



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

DEPARTAMENTO DE POSGRADOS

**“Plan de negocios para la implementación de una importadora y
comercializadora de repuestos de motos en la ciudad de Cuenca”**

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de
Magíster en Administración de Empresas

Autor:

Fausto Adrián Tapia Cuzco

Director:

Marcelo Calle

Cuenca – Ecuador

2024

RESUMEN

El presente proyecto integrador tuvo como objetivo principal implementar una importadora y comercializadora de repuestos de motos. La empresa busca posicionarse en el mercado cuencano, al tener en su catálogo todo tipo de repuestos para motos chinas, que son las de mayor demanda en la ciudad, así como también posicionarse por precio al ser importadores directos. Para llegar al objetivo, primero se planteó la idea de negocio, construyendo la misión, visión, valores y objetivos estratégicos. Segundo se realiza la estrategia de comercialización el producto, con el desarrollo de ideas de marketing estratégico donde se busca establecer el segmento, nichos de mercado y posicionamiento de marca. Como tercer punto se propone estrategias en base a objetivos macro que permitieron establecer la ventaja competitiva. Como cuarto y último punto a desarrollar, evaluar se realizó un estudio de factibilidad financiera, donde se estableció la viabilidad del proyecto.

Palabras Clave: Idea de negocio, Marketing estratégico, Dirección estratégica, Análisis financiero.

ABSTRACT

The present integrative project aimed at implementing an importer and distributor of motorcycle spare parts. The company seeks to establish itself in the Cuenca market by offering a catalog of all types of spare parts for Chinese motorcycles, which have the highest demand in the city. Additionally, they aim to position themselves competitively through direct importation. To reach the objective, the business idea was first raised, building the mission, vision, values and strategic objectives. Second, the product marketing strategy is carried out, with the development of strategic marketing ideas where the aim is to establish the segment, market niches and brand positioning. As a third point, strategies are proposed based on macro objectives that allowed establishing competitive advantage. As a fourth and last point to be developed, a financial feasibility study was carried out, where the viability of the project was established.

Keywords: Business idea, Strategic marketing, Strategic management, Financial analysis.

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| Descripción de la empresa..... | 1 |
| Problemática y análisis de contexto | 1 |
| Objetivos..... | 1 |
| Autores principales que fundamentan el trabajo..... | 2 |
| Breve descripción de las partes del trabajo..... | 6 |
| Capítulo 1 - Análisis Estratégico e Identificación del Modelo de..... | 9 |
| Capítulo 2 – Estrategia Comercial..... | 14 |
| Capítulo 3 – Dirección Estratégica..... | 21 |
| Capítulo 4 – Dirección Financiera..... | 38 |
| CONCLUSIONES | 45 |
| RECOMENDACIONES | 46 |
| BIBLIOGRAFÍA | 47 |

INTRODUCCIÓN

Descripción de la empresa

La empresa se especializa en la importación y venta de motocicletas, ofreciendo una gama de modelos y marcas para satisfacer las necesidades y gustos de los clientes. Además, cuenta con un equipo de profesionales altamente capacitados en el área de venta y asesoría, brindando servicios de capacitación y stocks con rapidez y eficiencia.

La empresa se enfoca en ofrecer soluciones integrales a sus clientes, incluyendo asesoramiento especializado sobre la elección del repuesto o asesoría, promociones por tipo de venta, financiamiento, entre otras. Además, se preocupa por la seguridad de sus clientes y promueve el uso responsable de las motos, ofreciendo cursos de conducción segura y capacitación técnica.

La empresa busca posicionarse como líder en el mercado nacional de repuestos y accesorios de motocicletas, ofreciendo productos y servicios de alta calidad y excelente atención al cliente. Su misión es satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes, generando un impacto positivo en la movilidad y el desarrollo del país.

Problemática y análisis de contexto

En la ciudad existen varias empresas que comercializan repuestos de motos, sin embargo, en su mayoría están dirigidas a un segmento medio alto y alto. Nuestra empresa puede aprovechar esta oportunidad ofreciendo una variedad de repuestos para los modelos de motos chinas más populares en la región austro. Podemos establecer alianzas comerciales con proveedores locales y de otros países para asegurar la disponibilidad de los repuestos más demandados y ofrecer precios competitivos que atraigan a posibles clientes. Además, podemos aprovechar nuestra capacidad para ofrecer servicios de envío y entrega a domicilio, lo que facilitará a los clientes la adquisición de los repuestos que necesiten. De esta manera, podemos convertir la escasez de repuestos en una oportunidad para crecer y expandir nuestro negocio.

Objetivos

- Implementar una empresa importadora y comercializadora de repuestos de motos.
- Plantear una idea de negocio para la empresa importadora y comercializadora de repuestos de motos.
- Desarrollar un plan de marketing estratégico para la para la empresa importadora y comercializadora de repuestos de motos.

- Plantear estrategias empresariales para la para la empresa importadora y comercializadora de repuestos de motos.
- Realizar un análisis financiero para la empresa importadora y comercializadora de repuestos de motos, a fin de determinar la viabilidad del proyecto.

Autores principales que fundamentan el trabajo

Para el desarrollo y recopilación de información relacionada al tema planteado, en esta idea de negocio se muestra un concepto básico y sencillo, el mismo que indica que son “las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor” (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Un concepto más desarrollado indica que un modelo de negocio es una representación abstracta de una organización, de todos los acuerdos básicos interrelacionados diseñados y desarrollados por una organización en la actualidad y en el futuro, así como todos los productos básicos y/o servicios que ofrece la organización, o va a ofrecer, sobre la base de estos acuerdos que se necesitan para alcanzar sus metas y objetivos estratégicos. (Al-Debi, El-Haddadeh, & Avison, 2008)

Según (Magretta , 2002) “Un modelo de negocio cuenta una historia lógica que explica quiénes son sus clientes, qué valoran, y cómo va a hacer dinero en darles ese valor”.

Buscando adaptarnos al contexto de evolución en tecnología, estrategias nuevas y constantes cambios en las necesidades que van presentando los clientes, en el tiempo, tendencias e innovación. Por esta razón se han creado varias metodologías como el Modelo de Negocio CANVAS o lienzo CANVAS que identifica 9 módulos indispensables al momento de buscar generar ingresos dentro de una empresa. (Osterwalder & Pigneur, 2010)

Según (Sierra, 2015), el modelo de negocio CANVAS brinda varios beneficios, entre los principales se encuentran:

- Optimización y uso de recursos.
- Cronograma de salida al mercado
- Anticipar y evaluar la viabilidad del negocio

- Adaptabilidad ante los constantes cambios del mercado.
- Hacer sencilla la implementación del proyecto integrador.

Los autores (Cajamarca & Villacreses, 2011), en su estudio denominado “Importación de repuestos y accesorios para motocicletas” concluyen en la importancia de conocer sobre los procedimientos y trámites que se debe realizar para dicho proceso, por lo que es fundamental que el plan de importación sea realizado por personas conocedoras del tema.

Así también es importante que se realice un estudio que permita determinar si la aceptabilidad del cliente, posterior a ello se debe realizar las diferentes cotizaciones con los proveedores, de manera que se realicen los cálculos necesarios para la toma de decisiones, definiendo así con que empresa proveedora se realizará las respectivas negociaciones.

(Cajamarca & Villacreses, 2011)

Finalmente, con los estudios previos que se han realizado se determina la viabilidad del proyecto, lo que significa que existirá un margen de rentabilidad que beneficiará a los directivos de la empresa, se prevé un margen de utilidad del 35% en el previo de venta de los productos importados. (Cajamarca & Villacreses, 2011)

La investigación titulada “Formulación de un plan de negocios para la importación de repuestos y accesorios para motos en la empresa Expomotos y comercializar en la ciudad de Loja periodo 2013-2014” de autoría de (Álvarez , 2013), consiente del incremento del sector automotriz en el Ecuador y debido a la congestión vehicular, muchos ciudadanos optan por buscar una nueva modalidad de transporte como las motos. Con este contexto y análisis existe la necesidad de este tipo de repuestos, donde prime la calidad, costo beneficio, stock en puntos de venta, por ende, ganan los clientes y la empresa incrementa su rentabilidad de manera constante y solida en el tiempo.

En la investigación detalla oportunidades:

- Existe la necesidad y una alta demanda de repuestos de motos chinas, siendo una oportunidad para la empresa.
- La empresa Javarep realiza la importación de manera directa, la misma que permitirá la obtención de un producto que necesita el mercado con calidad que será comercializado en la ciudad, a un precio justo.
- Al realizar la evaluación financiera se ha concluido que se obtendrá un costo-beneficio estimado de \$6,44 por cada dólar invertido; así también un Valor Actual Neto (VAN) de \$221.323,30 y una Tasa Interna de Retorno del 122,17%; indicadores que muestran la viabilidad del proyecto de importación (Álvarez, 2013).

El trabajo de titulación “Análisis del sector importador de repuestos de vehículos en el período 2010-2014 y sus efectos en el comercio exterior ecuatoriano: caso Guayaquil, bajo la autoría de (Muñoz , 2016), busca a través de un exhaustivo análisis conocer el impacto del sector importador antes las medidas impuestas para salvaguardar la economía nacional.

En conclusión, la investigación muestra:

- Las empresas que comercializan repuestos, no cuentan con los recursos, ni el capital ya que para tener un inventario completo tiene que cambiar el enfoque, de vender la moto al repuesto, las empresas actualmente ven el monto y se enfocan a la moto donde le ticket promedio es alto.
- Las importaciones requieren de un nivel de especialización donde no solo se necesita conocimiento de mercado, sino también del análisis de factores externos, donde están actores políticos e institucionales. Manejo de proveedores internacionales, navieras, bodegas, logística y distribución.

- La pérdida de clientes y por consiguiente la disminución de ingresos, son los principales efectos para este sector ante las medidas impuestas por el Gobierno Nacional, afectando gravemente a la economía de las familias ecuatorianas dedicadas a este tipo de negocio (Muñoz , 2016).

La importación es el proceso en el que personas naturales o jurídicas adquieren un producto o servicio proveniente de un país extranjero ya sea para el consumo interno o comercialización del mismo. (Correa , 2014)

Un importador es toda persona natural o jurídica que realiza actividades de comercio exterior (importación), ya sea de procedencia nacional o extranjera (debe encontrarse registrado legalmente en el país), y que no tenga obligaciones pendientes con instituciones como el Servicio de Rentas Internas (SRI), Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) y la Superintendencia de Compañías del Ecuador. (Armijos, 2014)

El comercio exterior se puede definir como una práctica económica caracterizada por la compra, venta o intercambio de materiales, productos, servicios, etc., es decir, implica el negocio de una cosa por otra, que generalmente es dinero. (Ucha, 2012)

Según (Ucha, 2012), entre las características principales de comercio exterior tenemos las siguientes:

- Ingreso al país exportador de moneda extranjera (divisas), ya que, por la venta de bienes o servicios recibe a cambio una suma de dinero que corresponde a la moneda de uso común del país importador.
- Ecuador cuenta con acuerdos con China que permite el ingreso de bienes y servicios para la importación.
- Al tener la libertad para desarrollar negocios con China ha ayudado a que el comercio alcance importancia y relevancia atrayendo ingresos y negocios.

Breve descripción de las partes del trabajo

El presente proyector integrador de la empresa Javarep, tiene como objetivo construir el camino a seguir para la implementación de la empresa, que realice la importación y comercialización de repuestos para motos.

El proyecto integrador cuenta con cuatro etapas:

La primera plantea la idea de negocio y la estructura organizacional que se necesita para el funcionamiento, al no existir la empresa, se iniciaría con lo fundamental como lo es el planteamiento de la misión, visión, valores y los objetivos que van regir en la empresa.

Se realiza análisis de mercado imprescindibles para conocer el entorno de la empresa, y su competencia; en base a lo estudiado se utiliza herramientas como el análisis FODA, Modelo Canvas y el análisis de la competencia.

Como consecuencia identificar la forma jurídica más conveniente para la formación de la empresa, el resultado será una Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S.

La segunda parte del trabajo se orienta cómo vamos a captar la atención de los clientes, empleando herramientas de marketing estratégico. Donde utilizamos la Matriz de McKinsey en donde a través de ponderaciones, análisis estadísticos identificamos las estrategias que deberíamos seguir para lograr tener un efecto positivo en la constitución de la empresa.

Utilizando el mapa de percepción, para describir e identificar como se encuentra la competencia vs nuestra empresa, y en el top of mind del consumidor. Utilizando las herramientas mencionadas anteriormente, se buscó la opinión de expertos en el sector de motos en el cual se encuentre el negocio al mayoreo, para conocer su opinión al respecto de los resultados.

Una vez identificado donde nos encontramos y el mercado meta, se procedió a plantear las estrategias dirigidas al segmento al cual queremos dirigir nuestra empresa, hacia el posicionamiento de la empresa.

Entendiendo el segmento al cual nos enfocamos, se puso en práctica el uso de la herramienta proto persona en función de las características de los potenciales clientes. Para subsiguiente a esto aplicar un mapa de experiencia del cliente, a través del cual podemos entender que camino recorre el cliente desde cómo llega hasta el momento de finalizar experiencia con nuestros productos convirtiéndose en el cierre de venta.

No nos podemos olvidar de las herramientas como los son las 4 Ps del marketing, las mismas que nos ayudan a generar estrategias de producto, de plaza, de precio y de promoción, el objetivo atraer la mayor cantidad de prospectos o potenciales clientes para el cierre de ventas, buscamos vender emoción.

Como tercera parte del trabajo me enfoque en la dirección estratégica que va a dar forma a nuestra idea de negocio, que en un principio fue genérica ahora llamada Javarep.

En este contexto aplicaremos se realiza una planeación estratégica, para que la idea de negocio Javarep sea sostenible y sustentable en el tiempo.

Los roles estratégicos planteados son:

Ventaja competitiva o valor agregado que diferenciara de la competencia.

Se analizó los gustos, tendencias de mercado y clientes potenciales, y se mejoró el modelo de negocio, para finalmente dejar planteado el modelo de expansión.

Planteamiento de objetivos estratégicos, atados a políticas, estrategias y procedimientos.

En el desarrollo e integración de las estrategias se fundamenta en desarrollo organizacional y en el talento humano, considerando los departamentos importantes para todo el proceso de reclutamiento, selección y motivación. Continuando la planeación estratégica para once objetivos fundamentales para cualquier tipo de organización.

Para finalizar con un análisis utilizando a la metodología PESTALL, tomando en cuenta cuales son los factores que realmente afectan a nuestra idea negocio.

La Cuarta parte de la idea de negocio es integrar el proyecto con un estudio financiero, verificar la sostenibilidad del proyecto.

Con los esquemas estudiados en clase, empezamos con un análisis de:

- 1.- Para iniciar se analizó las necesidades básicas tanto en activos fijos como en capital de trabajo.
- 2.- Se hizo un estudio de mercado con mapas de precios, para conocer los pvp, costos y gastos que tienen en los materiales y servicios requeridos.
- 3.- Con la recopilación de los datos, se realizó el estado de pérdidas y ganancias, considerando cada uno de los ítems, impuestos que constan en nuestra ley. Para luego conocer el resultado del ejercicio.

4.- Se realizó el flujo de caja correspondiente, considerando la inversión inicial como el valor final, que no es más que el resultado de la venta de los activos y el capital de trabajo tomando en cuenta la depreciación.

Con las directrices del MBA y aplicación al proyecto integrador, se puso como referencia un préstamo, con un valor de inversión inicial, considere para esto una tasa de interés de una cooperativa JEP que actualmente nos da el apoyo, la misma que nos entregó tabla de amortización y para obtener el flujo de financiamiento, una vez conocidos los flujos, se proyectó el flujo de los accionistas. Con el fin de encontrar la tasa WACC que es una tasa ponderada y que representa el verdadero costo de cada una de las estructuras de capital, será esta tasa con la cual calcularemos el VPN del proyecto y así evaluar la viabilidad de la empresa.

Capítulo 1 - Análisis Estratégico e Identificación del Modelo de

Idea de negocio

Importador y Comercializador de repuestos, accesorios de motos, buscando satisfacer las necesidades de funcionabilidad y seguridad.

Objetivos estratégicos

- Importar repuestos y accesorios de motos, un portafolio top 10.
- Comercializar los productos a precios de mercado.
- Disponibilidad de inventario y soporte técnico.
- Realizar alianzas con distribuidores para tener inventarios y variedad.

Misión

Nuestra misión se enfoca en : “GARANTIZAR LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE”, siempre enfocado en eficiencia y efectividad, que nos permita desarrollar un sistema de distribución regional a las provincias de Machala, Loja y Azuay, con la importación y compra local de productos de alta rotación, con un stock de repuestos y accesorios para motocicletas, asegurando la máxima calidad y alta tecnología a los precios más accesibles, un portafolio variado e inmediato, y despachos ágiles y oportunos de las ordenes requeridas por nuestros clientes.

Visión

Ser líder en la comercialización de repuestos y accesorios al por mayor, con un objetivo de crecimiento mutuo entre empresa & cliente, que nos permita convertirnos en una empresa con crecimiento sostenible en el tiempo, excediendo las expectativas de los clientes, con una rentabilidad sostenida, contribuyendo y aportando a la sociedad con empleo, oportunidades de desarrollo profesional & personal a sus empleados.

Valores

- Puntualidad
- Respeto
- Profesionalismo
- Actitud
- Responsabilidad

- Transparencia
- Servicio
- Trabajo en equipo
- Honestidad
- Integridad
- Empatía

Plan DAFO

Debilidades

- Falta de financiamiento.
- Poco inventario.
- Capacitación.
- Dificultades en la importación.

Amenazas

- Bajo poder adquisitivo de los clientes.
- Crédito que ofrece la competencia.

Fortalezas

- Conocimiento del mercado.
- Conocimiento de clientes base.
- Precios asequibles.
- Servicio y asesoría.

Oportunidades

- Clientes y consumidores finales buscan accesorios de moda.
- Clientes y consumidores finales buscan repuestos baratos.
- Ofertar una gama de productos ajustados a distintas soluciones.
- Generar buenas relaciones con los Proveedores y clientes.
- Capacitación constante a los clientes y sus asesores.

Modelo de negocios CANVAS

Propuesta de valor

- Comercializar repuestos y accesorios de motos, buscando satisfacer las necesidades de funcionalidad y seguridad.

Clientes

- Clientes minoristas (almacenes de ventas de motos).
- Clientes minoristas (almacenes de ventas de repuestos).
- Clientes minoristas (almacenes de ventas de accesorios).

Canales

- Visitas a clientes.
- Web.
- Promocionar en redes.

Relación clientes

- Atenciones personalizadas.
- Capacitación constante.
- Soporte operativo a través de la web.
- Acompañamiento en el proceso de la venta.
- Desde la orden hasta la llegada del producto.

Actividades claves

- Identificar los productos a vender.
- Ofrecer garantías gratuitas.
- Promocionar productos.
- Temporalidad y moda en los productos.
- Ofrecer descuentos por volumen.

Recursos claves

- Tecnología.
- Acuerdos con proveedores.
- Alianzas estratégicas con proveedores.

Socios claves

- Empresas que importan repuestos.
- JCVE.
- Impor Direct.
- Otros distribuidores.

Estructura de costes

- Costo de inventarios.
- Costos de importación.
- Costo de compras.
- Costo de bodegas.
- Costo de logísticos.

Fuentes de ingreso

- Ventas de repuestos.
- Ventas de accesorios.

Forma jurídica de la compañía

Denominación de la forma jurídica

Se determina que la mejor opción es la creación de la empresa como una S.A.S: Sociedad por Acciones Simplificadas. Siendo estas empresas que no requieren de capital mínimo, pueden tener uno o más accionistas, se puede dedicar a cualquier actividad mercantil.

Requisitos y obligaciones frente a la administración

Contables

- Llevar contabilidad con contadora calificada.
- Presentación de estados financieros y sus anexos.

Registro Mercantil

NO APLICA EN ESTE CASO

Obligaciones fiscales

- Inscripción en el ruc (registro único de contribuyentes).
- Declaración de impuesto a la renta (25%).
- Agente de retención en la fuente y de IVA.
- Declaración mensual de IVA.
- Declaración mensual de ice (si aplica).
- Presentación de anexos tributarios.

Obligaciones ante la Tesorería General de la Seguridad Social (IESS)

- Afiliación de sus empleados.
- Aporte patronal.

Otras Obligaciones

- Impuesto de las patentes municipales.
- Impuesto del 1.5% de los activos totales.

Capítulo 2 – Estrategia Comercial

Empezamos con una propuesta que no comunicaba la oferta comercial de la empresa, en el desarrollo, de la materia marketing estratégico identificamos el segmento, tipo de cliente, oferta de mercado.

Idea de negocio

- Importar repuestos y accesorios de motos, mix portafolio top 10.
- Comercializar los productos a precios de mercado.
- Disponibilidad de inventario y soporte técnico.
- Realizar alianzas con distribuidores para tener inventarios y variedad.

Mapa perceptual

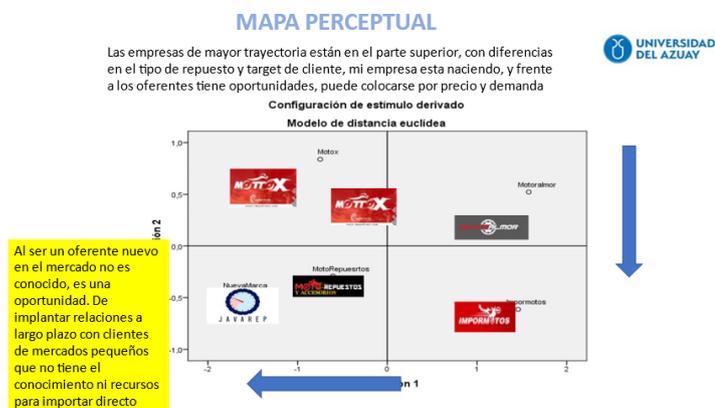
Análisis

Las empresas de mayor trayectoria están en el parte superior, con diferencias en el tipo de repuesto y target de cliente, mi empresa está naciendo, y frente a los oferentes tiene oportunidades, puede colocarse por precio y demanda.

Cohousing senior y sus implicaciones

Donde el experto nos recomendó:

- Al ser un oferente nuevo en el mercado no es conocido, es una oportunidad, de implantar relaciones a largo plazo con clientes de mercados pequeños que no tiene el conocimiento ni recursos para importar directo.
- Recomienda trabajar en desarrollo de marca y catálogo de productos
- Portafolio de productos de alta rotación, gran oportunidad ya que hay falta de repuestos.



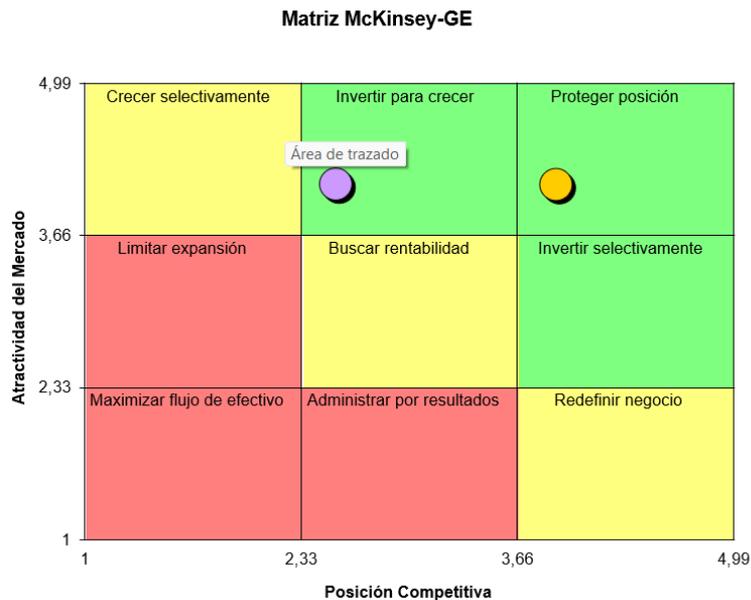
Matriz A-C

La Matriz de Atractivo-Competitividad (A-C), Tenemos que crecer en inversión para mantener y desarrollo de marca para ganar mercado y posicionamiento.

| Oportunidad de Negocio | | | | |
|--------------------------|--|------|--------------|-------|
| Atractividad del mercado | Factor | Peso | Calificación | Valor |
| | 1. Tamaño de mercado en general | 30% | 4 | 1,20 |
| | 2. Crecimiento promedio anual | 0% | | - |
| | 3. Niveles de satisfacción del cliente | 30% | 3 | 0,90 |
| | 4. Competencia, Intensidad, Cantidad | 40% | 5 | 2,00 |
| | 5. Requerimientos Tecnológicos | 0% | | - |
| | 6. Vulnerabilidad/Sensibilidad a la economía | 0% | | - |
| | 7. Tendencias de financiamiento tecnológico | 0% | | - |
| | | | | - |
| | | | - | |
| | 100% | | 4,1 | |

- Se recomienda portafolio de productos de alta rotación, gran oportunidad ya que hay falta de repuestos.
- Hay mucha demanda de productos, y poca oferta de proveedores en el mercado, serio y con experiencia.
- Experto recomienda trabajar en desarrollo de marca y catálogo de productos.

| Oportunidad de Negocio | | | | | | |
|------------------------|------------------------------|------|--------------|-------|----------------|-------------|
| Posición Competitiva | Factor | Peso | Calificación | Valor | Nueva posición | Nuevo Valor |
| | 1. Posición de mercado | 20% | | - | | - |
| | 2. Crecimiento del mercado | 0% | 3 | - | 4 | - |
| | 3. Variedad de la oferta | 25% | 3 | 0,75 | 5 | 1,25 |
| | 4. Reputación de marca | 0% | | - | | - |
| | 5. Socios de negocios | 10% | 3 | 0,30 | 4 | 0,40 |
| | 6. Conocimiento del mercado | 30% | 4 | 1,20 | 5 | 1,50 |
| | 7. Capacidad de entrega | 15% | 2 | 0,30 | 5 | 0,75 |
| | 8. Imagen del mercado | 0% | | - | | - |
| | 9. Estructura organizacional | 0% | | - | | - |
| | | | - | | - | |
| | 100% | | 2,55 | | 3,9 | |



Actualmente tenemos que invertir en marca, inventarios para poder tener presencia en el mercado, con estas estrategias en un futuro mediano y largo plazo posicionarnos y mantenernos.

Estrategia de segmentación y posicionamiento

Segmentación

Después del análisis de la matriz, se ha realizado el análisis de segmentación de mercado y clientes. El cliente potencial es el retail, medianos y pequeños almacenes de ventas de motos y repuestos, que no cuentan con el capital ni la especialización en estos productos.

Posicionamiento

La idea de negocio propuesta, cumple el objetivo de especialización en el mercado de repuestos, actualmente los proveedores de motos solo se enfocan en la venta de la moto y no los repuestos y el servicio post venta, una gran oportunidad para nosotros.

De ahí el slogan:

“Javarep porque somos más....somos confianza.”

Proto persona

Identificado el segmento y la oportunidad de negocio, se procedió al estudio de la proto persona.

- Dueño de local
- Venta de motos chinas
- Empresas pymes

Con estos antecedentes se puede crear el cliente meta, para quien se elabora la estrategia comercial y la 4P.

Manuel



Puesto
Gerente Propietario

Edad
Entre 25 y 34 años

Nivel de educación más alto
Licenciatura

Redes sociales



Industria
Comercio

Tamaño de la organización
Entre 1 y 10 empleados

Canal favorito de comunicación
Escribe aquí

Herramientas que necesita para trabajar

- Software de facturación
- Software de creación de informes
- Paneles de inteligencia de negocios

Responsabilidades laborales
gestion de resultados

Su trabajo se mide en función de
generacion de ventas

Su superior es
nadie

Metas u objetivos
Ventas

Obtiene información a través de
asiste a capacitaciones

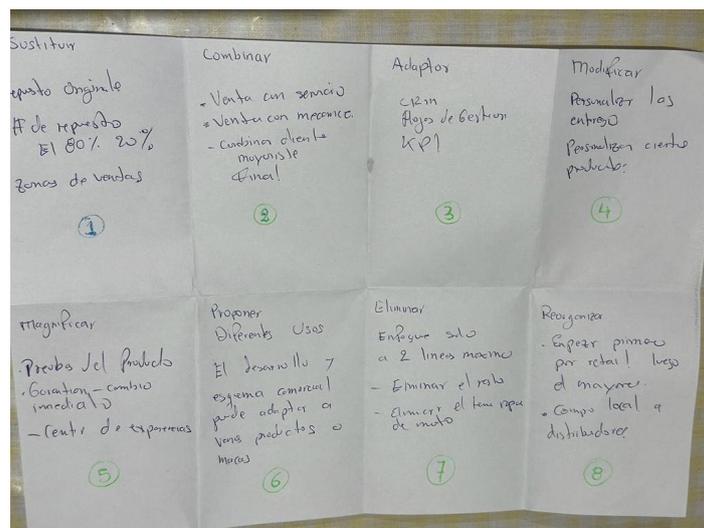
Validación del prototipo

La retroalimentación es positiva y viable, el ingreso de la empresa con un efecto diferenciador que busca como objetivo la interacción con el cliente y ser más asertivo con la información.



Análisis del ocho loco

- En clase se puso una idea disruptiva para cuestionar nuestras ideas de negocio empleando 8 categorías: Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Magnificar, Proponer diferentes usos, Eliminar y Reorganizar.
- Sustituir, se vio los atributos que marcan la diferencia, repuestos originales, Pareto 80%-20%, zonas de ventas.
- Combinar, se cohesionan lo que el mercado tiene más la nueva propuesta, ventas con servicio, ventas a mecánicas, combinar las dos estrategias.
- Adaptar, no adaptamos a las nuevas necesidades, CRM, KPI's.
- Modificar, modificamos la idea inicial, personalizar las entregas y clientes.
- Magnificar, potencializamos el servicio, magnificamos la disponibilidad y atención, pruebas del producto, garantía, cambio inmediato, centro de experiencias.
- Proponer diferentes usos, mejoramos la oferta, no solo es vender sino, servicio, capacitación y atención personalizada, diferentes usos, varias marcas.
- Eliminar y reorganizar, mayoreo, mecánicas, evolución al Retail.



La idea de negocio en el mundo

Las fábricas en el mundo están enfocadas en el monto, es decir en la venta de las motos, marca y no en la post venta.

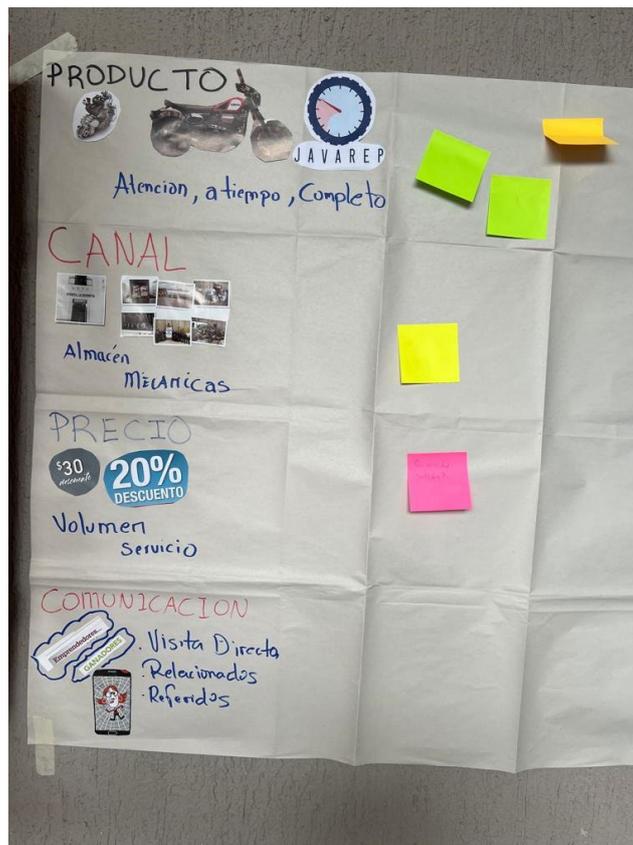
En los países desarrollados la moto se desecha, y no se repara, mientras en nuestro país, las motos son empleadas para movilidad y herramienta de trabajo.

Las marcas se enfocan en la venta del producto mas no en el repuesto, en las distribuciones no se les agrega el repuesto, hay mucho desabastecimiento.

Esto genera oportunidad para mi empresa en desarrollo.

Estrategias de las 4P

- Venta al por mayor de repuestos de motos.
- Atención inmediata, entregas a tiempo y completas.
- Enfocado en el servicio en ventas, post venta y distribución



Producto: Identificado de alta rotación cubre los estándares de calidad.

Canal: Clientes – Dueños de locales de ventas de repuestos, que no tienen el capital ni el conocimiento de importaciones.

Precio: Precio va en función al monto y tipo de compra, % de descuento por volumen, 5% de descuento por forma de pago contado – crédito.

Comunicación: Fuerza de ventas de visita directa para posicionar y vender los repuestos.

Análisis del Journey Map

| Journey Steps | Discovery | Registration | Onboarding and First Use | Sharing |
|---|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| Why do they even start the journey? How do you discover things? | Why do they even start the journey? | Why would they trust us? | How can they feel successful? | Why would they invite others? |
| Actions What does the customer do? What information do they look for? What is their context? | How do you discover things? | How do you trust us? | How can they feel successful? | Why would they invite others? |
| Needs and Pains What does the customer want to achieve or avoid? Tip: Ask your customer, e.g. by asking them for a personal evaluation. | How do you discover things? | How do you trust us? | How can they feel successful? | Why would they invite others? |
| Touchpoint What part of the service do they interact with? | How do you discover things? | How do you trust us? | How can they feel successful? | Why would they invite others? |
| Customer Feeling What is the customer's feeling? Tip: Use the emoji app to express their emotions. | How do you discover things? | How do you trust us? | How can they feel successful? | Why would they invite others? |
| Business | | | | |
| Opportunities What could we improve or introduce? | Increase/decrease a leading metric by |
| Process ownership What is in this box on this? | How do you discover things? | How do you trust us? | How can they feel successful? | Why would they invite others? |

| | | | | |
|----------------|---------------|----------------|------------------------|---------------------|
| llamar | línea directo | chat redes | demostración | conocimiento |
| seguridad | calidad | disponibilidad | vendedor | servicio post venta |
| disponibilidad | precio | | centro de experiencias | |

Capítulo 3 – Dirección Estratégica

Ventaja competitiva

Se vende la idea de servicio post venta, garantiza la recurrencia y fideliza.

“Javarep porque somos más....somos confianza.”

En el mercado actual se evaluó las posibles opciones para compra de repuestos, las mismas que fueron escasas, las empresas locales se centran en la venta de la moto, por el monto de compra, la usencia de distribuidores en la categoría de repuestos y accesorios de motos es una oportunidad.

Posicionamiento

Tener el top 10 de productos de mayor rotación, rapidez y disponibilidad.

Diferenciación

Conocimiento del producto, asesoría y capacitación, con enfoque al servicio al cliente final.

Segmentación

- El cliente meta es el dueño del almacén de motos, que mantiene servicio de mantenimiento.
- El cliente potencial es el retail, medianos y pequeños almacenes de ventas de motos y repuestos, que no cuentan con el capital ni la especialización en estos productos.

Estrategia empresarial

Visión

Ser líder en la comercialización de repuestos y accesorios al por mayor, con un objetivo de crecimiento mutuo entre empresa & cliente, que nos permita convertirnos en una empresa con crecimiento sostenible en el tiempo, excediendo las expectativas de los clientes, con una rentabilidad sostenida, contribuyendo y aportando a la sociedad con empleo, oportunidades de desarrollo profesional & personal a sus empleados.

Factores críticos:

- Falta de financiamiento.
- Poco inventario.
- Capacitación.
- Dificultades en la importación.

Recursos Estratégicos

- Conocimiento del mercado.
- Conocimiento de clientes base.
- Precios asequibles.
- Servicio y asesoría.

Asociatividad

Como empresa nos volvemos socios estratégicos, el objetivo es cubrir esas brechas que dejan las empresas que vende motos, solucionamos el problema de la post venta y satisfacemos la necesidad enfocada en el servicio y fidelización del cliente final.

Análisis de la tendencia de los clientes

Identificado el segmento y la oportunidad de negocio, se procedió al estudio del enfoque integral hacia el cliente:

- Dueño de local
- Venta de motos chinas
- Empresas pymes
- Brindan el servicio post venta, incompleto (al momento incluso se desarma una moto para cumplir con los repuestos de clientes)
- El modelo de negocio es ser socio estratégico, le proveemos y solucionamos el servicio post venta.

Investigación profunda

Competencia

- Los distribuidores actuales, son monopolio, no cumplen con los requerimientos de los clientes y usuarios.
- Las fábricas en el mundo están enfocadas en el monto, es decir en la venta de las motos, marca y no en la post venta.
- En los países desarrollados la moto se desecha, y no se repara, mientras en nuestro país, las motos son empleadas para movilidad y herramienta de trabajo.

Construye una marca

Javarep

- Se identificó la necesidad de repuestos para la post venta, solucionamos los problemas con los clientes, nos hacemos socios estratégicos y garantizamos el servicio a los clientes finales.
- Nuestro enfoque diferenciador es disponibilidad de inventario, el estar a tiempo, pedidos completos.

Servicio de apalancamiento de diferenciación

Preventa: Se visita a los clientes para asegurar el inventario y disponibilidad.

Venta: Facturación del producto, asegurando precio y cantidad.

Postventa: Webside para retroalimentación.

Mejorar el modelo y concepto

- Servicio personalizado, nosotros manejamos sus inventarios, asesoramos las reposiciones para evitar pérdida de ventas.
- Si bien en el tema de repuestos nos puede innovar, si se puede en el tema de accesorios, ya que la moda es parte fundamental del usuario.
- El objetivo y compromiso con nuestros clientes es: A tiempo, completo y variedad.

Análisis PESTEL

Factor político

Actualmente el Presidente del Ecuador es Daniel Noboa, desde el 23 de noviembre del 2023 y esta vigente hasta el 24 de mayo del 2025

Su plan de reactivación económica se base en :

- 1.- Aumentar la recaudación económica SRI
- 2.- Crea un sistema de para casos de corrupción y evasión fiscal.
- 3.- Impulsa un fondo de garantía para crédito de pequeñas y medianas empresas
- 4.- Bajar las tasa de intereses de los bancos

La Constitución del 2008 de la República del Ecuador en su el Artículo 1, establece que:

- “La República del Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia social, democrática, soberana, independiente, unitaria, intercultural plurinacional y laico. Se organiza en forma de República y se gobierna de manera descentralizada. Acorde con la Constitución, los poderes del estado se dividen en cinco funciones: La Función Ejecutiva, Función Legislativa, Función Judicial, Función de Transparencia y Control Social, Función Electoral”.

Factor económico

Objetivos económicos:

Apoyar en la generación de nuevos emprendimientos.

- Oportunidades laborales a partir de reformas que brinden sostenibilidad en el tiempo a los emprendedores.
- Mejorar las tasas y condiciones de crédito a los emprendedores.

Mejorar la relación el sistema economico.

- Mejorar y buscar nuevos vínculos comerciales con el mundo.
- Promover a empresas e inversionistas, para crear empleos
- Mejorar la seguridad
- Propone financiamiento estatal con tasas preferenciales a los emprendedores.

Aprovechar de manera eficiente la riqueza natural:

- Integrar fuentes de energía renovable en el sistema energético nacional y promover su uso a nivel doméstico, comercial e industrial.
- Concienciar a la población sobre la importancia de la conservación y protección de los ecosistemas y biodiversidad.
- Fomentar el uso sostenible de los recursos naturales, evitando la sobreexplotación y la degradación del medio ambiente.
- Implementar políticas de educación ambiental desde la escuela primaria hasta la educación superior, para promover una mayor conciencia ambiental en la sociedad
- Establecer leyes y regulaciones que promuevan la sostenibilidad ambiental y penalizar las prácticas que causen daño al medio ambiente.
- Fomentar la investigación científica y tecnológica aplicada a la conservación y protección del medio ambiente. • Fortalecer la cooperación internacional en materia de protección ambiental y cambio climático.

Construir finanzas públicas sólidas:

- Promover la transparencia y eficiencia en la gestión del gasto público. • Implementar mecanismos de control y rendición de cuentas para garantizar el buen uso de los recursos.
- Incentivar la participación ciudadana en el proceso de elaboración y ejecución del presupuesto
- Buscar fuentes de financiamiento diversificadas y sostenibles
- Promover la inversión en investigación, desarrollo e innovación para impulsar el crecimiento económico
- Establecer políticas de protección y cuidado del medio ambiente
- Fomentar la equidad y la igualdad de oportunidades en el acceso a los servicios públicos.
- Impulsar políticas de inclusión social para reducir la pobreza y la desigualdad
- Apoyar el emprendimiento y la generación de empleo

Esto llevó a que el país entre en una crisis económica, con una caída del crecimiento y un aumento en los niveles de pobreza.

La dependencia del petróleo como principal fuente de ingresos del país se convirtió en un problema, ya que cuando los precios cayeron, los ingresos del gobierno disminuyeron considerablemente. Además, la falta de diversificación económica y la escasa inversión en otros sectores productivos también contribuyeron a la crisis.

El gobierno tuvo que implementar medidas de austeridad y ajuste fiscal, lo que incluyó recortes en el gasto público, aumento de impuestos y reducción de subsidios. Estas medidas tuvieron un impacto negativo en la economía, con una disminución en el consumo y la inversión.

Además, la deuda externa del país también ha aumentado en los últimos años, lo que ha generado preocupaciones sobre la sostenibilidad de la economía a largo plazo. El gobierno ha tenido que buscar financiamiento externo, principalmente a través de préstamos de organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional (FMI).

En resumen, la caída del precio del petróleo ha expuesto los desafíos macroeconómicos y la falta de diversificación económica en el Ecuador. El país necesita buscar soluciones a largo plazo que reduzcan su dependencia del petróleo y promuevan el crecimiento en otros sectores productivos.

Para lograr esto, el gobierno debe trabajar en fortalecer la educación y la capacitación de los trabajadores para que estén preparados para los cambios que trae consigo la transición hacia una economía más sostenible. También se debe promover la innovación y la tecnología como impulsores del crecimiento económico.

En cuanto a la seguridad integral, es necesario fortalecer las instituciones encargadas de garantizar la seguridad de los ciudadanos, especialmente en áreas como el combate contra el crimen organizado y la corrupción. Esto requiere de una reforma profunda del sistema de justicia y una mayor colaboración entre diferentes sectores del Estado.

Para lograr una transición ecológica exitosa, el país debe asegurar una gestión adecuada de los recursos naturales y promover la conservación del medio ambiente. Es fundamental implementar medidas de adaptación y mitigación al cambio climático, así como fomentar prácticas sostenibles en la producción y el consumo.

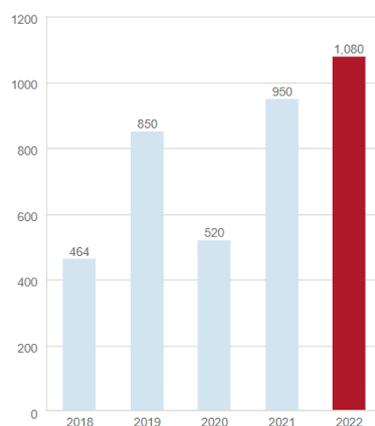
Finalmente, para fortalecer las instituciones, se deben implementar políticas y medidas que promuevan la transparencia, la participación ciudadana y la rendición de cuentas. Esto incluye la promoción de la igualdad de género y los derechos de los pueblos indígenas, afroecuatorianos y montubios.

En resumen, el plan de gobierno busca superar los desafíos económicos y sociales que enfrenta Ecuador, promoviendo un desarrollo inclusivo y sostenible. Para lograr esto, se enfoca en mejorar las oportunidades económicas, fortalecer la seguridad integral, promover la transición ecológica, mejorar las instituciones y garantizar la estabilidad macroeconómica.

En resumen, mejorar la eficiencia de las políticas públicas en Ecuador requiere abordar desafíos de larga data y agravados por la crisis sanitaria, como la desnutrición infantil, y

FINANCIAMIENTO

Ecuador: Compromisos por ejercicio (en millones de US\$)*



*Montos incluyen compromisos del BIRF y la AIF.

promover una mayor calidad de los servicios públicos, así como mejorar la eficiencia y progresividad del gasto en salud, educación y protección social. Además, es fundamental fortalecer la toma de decisiones basada en evidencia y mejorar la gestión de los recursos públicos y la coordinación entre los diferentes niveles de gobierno y sectores públicos.

Fuente: Banco mundial 28-septiembre 2022

Producto Interno Bruto

El Producto Interno Bruto según Puga y Zambrano (2009): “Mide la producción total de bienes tangibles (mercaderías) e intangibles (servicios), que se han fabricado, elaborado o producido en una determinada economía, durante un cierto periodo de tiempo (generalmente un año o un trimestre), sin considerar la depreciación o desgaste que ha ocurrido con el quipo productivo utilizado para fabricar los bienes o servicios.”

Estos factores externos están afectando a la economía ecuatoriana, que ha experimentado una desaceleración en su crecimiento. Además, la persistencia de altos niveles de inflación en el país genera incertidumbre sobre la dinámica de la recuperación económica.

Es importante destacar que la economía mundial ha retomado la senda de crecimiento gracias a las políticas expansivas adoptadas por las principales economías y a la recuperación del comercio internacional. Sin embargo, los pronósticos del FMI muestran un escenario más

complejo, con una desaceleración del crecimiento, aumento de la inflación y endurecimiento de la política monetaria a nivel global.

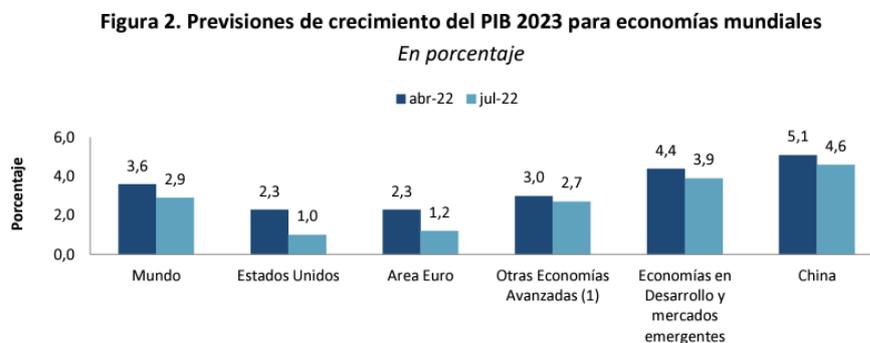
En respuesta a la contracción económica causada por la pandemia de COVID-19, los países implementaron políticas fiscales y monetarias expansivas para impulsar la producción y el empleo. Estas medidas generaron un aumento en la demanda a nivel mundial, que no pudo ser satisfecha por problemas en las cadenas de suministro, lo que resultó en un incremento en los precios a nivel global.

Adicionalmente, la invasión de Rusia a Ucrania ha contribuido a la aceleración de la inflación debido al aumento en los precios internacionales de recursos como el gas y el petróleo, y a problemas logísticos en la cadena de suministro. Además, las sanciones impuestas por la comunidad internacional a Rusia han generado dificultades en las cadenas de pagos en el comercio internacional.

Ante esta nueva realidad, las perspectivas de crecimiento mundial se han ajustado a la baja y existe un mayor riesgo de ralentización económica en los próximos años. Según el FMI, se espera un crecimiento de la economía mundial del 3,2% para este año, cifra menor a la pronosticada en abril.

En resumen, la economía ecuatoriana se ha desacelerado debido a factores externos como la desaceleración del crecimiento mundial y el aumento de la inflación. Estos factores generan incertidumbre sobre la recuperación económica y plantean desafíos para el país en los próximos años.

De igual manera, considera una reducción de las estimaciones para el año 2023 (respecto a la previsión de abril de 0,7 puntos porcentuales), al 2,9% (Figura 2). Esta desaceleración obedece a la revisión hacia la baja de las proyecciones de crecimiento de las principales economías



Nota: (1) Excluye el Grupo de los 7 (Alemania, Canadá, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón y el Reino Unido) y los países de la zona Euro.

Fuente: World Economic Outlook-FMI, julio 2022

avanzadas, en especial de Estados Unidos y de la zona euro; así como de las economías de mercados emergentes y en desarrollo, como China (por su política cero COVID y la menor actividad del mercado inmobiliario).

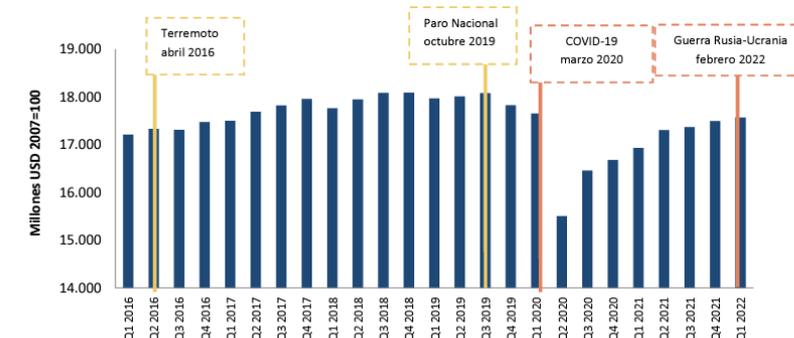
El GCFH, que es el principal componente del PIB, registró un crecimiento del 4,2%, impulsado por el aumento del empleo y los salarios, así como por las remesas recibidas. El GCFG también experimentó un crecimiento del 4,2%, debido a la mayor inversión del gobierno en infraestructura y programas sociales. Por su parte, la FBKF mostró un crecimiento del 5,1%, reflejando el aumento de la inversión privada en maquinaria, equipo y construcción.

En cuanto a los indicadores de empleo, la tasa de desempleo se redujo al 5,7% en el primer trimestre de 2022, frente al 6,3% registrado en el mismo período del año anterior. Esto se debe a la recuperación económica y a la generación de empleo en sectores como la construcción, la industria manufacturera y los servicios. Sin embargo, la tasa de subempleo se mantuvo en niveles altos, afectando principalmente a los trabajadores informales y a aquellos con empleos precarios.

En cuanto a los precios, la inflación se mantuvo bajo control en el primer trimestre de 2022, con una tasa del 1,9%. Esto se debe a una combinación de factores, como la estabilidad del tipo de cambio, la reducción de la demanda interna y la moderación de los precios internacionales de los principales productos importados. Sin embargo, se espera que la inflación aumente ligeramente en los próximos trimestres, debido a la recuperación económica y a la normalización de la demanda interna.

El sector real de la economía ecuatoriana mostró signos de recuperación en el primer trimestre de 2022, impulsado por el aumento del consumo, la inversión y el empleo. Sin embargo, existen riesgos a la baja en el corto plazo, como los efectos del paro nacional y la incertidumbre global causada por la invasión de Rusia a Ucrania. Por lo tanto, es importante mantener políticas económicas y fiscales prudentes para mantener esta tendencia de recuperación en los próximos trimestres

Figura 6. Evolución del PIB constante
En millones de USD (2007 =100), 2016. I – 2022. I



Fuente: Banco Central del Ecuador

En resumen, durante el primer trimestre de 2022, el Gasto de Consumo Final de Hogares y del Gobierno General en Ecuador tuvieron un crecimiento positivo, impulsado por factores como las operaciones de crédito de consumo, las importaciones de bienes de consumo, las remesas de migrantes y la recuperación del empleo. Además, la Formación Bruta de Capital Fija también mostró un crecimiento, impulsado por las importaciones de maquinaria y equipo de transporte y la inversión en vehículos de carga y uso industrial. Sin embargo, las exportaciones de bienes y servicios tuvieron una variación negativa debido a la disminución de las ventas al exterior en varios productos. A pesar de los desafíos económicos, el Banco Central del Ecuador prevé un crecimiento económico para el año 2022 y una trayectoria de crecimiento positiva en el mediano plazo.

A continuación, en la tabla 3 se muestra que la demanda interna es el principal componente para la expansión.

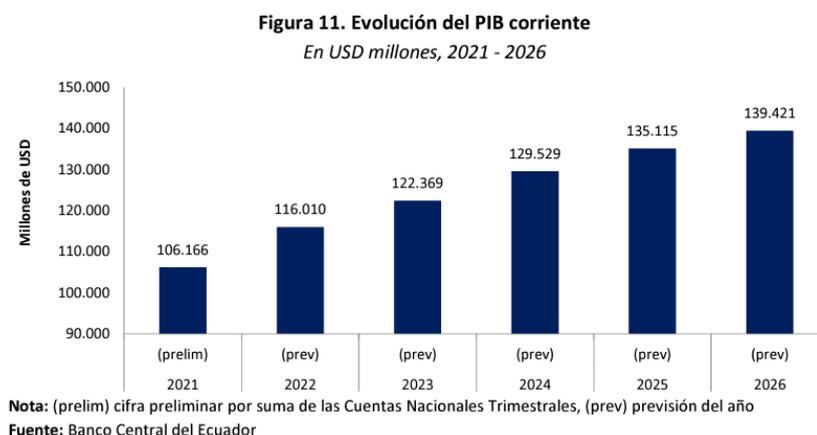
Tabla 3. Contribuciones al crecimiento
En porcentaje, 2022 - 2026

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Contribución al crecimiento: Demanda Interna | 2,1% | 2,4% | 2,3% | 2,1% | 1,8% |
| Contribución al crecimiento: Demanda Externa | 0,6% | 0,7% | 0,7% | 0,6% | 0,5% |
| Crecimiento | 2,7% | 3,1% | 3,0% | 2,7% | 2,3% |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Así mismo el PIB va al incremento y expansión en tiempos reales.

Debido al incremento de precios del petróleo y sus derivados.



Inflación

Debido a las protestas sociales y políticas en varios países. Además, se espera que el aumento de los precios de los alimentos y los combustibles contribuya a la inflación.

La expansión de la demanda se debe a la recuperación económica global y al aumento del



consumo interno. A medida que más personas vuelven a trabajar y tienen más dinero para gastar, se espera que la demanda de bienes y servicios aumente, lo que presionará al alza los precios.

Por otro lado, el conflicto entre Rusia y Ucrania ha tenido un impacto en los precios internacionales de los productos básicos, especialmente el petróleo y el gas. La

incertidumbre geopolítica ha aumentado la volatilidad de los precios y ha llevado a un aumento en los costos de producción y transporte.

Además, la paralización de junio 2022, causada por las protestas y la inestabilidad política en varios países, ha afectado la oferta y la producción de bienes y servicios. Esto ha llevado a una escasez de productos en el mercado y a un aumento de los precios.

En resumen, la inflación en 2022 se espera que aumente debido a los factores mencionados, como el incremento de los precios internacionales. Esto tendrá repercusiones en los precios de los bienes y servicios, lo que impactará en el bolsillo de los consumidores.

Sin embargo, a pesar de estos esfuerzos, la reducción de la demanda mundial y el posible efecto de la inflación importada podrían contrarrestar los beneficios de estos controles de precios y subsidios.

En términos de la economía nacional, la inflación anual del 2,8% pronosticada para 2023 podría afectar el poder adquisitivo de los ciudadanos, ya que los precios de los bienes y servicios aumentarían. Esto podría reducir la demanda agregada y afectar el crecimiento económico.

En relación a los controles de precios propuestos, si el gobierno implementara estas medidas, podrían limitar la subida de los precios de los 44 productos mencionados. Sin embargo, existe la posibilidad de que estos controles generen efectos negativos, como la escasez de productos o la reducción de la oferta debido a los límites de precios impuestos.

El aumento de los operativos de control y la inclusión de infracciones administrativas por la inobservancia de los precios oficiales y referenciales podrían ayudar a reducir la especulación y garantizar que los precios se mantengan dentro de los límites establecidos. Sin embargo, también es importante considerar los efectos negativos que esto podría tener en los productores y comerciantes, así como en la inversión y el emprendimiento.

El subsidio del 50% en el costo de la urea podría permitir una reducción de los costos de producción agrícola en algunos bienes alimenticios, lo que a su vez podría contribuir a la reducción de los precios de estos productos en el IPC. Sin embargo, es importante evaluar si este subsidio es sostenible a largo plazo y si tiene alguna implicación ambiental o económica adicional.

Las medidas propuestas para controlar la inflación y reducir los precios de los productos alimenticios en el contexto nacional podrían tener efectos positivos en la economía y el bienestar de los ciudadanos. Sin embargo, también deben considerarse los posibles efectos

negativos y la necesidad de evaluar constantemente la efectividad y sostenibilidad de estas medidas.

El deflactor del PIB se utiliza para medir el nivel de precios en una economía y ajustar el valor nominal del PIB por el efecto de la inflación. Una tasa de variación del deflactor del PIB del 6,4% indica un aumento generalizado en los precios de los bienes y servicios en la economía.

Existen diferentes factores que pueden contribuir a este aumento en los precios. En primer lugar, se menciona el incremento en los precios de los productos importados. Si el país depende en gran medida de las importaciones, un aumento en los precios de estos productos puede tener un impacto significativo en el nivel de precios en general.

Además, se menciona que el paro nacional ha afectado los precios en el mercado interno. Es común que durante los períodos de paro o conflicto laboral, la oferta de productos y servicios se vea afectada, lo que puede generar presiones al alza en los precios.

Por último, se mencionan las expectativas de los agentes económicos como otro factor que influye en el aumento de los precios. Las expectativas de inflación pueden tener un efecto real en los precios, ya que los productores y los consumidores ajustan sus decisiones de producción y consumo en función de sus expectativas futuras de precios.

En resumen, la tasa de variación del deflactor del PIB del 6,4% indica un aumento en los precios de los bienes y servicios en la economía. Este aumento puede ser atribuido a diversos factores como el aumento en los precios de los productos importados, el impacto del paro nacional en el mercado interno y las expectativas de los agentes económicos respecto a la inflación

Factor social

Los ejes del Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025 en Ecuador son el social, el económico y el institucional. Los objetivos del eje social incluyen la protección de la familia y la erradicación de la pobreza, el desarrollo de condiciones para el acceso a la salud integral, la consolidación del sistema de seguridad social, la prevención del consumo de drogas y la rehabilitación de adicciones, el acceso a una vivienda adecuada, la erradicación de la violencia de género y el fortalecimiento del sistema educativo inclusivo. En cuanto al eje económico, se busca impulsar la economía naranja a través de la promoción de actividades culturales y el bienestar de los artistas y gestores culturales, así como generar nuevas oportunidades y bienestar en las zonas rurales. Por último, el eje institucional busca modernizar la gestión pública, fortalecer la digitalización y mejorar la transparencia y la participación ciudadana. Este plan guiará a las nuevas políticas y proyectos públicos, así como la programación y ejecución del presupuesto del Estado, y será de carácter obligatorio para el sector público. El gobierno solicita la participación ciudadana para hacer aportes al plan a través de un formulario

Factor ecológico

En el contexto legal, el Ecuador cuenta con una legislación que busca controlar y disminuir la contaminación atmosférica. Se han establecido distintas normativas y políticas que buscan regular el uso de combustibles, la emisión de gases contaminantes y promueven el uso de energías renovables.

El Ministerio del Ambiente es la entidad encargada de establecer y coordinar la política nacional en materia ambiental. A través de la Subsecretaría de Calidad Ambiental se establecen las normativas y regulaciones para el control de la calidad del aire.

Por ejemplo, el Ministerio del Ambiente ha definido límites máximos permisibles de emisiones para diversos sectores industriales, así como regulaciones técnicas para vehículos automotores. También se han implementado programas de control de la calidad del combustible, exigiendo estándares mínimos de calidad para su venta y uso.

Asimismo, se promueve la participación de gobiernos locales y la sociedad civil en la ejecución de programas y proyectos ambientales. En el caso de Quito, la Secretaría de Ambiente tiene como objetivo la gestión integral y sostenible del ambiente urbano, incluyendo el control de la contaminación atmosférica.

Es importante mencionar que el incumplimiento de las normas y regulaciones ambientales puede tener consecuencias legales para las empresas y personas involucradas. Se pueden imponer multas, sanciones o incluso cierre de operaciones en caso de reincidencia o afectación grave al medio ambiente.

En resumen, el Ecuador ha implementado políticas y normas que buscan controlar la contaminación atmosférica. Sin embargo, aún existen desafíos en su implementación y control efectivo. Es necesario que las autoridades fortalezcan la fiscalización y promuevan una cultura de control ambiental tanto en el sector industrial como en la ciudadanía en general.

Factor legal

En el Ecuador cada empresa está sujeta a tributación en transacciones y actividades sobre los impuestos a la renta, IVA, consumos especiales, y otros tributos. Impuestos a la Renta, Ecuador son las Contribuciones a las Entidades Gubernamentales Reguladoras, Impuesto sobre Activos Totales, Impuesto a la Propiedad Urbana Impuesto Especial al Capital Neto de Sociedades, Impuesto al Valor Agregado, (Lataxnet, s.f.) e Impuesto a la Transferencia de Títulos de Propiedad de Bienes Raíces, Impuesto a los Consumos Especiales e Impuestos Aduaneros (Lataxnet, s.f.).

Entre enero y abril de este año se vendieron 23,958 vehículos, mientras que en 2019 fueron 42,222 (La Hora, 2020). La caída en cifras del mercado automotriz es algo que han arrastrado en los últimos tres años, debido a que el esquema tributario del país los ha puesto en desventaja frente a otros mercados que importan vehículos al Ecuador (La Hora, 2020)

Dentro del portafolio de industrias, está la automotriz, la cual está encargada del diseño, producción y ventas de vehículos, al igual de partes y repuestos en todo el mundo. En el Ecuador este sector industrial y comercial también es importante para nuestra economía ya

que tiene bajo su nómina a aproximadamente 90.000 trabajadores directa e indirectamente, y a su vez una aportación de impuestos, unos 450 millones de dólares en 2014 (IC EX, 2016). En el Ecuador, hay un parque automotriz superior a los 2.200.000 cuales más de 400.000 superan los 25 años (ICEX, 2016). En los últimos años se han visto incrementadas las ventas de automóviles. Entre enero y noviembre de 2021 se vendieron 150.734 motos. La proyección del sector es llegar a cerca de 160.000 unidades vendidas al cierre de las cuentas de 2021. Es decir, ese segmento presentará un aumento de 23% frente a 2020, mientras que en comparación con 2019 el crecimiento será de 11%. La mayor demanda de motocicletas se debe a la recuperación del comercio, con nuevas formas de negocio.

Además, la industria automotriz también está experimentando un crecimiento en la demanda de vehículos utilitarios y de carga debido a la expansión del comercio electrónico y las entregas a domicilio. Esta creciente demanda implica mayor necesidad de repuestos y servicios de mantenimiento para estos vehículos.

Sin embargo, a pesar del potencial de crecimiento de la industria automotriz en Ecuador, existen desafíos importantes, especialmente en relación con el sistema tributario. Los altos aranceles y impuestos asociados a la importación y comercialización de vehículos y repuestos en el país han dificultado el desarrollo y la competitividad del sector. Esto ha llevado a una desventaja para las empresas ecuatorianas en comparación con otros mercados de la región, lo que ha afectado las ventas y el crecimiento del sector.

Es necesario que se realicen ajustes en el sistema tributario para promover el desarrollo de la industria automotriz en Ecuador. Reducir los aranceles y simplificar los impuestos relacionados con la importación y comercialización de vehículos y repuestos ayudaría a nivelar el campo de juego para las empresas locales y fomentaría la inversión y la creación de empleo en el sector.

Además, se requiere una mayor inversión en investigación y desarrollo para fomentar la producción de vehículos y repuestos en el país. Esto permitiría reducir la dependencia de las importaciones y promover la generación de empleo y el crecimiento económico.

En resumen, la industria automotriz en Ecuador enfrenta desafíos significativos debido a las limitaciones del sistema tributario y los altos aranceles. Sin embargo, existen oportunidades de crecimiento, especialmente en los segmentos de repuestos y vehículos utilitarios y de

carga. Es necesario realizar cambios en el sistema tributario y promover la inversión en investigación y desarrollo para impulsar el desarrollo de la industria automotriz y promover la generación de empleo y el crecimiento económico en el país

Esto indica que las motos utilitarias o de trabajo experimentaron un aumento significativo en las ventas en el año 2021 en comparación con años anteriores. En total, se vendieron 80.680 unidades en los primeros 11 meses del año, superando las ventas de 2020 (62.695 unidades) y 2019 (72.486 unidades). Estos datos demuestran que la moto de trabajo es la más demandada por los consumidores y la más vendida por todas las marcas en Ecuador.

Para el rol de pago se tomó en cuenta que se contará con 2 colaboradores, uno que cumplirá el rol de administrador y otro como vendedor. Se fijó el salario de cada colaborador y se calcularon todos los beneficios de ley. En vista de que la empresa será importadora y comercializadora, ninguno de estos salarios afecta directamente al producto, por lo tanto, ambos sueldos se los considera como gastos.

Activos fijos y depreciaciones

| DETALLE | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL | AÑOS DE DEPRECIACIÓN | FACTOR DE DEPRECIACIÓN | VALOR DE DEPRECIACIÓN (LÍNEA RECTA) | VALOR A DEPRECIAR POR 3 AÑOS | VALOR A DEPRECIAR POR 2 AÑOS SIGUIENTES |
|-------------------------------------|----------|----------------|--------------|----------------------|------------------------|-------------------------------------|------------------------------|---|
| Escritorios modulares | 1 | \$ 200,00 | \$ 200,00 | 10 | 0,10 | 20,00 | 20,00 | 20,00 |
| Sillas | 5 | \$ 60,00 | \$ 300,00 | 10 | 0,10 | 30,00 | 30,00 | 30,00 |
| Mesa para reunión | 1 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | 10 | 0,10 | 15,00 | 15,00 | 15,00 |
| Estante/Archivador | 1 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | 10 | 0,10 | 15,00 | 15,00 | 15,00 |
| Computador | 2 | \$ 700,00 | \$ 1.400,00 | 3 | 0,33 | 466,67 | 466,67 | 0,00 |
| Impresora | 1 | \$ 300,00 | \$ 300,00 | 3 | 0,33 | 100,00 | 100,00 | 0,00 |
| Celular | 1 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | 3 | 0,33 | 50,00 | 50,00 | 0,00 |
| Estantería metálica (bodega) | 10 | \$ 200,00 | \$ 2.000,00 | 10 | 0,10 | 200,00 | 200,00 | 200,00 |
| Instalación de sistema de seguridad | 1 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | 3 | 0,33 | 150,00 | 150,00 | 0,00 |
| Local | 1 | \$ 40.000,00 | \$ 40.000,00 | 20 | 0,05 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 |
| | | | \$ 45.100,00 | | | | 3046,67 | 2280,00 |

Para los activos fijos se procedió a enlistar todo aquello que es necesario para el desarrollo del negocio, como se indica en la tabla anterior, luego se cotizó el valor de mercado de cada artículo. Una vez conocidos los precios, procedemos a depreciarlos por el método de línea recta, tomando en consideración el factor de depreciación que corresponde a cada artículo. Dado que el proyecto está planteado para 5 años y tenemos artículos que se deprecian en 3 años y de 10 para adelante, entonces calculamos cual será el valor a depreciar en los 3 primeros años y luego en los 2 restantes.

Tabla de amortización

| | | | | |
|------------------------------------|--------------|----------------------------|---------------------|-----------------------|
| Necesidad de financiamiento | \$ 45.100,00 | | | |
| Préstamo | \$ 22.550,00 | 50% de la inversión | | |
| Tasa del préstamo | 10,70% | Cooperativa JEP CrediPYMES | | |
| Tasa fiscal | 36,25% | | | |
| | | | | |
| Periodo | Pago | Interes | Amortización | Saldo insoluto |
| 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 22550,00 |
| 1 | 2097,15 | 2412,85 | 4510,00 | 18040,00 |
| 2 | 2579,72 | 1930,28 | 4510,00 | 13530,00 |
| 3 | 3062,29 | 1447,71 | 4510,00 | 9020,00 |
| 4 | 3544,86 | 965,14 | 4510,00 | 4510,00 |
| 5 | 4027,43 | 482,57 | 4510,00 | 0,00 |

Para este proyecto, hemos fijado que la inversión se financiará en un 50% con deuda del sistema financiero, en este caso, con la Cooperativa JEP, que es el banco con el cual se tiene relación comercial actualmente. La tasa de interés que maneja esta Cooperativa para un préstamo como este es del 10,7%. El método que se ha empleado para la amortización del prestamos es el Método Alemán.

Estado de pérdidas y ganancias

| | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Ingresos | \$ 135.350,00 | \$ 139.410,50 | \$ 143.592,82 | \$ 147.900,60 | \$ 152.337,62 |
| Costo de legalización | \$ 3.882,20 | \$ 3.921,03 | \$ 3.960,24 | \$ 3.999,84 | \$ 4.039,84 |
| Costo del producto | \$ 38.822,04 | \$ 39.210,26 | \$ 39.602,36 | \$ 39.998,38 | \$ 40.398,37 |
| Costo de transporte | \$ 1.941,10 | \$ 1.960,51 | \$ 1.980,12 | \$ 1.999,92 | \$ 2.019,92 |
| Costo de Aranceles | \$ 10.364,13 | \$ 10.467,77 | \$ 10.572,45 | \$ 10.678,17 | \$ 10.784,96 |
| MARGEN DE CONTRIBUCIÓN | \$ 80.340,53 | \$ 83.850,93 | \$ 87.477,65 | \$ 91.224,29 | \$ 95.094,54 |
| Pago de salarios | \$ 26.338,52 | \$ 26.338,52 | \$ 26.338,52 | \$ 26.338,52 | \$ 26.338,52 |
| Transporte | \$ 6.000,00 | \$ 6.000,00 | \$ 6.000,00 | \$ 6.000,00 | \$ 6.000,00 |
| Servicios básicos | \$ 720,00 | \$ 792,00 | \$ 871,20 | \$ 958,32 | \$ 1.054,15 |
| Publicidad | \$ 1.200,00 | \$ 1.200,00 | \$ 1.200,00 | \$ 1.200,00 | \$ 1.200,00 |
| Material de oficina | \$ 300,00 | \$ 300,00 | \$ 300,00 | \$ 300,00 | \$ 300,00 |
| UTILIDAD OPERACIONAL | \$ 45.782,01 | \$ 49.220,41 | \$ 52.767,93 | \$ 56.427,45 | \$ 60.201,87 |
| Gastos financieros | \$ 2.412,85 | \$ 1.930,28 | \$ 1.447,71 | \$ 965,14 | \$ 482,57 |
| Depreciación | \$ 3.046,67 | \$ 3.046,67 | \$ 3.046,67 | \$ 2.280,00 | \$ 2.280,00 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | \$ 40.322,49 | \$ 44.243,47 | \$ 48.273,56 | \$ 53.182,31 | \$ 57.439,30 |
| Impuestos | \$ 14.616,90 | \$ 16.038,26 | \$ 17.499,16 | \$ 19.278,59 | \$ 20.821,75 |
| UTILIDAD NETA | \$ 25.705,59 | \$ 28.205,21 | \$ 30.774,39 | \$ 33.903,72 | \$ 36.617,55 |

En el estado de resultados que observamos, se encuentran ya colocados todos los valores obtenidos previamente y con su respectiva proyección para los 5 años del proyecto. Los ingresos, parten del valor obtenido en la hoja “Ingresos” y para su proyección se calculó con un crecimiento del 3% que es la proyección de crecimiento del mercado. Luego tenemos los costos desglosados previamente, para la proyección de costos se tomó la inflación, con un crecimiento de 1%. A continuación, después del margen de contribución, colocamos los gastos en los que incurrirá la empresa, tales como, salarios, servicios básicos, publicidad, etc. Finalmente se agregan el pago de intereses y la depreciación, se realizan los cálculos correspondientes para obtener la utilidad neta del negocio.

Punto de equilibrio

| PUNTO DE EQUILIBRIO | | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| COSTOS FIJOS | \$ 34.558,52 | \$ 34.630,52 | \$ 34.709,72 | \$ 34.796,84 | \$ 34.892,67 |
| % MARGEN CONTRIBUCION | 0,59 | 0,60 | 0,61 | 0,62 | 0,62 |
| VALOR DE INGRESOS QUE GENERA EL EQUILIBRIO | 58.220,87 | 57.576,68 | 56.975,31 | 56.415,61 | 55.896,65 |
| COSTOS FIJOS | \$ 34.558,52 | \$ 34.630,52 | \$ 34.709,72 | \$ 34.796,84 | \$ 34.892,67 |
| GASTOS FINANCIEROS | \$ 2.412,85 | \$ 1.930,28 | \$ 1.447,71 | \$ 965,14 | \$ 482,57 |
| % MARGEN CONTRIBUCION | 0,59 | 0,60 | 0,61 | 0,62 | 0,62 |
| VALOR DE INGRESOS QUE GENERA EL EQUILIBRIO | 62.285,81 | 60.785,96 | 59.351,70 | 57.980,37 | 56.669,71 |

El punto de equilibrio en unidades sería un valor subjetivo, ya que esta cartera de productos de 4.500 unidades está compuesta por ítems diferentes y, por lo tanto, de diferentes precios. Es por eso que consideramos adecuado determinar el valor de ingresos que genera el equilibrio.

Indicadores de apalancamiento

| INDICADORES DE APALANCAMIENTO | | | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| MARGEN DE CONTRIBUCIÓN | \$ 80.340,53 | \$ 83.850,93 | \$ 87.477,65 | \$ 91.224,29 | \$ 95.094,54 |
| UTILIDAD OPERATIVA | \$ 45.782,01 | \$ 49.220,41 | \$ 52.767,93 | \$ 56.427,45 | \$ 60.201,87 |
| GRADO DE APALANCAMIENTO OPERACIONAL | 1,75 | 1,70 | 1,66 | 1,62 | 1,58 |
| UTILIDAD OPERATIVA | \$ 45.782,01 | \$ 49.220,41 | \$ 52.767,93 | \$ 56.427,45 | \$ 60.201,87 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | \$ 40.322,49 | \$ 44.243,47 | \$ 48.273,56 | \$ 53.182,31 | \$ 57.439,30 |
| GRADO DE APALANCAMIENTO FINANCIERO | 1,14 | 1,11 | 1,09 | 1,06 | 1,05 |
| MARGEN DE CONTRIBUCIÓN | \$ 80.340,53 | \$ 83.850,93 | \$ 87.477,65 | \$ 91.224,29 | \$ 95.094,54 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | \$ 40.322,49 | \$ 44.243,47 | \$ 48.273,56 | \$ 53.182,31 | \$ 57.439,30 |
| GRADO DE APALANCAMIENTO TOTAL | 1,99 | 1,90 | 1,81 | 1,72 | 1,66 |
| GAT= GAO * GAF | 1,99 | 1,90 | 1,81 | 1,72 | 1,66 |

A nivel operacional, si bien es cierto que un grado de apalancamiento operacional mayor a 1, sugiere un mayor riesgo, ya que requiere una contribución marginal mayor para cubrir los costos fijos. Sin embargo, existe una mayor oportunidad de generar buenos resultados con el incremento en el nivel de operaciones.

A nivel financiero, observamos que el grado de apalancamiento financiero disminuye cada año, sin embargo, siempre es mayor a 1, esto nos indica que es rentable recurrir a financiamiento ajeno, en este caso para el proyecto se buscó un banco.

El grado de apalancamiento total sigue la misma tendencia, ya que es el producto de los anteriores y nos indica que año a año se incrementará la utilidad neta debido a un incremento en el volumen de operaciones.

Flujo de caja libre

| | INICIO | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Inversión Activos | \$ 45.100,00 | | | | | |
| | | | | | | |
| | INICIO | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Ingresos | | \$ 135.350,00 | \$ 139.410,50 | \$ 143.592,82 | \$ 147.900,60 | \$ 152.337,62 |
| Costos | | \$ 55.009,47 | \$ 55.559,57 | \$ 56.115,16 | \$ 56.676,31 | \$ 57.243,08 |
| Gastos | | \$ 36.971,37 | \$ 36.560,80 | \$ 36.157,43 | \$ 35.761,98 | \$ 35.375,24 |
| Depreciación | | \$ 3.046,67 | \$ 3.046,67 | \$ 3.046,67 | \$ 2.280,00 | \$ 2.280,00 |
| EBIT (UAI) | | \$ 40.322,49 | \$ 44.243,47 | \$ 48.273,56 | \$ 53.182,31 | \$ 57.439,30 |
| Impuestos | | \$ 14.616,90 | \$ 16.038,26 | \$ 17.499,16 | \$ 19.278,59 | \$ 20.821,75 |
| Utilidad Neta | | \$ 25.705,59 | \$ 28.205,21 | \$ 30.774,39 | \$ 33.903,72 | \$ 36.617,55 |
| VENTA ACTIVO (75%) | | | | | | \$ 33.825,00 |
| IMPUESTO | | | | | | \$ 879,06 |
| | | | | | | |
| VALOR TERMINAL | | | | | | \$ 32.945,94 |
| | | | | | | |
| Flujo de Caja Libre | \$ -45.100,00 | \$ 28.752,26 | \$ 31.251,88 | \$ 33.821,06 | \$ 36.183,72 | \$ 71.843,49 |

En este flujo de caja, encontramos todos los valores del estado de pérdidas y ganancias, de manera más simplificada. Adicionalmente en el año 5 agregamos el valor terminal, que corresponde al valor en el cual venderías los activos de la empresa, para este caso hemos establecido que se van a vender al 75% del valor de la inversión, por lo tanto, lo estaríamos vendiendo por encima del valor en libros a esa fecha, por lo tanto, dicha venta genera impuestos que se deben considerar en el flujo.

Flujo financiero y del accionista

| FLUJO FINANCIERO DEL PROYECTO | | | | | | | |
|-------------------------------|-------------------|----------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Credito | | 50% de la inversion | | | | | |
| | 22.550,00 | | | | | | |
| Tasa | | 10,7% Cooperativa JEP CredIPYMES | | | | | |
| | | | | | | | |
| | INICIO | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | |
| Prestamo | 22.550,00 | | | | | | |
| Amortización | | 4.510,00 | 4.510,00 | 4.510,00 | 4.510,00 | 4.510,00 | |
| Saldo insoluto | 22.550,00 | 18.040,00 | 13.530,00 | 9.020,00 | 4.510,00 | - | |
| Interes | | 2.412,85 | 1.930,28 | 1.447,71 | 965,14 | 482,57 | COSTO DEUDA |
| Ventaja tributaria | | 874,66 | 699,73 | 524,79 | 349,86 | 174,93 | TIR |
| FLUJO DE FINANCIACIÓN | 22.550,00 | -6.048,19 | -5.740,55 | -5.432,92 | -5.125,28 | -4.817,64 | 6,82% |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | COSTO ACCIONISTA |
| FLUJO DEL ACCIONISTA | -22.550,00 | 22.704,06 | 25.511,32 | 28.388,14 | 31.058,44 | 67.025,85 | 111,61% |

El flujo financiero del proyecto no es más que la estructura de amortización del préstamo, tomando en cuenta la ventaja tributaria que genera el pago de interés anuales, de esta manera nos queda un flujo en el cual el valor inicial es el monto del préstamo, con signo positivo porque

ingresa a nuestras arcas, mientras que los años siguientes tienen signo negativo, ya que corresponde a valores que debemos pagar. Este flujo genera una TIR de 6,82% que es el costo real de la deuda.

Finalmente, como conocemos los flujos del proyecto y de financiamiento, podemos calcular el flujo del accionista y así mismo, obtener la TIR del accionista.

Cálculo del costo del patrimonio

| | Tasa libre de riesgo r_f | Tasa de rentabilidad del mercado r_m | Nivel de riesgo de la empresa β | Riesgo país r_p | k_e $k_e = r_f + [r_m - r_f] * \beta^{AP} + r_p$ |
|----------------------|-------------------------------|---|--|----------------------|---|
| Costo del patrimonio | 4,40% | 11,73% | 1,12 | 17,26% | 29,85% |
| | | | Valor para una empresa de autopartes | | |

Para el cálculo del costo del patrimonio, utilizaremos la fórmula vista en clase y para la obtención de datos nos guiaremos en los datos de la página de Damodaran, de donde obtendremos la tasa libre de riesgo, la tasa de rentabilidad de mercado, el nivel de riesgo de la empresa según el sector, en nuestro caso se utilizó Autopartes. Finalmente usaremos el valor del riesgo país y procedemos a utilizar la fórmula para encontrar k_e .

Cálculo del WACC

| Estructura de capital | | Costo de la fuente | WACC |
|-----------------------|------|--------------------|---------------|
| Deuda | 50% | 6,8213% | 3,4106% |
| Accionistas | 25% | 111,6142% | 27,9035% |
| Patrimonio | 25% | 29,8510% | 7,4628% |
| | 100% | | 38,78% |

Conocidas la TIR del proyecto, de la deuda y del patrimonio, tenemos los componentes necesarios para calcular el costo de capital promedio ponderado, que es una tasa más real que la tasa de oportunidad que usamos en primera instancia y, sobre todo, que considera las diferentes variables del mercado. Inicialmente se había establecido que el proyecto se financiaría en un 50% con deuda, lo restante se establecerá de la siguiente manera: 25% accionistas y 25% patrimonio.

Valor presente neto, tasa interna de retorno y periodo de recuperación

| | |
|------------|----------------|
| VPN | \$ 28.212,35 |
| TIR | 68,21% |
| PRI | 2 años 6 meses |

Finalmente, obtenemos que el periodo de recuperación de la inversión es bastante rápido, antes de terminar el tercer año ya se recupera, exactamente en 2 años y 6 meses. La tasa de retorno es alta, con un 68,21% y esto es lo que atrae el interés del inversionista. Y, por último, el indicador que nos permite tomar decisiones, el VPN es un valor positivo y alto, por lo tanto, podemos concluir que este proyecto es rentable.

CONCLUSIONES

La idea de negocio encuentra una oportunidad en la importación, ya que de esta manera puede competir en precio con las empresas posicionadas en el mercado. Además, agrega valor en el inventario, ya que ofrece repuestos para las motos que predominan el mercado cuencano y también ofrece asesoría en cuanto a los productos, lo cual permite que el cliente termine satisfecho.

Existe un mercado amplio para los productos que vamos a comercializar, ya que las motos chinas son de alta demanda en la ciudad. Las estrategias de precio y servicio personalizado en el marketing mix se enfocan en satisfacer al cliente tanto en la oferta de precios atractivos como en la personalización de productos y servicios, con el objetivo de atraer y retener a los clientes en el mercado. La empresa debe estar consciente que, si bien existe una alta competencia en el sector de repuestos de motos, el nicho al cual está apuntando no ha sido atomizado todavía y al sector importadores directos, se puede posicionar por encima de la competencia.

La propuesta estratégica y de valor que se le da al producto captura una gran oportunidad en un sector de notable crecimiento, es fundamental estar siempre innovando y adaptándose a los constantes cambios en los gustos y preferencias de los clientes. Esto permitirá satisfacer sus necesidades de manera efectiva y atraer a nuevos clientes. Además, las estrategias de negocio son clave para convertir una idea genérica en un modelo exitoso

El proyecto es sustentable y sostenible financieramente, ya que el valor presente neto obtenido es de \$28.212,35.

Además, al utilizar el sistema bancario como respaldo, la empresa tiene la ventaja de poder acceder a préstamos y financiamiento necesario para expandirse y crecer en el futuro. Esto le permite aprovechar oportunidades y adaptarse a los cambios del mercado de manera más rápida y eficiente.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que el uso de financiamiento también puede implicar riesgos. Si la empresa no logra generar los ingresos esperados para cubrir los costos

y pagar los préstamos a tiempo, puede enfrentar problemas financieros e incluso llegar a la quiebra.

Por lo tanto, es fundamental llevar a cabo un análisis exhaustivo de la viabilidad financiera de la inversión y contar con un plan de negocios sólido que permita gestionar de manera adecuada el endeudamiento y asegurar la generación de ingresos para cubrir los costos y pagar los préstamos.

La utilización del sistema bancario como respaldo para la actividad de la empresa puede ser beneficioso siempre y cuando se gestionen de manera adecuada los riesgos y se cuente con un plan financiero sólido. Esto permitirá aprovechar las oportunidades de crecimiento y generar ganancias a largo plazo.

RECOMENDACIONES

Implementar, complementar y cuantificar el análisis DAFO. Incluir recursos financieros claves para el financiamiento. Realizar un análisis más profundo de la competencia, especialmente de aquellas que puedan reaccionar a ante nuestra propuesta.

Definir la propuesta de valor para el posicionamiento en una frase. Validar la idea de negocio, por medio de expertos en el sector.

Analizar el impacto del entorno macro para el modelo de negocio. Identificar a través de una profunda investigación estratégica los principales atributos de posicionamiento. Desagregar en la propuesta de estrategias que permitan asegurar una ruta estratégica competitiva y sostenible en el tiempo.

Para implementar el proyecto integrador, primero debemos tener en cuenta todas las decisiones financieras indicadas. Asegurémonos de conocer los detalles del proyecto y las variables involucradas, un análisis exhaustivo y una planificación adecuada. Es fundamental hacer un seguimiento continuo para garantizar el éxito del proyecto y maximizar su rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Al-Debi, M., El-Haddadeh, R., & Avison, D. (2008). Defining the business model in the new world of digital business. *Americas Conference on Information Systems*, 12.
- Álvarez , M. (2013). Formulación de un plan de negocios para la importación de repuestos y accesorios para motos en la empresa Expomotos y comercializar en la ciudad de Loja período 2013 - 2014. Obtenido de <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/600/1/T-UIDE-0550.pdf>
- Armijos, R. (2014). Manual general para importadores en Ecuador. Obtenido de http://www.reiarm.com.ec/docs/manual_de_importaciones_ecuador_reiarm.pdf
- Cajamarca, C., & Villacreses, J. (2011). Importación de repuestos y accesorios para motocicleta. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/1827/1/08157.pdf>
- Correa , A. (2014). Generalidades del Comercio Internacional. *ESUMER*. Obtenido de <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25433w/Hoz%20Correa%20Generalidadesdecomerciointernacional.pdf>
- Magretta . (2002). *Emprendimiento y creatividad: Aspectos esenciales para crear empresa*. Bogotá: ECOE.
- Muñoz , Y. (2016). Análisis del sector importador de repuestos de vehículos en el período 2010 - 2014 y sus efectos en el comercio exterior ecuatoriano: Caso Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10563/1/PROYECTO%20DE%20INVESTI>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona: Deusto.
- Sierra, E. (2015). Ventajas del modelo de negocios "Lean Canvas" en comparación al Plan de negocios tradicional para emprendimientos dinámicos nacientes en el distrito metropolitano de Quito. 70.
- Ucha, F. (Octubre de 2012). *Significado.com*. Obtenido de <https://significado.com/comercio-exterior/>