador, un desglose de los valores que se cancela al trabajador (% por décimos, vacaciones, horas extras y suplementarias, fondos de reserva).

Esta acta que elabora el empleador debe ingresar al Ministerio de Relaciones Laborales; y, una vez que el ministerio lo apruebe deben concurrir el empleador y el trabajador para la firma del Acta y la entrega de los valores.

5.7. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Misión, Visión, Valores de la Empresa

Las actividades que aplicaremos para la implementación de la propuesta esta la realización de un estudio a la microempresa Moto repuestos Mary para el sistema integrado.

Misión

Ser una empresa competitiva en la comercialización de repuestos de motos, con un personal comprometido al beneficio colectivo y propio. Destacándose entre las mejores por sus aportaciones al desarrollo económico social del cantón Simón Bolívar.

Visión

Ser una empresa líder en la venta y distribución de repuestos de motos en el cantón Simón Bolívar, procurando una mejora continua y ofreciendo al mercado

soluciones acordes a las exigencias de los clientes logrando ser pioneros en calidad y servicio al cliente.

Valores

Ética.- Los colaboradores deberán actuar con honestidad, atendiendo siempre la verdad y fomentar la credibilidad de la microempresa.

Servicio al cliente.- amabilidad, iniciativa y rapidez.

Excelencia.-Ofrecer productos de calidad, que satisfagan las necesidades de los clientes y que generen lealtad hacia la misma.

Respeto.- Tratar con cordialidad a nuestros clientes, procurando crear un ambiente de respeto mutuo.

Honorabilidad.- ser justo, digna de confianza y mantener el honor consigo mismo, con los clientes y con la empresa.

Integridad.- Ser honrado, no robar ni sentirse tentado por los bienes ajenos y vivir de su propio trabajo.

Predisposición.- para ayudar a los clientes a encontrar lo que está buscando y solucionar los problemas que se lleguen a presentar.

Responsabilidad.- tener la capacidad para responder a situaciones propias o ajenas, cumpliendo a cabalidad todas sus obligaciones.

Personal

El diseño organizacional de la empresa Moto repuesto Mary esta agrupado por dos áreas que son las siguientes.

1.- Área Administrativa

Se encargara de gestionar todo el funcionamiento de la sucursal en todos los aspectos tanto en la selección del personal, como en realizar actividades necesarias para el buen funcionamiento de la empresa

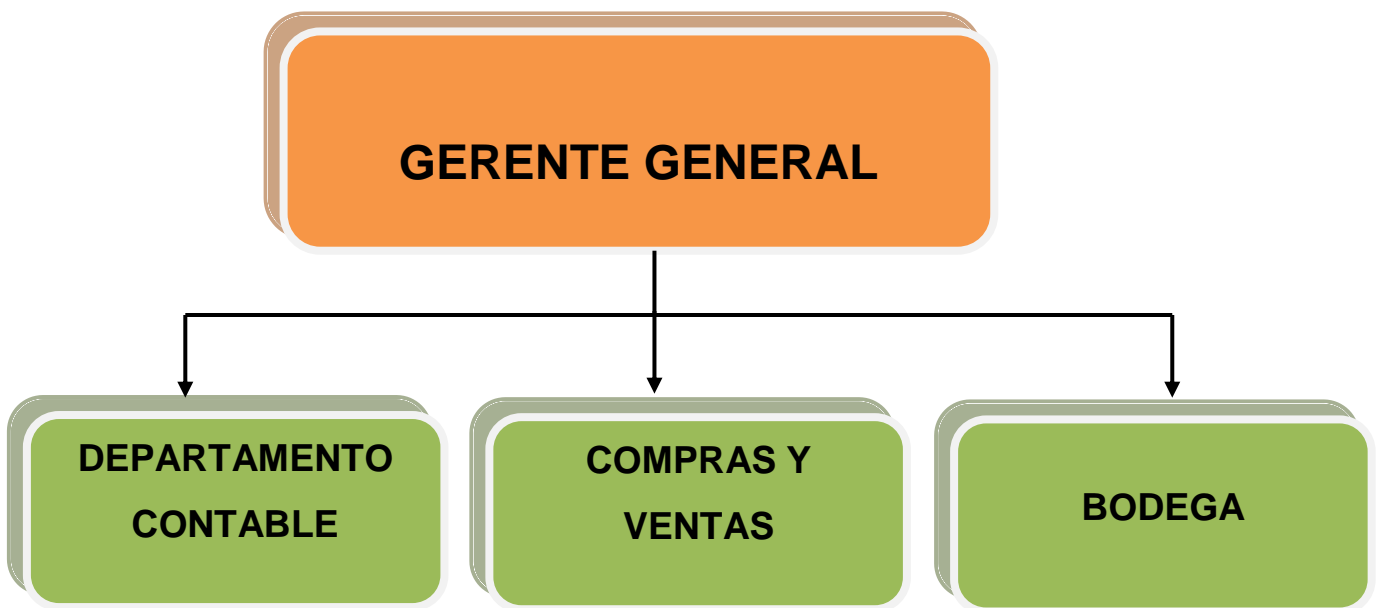
2.- Área Operativa

Se encargaran del trabajo de campo de la sucursal en brindar el adecuado asesoramiento, captación de clientes y demás actividades propuestas por el área administrativa.

ORGANIGRAMAS

Organigrama Estructural

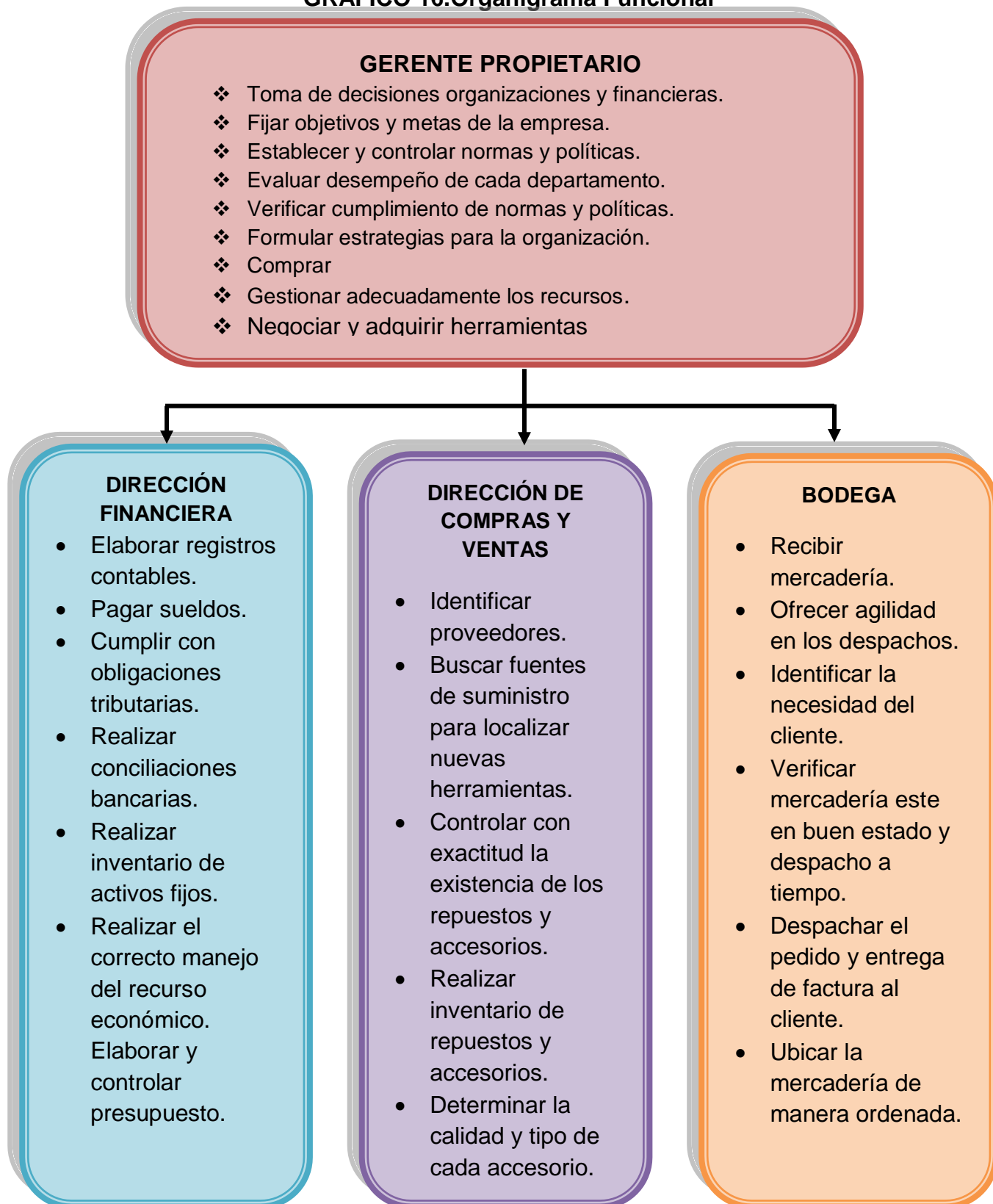
GRAFICO 15.Organigrama Estructural



Fuente: Estudio de Mercado
Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Organigrama Funcional

GRAFICO 16.Organigrama Funcional



Fuente: Estudio de Mercado
Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Funciones

Manual de Funciones

Dentro del manual de funciones se establecerá los perfiles profesionales, sus competencias específicas y las funciones de cada uno de los integrantes del staff de la compañía.

Cargo: Gerente Propietario

Función Básica

Evaluar, analizar, solicitar, comunicar y verificar información relevante de toda la organización con el fin de tomar las mejores decisiones que harán que la empresa crezca institucional y económicamente logrando una buena posición en el mercado competitivo.

Función Específica

- Fijar y vigilar el cumplimiento de objetivos y metas.
- Establecer, controlar normas y políticas.
- Tomar decisiones en base a los Estados Financieros
- Gestionar adecuadamente los recursos, procesos y resultados
- Evaluar el desempeño departamental
- Firmar formularios de declaraciones tributarias
- Formular e implantar estrategias en toda la organización
- Controlar el desenvolvimiento organizacional
- Analizar, detectar, prevenir y corregir errores que se den dentro de la Institución
- Participar en el proceso de retroalimentación de la empresa
- Aprobar el presupuesto para todo el periodo económico

Cargo: Jefe de Contabilidad y Finanzas

Función Básica

Administrar, analizar, aprobar, autorizar y controlar todos los recursos financieros que posee la empresa.

Funciones Específicas

- Verificar autenticidad de toda la información financiera.
- Firmar oficios de aprobación de pago de sueldos e impuestos, cheques, estados financieros e informe del rol de pagos.
- Elaborar índices financieros, informe y recomendaciones de estados financieros.
- Analizar estados e índices financieros.
- Enviar estados financieros, informes, formularios y oficios de autorización de pago de impuesto al Gerente General, cheques, facturas y copias de estados financieros, rol de pagos y soportes al auxiliar contable.
- Autorizar ejecución de pago de impuestos, rol de pago, servicios básicos, proveedores.
- Revisar documentación y elaboración de reportes contables.
- Mantener la custodia de informes y de estados financieros.
- Coordinar actividades y revisión de presupuesto con el Director.
- Ser responsable en forma directa del dinero.
- Supervisar las labores del auxiliar contable.
- Comunicar al Director sobre todos los movimientos económicos de la empresa.
- Gestionar las inversiones necesarias para la empresa.
- Pagar a proveedores.

Perfil del Cargo

- Edad: 28 a 35 años
- Sexo: Indistinto
- Estado Civil: Indistinto

Competencias Conductuales Nivel Intermedio

- Nivel de compromiso – Disciplina Personal - Productividad (Nivel A)
- Orientación al cliente interno y externo (Nivel B)
- Habilidad Analítica (Nivel A)
- Colaboración (Nivel A)
- Dinamismo – Energía (Nivel A)
- Iniciativa – Autonomía – Sencillez (Nivel B)
- Franqueza – Confiabilidad – Integridad (Nivel B)

Competencia Técnica Educación:

Título universitario en Ingeniería Comercial o Título Universitario en CPA

Experiencia:

Mínima de 3 años, haber laborado en empresas similares como contador, auditor, jefe financiero. Adjunto anexo glosario

Capacitación mínima requerida:

Cursos Generales

- Excel financiero
- Excel estadístico
- Cursos de Relaciones Interpersonales
- Cursos de Economía

Cursos de Especialización

- Seminario en Tributación
- Seminario de Actualización Contable
- Seminario Administración de Empresas

Entrenamiento en el Puesto:

De 10 a 15 días para conocer todas sus labores en el ámbito económico, estructural y organizacional.

Conocimiento de Idiomas

Es necesario conocimiento de inglés y mandarín.

Ambiente de Trabajo

Oficina acondicionada, amplia y privada

Riesgo de Enfermedades Profesionales

Mínimo riesgo de enfermedades cardíacas, gástricas.

Especificaciones

Autoridad para tomar decisiones

Autorizar pago de sueldos, proveedores, impuestos tributarios, servicios básicos y demás con la finalidad que la empresa cumple con todas sus obligaciones tanto internas como externas. Aprobar presupuestos, estados financieros, registros contables, rol de pagos, con el objetivo de verificar y controlar el proceso de elaboración de cada documento realizado y recibido en el departamento.

3.2. Supervisión Recibida

Será supervisado de forma directa por el Gerente General para evaluar el desempeño organizacional y personal.

3.3. Relaciones Interpersonales

Mantendrá relaciones internas con el Gerente General, Jefes Departamentales y Auxiliar Contable. Entre las relaciones externas que fomentará será con Gerentes de Bancos, Proveedores, Personal de SRI.

Actividades Típicas

- Aprobar elaboración de registros contable
- Autorizar pagos generales que se realicen dentro de la empresa
- Supervisar recomendaciones implantadas

Procesos

- Pago de Sueldo
- Pago de Servicios Básicos
- Pago de Impuestos
- Registros Contables
- Elaboración de Estados Financieros
- Pago a Proveedores
- Elaboración de Conciliaciones Bancarias
- Control de Presupuestos
- Análisis de Estados Financiero.

Cargo: Auxiliar Contable

Función Básica

Recopilar, registrar y comunicar información oportuna y eficiente para elaborar informes de carácter financiero que ayudará a mejorar la situación económica de la organización.

Función Específica

- Recopilar y registrar información sobre todo los movimientos económicos que realice la organización.
- Interpretar y realizar cuadratura de valores de la diferente documentación contable.
- Imprimir y entregar información de carácter financiero al Jefe Financiero.
- Archivar copias y originales de comprobantes de documentos comerciales enviados y recibidos en orden secuencial y cronológico.
- Recibir documentación interna y externa para pagos.
- Elaborar y llenar registros de carácter contables.
- Apoyar al Jefe Financiero en la elaboración de los distintos registros contables
- Realizar la elaboración de las declaraciones del IVA y Retención en la Fuente
- Preparar datos para elaborar el presupuesto del periodo económico
- Revisar disponibilidad de fondos en efectivo y cheques
- Informar de novedades en el procedimiento de cobro
- Cuadrar caja chica
- Controlar los suministros de oficina del departamento
- Contabilizar ajustes
- Realizar conciliación bancaria de todas las cuentas
- Crear base de datos para Año Nuevo

Perfil del Cargo

- Edad: de 23 años en adelante
- Sexo: Indistinto Estado
- Civil: Indistinto

Competencias Conductuales Otros Niveles Intermedios

- Profundidad en el conocimiento de los servicios (Nivel B)
- Comunicación (Nivel A)
- Manejo de relaciones de negocio (Nivel B)
- Confianza en sí mismo (Nivel A)
- Perseverancia (Nivel B)
- Credibilidad técnica (Nivel A)
- Conocimiento de la industria y el mercado (Nivel B)
- Aprendizaje continuo (Nivel A)

Competencia Técnica Educación:

Bachiller contable o primeros años de universidad en CPA

Experiencia: Mínima de 2 años en cargos similares. Adjunto anexo glosario

Capacitación mínima requerida: Cursos Generales

- Word
- Excel
- Power Point

Cursos de Especialización

- Contabilidad General
- Contabilidad Computarizada
- Cursos de actualización tributaria.

Entrenamiento en el Puesto

Requiere un entrenamiento mínimo de 15 días para adaptarse al movimiento laboral de la organización.

Conocimiento de Idiomas

Inglés Básico

Ambiente de Trabajo

Espacio físico necesario para realizar sus labores con eficiencia y agilidad.

Riesgo de Enfermedades Profesionales

Riesgo mínimo de estrés y problemas nerviosos.

Especificaciones

Autoridad para tomar decisiones

No aplica.

Tipo de Supervisión Recibida

La Supervisión será directa y frecuente por el Jefe Financiero para así evaluar el proceso de elaboración de información útil para la organización.

Relaciones Interpersonales

Internas: Con el Jefe Financiero, Asistente, Jefe de Personal.

Externa: Con Jefes de Crédito de Instituciones Bancarias

Situación Típica

- Registrar diariamente todos los movimientos económicos que realiza la empresa.
- Elaborar cheques para gastos generales que se presenten en el transcurso del día laboral.
- Entregar información requerida por el Jefe Financiero.

Procesos en los que intervienen

- Elaboración de Registros Contables
- Elaboración y análisis de Estados Financieros
- Pago de Sueldos

Cargo: Asistente de Compras

Función Básica

Llevar un control de existencias de acuerdo a la necesidad de repuestos y accesorios que se necesita en el almacén para atender con eficiencia la demanda de los clientes.

1.2. Función Específica

- Realizar solicitudes de compras
- Informar de novedades en el procedimiento de pago
- Manejar el control de existencias de repuestos y accesorios
- Archivar copias y originales de comprobantes de documentos comerciales enviados y recibidos en orden secuencial y cronológico.
- Comunicar a gerencia sobre movimientos que se realicen dentro del departamento.
- Receptar y verificar mercadería que ingresa a la empresa
- Aprobar al director en decisiones de compras
- Preparar datos para realizar las cotizaciones
- Supervisar labores del bodeguero
- Controlar los suministros de oficina del departamento
- Mantener el abastecimiento necesario de repuestos y accesorios
- Elaborar informes de proveedores

Perfil del Cargo

Edad: de 23 años en adelante

Sexo: Indistinto Estado

Civil: Indistinto

Competencias Conductuales Otros Niveles Intermedios

- Profundidad en el conocimiento de los servicios (Nivel B)
- Comunicación (Nivel A)
- Manejo de relaciones de negocio (Nivel B)
- Confianza en sí mismo (Nivel A)
- Perseverancia (Nivel B)
- Credibilidad Técnica (Nivel A)
- Conocimiento de la Industria y el Mercado (Nivel B)
- Aprendizaje continuo (Nivel A)

Competencia Técnica Educación: Bachiller en Comercio

Experiencia: Mínima 1 año en cargos similares Adjunto anexo glosario.

Capacitación mínima requerida Cursos Generales

- Word
- Excel
- Power Point

Cursos de Especialización

- Contabilidad Básica
- Curso en Técnica de Comercio

Entrenamiento en el Puesto

Requiere un entrenamiento mínimo de 15 días para adaptarse al movimiento laboral de la organización y saber que documentación debe elaborar para mantener al Director informado.

Conocimiento de Idioma

Inglés Básico

Ambiente de Trabajo

Oficio compartida y acondicionada dentro o cerca de las instalaciones de bodega.

Riesgos de enfermedades profesionales

Riesgo mínimo de estrés y problemas gástricos

Especificaciones Autoridad para tomar decisiones

Autorizar y delegar funciones al bodeguero

Tipo de Supervisión recibida

La Supervisión será directa y frecuente por el Director General para así evaluar el proceso de elaboración de información útil para el departamento.

Relaciones Interpersonales

Internas.- Con el Director General, Auxiliar Contable y con el Bodeguero.

Externa.- No Aplica

Situación Típica

- Registrar diariamente todos los movimientos del departamento de compras
- Elaborar órdenes de compras
- Entregar información requerida por el Director General
- Receptar control de entradas y salidas de mercaderías en bodega

Procesos en los que intervienen

- Compras
- Solicitud de compras
- Control y elaboración de inventarios

Cargo: Bodeguero**Función Básica**

Llevar un control, mantenimiento y ubicación de toda la mercadería existencia en bodega con el fin de mantener información relevante de la existencia física de la mercadería.

Función Específica

- Ubicar repuestos y accesorios en lugares estratégicos
- Informar de novedades de bodega al Asistente
- Realizar mantenimiento y limpieza de bodega
- Entregar mercadería solicitada por maestro
- Archivar en orden cronológico las solicitudes de mercadería
- Receptar y verificar mercadería que ingresa a bodega
- Elaborar listado de mercadería agotados
- Custodiar mercadería agotados
- Custodiar mercadería en bodega
- Realizar labores de fuerza física

2. Perfil del Cargo

- Edad: de 18 años en adelante
- Sexo: Masculino Estado
- Civil: Indistinto

Competencias Conductuales Niveles Iniciales

- Tolerancia a la Presión (Nivel B)
- Responsabilidad (Nivel B)
- Capacidad para aprender (Nivel B)

- Autocontrol (Nivel B)
- Dinamismo – Energía (Nivel B)
- Productividad (Nivel A)
- Desarrollo de Relaciones (Nivel B)

Competencia Técnica

Educación: Bachiller

Experiencia: No aplica Adjunto anexo glosario

Capacitación Mínima requerida

Cursos Generales

Computación Básica

Cursos de Especialización

No Aplica

Entrenamiento en el puesto

Requiere un entrenamiento mínimo de 10 días para adaptarse al movimiento laboral de la organización y saber qué información debe elaborar para mantener a la Asistente informada de los ingresos y egresos de mercadería.

Conocimiento de Idioma

No Aplica

Ambiente de Trabajo

Bodega amplia y bien acondicionada

Riesgos de Enfermedades Profesionales

Riesgo mínimo de estrés y problemas de hernias

Especificaciones

Autoridad para tomar decisiones

No aplica ya que no tiene subalternos

Tipo de Supervisión Recibida

La Supervisión será directa y frecuente por el Asistente de compras para así evaluar el desenvolvimiento laboral de bodeguero.

Relaciones Interpersonales

Internas.- Con Asistentes de compras, Maestros.

Externas.- No Aplica

Situación Típica

- Registrar diariamente todos los movimientos de la bodega
- Elaborar listado de mercadería agotada
- Entregar información requerida por el Asistencia de Compras
- Controlar entradas y salidas de mercaderías en bodega

Procesos en los que intervienen

- Compras
- Solicitud de compras
- Control y elaboración de inventarios

Cargo: Operario

Función Básica

Analizar, supervisar y comunicar reparaciones, mantenimientos de los diferentes votos que ingresan al taller con el objetivo de brindar un servicio de calidad.

Función Específica

- Reparar motos que ingresen al taller
- Informar de novedades al maestro
- Realizar un listado de repuestos y accesorios
- Recibir órdenes del maestro
- Realizar mantenimientos necesarios a las motos
- Custodiar herramientas del departamento operativo
- Dar sugerencias sobre reparación al maestro
- Coordinar actividades con maestro
- Cumplir con las reparaciones mínimas de motos

Perfil del Cargo

Edad: de 18 años en adelante

Sexo: Masculino

Estado Civil: Indistinto

Competencias Conductuales Niveles Iniciales

- Tolerancia a la Presión (Nivel B)
- Responsabilidad (Nivel B)
- Preocupación por el orden y la claridad (Nivel C)
- Capacidad para aprender (Nivel B)
- Autocontrol (Nivel B)
- Dinamismo – Energía (Nivel B)
- Productividad (Nivel C)
- Desarrollo de Relaciones (Nivel B)

Competencia Técnica Educación: Bachiller Automotriz

Experiencia: Mínima de 1 año en cargos similares Adjunto anexo glosario

Capacitación Mínima requerida Cursos Generales

- Computación Básica
- Curso de cerrajería y soldadura
- Cursos de Bujías

Cursos de Especialización

No Aplica

Entrenamiento en el puesto

Requiere un entrenamiento mínimo de 10 días para adaptarse al movimiento laboral de la organización y conocer toda el área operativa.

Conocimiento de Idioma

No Aplica

Ambiente de Trabajo

Taller amplio, seguro y bien equipado para desarrollar sus labores operativas.

Riesgos de Enfermedades Profesionales

Riesgo mínimo de estrés y problemas de alergias en la piel.

Especificaciones

Autoridad para tomar decisiones

No aplica

Tipo de Supervisión Recibida

La Supervisión será directa y frecuente por el Maestro para así evaluar el desempeño del operario dentro del área operativa.

Relaciones Interpersonales

Internas.- Con Maestro

Externas.- Usuarios

Situación Típica

- Reparar motos
- Realizar mantenimientos
- Entregar listado requerido por el Maestro
- Controlar entradas y salidas de motos del taller

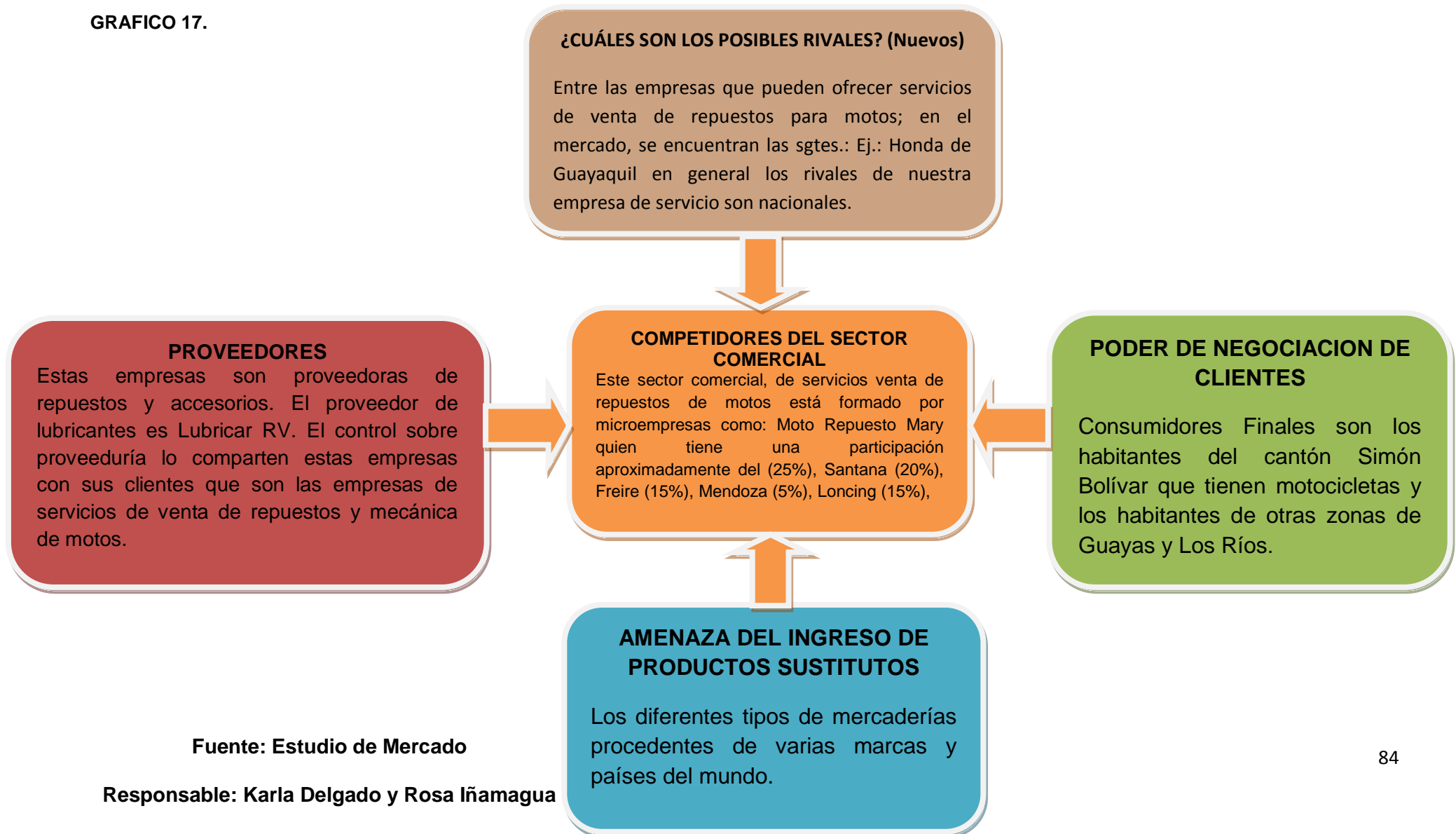
Procesos en los que intervienen

- Reparación Íntegra del Motos
- ABC
- Mantenimiento

Análisis de Mercado

Modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter.

GRAFICO 17.



Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Para realizar el análisis externo de nuestra empresa se implementó el modelo de las cinco fuerzas de Porter dentro del estudio de mercado, para lo cual se evaluara a la empresa desde sus objetivos y recursos disponibles frente a la la demanda potencial del producto o servicio entregado.

Existen cinco fuerzas dentro de una industria, las cuales son las siguientes:

- Amenaza de la entrada de nuevos competidores
- Rivalidad entre competidores existentes
- Amenaza de producto/servicio sustituto
- Poder de negociación de los compradores/clientes
- Poder de negociación de los proveedores

F1. AMENAZA DE ENTRADA DE POTENCIALES COMPETIDORES

Ingresar al mercado dependerá de una serie de barreras creadas por los competidores que existan, aunque en la actualidad dentro del cantón Simón Bolívar existen empresas que ofrecen los repuestos, pero no dan un servicio personalizado y en el lugar de trabajo pero nuestra empresa tiene la experiencia y un posicionamiento del mercado o segmento lo que no será atractivo ni fácil de superar por los nuevos participantes que desean apoderarse de un segmento del mercado. Aunque dentro del cantón no existen empresas grandes o referenciales que podemos establecer como competencia fuerte , existen en los cantones cercanos como Milagro y tal el caso de los cantones , El Triunfo y Guayaquil que son los que cuentan con empresas que ofrecen estos servicios y los que podrían expandirse a nuestro sector.

Nuestro almacén tiene una ventaja ya que posee repuestos originales de marca japonés para todo tipo de motocicletas, lo que nos hace diferenciar del resto de almacenes que se dedican a comercializar este tipo de producto, además el personal que labora en el almacén está altamente capacitado y con gran grado de conciencia organizacional; es nuestra diferenciación.

F2. RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

Podemos identificar que la ventaja que posee nuestro servicio en comparación a la competencia no es tan amplia; al contrario, existe una brecha muy corta. Es por ello que nuestra ventaja está basada en un enfoque de costos, el Almacén Moto Repuesto Mary ofrece su producto a precios un poco inferiores a los de la competencia para así ganar aceptación y persuasión de los clientes hacia nuestra microempresa y además de precios la calidad del servicio ofrecido es muy bueno lo que nos ayuda a captar mayores clientes y así podemos incursionar y ubicarnos en el cuadrante de Liderazgo en Costos.

F3. AMENAZA DE PRODUCTO SUSTITUTO

Podemos mencionar que si existieran empresas que presten servicios que desempeñen la misma función o sean alternativos a los del sector que estamos ingresando en pocas que puedan satisfacer de la misma manera las necesidades de los clientes, lo que puede ocasionar cambio con los precios de los servicios y el cliente considere más la calidad, desempeño y beneficios que desea obtener.

Entonces podemos aprovechar que no existen empresas que ofrezcan el servicio de asesoría contable, tributaria y financiera para abarcar con la población comercial del cantón Milagro y ser líderes de este sector, a pesar de esto en el segmento tributario podemos hacer mención del RISE o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano cuyo objetivo es facilitar y simplificar el pago de impuestos de un determinado sector de contribuyentes.

F4. PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES

Es la capacidad de negociación de los clientes con sus proveedores lo que se puede interpretar que si hay pocos compradores podemos observar que la capacidad de negociación es mayor ya que al no haber mucha demanda de los servicios que se ofrecen ellos pueden exigir precios bajos.

El poder en la negociación la poseen los clientes, ya que en el mercado existe una gran variedad de locales dedicada a la venta de repuestos de moto y por lo tanto los

clientes pueden acudir a cualquiera de ellos. Es por esto que nuestra microempresa presta asesorías técnicas para atraer a los posibles clientes.

F5. PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES

Cabe mencionar que nuestros proveedores son pocos tendrán a su mano una ventaja de poder aumentar sus costos y una desventaja que sus servicios deben satisfacer todas nuestras necesidades por lo que podemos tener una herramienta para realizar una negociación adecuada y beneficiosa para nuestra empresa.

Podemos analizar que existe una gran variedad de proveedores de repuestos y accesorios por ello no mantienen el control de estas negociaciones, así lo demuestra el 100% resultante de la tabla.

Análisis FODA

Cuadro 19.

FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none">❖ Buena ubicación geográfica (centro de la ciudad)❖ Poder de negociación que tiene la empresa con los proveedores.❖ Alto nivel de rentabilidad.❖ Reconocimiento y aceptación por parte de la ciudadanía.❖ Atención al cliente de lunes a domingo.
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none">❖ Variedad de proveedores.❖ Fidelidad del cliente hacia la empresa.❖ Facilidades de pago que brindan los proveedores.❖ Posible creación de sucursales en otras localidades.❖ Posee repuestos de motos antiguas.
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none">❖ Nuevos en el mercado.❖ Bajo nivel de confiabilidad de los clientes.❖ Carencia de una infraestructura (oficina) propia.❖ Cartera de clientes reducida
AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none">❖ Inestabilidad de política de precios de producto.❖ Incremento de sustitutos en el sector.❖ Incremento de la seguridad social.❖ Posible saturación de ofertantes en el mercado.❖ Inestabilidad de política de tributos.

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Análisis de la Matriz FODA

Cuadro 20.

<p style="text-align: center;">FACTOR INTERNO</p> <p style="text-align: center;">FACTOR EXTERNO</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZA</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Buena ubicación geográfica (centro de la ciudad) ❖ Poder de negociación que tiene la empresa con los proveedores. ❖ Alto nivel de rentabilidad. ❖ Reconocimiento y aceptación por parte de la ciudadanía. ❖ Atención al cliente de lunes a domingo.. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Nuevos en el mercado. ❖ Falta de confiabilidad de los clientes. ❖ Carencia de una infraestructura (oficina) propia. ❖ Cartera de clientes reducida
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Variedad de proveedores. ❖ Fidelidad del cliente hacia la empresa. ❖ Facilidades de pago que brindan los proveedores. ❖ Posible creación de sucursales en otras localidades. ❖ Posee repuestos de motos antiguas. 	<p style="text-align: center;">F O</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Implementar servicios adecuados para aprovechar el mercado que demanda una atención de calidad ➤ Impulsar la creación de técnicas que ayuden al manejo adecuado de las motocicletas ➤ Mejorar las iniciativas de los motociclistas e impulsar sus iniciativas de cuidado con calidad 	<p style="text-align: center;">D O</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Fomentar una cultura de cuidar y mantener las motos para la seguridad de los motociclistas ➤ Analizar la estrategia más adecuada para obtener una infraestructura propia ➤ Organizar conferencias para dar a conocer los beneficios que ofrece nuestra empresa

	F A	D A
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Inestabilidad de política de precios de producto. ❖ Incremento de sustitutos en el sector. ❖ Incremento de la seguridad social. ❖ Posible saturación de ofertantes en el mercado. ❖ Inestabilidad de política de tributos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fortalecer nuestros servicios para mantenernos líderes ➤ Capacitación del personal constantemente para que se brinde servicio de calidad. ➤ Utilizar estrategias de marketing adecuadas para llegar a nuestros clientes. ➤ Realizar en seguimiento de las políticas económicas del país 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Negociar a largo plazo los costos del local para que no se vea afectado nuestros ingresos ➤ Implementar estrategias para captar a nuevos clientes. ➤ En base a los resultados obtenidos proyectar una imagen confiable hacia nuevos clientes

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

MATRIZ DE PRIORIDAD

CUADRO 21.

Prioridad	Objetivo	Estrategia	Meta	Plan de Acción
<p>1. Adquisición costosa de repuestos de motos</p>	<p>Brindar a nuestros usuarios un producto de calidad con repuestos adaptables a las reparaciones de diversas motos.</p>	<p>Buscar lugares estratégicos para adquirir los repuestos a bajo costo.</p>	<p>Reducir el 20% del costo de adquisición de los repuestos con el fin de abastecer la dirección administrativa.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Buscar nuevos mercados para adquirir repuestos de motos. 2) Identificar proveedores de repuestos de motos. 3) Solicitar cotizaciones. 4) Analizar y observar beneficios de cotizaciones tales como: descuentos, facilidades de créditos, ofertas, promociones entre otros puntos beneficiosos para la organización. 5) Evaluar las diferentes cotizaciones. 6) Seleccionar cotización que se ajuste al cumplimiento de nuestra meta. 7) Finiquitar negociación de adquisición de repuestos de motos.

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

CUADRO 22.

2. Adquisición de repuestos y accesorios de marcas reconocidas.	Satisfacer la gran demanda de clientes exigentes para lograr el crecimiento económico e institucional de nuestra empresa.	Seguir adquiriendo repuestos y accesorios de óptima calidad a precios justos.	Incrementar en un 20% la adquisición de repuestos y accesorios para ganar mayor espacio en el mercado competitivo.	<ol style="list-style-type: none">1) Negociar con proveedores de repuestos y accesorios de marcas japonesas.2) Lograr beneficios en la adquisición de repuestos y accesorios con un margen de crédito y descuentos beneficiosos para la empresa.3) Firmar contrato de compra de accesorios y repuestos.4) Adquirir repuestos y accesorios de excelente calidad para beneficio de toda la organización.5) Ingresar los repuestos a las instalaciones de la empresa.
--	---	---	--	--

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Realizar una segmentación para el taller es de mucha importancia ya que por medio de esta conoceremos exactamente el número de posibles usuarios que están en posibilidad de adquirir nuestro servicio esto nos ayudará a cumplir con nuestros objetivos de crecer en el mercado y aumentar nuestro nivel económico. Para mayor comprensión esta segmentación se ha dividido en:

Geográfica.- Esta nos indicará exactamente la ubicación del almacén y así darnos a conocer con mayor rapidez y nuestros usuarios podrán localizarnos de forma inmediata.

Demográfica.- En esta segmentación se consideraron varios puntos tales como: Edad.- Índice que nos revelará a quienes vamos a dirigir nuestro servicio.

Sexo.- Con estos nos damos cuenta que mayor concurrencia a nuestro Almacén es de los hombres de acuerdo a las encuestas realizadas en el cantón Simón Bolívar.

Clase social.- Nos indica que nuestro servicio está dirigido a la clase baja, media que nos ayuda en el incremento de las ventas y así aumentar el número de usuarios.

Nivel Socio Económico.- Con esto podemos tener conocimiento del poder adquisitivo de nuestros usuarios y con esto podrán cubrir el pago del servicio ofrecido.

COMPOSICIÓN DEL MERCADO

Al analizar la composición de mercado nuestro taller estará ubicado estratégicamente en la ciudad de Simón Bolívar datos arrojado en la respectiva encuesta ya que la población prefiere este lugar para la compra de repuestos para el arreglo de sus vehículos, en la misma existe un gran porcentaje de empresas que requieren contratar personal que utilicen motos para trasladarse dentro y fuera de la ciudad. Es por ello que geográficamente el Almacén está ubicado en un 100% en la ciudad de Milagro siendo el centro de operaciones del Almacén. Al realizar la segmentación demográfica observamos que la edad a la que nos vamos a dirigir se encuentra desde los 18 años en adelante que corresponde al 70% de la población Milagreña dividida en un 45% para el área rural y el 25% para el área urbana. Con respecto al sexo para nuestro almacén el 80% está dirigido al sexo masculino ya que es el que más utiliza esta clase de servicio y el 20% está conformado por el sexo femenino.

Nuestro estudio estará dirigido a captar la aceptación y fidelidad de todos los clientes de la clase social baja media que representa el 70% de la población ya que cada día son esta clase que adquieren este tipo de vehículo para su movilización interna y externa. Un factor importante de la segmentación es el nivel socio económico que corresponde al 45% que perciben \$300 de ingresos promedios mensuales.

Marketing Mix

Las estrategias de Marketing Mix serán las siguientes:

Estrategias de Productos:

- Brindar asesoría técnica.
- Ofrecer productos de calidad y en buenas condiciones.
- Mantener el personal capacitado en cuanto al manejo de la mercadería así como también de la atención al cliente.
- Conservar un stock variado de productos, para que los clientes salgan satisfechos al realizar sus compras en “MOTO REPUESTO MARY”.

Estrategias de Precio: Los productos que “MOTO REPUESTO MARY” ofrecerá a sus clientes, tendrán un precio variable que dependerá de los mismos, siempre a niveles competitivos dentro del mercado.

Estrategias de Promoción: Como promoción “MOTO REPUESTO MARY” se ha venido dando a conocer en el mercado Milagreño y ahora en Simón Bolívar, gracias a su esfuerzo, dedicación y la calidad de sus productos y atención al cliente. Además de esto la empresa ha realizado y realizará promociones, sorteos de sus productos como una forma de incentivar al público a comprar en nuestro local. Como publicidad, “MOTO REPUESTO MARY” llegará a sus clientes a través de la prensa hablada y escrita, en radios y periódicos locales; lo cual le permitirá mantener una buena comunicación con el mercado.

Estrategias de Plaza: Los productos que ofrece “MOTO REPUESTO MARY” serán entregados en forma directa a sus clientes, no habrá intermediarios. Los

consumidores deberán acercarse a las instalaciones del local para adquirir los productos que se ofrecen. La ubicación del local también es de gran importancia, ya que se encuentra ubicado en un lugar apropiado y estratégico donde se desarrollan múltiples actividades comerciales.

Estrategia de Personas. El personal que labora en el Almacén está debidamente capacitado y colocado en áreas que se desempeñen correctamente para lograr la satisfacción por parte de ellos y el engrandecimiento de la empresa.

SITUACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DEL MARKETING

Cuadro 23.

CONCEPTO	5	4	3	2	1	DESCRIPCIÓN
Escoger mercados metas.	X					Clientes seleccionados correctamente.
Captar clientes	X					Falta de incentivos y logro de interés de clientes potenciales.
Conservar clientes	X					Falta de incrementar la calidad del servicio, infraestructura, asesorías técnicas especializadas y disminuir los costos para mantener a los clientes.
Hacer crecer el número de clientes.	X					Persuasión del valor agregado por parte de los consumidores.
Agregar valor	X					Falta adicionar al servicio prestado, asesorías técnicas especializadas y capacitación continua al personal.
Entregar valor agregado	X					Hay necesidad de ofrecer una asesoría técnicas especializadas para

		diferenciarnos en algo de la gran competencia.
Comunicar al cliente sobre el valor agregado.	X	Incorrecto sistema de comunicación eficiente de fortalezas.
Planear y ejecutar la concepción de bienes y servicios.	X	Falta de elaboración de planes estratégicos.
Planear y ejecutar precios.	X	El control de cobranzas está acorde al servicio prestado.
Planear y ejecutar la comunicación.	X	La comunicación existente con los usuarios es fluida.
Planear y ejecutar la distribución.	X	Los procesos de logística están designados correctamente.
Crear intercambios que satisfagan los objetivos de los individuos y las organizaciones.	X	Los usuarios no poseen problemas al adquirir nuestros servicios.
Conocer y entender al cliente tan bien que el producto o servicio se ajuste perfectamente a él y se venda solo	X	Falta de ajuste de calidad de acuerdo al medio y las necesidades.
Suministrar bienes o servicios para los que sabe que existe una demanda por parte de consumidores.	X	Nuestro servicio cumple con todas las actividades que es necesaria para este tipo de microempresa.

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Ñamagua

Analizando esta calificación podemos observar que nos encontramos en una situación sin tanto riesgo, debemos de brindar un producto de calidad con asesoría técnica especializada para así lograr la satisfacción requerida por los usuarios.

TIPO DE ORIENTACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Cuadro 24.

ORIENTACIÓN PREDOMINA	5	4	3	2	1
Concepto de Producción	X				
Concepto de Producto	X				
Concepto de Venta	X				
Concepto de Marketing	X				

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Ñamagua

El comercial Moto Repuesto Mary posee una orientación destinada al concepto de distribución al por mayor, ya entre tanta competencia es necesario brindar producto de calidad a bajos precios a fin de captar y retener clientes con ello podemos mantenernos e incrementar la posición en el mercado.

Plaza: Esto tiene lugar en la población del cantón Simón Bolívar ya que nuestros servicios se los realizara en su mayor parte en nuestro.

Promoción: Para poder hacernos conocer de la manera más rápida y adecuada se hará una promoción dentro del cantón y de la misma forma persuadir e informar a todos nuestros clientes sobre los servicios que ofrecemos en El comercial Moto Repuesto Mary el plan de publicidad el mismo que consiste en:

- Colocación de afiches promocionales en distintos puntos de la zona comercial del cantón

Figura 2.



Lo mejor en repuestos y accesorios para su moto

Ofrece a su distinguida clientela una gama completa de accesorios, repuestos, neumáticos y lubricantes para toda clase de motocicletas.

Contamos con un servicio técnico de calidad 100% confiable.

En su nueva sucursal en el Cantón Simón Bolívar calles 25 de julio y Carlos Bravo, su matriz en Milagro calles 24 de Mayo y Eloy Alfaro
Teléfono: 042711321-

Fuente: Estudio de Mercado

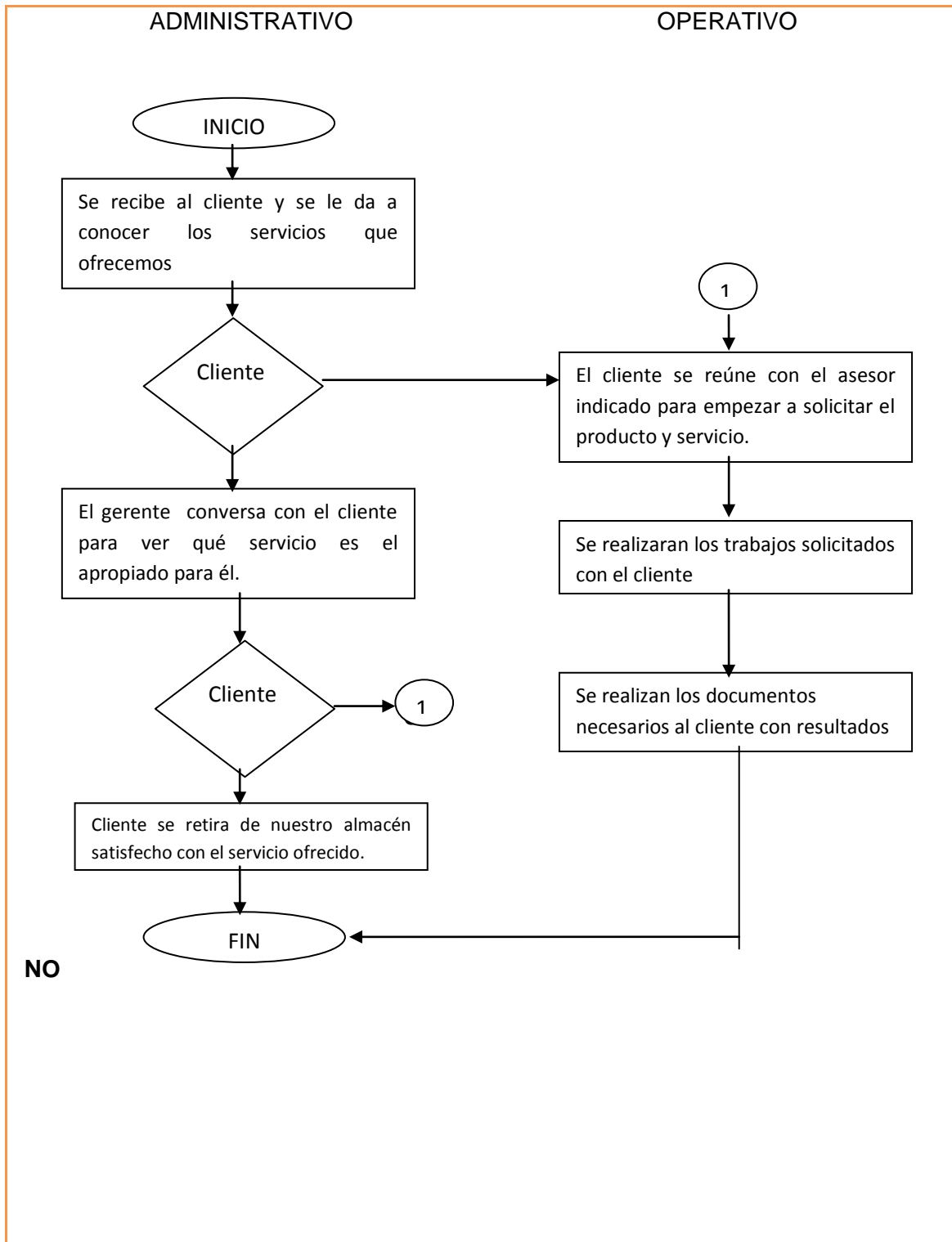
Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

- Publicidad por los medios de televisión local como es “TV Milagro” en horas estratégicas

5.7.1. Actividades

Proceso de atención y recepción de clientes se la realizara de acuerdo al siguiente flujo en la que podremos apreciar la secuencia que se seguirá para poder brindar la atención adecuada y poder tener un servicio de calidad.

Figura 3.Proceso de atención y recepción de clientes

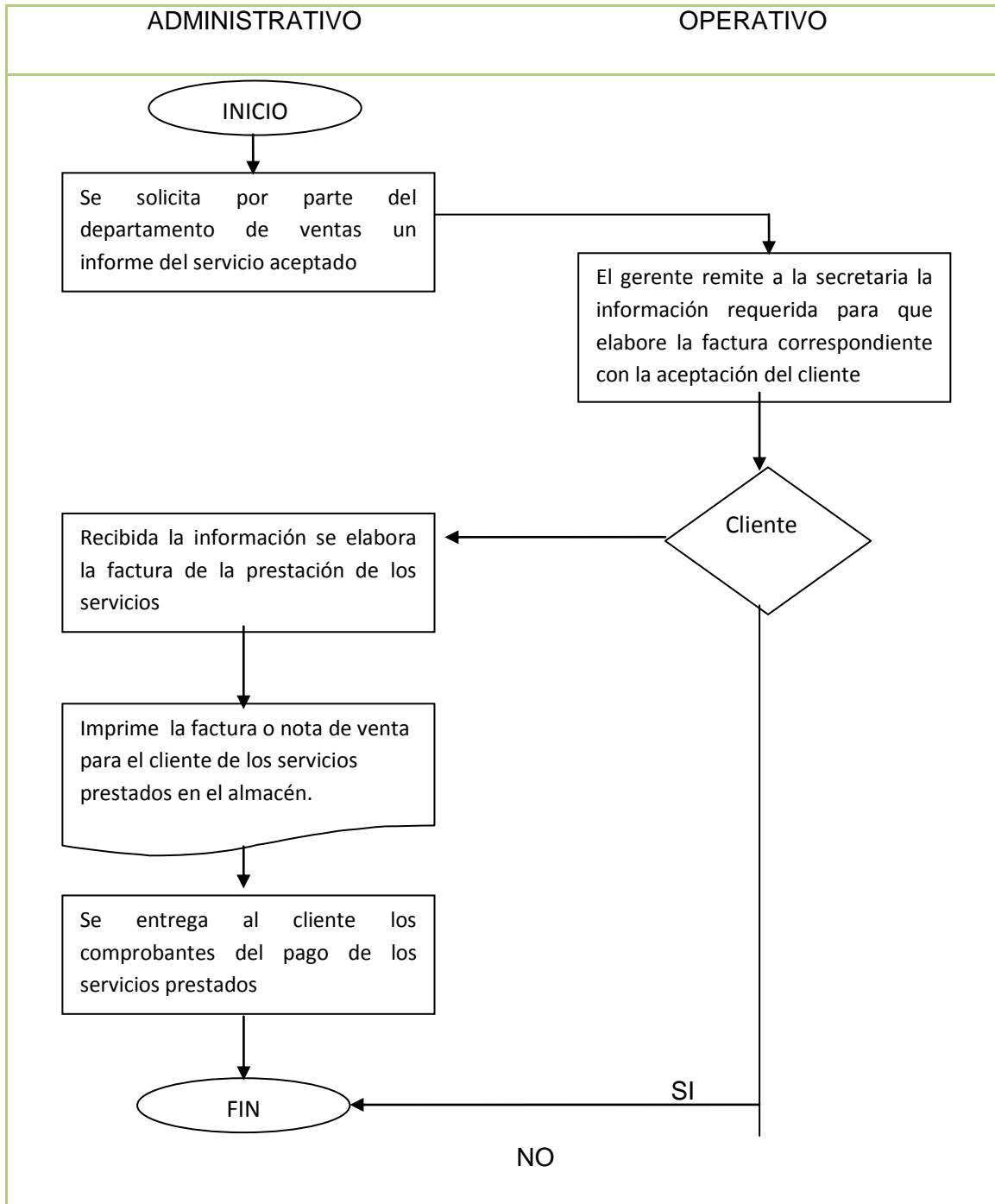


Fuente: Estudio de Mercado
Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Proceso de facturación al momento de realizar la atención de los clientes se podrán verificar con el siguiente flujo de procesos el que nos servirá para ver como se realizara este proceso que es uno de los principales en nuestra empresa.

Figura 4.

Proceso de facturación.



Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

5.7.2. Recursos, Análisis Financiero

Para establecer este negocio necesitaremos materiales e implementos para su adecuado funcionamiento, los mismos que se detallan a continuación.

Cuadro 25.
Inversión Inicial.

ACTIVOS FIJOS			
DETALLE	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	SUBTOTAL
COMPUTADORA	\$ 900,00	5	\$ 4.500,00
IMPRESORA MULTIFUNCION	\$ 500,00	5	\$ 2.500,00
TELEFONOS	\$ 65,00	5	\$ 325,00
ESCRITORIOS	\$ 350,00	5	\$ 1.750,00
SILLAS GIRATORIAS	\$ 95,00	5	\$ 475,00
MATERIALES DE DECORACION	\$ 550,00	5	\$ 2.750,00
ARCHIVADOR	\$ 350,00	5	\$ 1.750,00
SILLAS DE ESPERA TRIPERSONAL	\$ 190,00	3	\$ 570,00
AIRE ACONDICIONADO	\$ 1.000,00	5	\$ 5.000,00
EXTINTORES DE INCENDIOS	\$ 100,00	3	\$ 300,00
CABLEADO	\$ 400,00	1	\$ 400,00
GRAPADORAS	\$ 4,50	5	\$ 22,50
PERFORADORAS	\$ 3,50	5	\$ 17,50
SACAGRAPAS	\$ 2,50	5	\$ 12,50
PAPELERAS	\$ 7,50	5	\$ 37,50
DISPENSADOR DE AGUA	\$ 110,00	3	\$ 330,00
VITRINAS	\$ 85,00	4	\$ 340,00
PERCHAS	\$ 65,00	10	\$ 650,00
EQUIPOS DE REPARACION	\$ 1.800,00	1	\$ 1.800,00
		TOTAL	\$ 23.530,00

DETALLE	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	SUBTOTAL
EFFECTIVO	\$ 9.000,00	1	\$ 9.000,00
GASTO DE CONSTITUCION	\$ 3.000,00	1	\$ 3.000,00
		TOTAL	\$ 12.000,00

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Debido a que no contamos con los recursos financieros necesarios accedimos a un crédito bancario el mismo que está representado por el 70% del total de la inversión.

Cuadro 26.
Financiamiento

DETALLE	PORCENTAJE	SUBTOTAL
PRESTAMO BANCARIO	70%	\$ 24.871,00
CAPITAL PROPIO	30%	\$ 10.659,00
	TOTAL	\$ 35.530,00

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

El 30% restante corresponde a las aportaciones de los socios las mismas que deberán ser en partes iguales.

Cuadro 27.
Aportaciones de los socios.

SOCIO 1	50%	\$ 5.329,50
SOCIO 2	50%	\$ 5.329,50
TOTAL		\$ 10.659,00

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Cuadro 28.
GASTOS DE SUELDOS.

DESCRIPCION DEL PERSONAL	No.	SUELDOS	DECIMO TERCER SUELDO (SBU ANUAL/12)	DECIMO CUARTO SUELDO (318/12)	VACACIONES (SBU/24)	APORTE PATRONAL (11,15%)	SUELDO + BENEFICIOS	AÑO 1 (SUELDOS + BENEFICIOS)	AÑO 2 (SUELDOS + BENEFICIOS)	AÑO 3 (SUELDOS + BENEFICIOS)	AÑO 4 (SUELDOS + BENEFICIOS)	AÑO 5 (SUELDOS + BENEFICIOS)
GERENTE GENERAL	1	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 26,50	\$ 25,00	\$ 66,90	\$ 768,40	\$ 9.220,80	\$ 9.681,84	\$ 10.165,93	\$ 10.674,23	\$ 11.207,94
Secretaria	1	\$ 350,00	\$ 29,17	\$ 26,50	\$ 14,58	\$ 39,03	\$ 459,28	\$ 5.511,30	\$ 5.786,87	\$ 6.076,21	\$ 6.380,02	\$ 6.699,02
Gerente Administrativo - Financiero	1	\$ 380,00	\$ 31,67	\$ 26,50	\$ 15,83	\$ 42,37	\$ 496,37	\$ 5.956,44	\$ 6.254,26	\$ 6.566,98	\$ 6.895,32	\$ 7.240,09
Gerente de Publicidad y ventas	1	\$ 380,00	\$ 31,67	\$ 26,50	\$ 15,83	\$ 42,37	\$ 496,37	\$ 5.956,44	\$ 6.254,26	\$ 6.566,98	\$ 6.895,32	\$ 7.240,09
GERENTE OPERATIVO	1	\$ 550,00	\$ 45,83	\$ 26,50	\$ 22,92	\$ 61,33	\$ 706,58	\$ 8.478,90	\$ 8.902,85	\$ 9.347,99	\$ 9.815,39	\$ 10.306,16
Personal de Atención al cliente	1	\$ 350,00	\$ 29,17	\$ 26,50	\$ 14,58	\$ 39,03	\$ 459,28	\$ 5.511,30	\$ 5.786,87	\$ 6.076,21	\$ 6.380,02	\$ 6.699,02
Personal Operativo	4	\$ 350,00	\$ 29,17	\$ 26,50	\$ 14,58	\$ 39,03	\$ 459,28	\$ 5.511,30	\$ 5.786,87	\$ 6.076,21	\$ 6.380,02	\$ 6.699,02
TOTAL	10	2.960,00	\$ 246,67	\$ 185,50	\$ 123,33	\$ 330,04	3.845,54	\$ 46.146,48	\$ 48.453,80	\$ 50.876,49	\$ 53.420,32	\$ 56.091,33

Fuente: Estudio de Mercado
Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Cuadro 29.
GASTOS DE PUBLICIDAD.

DETALLE	VALOR UNITARIO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Trípticos	\$ 108,00	\$ 1.296,00	\$ 1.360,80	\$ 1.428,84	\$ 1.500,28	\$ 1.575,30
Afiches publicitarios en periódicos (Domingos)	\$ 210,00	\$ 2.520,00	\$ 2.646,00	\$ 2.778,30	\$ 2.917,22	\$ 3.063,08
Tarjetas de presentación	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 504,00	\$ 529,20	\$ 555,66	\$ 583,44
Vallas publicitarias	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 567,00	\$ 595,35	\$ 625,12	\$ 656,37
	\$ 898,00	\$ 4.836,00	\$ 5.077,80	\$ 5.331,69	\$ 5.598,27	\$ 5.878,19

Fuente: Estudio de Mercado
Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Cuadro 29.
VENTAS

SERVICIOS OFRECIDOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
REPUESTOS	\$ 19.974,46	\$ 20.973,18	\$ 22.021,84	\$ 23.122,93	\$ 24.279,08
ACCESORIOS	\$ 24.800,74	\$ 26.040,78	\$ 28.384,45	\$ 31.222,89	\$ 32.784,04
SERVICIO TECNICO	\$ 33.220,31	\$ 34.881,33	\$ 36.625,39	\$ 38.456,66	\$ 40.379,49
TOTAL VENTAS	\$ 77.995,51	\$ 81.895,29	\$ 87.031,68	\$ 92.802,49	\$ 97.442,61

Fuente: Estudio de Mercado
Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Cuadro 30.
Presupuesto de Gastos.

<u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u>	<u>MENSUAL</u>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Sueldos	\$ 3.845,54	\$ 46.146,48	\$ 48.453,80	\$ 50.876,49	\$ 53.420,32	\$ 56.091,33
Gastos de Suministros	\$ 408,40	\$ 4.900,80	\$ 5.145,84	\$ 5.403,13	\$ 5.673,29	\$ 5.956,95
Depreciación de Activos Fijos	\$ 254,45	\$ 2.693,37	\$ 2.693,37	\$ 2.693,37	\$ 2.693,37	\$ 2.693,37
Amortización de gastos de constitución	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Servicios Básicos	\$ 190,00	\$ 2.280,00	\$ 2.394,00	\$ 2.513,70	\$ 2.639,39	\$ 2.771,35
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 4.748,39	\$ 56.620,65	\$ 59.287,01	\$ 62.086,70	\$ 65.026,36	\$ 68.113,01
<u>GASTOS DE VENTAS</u>	-					
Publicidad	\$ 898,00	\$ 4.836,00	\$ 5.077,80	\$ 5.331,69	\$ 5.598,27	\$ 5.878,19
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 898,00	\$ 4.836,00	\$ 5.077,80	\$ 5.331,69	\$ 5.598,27	\$ 5.878,19
<u>GASTOS FINANCIERO</u>	-					
Intereses pagados		\$ 2.736,98	\$ 2.252,59	\$ 1.707,68	\$ 1.094,68	\$ 405,08
TOTAL GASTOS FINANCIEROS		\$ 2.736,98	\$ 2.252,59	\$ 1.707,68	\$ 1.094,68	\$ 405,08

Fuente: Estudio de Mercado
Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Cuadro 31.
MOTO REPUESTOS “MARY”
BALANCE GENERAL PROYECTADO

ACTIVO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Activo Corriente</i>	\$ 9.000,00	\$ 13.218,67	\$ 16.360,72	\$ 20.767,33	\$ 26.516,05	\$ 32.113,55
EFFECTIVO	\$ 9.000,00	\$ 13.218,67	\$ 16.360,72	\$ 20.767,33	\$ 26.516,05	\$ 32.113,55
<i>Activo No Corriente</i>	\$ 23.530,00	\$ 20.836,63	\$ 18.143,26	\$ 15.449,89	\$ 12.756,52	\$ 10.063,15
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
MUEBLES DE OFICINA	\$ 7.295,00	\$ 7.295,00	\$ 7.295,00	\$ 7.295,00	\$ 7.295,00	\$ 7.295,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 7.435,00	\$ 7.435,00	\$ 7.435,00	\$ 7.435,00	\$ 7.435,00	\$ 7.435,00
MAQUINARIA	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
(-) DEPRECIACION ACUM. ACTIVO FIJO		-\$ 2.693,37	-\$ 5.386,74	-\$ 8.080,11	-\$ 10.773,48	-\$ 13.466,85
<i>Activo Diferido</i>	\$ 3.000,00	\$ 2.400,00	\$ 1.800,00	\$ 1.200,00	\$ 600,00	\$ 0,00
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
(-) AMORTIZACION ACUM. GASTOS DE CONSTITUCION		-\$ 600,00	-\$ 1.200,00	-\$ 1.800,00	-\$ 2.400,00	-\$ 3.000,00
TOTAL ACTIVO	\$ 35.530,00	\$ 36.455,30	\$ 36.303,98	\$ 37.417,22	\$ 39.872,58	\$ 42.176,71
<u>PASIVO</u>						
<i>PASIVO</i>						
<i>PASIVO CORRIENTE</i>		\$ 1.618,23	\$ 1.964,00	\$ 2.690,31	\$ 3.593,95	\$ 4.079,98
15% PARTICIPACION EMPLEADOS		\$ 720,28	\$ 874,18	\$ 1.197,47	\$ 1.599,68	\$ 1.816,02
22% DE IMPUESTO A LA RENTA		\$ 897,95	\$ 1.089,81	\$ 1.492,84	\$ 1.994,27	\$ 2.263,97
<i>PASIVO NO CORRIENTE</i>	\$ 24.871,00	\$ 20.994,42	\$ 16.633,45	\$ 11.727,57	\$ 6.208,68	\$ 0,00
PRESTAMO BANCARIO LARGO PLAZO	\$ 24.871,00	\$ 20.994,42	\$ 16.633,45	\$ 11.727,57	\$ 6.208,68	\$ 0,00
TOTAL PASIVO		\$ 22.612,65	\$ 18.597,44	\$ 14.417,88	\$ 9.802,64	\$ 4.079,98
<u>PATRIMONIO</u>						
CAPITAL SOCIAL	\$ 10.659,00	\$ 10.659,00	\$ 10.659,00	\$ 10.659,00	\$ 10.659,00	\$ 10.659,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 2.865,28	\$ 3.477,50	\$ 4.763,53	\$ 6.363,54	\$ 7.224,11
UTILIDAD DE AÑOS ANTERIORES			\$ 2.865,28	\$ 6.342,78	\$ 11.106,31	\$ 17.469,84
10% RESERVA LEGAL		\$ 318,36	\$ 704,75	\$ 1.234,03	\$ 1.941,09	\$ 2.743,77
TOTAL PATRIMONIO	\$ 10.659,00	\$ 13.842,65	\$ 17.706,53	\$ 22.999,34	\$ 30.069,94	\$ 38.096,73
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 35.530,00	\$ 36.455,30	\$ 36.303,98	\$ 37.417,22	\$ 39.872,58	\$ 42.176,71

Fuente: Estudio de Mercado
Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Cuadro 32.
MOTO REPUESTOS “MARY”
ESTADO DE ESULTADOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>INGRESOS</u>					
VENTAS	\$ 77.995,51	\$ 81.895,29	\$ 87.031,68	\$ 92.802,49	\$ 97.442,61
(-) COSTO DE VENTAS	-\$ 9.000,00	-\$ 9.450,00	-\$ 9.922,50	-\$ 10.418,63	-\$ 10.939,56
<u>VENTAS NETAS</u>	\$ 68.995,51	\$ 72.445,29	\$ 77.109,18	\$ 82.383,86	\$ 86.503,06
<u>(-) GASTOS OPERACIONALES</u>					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 56.620,65	\$ 59.287,01	\$ 62.086,70	\$ 65.026,36	\$ 68.113,01
GASTOS DE VENTAS	\$ 4.836,00	\$ 5.077,80	\$ 5.331,69	\$ 5.598,27	\$ 5.878,19
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.736,98	\$ 2.252,59	\$ 1.707,68	\$ 1.094,68	\$ 405,08
<u>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</u>	\$ 64.193,63	\$ 66.617,40	\$ 69.126,06	\$ 71.719,31	\$ 74.396,28
<u>UTILIDAD ANTES DE PARTICIP. UTILIDAD TRABAJADORES</u>	\$ 4.801,88	\$ 5.827,88	\$ 7.983,12	\$ 10.664,55	\$ 12.106,78
15% PARTICIPACION EMPLEADOS	\$ 720,28	\$ 874,18	\$ 1.197,47	\$ 1.599,68	\$ 1.816,02
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	\$ 4.081,60	\$ 4.953,70	\$ 6.785,65	\$ 9.064,87	\$ 10.290,76
(-) 22% DE IMPUESTO A LA RENTA	\$ 897,95	\$ 1.089,81	\$ 1.492,84	\$ 1.994,27	\$ 2.263,97
<u>(=) UTILIDAD DEL EJERCICIO</u>	\$ 3.183,65	\$ 3.863,89	\$ 5.292,81	\$ 7.070,60	\$ 8.026,79
(-) 10% RESERVA LEGAL	\$ 318,36	\$ 386,39	\$ 529,28	\$ 707,06	\$ 802,68
<u>(=) UTILIDAD NETA</u>	\$ 2.865,28	\$ 3.477,50	\$ 4.763,53	\$ 6.363,54	\$ 7.224,11

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Cuadro 33.
MOTO REPUESTOS “MARY”
FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS		\$ 77.995,51	\$ 81.895,29	\$ 87.031,68	\$ 92.802,49	\$ 97.442,61	\$ 437.167,58
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		\$ 77.995,51	\$ 81.895,29	\$ 87.031,68	\$ 92.802,49	\$ 97.442,61	\$ 437.167,58
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	\$ 35.530,00						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 53.327,28	\$ 55.993,64	\$ 58.793,33	\$ 61.732,99	\$ 64.819,64	\$ 294.666,88
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS		\$ 2.693,37	\$ 2.693,37	\$ 2.693,37	\$ 2.693,37	\$ 2.693,37	\$ 13.466,85
AMORTIZACION DE GASTOS DE CONSTITUCION		\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 3.000,00
GASTOS DE VENTAS		\$ 4.836,00	\$ 5.077,80	\$ 5.331,69	\$ 5.598,27	\$ 5.878,19	\$ 6.172,10
COSTO DE VENTA		\$ 9.000,00	\$ 9.450,00	\$ 9.922,50	\$ 10.418,63	\$ 10.939,56	\$ 49.730,68
PARTICIPACION EMPLEADOS			\$ 720,28	\$ 874,18	\$ 1.197,47	\$ 1.599,68	\$ 4.391,61
IMPUESTO A LA RENTA			\$ 897,95	\$ 1.089,81	\$ 1.492,84	\$ 1.994,27	\$ 5.474,88
TOTAL GASTOS	\$ 35.530,00	\$ 70.456,65	\$ 75.433,05	\$ 79.304,88	\$ 83.733,57	\$ 88.524,71	\$ 376.903,00
FLUJO OPERATIVO	-\$ 35.530,00	\$ 7.538,86	\$ 6.462,24	\$ 7.726,80	\$ 9.068,92	\$ 8.917,90	\$ 60.264,57
INGRESOS NO OPERATIVOS							
PRESTAMO BANCARIO	\$ 24.871,00						
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	\$ 24.871,00						
(+) DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS		\$ 2.693,37	\$ 2.693,37	\$ 2.693,37	\$ 2.693,37	\$ 2.693,37	\$ 13.466,85
(+) AMORTIZACION DE GTOS. DE CONSTITUCION		\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 3.000,00
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL		\$ 3.876,58	\$ 4.360,97	\$ 4.905,88	\$ 5.518,88	\$ 6.208,69	\$ 24.871,00
PAGO DE INTERESES		\$ 2.736,98	\$ 2.252,59	\$ 1.707,68	\$ 1.094,68	\$ 405,08	\$ 8.197,01
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS		\$ 6.613,56	\$ 6.613,56	\$ 6.613,56	\$ 6.613,56	\$ 6.613,77	\$ 33.068,01
FLUJO NETO NO OPERATIVO	\$ 24.871,00	-\$ 3.320,19	-\$ 3.320,19	-\$ 3.320,19	-\$ 3.320,19	-\$ 3.320,40	-\$ 33.068,01
FLUJO NETO	-\$ 10.659,00	\$ 4.218,67	\$ 3.142,05	\$ 4.406,61	\$ 5.748,73	\$ 5.597,50	\$ 27.196,56
SALDO INICIAL		\$ 9.000,00	\$ 13.218,67	\$ 16.360,72	\$ 20.767,33	\$ 26.516,05	\$ 85.862,77
FLUJO ACUMULADO		\$ 13.218,67	\$ 16.360,72	\$ 20.767,33	\$ 26.516,05	\$ 32.113,55	\$ 113.059,33

Cuadro 34.

TMAR	9%
TIR DEL INVERSIONISTA	30%
VAN DEL INVERSIONISTA	\$ 5.054,79

Fuente: Estudio de Mercado
Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

Cuadro 35.
Ratios Financieros.

RATIOS	FORMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL DE TRABAJO	$CT = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$	\$ 11.600,44	\$ 14.396,72	\$ 18.077,02	\$ 22.922,10	\$ 28.033,57
RATIOS	FORMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZON CORRIENTE	$RC = (\text{Activo Corriente}) / (\text{Pasivo})$	\$ 8,17	\$ 8,33	\$ 7,72	\$ 7,38	\$ 7,87
RATIOS	FORMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZON DE ENDEUDAMIENTO	$RE = (\text{Total Pasivo}) / (\text{Total Activos})$	62,03%	51,23%	38,53%	24,58%	9,67%
RATIOS	FORMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZON DE APALANCAMIENTO EXTERNO	$RAE = (\text{Total Pasivo}) / (\text{Total Patrimonio})$	1,63	1,05	0,63	0,33	0,11
RATIOS	FORMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZON DE APALANCAMIENTO INTERNO	$RAI = (\text{Total Pasivo}) / (\text{Total Patrimonio})$	0,61	0,95	1,60	3,07	9,34
RATIOS	FORMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	$MUB = (\text{Ventas} - \text{Costos de ventas}) / \text{Ventas}$	88,46%	88,46%	88,60%	88,77%	88,77%
RATIOS	FORMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN DE UTILIDAD NETA	$MUN = (\text{Utilidad Neta}) / \text{Ventas}$	4,08%	4,72%	6,08%	7,62%	8,24%
RATIOS	FORMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS TOTALES	$ROA = (\text{Utilidad Neta}) / (\text{Activo Total})$	7,86%	7,89%	12,73%	15,96%	17,13%
RATIOS	FORMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RENDIMIENTO SOBRE CAPITAL CONTABLE	$ROE = (\text{Utilidad Neta}) / (\text{Total Patrimonio})$	20,70%	19,64%	20,71%	21,16%	18,96%

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Iñamagua

5.7.3. Impacto

- Realizar un análisis persistente del comportamiento del cliente para establecer estrategias comerciales que satisfagan las exigencias de los mismos, a tal punto de ganar confianza con la calidad de nuestros servicios.
- Es importante que más de brindar un servicio se oriente al motociclista a utilizar y cuidar los elementos de su moto, debido a que son herramientas que ayudan a movilizarse y trabajar en a todo negocio.
- Implementar un sistema Contable que se amolde a las necesidades de la microempresa, logrando de esta manera un mejor control tributario y a su vez altos niveles de rentabilidad.

5.7.4. Cronograma

Cuadro 37.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE LA EMPRESA.

Nº	ACTIVIDADES	MES 1				MES 2			
		SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 5	SEM 6	SEM 7	SEM 8
1	CONTRATO DE LOCAL	■							
2	ADECUACION DEL LOCAL	■							
3	COMPRA DE MOBILIARIO	■							
4	COMPRA DE SUMS OFIC	■							
5	GESTION DE PRESTAMO BANC.		■						
6	OBTENCION DEL RUC		■						
7	PERMISOS MUNICIPALES		■						
8	ASOC CAM COMERCIO		■						
9	PERMISO DE BOMBEROS		■						
10	PERMISO DE MIN SALUD		■						
11	CERTIF DE SUPER. COMP			■					
12	SELECCIÓN DE PERSONAL			■					
13	CONTRATAACION DE PERSONAL			■					
14	DISTRIBUCION DE FUNCIONES			■					
15	GASTOS EN INFRAESTRUCTURA				■				
16	COMPRA DE EQUIP COMPUTO				■				
17	ALIANZAS ESTRATEGICAS CON EMPRESAS PROVEEDORAS DE SOWARE					■			
18	PROVEEDORES VARIOS					■			
19	PUBLICIDAD EN MEDIOS						■		
20	INTERNET						■		
21	TELEVISION						■		
22	RADIO						■		
23	PRENSA						■		
24	INAGURACION DEL ESTABLECIMIENTO						■	■	
25	EJECUCION DE LA PROPUESTA						■	■	
26	RESULTADOS DEL 1 MES								■

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Karla Delgado y Rosa Ñamagua

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

La aplicación de la nueva sucursal de motos repuesto Mary en la ciudad de Simón Bolívar ayudara a desarrollar a sus ciudadanos a conseguir un mejor servicio de calidad en su propia ciudad sin necesidad de movilizarse para otro lugar mejorando su calidad de vida. Impulsar el desarrollo de los mercados estableciendo los nichos hacia dónde dirigir los productos y los servicios en forma personalizada garantizando así la sostenibilidad del negocio dentro del mercado.

Conclusiones

Al finalizar nuestro estudio, hemos podido llegar a las siguientes conclusiones:

- Moto repuestos Mary, si desea mantener el crecimiento que ha experimentado a lo largo de sus años de comercialización, debe tener un plan estratégico que la guíe, optimizando sus procesos y convirtiéndola en una empresa competitiva.
- Durante el desarrollo del presente trabajo, nos hemos podido dar cuenta de la gran importancia que tiene la implementación de un nuevo almacén de venta de repuesto y servicio técnico para motos en el cantón Simón Bolívar para el desenvolvimiento de una empresa.
- Se debe brindar productos y servicios de manera eficaz y calidad, la buena atención al público hace ganar clientes.
- En la empresa se debe detallar las funciones de cada uno de los miembros, impulsado también por las constantes capacitaciones.
- Según el análisis financiero podemos observar que el proyecto es rentable, y debido al crecimiento constante que ha tenido en los últimos años la ampliación es viable y factible.

Recomendaciones

- Se debe realizar un monitoreo constante de los inventarios y una revisión del sistema dependiendo de las nuevas necesidades tenga la empresa.
- Se recomienda por problemas logísticos tener una bodega más cercana al almacén.
- Ser responsable con las deudas concebidas para mantener un buen estado crediticio.
- Debe hacerse una evaluación de la forma en que la empresa está desempeñando sus actividades, determinando la calidad de los servicios que presta, para saber en que está fallando y mejorarlos.
- Se debe trazar una estrategia que les permita distinguirse de los demás, desarrollando una cultura de servicio, encaminando a la satisfacción de los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

ADMINISTRACIÓN. Quinta Edición. McGraw Hill. México 2000. PP 50-53. Op. Cit.
Koontz y Wehrich. P.17

BERRY, THOMAS .- Cómo gerenciar la transformación hacia la calidad total - Editorial
Mc. Graw Hill

CROSBY, PHILIP.-La calidad no cuesta - Editorial Cecsca

CROSBY PHILIP.- LIDERAZGO.- Editorial Mc. Graw Hill

Cravens, Hills y Woodruff.(2000) Administración en Mercadotecnia. Editorial
Continental.

CHIAVENATO, Idalberto. ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS.

Edición. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. México. 2005.

CHIAVENATO, Idalberto, INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA

DOUGLAS R. EMERY, JOHN D. FINNERTY. (1998) Administración Financiera
Corporativa. Prentice Hall

HAMEL NOORI - RUSSEL RACFORD - Administración de Operaciones : Producción -
Calidad Total - Edit. Mc Graw Hill

5ta edición. McGraw-Hill Interamericana, S.A. Colombia. 2000.

IVANCEVICH, Jhon M. ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS. 9na

GITMAN, Lawrence J. PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA. 8va edición,
edición abreviada Addison Wesley Longman. México. 2000. P 696.

NASSIR SAPAG. (1998) Formulación y Evaluación de Proyectos, Prentice Hall

NARRES MALHOTRA. (1998) Investigación de Mercados .Un enfoque práctico.
Pearson Education

KOTLER, ARMSTRONG.(1999) Marketing. Prentice Hall

RON WILLINGHAM (2001) Escúchame, soy tu cliente.EE.UU

LINCOGRAFÍA

- (<http://infomipyme.com>, 2009)
- (www.logistica.enfasis.com/notas/14710administracin-inventarios-eficaciayrentabilidad, 2010)
- (<http://www.scrid.com/doc/2234625/sistemas-y-metodos-administrativos>, 2009)
- (www.mitecnologico.com/Main/AdministracionDeInventarios, 2010)
- (www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/adminven.htm, 2008)
- (www.slideshare.net/CESARVIVALDO/ejemplo-punto-de-reorden, 2009)
- (www.gestiopolis.com/canales5/ger/stockun.htm, 2010)