



**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD DE UNA
TIENDA COMERCIAL DE REPUESTOS, REPARACIONES
Y MANTENIMIENTO DE MOTOS Y MOTOTAXIS EN LA
CIUDAD DE BAGUA GRANDE, 2018**

Autor: Bach. Eduar Frank Julca Díaz

Asesor: Econ. Carlos Raúl Poémape Oyanguren M.Sc.

Registro: ()

BAGUA GRANDE – PERÚ

2019



**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD DE UNA
TIENDA COMERCIAL DE REPUESTOS, REPARACIONES
Y MANTENIMIENTO DE MOTOS Y MOTOTAXIS EN LA
CIUDAD DE BAGUA GRANDE, 2018**

Autor: Bach. Eduar Frank Julca Díaz

Asesor: Econ. Carlos Raúl Poémape Oyanguren M.Sc.

Registro: ()

BAGUA GRANDE – PERÚ

2019

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS
UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS

Dr. Policarpio Chauca Valqui
RECTOR

Dra. Flor Teresa García Huamán
VICERRECTORA DE INVESTIGACIÓN

Dr. Miguel Ángel Barrena Gurbillón
VICERRECTOR ACADÉMICO

Dr. Carlos Alberto Hinojosa Salazar
DECANO (e)

VISTO BUENO DEL ASESOR

Yo, Carlos Raúl Poémape Oyanguren, docente de la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de esta casa superior de estudios; como asesor de la tesis: **DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD DE UNA TIENDA COMERCIAL DE REPUESTOS, REPARACIONES Y MANTENIMIENTO DE MOTOS Y MOTOTAXIS EN LA CIUDAD DE BAGUA GRANDE, 2018**, elaborado por el bachiller Eduar Frank Julca Díaz., considero que cumple con los requisitos de fondo y de forma, por lo que DOY EL VISTO BUENO respectivo para su evaluación y sustentación correspondiente.

Por lo tanto:

Firmo la presente para mayor constancia.

Bagua Grande, marzo del 2019



Econ. Carlos Raúl Poémape Oyanguren M.Sc.

Asesor

JURADO EVALUADOR



Dr. River Chávez Santos
Presidente



Mg. Fernando Rogelio Sánchez Altamirano
Secretario



Lic. Cecil Wilmer Burga Campos
Vocal

DEDICATORIA

A Dios por darme la vida y la oportunidad de lograr mis objetivos, por bendecir mi camino y por darme fuerzas para superar los obstáculos en el ámbito personal y profesional

A mis padres por el inmenso apoyo económico y moral, por forjarme valores que me han permitido lograr mis metas trazadas

A mi hijo Franco y mi esposa Nivia por su amor y su compañía que cada día disfruto por alegrarme la vida con su existencia

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por permitirme lograr este paso tan importante en mi vida dentro de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas – Sección Utcubamba, a mi asesor economista Carlos Raúl Poémape Oyanguren por su apoyo en la asesoría de esta tesis.

También quiero agradecer a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas – Sección Utcubamba y a los maestros de esta prestigiosa universidad por brindarme los conocimientos en la carrera de administración de empresas.

DECLARACIÓN JURADA DE NO PLAGIO

Yo, Eduar Frank Julca Díaz, identificado con DNI N° 70850345, egresado de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas – Sección Utcubamba; declaro bajo juramento que:

- 1) Soy autor de la tesis titulada: **Determinación de la factibilidad de una tienda comercial de repuestos, reparaciones y mantenimiento de motos y mototaxis en la ciudad de Bagua Grande, 2018**; la misma que presento para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas.
- 2) La tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
- 3) La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
- 4) La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 5) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo toda la responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra /o invención presentada. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para la UNTRM en favor de terceros por motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente, asumo las consecuencias y sanciones civiles y penales que de mi acción se deriven.

Chachapoyas, 08 de abril del 2019.



Eduar Frank Julca Díaz

DNI N° 70850345



ANEXO 3-N

**ACTA DE EVALUACIÓN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL**

En la ciudad de Chachapoyas, el día 05 de abril del año 2019, siendo las 10:06 horas, el aspirante Eduar Frank Juice Díaz

defiende en sesión pública la Tesis titulada: DETERMINACION DE LA FACTIBILIDAD DE UNA TIENDA COMERCIAL DE REPUESTOS, REPARACIONES Y MANTENIMIENTO DE MOTOS Y MOTOCICLOS EN LA CIUDAD DE BACUA GRANDE, 2018

para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente : Dr. River Chávez Santos
Secretario : Mg. Fernando Riquelme Sánchez Altamirano
Vocal : Mg. Cecil Wilmar Buzo Campos



Procedió el aspirante a hacer la exposición de la introducción, Material y método, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto, a fin de que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado () Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 11:05 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES: _____

ÍNDICE

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS	iii
VISTO BUENO DEL ASESOR	iv
JURADO EVALUADOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DECLARACIÓN JURADA DE NO PLAGIO	viii
RESUMEN	xiv
ABSTRACT	xv
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Naturaleza del problema de investigación	1
1.2 Alcance del problema de investigación	1
1.3 Necesidad e importancia de realizar la investigación	2
a) Objetivo general	3
b) Objetivos específicos	3
1.4 Antecedentes	4
a) A nivel internacional	4
b) A nivel nacional	9
1.5 Bases teóricas	12
a) Teoría de la factibilidad	12
1.6 Definición de términos básicos	15
II. MATERIAL Y MÉTODOS	17
2.1 Método de investigación	17
2.2 Tipo y nivel de investigación	17
2.3 Diseño de la investigación	17
2.4 Población, muestra y muestreo	17
2.5 Operacionalización de variables	19
2.6 Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
2.7 Análisis de datos	20
III. RESULTADOS	21

3.1 Resultados del cuestionario a clientes o usuarios	21
3.2 Resultados de la oferta	37
3.3 Resultados de la demanda.....	39
3.4 Resultados de la propuesta de una tienda comercial de repuestos, reparaciones y mantenimiento de motos y mototaxis	41
3.5 Pronóstico de ventas	43
3.6 Comercialización	44
3.7 Ingeniería del proyecto	45
3.8 Requerimiento de mantenimiento, equipamiento y personal	45
3.9 Inversiones	47
3.9.1 Inversión fija	47
3.9.2 Capital de trabajo	49
3.10 Financiamiento	50
3.11 Presupuesto de ingresos y egresos	53
3.11.1 Ingresos	53
3.11.2 Egresos	55
3.12 Análisis económico y financiero	58
3.12.1 Estados de pérdidas y ganancias	58
3.12.2 Flujo de caja	60
3.12.3 Punto de equilibrio	61
3.13 Evaluación económica y financiera	61
IV. DISCUSIÓN	65
V. CONCLUSIONES	68
VI. RECOMENDACIONES	69
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	70
VIII. ANEXOS	72
ANEXO N° 01: Encuesta a clientes o usuarios.....	73
ANEXO N° 02: Fotografías	74

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Edades de los encuestados	21
Tabla N° 2: Nivel de instrucción de los encuestados	22
Tabla N° 3: Ocupación u oficio de los encuestados	23
Tabla N° 4: ¿Qué tipo de vehículo posee?	24
Tabla N° 5: El vehículo que utiliza es	25
Tabla N° 6: ¿Se encuentra conforme con el servicio que le brindan actualmente, en otros locales de venta de repuestos y/o reparación de motos, en la ciudad de Bagua Grande? ...	26
Tabla N° 7: ¿A qué tienda acude con regularidad a realizar estas compras de repuestos de motos?	27
Tabla N° 8: ¿Cuál de los siguientes productos compra con mayor frecuencia? Marque 3 opciones	28
Tabla N° 9: De los productos que adquiere anteriormente ¿Con que frecuencia realiza estas compras?	29
Tabla N° 10: ¿A qué lugar acude con regularidad a realizar el servicio de reparación de motos?	30
Tabla N° 11: ¿Cuál de los siguientes servicios contrata con mayor frecuencia? Marque 3 opciones	31
Tabla N° 12: De los servicios que contrata anteriormente ¿Con que frecuencia los realiza?	32
Tabla N° 13: La presente investigación es para la implementación completa de la tienda comercial FULL REPUESTOS con diversidad de repuestos y buen servicio en reparaciones ¿Qué le parece esta idea?	33
Tabla N° 14: ¿Acudiría a FULL REPUESTOS a realizar compras de repuestos y contratar	34
Tabla N° 15: Para mejorar la imagen de esta tienda comercial, ¿Qué aspectos consideraría?	35
Tabla N° 16: ¿Cuál es el horario de su preferencia para el servicio de reparaciones?	36
Tabla N° 17: ¿Cuál es el monto a pagar por servicio de reparaciones, en general?	37
Tabla N° 18: Establecimientos competitivos para el proyecto en la ciudad de Bagua Grande	38
Tabla N° 19: Proyección de la población de referencia y población demandante	39
Tabla N° 20: Balance Oferta - Demanda	40

Tabla N° 21: Proyección de ventas por turnos y tipos	43
Tabla N° 22: Precios de los productos y servicios proyectados a vender	44
Tabla N° 23: Equipamiento y maquinarias	46
Tabla N° 24: Muebles y enseres	46
Tabla N° 25: Terrenos y obras civiles	48
Tabla N° 26: Inversión fija intangible	49
Tabla N° 27: Capital de trabajo	49
Tabla N° 28: Estructura del financiamiento	50
Tabla N° 29: Selección de la fuente de financiamiento – Banco privado	51
Tabla N° 30: Selección de la fuente de financiamiento – Caja Municipal de Ahorro y Crédito	52
Tabla N° 31: Programa de ventas anuales	54
Tabla N° 32: Presupuesto de ingresos totales	54
Tabla N° 33: Presupuesto de egresos totales	55
Tabla N° 34: Requerimientos y remuneración de personal	56
Tabla N° 35: Depreciación del activo fijo tangible y amortización por cargas diferidas ...	56
Tabla N° 36: Costos de producción	57
Tabla N° 37: Gastos de operación	58
Tabla N° 38: Estado de pérdidas y ganancias	59
Tabla N° 39: Flujo de caja económico	60
Tabla N° 40: Punto de equilibrio	61
Tabla N° 41: Flujo de caja financiero	62

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Edades de los encuestados	21
Gráfico N° 2: Nivel de instrucción de los encuestados	22
Gráfico N° 3: Ocupación u oficio de los encuestados	23
Gráfico N° 4: ¿Qué tipo de vehículo posee?	24
Gráfico N° 5: El vehículo que utiliza es	25
Gráfico N° 6: ¿Se encuentra conforme con el servicio que le brindan actualmente, en otros locales de venta de repuestos y/o reparación de motos, en la ciudad de Bagua Grande? ...	26
Gráfico N° 7: ¿A qué tienda acude con regularidad a realizar estas compras de repuestos de motos?	27
Gráfico N° 8: ¿Cuál de los siguientes productos compra con mayor frecuencia? Marque 3 opciones	28
Gráfico N° 9: De los productos que adquiere anteriormente ¿Con que frecuencia realiza estas compras?	29
Gráfico N° 10: ¿A qué lugar acude con regularidad a realizar el servicio de reparación de motos?	30
Gráfico N° 11: ¿Cuál de los siguientes servicios contrata con mayor frecuencia? Marque 3 opciones	31
Gráfico N° 12: De los servicios que contrata anteriormente ¿Con que frecuencia los realiza?	32
Gráfico N° 13: La presente investigación es para la implementación completa de la tienda comercial FULL REPUESTOS con diversidad de repuestos y buen servicio en reparaciones ¿Qué le parece esta idea?	33
Gráfico N° 14: ¿Acudiría a FULL REPUESTOS a realizar compras de repuestos y contratar	34
Gráfico N° 15: Para mejorar la imagen de esta tienda comercial, ¿Qué aspectos consideraría?	35
Gráfico N° 16: ¿Cuál es el horario de su preferencia para el servicio de reparaciones?	36
Gráfico N° 17: ¿Cuál es el monto a pagar por servicio de reparaciones, en general?	37

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como problema identificado: ¿Cómo impacta la implementación de la factibilidad de una tienda comercial de repuestos, reparaciones y mantenimiento de motos y mototaxis en la ciudad de Bagua Grande, 2018?, al ser un pequeño empresario en este rubro en la tienda Full Repuestos. Cuyo objetivo general es: Determinar la factibilidad de la implementación de una tienda comercial de repuestos, reparaciones y mantenimiento de motos y mototaxis en la ciudad de Bagua Grande, 2018. Contando con información verídica de la existencia de 12000 vehículos menores tipo motos, moto taxis y moto cargueras, según (PNP, 2016) y (MPU, 2016), haciendo el tamaño de la población de 15,922 personas que tienen un vehículo menor de este tipo y por el método geométrico se calculó una muestra de 91 personas; la hipótesis: Es factible la implementación de una tienda comercial de venta de repuestos, reparaciones y mantenimiento de motos y mototaxis en la ciudad de Bagua Grande, 2018.

Los resultados indican que el 45.1% de entrevistados no está conforme con el servicio actual que le brindan otras empresas de este rubro, principalmente por la mala atención o precios elevados; contratan con mayor frecuencia los servicios de cambio de aceite en un 25.3%, chequeos preventivos de sus unidades en un 20.9%, reparaciones menores en un 18.3% y arreglo del sistema de frenos en un 11.7%. El total de entrevistados indica en un 68.1% que realiza estos servicios cada 15 días; y le parece buena idea la implementación con más servicios en esta tienda comercial Full Repuestos en un 76.9% de los entrevistados.

La inversión total asciende a S/. 570,408.46 considerando inversiones fijas, capital de trabajo e imprevistos y los ingresos proyectados cubren esta inversión, concluyendo que el presente estudio se demuestra la factibilidad económica y financiera.

Palabras clave: Factibilidad, tienda comercial, mantenimiento, repuestos y reparaciones, moto, mototaxi.

ABSTRACT

The present work of investigation has as identified problem: How it would impact the implementation of the feasibility of a commercial store of spare parts, repairs and maintenance of motorcycles and motorcycle taxis in the city of Bagua Grande, 2018 ?, being a small businessman in this field in the store Full Repuestos. Whose general objective is: Determine the feasibility of the implementation of a commercial store of spare parts, repairs and maintenance of motorcycles and motorcycles in the city of Bagua Grande, 2018. Relying on real information of the existence of 15,922 smaller motorcycle vehicles, motorcycle taxis and motorcycle cargo, according to (PNP, 2016) and (MPU, 2016), making the size of the population of 15,922 people who have a smaller vehicle of this type and by the geometric method a sample of 91 people was calculated; The hypothesis: It is feasible to implement a commercial store selling parts, repairs and maintenance of motorcycles and motorcycles in the city of Bagua Grande, 2018.

The results indicate that 45.1% of interviewees are not satisfied with the current service provided by other companies in this area, mainly due to poor attention or high prices; they contract with greater frequency the services of change of oil in 25.3%, preventive checks of their units in a 20.9%, minor repairs in 18.3% and adjustment of the brake system in a 11.7%. The total number of respondents indicates that 68.1% perform these services every 15 days; and it seems a good idea to implement more services in this store Full Repuestos in 76.9% of respondents.

The total investment amounts to S /. 570,408.46 considering fixed investments, working capital and contingencies and, projected revenues cover this investment, concluding that the present study demonstrates economic and financial feasibility.

Key words: Feasibility, commercial shop, maintenance, spare parts and repairs, motorcycle, motorcycle taxi.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Naturaleza del problema de investigación

Los primeros mototaxis llegaron a la selva peruana hace 20 años provenientes de la India, y las motocicletas a mediados de los años 50 donde varias marcas europeas se empezaron a comercializar en Lima. El Perú se ha convertido en el primer país en América Latina en adoptar a los mototaxis dentro de la oferta de transporte público, debido a la adaptabilidad a los diferentes tipos de geografía del país. Fue principalmente en ciudades como Iquitos, Pucallpa o Puerto Maldonado donde se popularizaron desde inicios de los años 80. El mototaxi se incorporó al transporte público y se convirtió en una herramienta de trabajo para muchos pobladores, originándose una sobreoferta del servicio, que ha desencadenado en la disminución de la calidad del servicio, rebaja de tarifas, baja rentabilidad del negocio, falta de mantenimiento a las unidades, competencia desleal, etc. Hoy en día ya se fabrican en el Perú y es el transporte de pasajeros o de carga más usado en la mayoría de provincias de climas muy calurosos de la selva peruana, además de haberse incorporado también las ciudades de la costa como Trujillo, Chiclayo, Piura, Ica, Tacna y la capital Lima, aunque sólo en algunos distritos del área metropolitana. Diario La República, (2015)

1.2 Alcance del problema de investigación

Se encuentra establecido en su artículo 1º de la Ley N° 27189 que reconoce a este servicio de transporte público especial de pasajeros en vehículos menores, mototaxis y similares, como complementario y auxiliar del medio de transporte vehicular terrestre. En su artículo 3º menciona que el servicio podrá ser prestado luego de obtener la respectiva autorización otorgada por la municipalidad correspondiente, donde prestan dicho servicio. Y en su artículo 4º, la licencia de conducir de vehículos menores, otorgada por la municipalidad correspondiente, tendrá validez a nivel nacional. Congreso de la República, (CONREP, 1999).

En el artículo 6º vehículos sujetos a las inspecciones técnicas vehiculares, en su numeral 6.1: Los vehículos inscritos en el registro de propiedad vehicular que circulan por las vías públicas terrestres a nivel nacional, deben someterse y aprobar periódicamente las inspecciones técnicas vehiculares, a excepción de aquéllos exonerados por el presente reglamento. En su numeral 6.2: Únicamente podrán circular

por las vías públicas terrestres a nivel nacional, aquellos vehículos que hayan aprobado las inspecciones técnicas vehiculares, de acuerdo a lo establecido en el presente reglamento. En el artículo 8°.- Frecuencia y cronograma de las inspecciones técnicas vehiculares y vigencia del certificado de inspección técnica vehicular, considera que los vehículos del servicio de transporte especial de personas en vehículos menores de la categoría L5 Trimotos, requieren revisión técnica anual a partir del segundo año de antigüedad del vehículo, cuya vigencia del certificado será de 12 meses. También el artículo 4° define en su numeral 4.10 taller de mantenimiento mecánico como el establecimiento de naturaleza comercial cuya actividad principal es la reparación de vehículos; según el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MINTRA, 2005).

1.3 Necesidad e importancia de realizar la investigación

En los últimos años las mototaxis y motocicletas se han convertido en un vehículo de uso masivo en la ciudad de Bagua Grande, ya que es un medio de transporte económico, y herramienta de trabajo para muchas personas en esta parte del país de clima caluroso, convirtiéndose en claras aliadas del desarrollo económico y fuente de trabajo generadora de ingresos de muchos Bagua grandinos.

En la ciudad de Bagua Grande existen aproximadamente 8,422 mototaxis y de estas un aproximado de 842 están inoperativas o en otros lugares, según la Policía Nacional (PONAL, 2016). Y un aproximado de 7,500 moto lineales y de estas unas 750 están inoperativas o en otros lugares, según la Municipalidad Provincial de Utcubamba (MPU, 2016). Haciendo un total de 15,922 unidades móviles.

Existe oferta en el ámbito del estudio, ellos son todos los locales comerciales en la ciudad de Bagua Grande que se dedican a la venta de los productos como son lubricantes, accesorios, y repuestos y también a la venta de servicio como es de taller de mecánica y sistema eléctrico. Estos son alrededor de 19 establecimientos comerciales, pero de manera diferenciada como tiendas de sólo repuestos y accesorios, o tiendas de sólo reparaciones o de taller de mecánica. No existiendo a la fecha un establecimiento comercial que ofrezca de manera integral estos tres servicios: Repuestos y accesorios, reparaciones y mantenimientos, considerándose en la actualidad, como deficiente e insuficiente afectando el servicio que se merecen los usuarios, de esta parte del país.

1.3.1 Objetivo general

Determinar la factibilidad de la implementación de una tienda comercial de repuestos, reparaciones y mantenimiento de motos y mototaxis en la ciudad de Bagua Grande, 2018.

1.3.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar los gustos, preferencias y percepciones de los actuales clientes que acuden a una tienda comercial de repuestos, reparaciones y mantenimiento de motos y mototaxis en la ciudad de Bagua Grande.
- Elaborar el análisis económico y financiero, a través de los ingresos y egresos para calcular la rentabilidad.
- Demostrar la factibilidad del presente trabajo de investigación.

1.4 Antecedentes

a) A nivel internacional

Gutiérrez. (2016) en su tesis: Análisis de factibilidad técnica, económica y estratégica de implementación de una empresa de lavado de automóviles en el sector Oriente de Santiago; presentado a la Universidad de Chile, para la obtención del grado de magíster en gestión y dirección de empresas. Teniendo como objetivo general: Realizar una evaluación de factibilidad técnica, económica y estratégica para la implementación de una empresa de lavado de automóviles en el sector oriente de Santiago. La metodología aplicada es definir la factibilidad de un plan de negocios para emprendimiento de lavado de automóviles. Llegando a concluir lo siguiente:

- Existe oportunidad de negocio en el mercado del lavado de automóviles del sector oriente de Santiago, dado su tamaño de USD \$ 25 000.00, su cobertura en ventas de los actuales participantes de un 55% y el 31% del total de vehículos de Santiago concentrado en este sector. Existen además oportunidades de segmentación y diferenciación, siendo la más atractiva el segmento autos de lujo, por el crecimiento que ha tenido en los últimos 5 años y la mayor disposición a pago en este target, dado la necesidad de conservar el vehículo bien cuidado, tanto por mantención como por satisfacción personal.
- Surge así la alternativa de desarrollar una estrategia de nicho, con precios sobre el promedio mercado y servicios especializados de lavado consistentes en el sistema a vapor y auto detailing. Los servicios complementarios de cafetería y tienda de accesorios aportarían un pequeño porcentaje de ingresos al negocio total, pero cumpliendo con la función de mejorar la experiencia del usuario y la diferenciación frente a los competidores directos.

Mónaco y Prieto. (2014) en su trabajo de investigación: Proyecto de inversión y comercialización de la empresa Ramírez motos en la ciudad de Tucumán, propone acciones nuevas; presentado a la Universidad Nacional de Tucumán – Argentina como trabajo de investigación. Presenta como objetivo: el estudio de

distintas alternativas las cuales sean posibles implementar en la empresa y la favorezcan con respecto a los competidores, los productos y precios son similares, por lo que de alguna manera deben agregar valor adicional al producto final. Y teniendo entre otras conclusiones a las siguientes:

- Es un mercado amplio con muchos compradores y muchos vendedores, en el cual la empresa se encuentra fuertemente posicionada ya que a lo largo de los años logro construir relaciones redituables y a largo plazo con sus consumidores meta y es una empresa con grandes expectativas de crecimiento. Es reconocida por los consumidores debido a la ayuda de sus herramientas publicitarias que lograron ser un elemento fundamental de la mezcla de marketing para dar a conocer los beneficio otorgados por la misma y por su atención al cliente tanto antes de la compra logrando asesorar a los clientes como luego de efectuar la compra.

Iñamagua y Delgado. (2013) en su tesis: Estudio de factibilidad para la creación de una sucursal de la comercial moto repuesto Mary y servicio técnico en el cantón Simón Bolívar; presentado a la Universidad Estatal de Milagro – Ecuador, para la obtención del título de ingeniería en contaduría pública y auditoría. Presentando como 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. La metodología aplicada es no experimental porque en ningún momento afecta alguna variable establecida, lo que hace 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. Teniendo 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.

Maza. (2013) en su tesis: Proyecto de inversión y comercialización de repuestos automotrices para vehículos en el taller de enderezada y pintura nico – auto en la ciudad de Santo Domingo; presentado a la Universidad Regional Autónoma de Los Andes – Ecuador, para la obtención del título de ingeniero en empresas y administración de negocios. Presenta como objetivo general: Elaborar el proyecto de inversión para la comercialización de una línea de repuestos automotrices en el taller de enderezada y pintura nico – auto, en la ciudad de Santo Domingo; la metodología aplicada se caracteriza por la utilización de la modalidad del paradigma cuali-cuantitativo, con predominio de lo cuantitativa, mientras que lo cualitativo permite al investigador redactar registros narrativos en base a la observación directa y a través de entrevistas no estructuradas a los sujetos de estudio. Y concluye:

- Que el sector automotriz de uso privado, de pasajeros y de carga es un importante sector ya que mueve la economía de la ciudad y del país, por tal razón la demanda de repuestos se incrementa año a año, de ahí la necesidad del almacén de repuestos diferenciado de la competencia por la calidad del servicio y sus precios.

Echevarría. (2012) en su tesis: Plan de negocio para una empresa comercializadora de autopartes; presentado a la Universidad de Chile, para la

obtención del título de ingeniero civil industrial. Presenta como objetivo general: Desarrollar un plan de negocios para una empresa peruana comercializadora de autopartes que permita su introducción en el mercado chileno y su posicionamiento. Para cumplir con el objetivo planteado, se realizó un análisis de los mercados automotriz y autopartista, ya que ambos se encuentran directamente relacionados. Se observó un crecimiento del parque automotor, verificando además la gran variedad de marcas y modelos de vehículos que son abastecidos por la industria de repuestos

Concluyendo:

- De su análisis del mercado autopartista chileno que éste es un mercado muy competitivo, donde la mayoría de las empresas se dedica a la venta de todo tipo de repuestos y poseen una gran variedad de marcas, por lo que para destacar en el mercado es necesaria una clara estrategia de diferenciación. En el caso de Dávalos Chile, esta diferenciación estará dada por su especialización en un solo tipo de producto, los amortiguadores, y por la calidad de los mismos, cualidad entregada por la marca Monroe, la cual es la única marca capaz de abastecer a todos los modelos/marcas que circulan en el país.

Quintanilla. (2011) presentó su tesis: Plan de negocios para una empresa comercializadora de repuestos automotrices en el departamento de Guatemala; presentado a la Universidad San Carlos de Guatemala, para la obtención del grado de magister en Administración Industrial y Empresas de Servicio. Su objetivo general es diseñar un plan de negocios para una empresa comercializadora de repuestos automotrices en el departamento de Guatemala. La metodología de investigación utilizada es netamente descriptiva.

Concluyendo:

- Se diseñó un plan de negocios orientado a la implementación de una empresa comercializadora de repuesto automotriz en el departamento de Guatemala, considerando posibilidades de inversión.
- Se estableció la forma de lograr una ventaja competitiva a través de una buena selección de personal y de la buena capacitación que los mismos reciben, para que el trabajo sea desempeñado de una mejor forma,

además de un buen plan de prestaciones donde los trabajadores se sientan identificados con las políticas de Centracasa y sus objetivos personales.

- Para poner en marcha el negocio según cálculo de la inversión es de un monto de Q2 863 710.00 en función de la demanda de los productos de mayor movimiento.
- Los aspectos más importantes en el momento de seleccionar personal son conocimientos técnicos de mecánica automotriz, inglés técnico básico, computación a nivel de windows, habilidades en el uso de hojas electrónicas y competencias para la interpretación de manuales, manejo de equipos de medición como vernier y micrómetro, habilidades numéricas, y conocimientos de repuestos en general.
- Se definió el tipo de población que puede adquirir repuestos y que está constituida por un 68% de la población según su capacidad adquisitiva y absorbiendo un 37.5% del mercado de la venta de repuestos de la zona 12 en base a los ocho competidores existentes en el área.

Espinosa, Rodríguez y Uribe. (2008) en su tesis: El impacto socio económico del fenómeno del mototaxismo en la ciudad de Montería; presentado a la Universidad de la Sabana – Colombia, para la obtención del grado de especialista en Gerencia Estratégica. Identifica uno de los problemas que más genera preocupación en la sociedad actual, las personas desempleadas, aquellas que no tienen empleo u ocupación, que deben enfrentarse a situaciones difíciles por no tener ingresos con los cuáles sostenerse a sí mismos y a sus familias, buscan alternativas de trabajos informales o subempleos como el caso del mototaxismo, los cuales se convierten en una salida temporal a la dura situación económica del momento. Pero las dificultades de conseguir un puesto estable y las facilidades que trae consigo el trabajo informal como horarios flexibles, la no subordinación, hace que mucha gente se quede en ese estado permanente, afectando así la economía nacional. Presenta como objetivo general: Determinar cómo el mototaxismo ha intervenido en los aspectos sociales y económicos en la ciudad de Montería. El tipo de investigación que se realizó fue tipo descriptivo ya que se resaltaron los aspectos característicos del mototaxismo en la ciudad de

Montería tales como: sus orígenes, la situación actual de esa actividad, sus principales actores y cuál puede ser el futuro de este fenómeno. Concluyendo:

- Que realizando mantenimiento y reparaciones de sus unidades, ganarían los mototaxistas, quienes aumentarían la vida útil de su vehículo, previniendo las fallas mecánicas de las motos que pueden salir más costosas que realizar los mantenimientos preventivos según las especificaciones del fabricante, gracias a que esta actividad es una de las preocupaciones principales que tienen los empresarios de motos japonesas, tal y como se evidenció en la campaña Manéjese Bien en Montería 2008, donde se cita: Uno de los objetivos de la inspección del estado de vehículos impartida por las compañías que conforman el comité de ensambladores de motos japonesas, es fomentar en los motociclistas la cultura de mantener en buen estado sus vehículos de tal manera que las fallas mecánicas no vayan a ocasionar accidentes.

b) A nivel nacional

Ramos. (2016) en su tesis: Desarrollo de negocios para pequeñas empresas en el sector automotor – motocicletas Italika; presentado a la Universidad Privada del Norte – Perú, para la obtención del título de Licenciado en Administración. Presenta como objetivo general: es el crecimiento del negocio a través de socios comerciales formando y desarrollando sus negocios con la aplicación de la herramienta de negocio denominado CANVAS. Justifica la forma en que los microempresarios y/o emprendedores desarrollan sus negocios, la forma en que ellos empezaron y como poco a poco llegan a tener negocios rentables, atractivos y, sobre todo, sostenibles en el tiempo. Muchos de estos microempresarios empezaron teniendo un pequeño taller de reparación de motos o tenían un negocio de venta de repuestos y accesorios. Italika a través de su red de regionales primero les hace ver la forma de aprovechar sus espacios y puedan comercializar productos afines, con poca inversión, sólo que tengan dos o tres unidades de motocicletas Italika en exhibición, se les hace ver que a sus negocios llegan muchas personas relacionadas al rubro de las motos, por lo tanto siempre van a tener clientes potenciales para los diversos servicios que pueden ofrecer, les damos solo un negocio alternativo al que ya manejan a fin de completar una

cartera de productos, es decir con los mismos presupuestos de gastos que ellos tengan, les damos un producto para generar más ingresos. Y como conclusiones menciona:

- Aplicando la herramienta Lienzo Lean Canvas nos ayudó en la formación y desarrollo de los negocios de nuestros socios comerciales y emprendedores, poco a poco fueron comprendiendo el valor que nuestra marca les ofrece y ahora generan su propio valor en sus empresas.
- Gracias a la herramienta Canvas aplicada podemos determinar que nos ayuda a simplificar los pasos para generar un modelo de negocios rentable sustentado en una propuesta de valor para nuestros socios comerciales y emprendedores.
- El diagrama Pareto nos permitió identificar los principales problemas que limitan el desarrollo de los pequeños negocios, los cuales fueron el poco reconocimiento de la marca y el bajo nivel de fidelización de los clientes.
- El diagrama Ishikawa nos ayudó a identificar las principales causas del poco reconocimiento de la marca de motocicletas Italika; los cuales fueron la falta de garantía post venta, la falta de repuestos y la nula publicidad.
- Al generar nosotros con ayuda de nuestros socios comerciales el clima correcto dentro de un mercado adverso, pudimos crear valor a nuestra propuesta y por ende la fidelización de nuestros clientes, que se vuelven clientes recurrentes, se dice que a las empresas les cuesta más caro perder un cliente recurrente que conseguir uno nuevo.
- El tener un brazo financiero para colocar créditos para sus motocicletas a nuestros clientes finales es importante, ya que se amplía la gama de acceso a nuestros modelos y por ende se abren nuevos negocios, no solamente se colocan a crédito motos, sino también se venden repuestos y se vende el servicio de reparación de sus unidades ya usadas, es decir cerramos el círculo de tener todo en un solo lugar.
- La innovación y la tecnología de punta para crear nuevos modelos, que cubran todas las necesidades de nuestros clientes en todos los

segmentos en los cuales incursionamos nos permite ser reconocidos día a día por nuestros clientes.

- Siguiendo con nuestros objetivos trazados, estamos ocupando un segundo lugar en las preferencias del mercado automotor, teniendo como meta para el 2018 de ser la marca número uno en el mercado automotor menor de dos ruedas, para ellos seguimos nuestros procesos de búsqueda de nuevos socios emprendedores y de nuevas alianzas comerciales que nos den ese lugar preferencial.

Cárdenas y Sánchez. (2015) en su tesis denominada: Mejora del proceso de compras y ventas de repuestos en la empresa laboratorio diésel Senatinos S.A.; presentado a la Universidad de Lima – Perú, para la obtención del título de ingeniero industrial. Presenta como objetivo general es diseñar un plan para optimizar los procesos críticos en la empresa laboratorio diésel Senatinos S.A. que permita generar una eficiente gestión de sus recursos. Llegando a concluir:

- Que las causas raíces principales identificadas para el problema principal del área de compras fueron la falta de información para la búsqueda de proveedores y la atención de excesivas marcas de vehículos; y para el problema principal del área de ventas fueron la falta de capacitación de estrategias de ventas y que no existen funciones definidas para los vendedores. Según la investigación para las mejoras de los procesos de compras y ventas en la empresa, se ha determinado como de suma importancia la comunicación integral no solo de las dos áreas mencionadas sino también de todas áreas que abarca la empresa analizada, para llegar a tener una mejor cohesión y resultados óptimos. Las capacitaciones brindadas a los colaboradores en las áreas de compra y venta, serán beneficiosas para la empresa ya que reducirán considerablemente los costos por baja calidad y las pérdidas de ventas potenciales. Esto generará beneficios económicos de la empresa.

Cruz. (2010), en su tesis: Estudio de pre factibilidad para la instalación de un negocio de producción y comercialización de madera de eucalipto en el centro poblado Ramón Castilla; presentado a la Universidad Nacional de Trujillo –

Perú, para la obtención del título de economista. Define como objetivo central el evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera a nivel de pre factibilidad, de la implementación de un negocio de producción y comercialización de eucalipto en la región La Libertad. La metodología aplicada es de naturaleza cualitativa aplicada, y además los datos se analizaron histórica y transversalmente. Concluyendo lo siguiente:

- La presente investigación demuestra que el estudio de prefactibilidad en análisis es viable y rentable, siendo los indicadores económicos atractivos dentro de un escenario exigente COK de 15%, esto apoya las proyecciones de demanda y oferta estimada. Así tenemos un VANE de S/. 293 646, VANF de S/. 207 222, una TIRE de 25%, una TIRF de 21% y un ratio B/C de 1.3

1.5 Bases teóricas

a) Teoría de la factibilidad

Según Navarro, P. (2000), la teoría de la factibilidad abarca todas aquellas cuestiones que tienen que ver con la realización esencial de un proyecto en cuanto a sus puntos básicos. Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. La factibilidad se refiere a que un proyecto que se tenga en mente, pueda llevarse a cabo, es decir, pueda materializarse.

La factibilidad puede ser clasificada en: operativa, técnica y económica.

La factibilidad operativa está determinada por la disponibilidad de todos los recursos necesarios para llevar adelante un proyecto, por ejemplo, encontrar quienes serían los proveedores de los principales recursos necesarios para el proyecto, como armarías el depósito para los productos, etc.

La factibilidad técnica está relacionada con encontrar las herramientas, los conocimientos, las habilidades y las experiencias necesarias y suficientes, para hacer que el proyecto sea exitosamente realizado.

La factibilidad económica surge de analizar si los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar las actividades pueden ser cubiertos con

el capital del que se dispone, y en su caso, realizar el estudio financiero correspondiente para captar capital de terceros.

También son importantes dos aspectos: el legal y el medio ambiente. con relación al primero, existe en todo país un orden jurídico, marcado por la carta magna de cada estado o norma jurídica más importante, constitución nacional; los tratados internacionales reconocidos por el órgano legislativo, de cada estado y el resto de las normas inferiores de carácter legislativo o leyes nacionales y provinciales, o reglamentario, decretos nacionales y provinciales, como así también toda otra norma que reglamente una actividad, resoluciones de entidades públicas, autárquicas o no, reguladores de alguna actividad como así mismo lo normado por los municipios y comunas.

Todo el orden jurídico, con relación a un proyecto, puede prohibir su realización, o limitar, regular, predeterminar, la ejecución de ciertas actividades.

En cuanto al medio ambiente, el mismo es el medio que permite el desarrollo del proyecto, desde la visión holística del proyecto inserto en su medio, donde requerirá entradas, que luego del proceso que es el proyecto en sí, producirá salidas, positivas y negativas hacia el medio, el cual, evaluará la conveniencia o no, de mantener vivo este proyecto produciendo el efecto de la retroalimentación.

En cualquier caso, es importante que las salidas positivas sean mayores que las negativas. En cuanto a las negativas en sí, que pueden ser residuos o desechos que produzca el proyecto, es importante controlar, minimizar los efectos negativos, y en el mejor de los casos, convertir los efectos negativos en efectos positivos. Esto permitirá, que el proyecto sea considerado necesario e importante para el medio ambiente que lo rodea.

¿En qué consiste el estudio de factibilidad?

Consiste en definir el nivel de factibilidad o posibilidades de éxito para conseguir la solución de las necesidades.

El estudio incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre el sistema, además de un modelo lógico de alto nivel del sistema actual, si existe. A partir de esto, se crean soluciones alternativas para el nuevo sistema, analizando para cada una de éstas, diferentes tipos de factibilidades.

Los tipos de factibilidades básicamente son:

- Factibilidad técnica: si existe o está al alcance la tecnología necesaria para el sistema.
- Factibilidad económica: relación beneficio costo.
- Factibilidad operacional u organizacional: si el sistema puede funcionar en la organización.

El estudio de factibilidad, es una tarea que suele estar organizada y realizada por los analistas de sistemas. El estudio consume aproximadamente entre un 5% y un 10% del costo estimado total del proyecto, y el período de elaboración del mismo varía dependiendo del tamaño y tipo de sistema a desarrollar.

Se manejarán niveles de factibilidad que servirán para determinar si un proyecto puede ser exitoso o no, estos niveles son:

- Operacional: Se refiere al hecho de que si trabajará o no el sistema si este se llega a desarrollar.
- Técnico: Factibilidad técnica que contendrá los fundamentos técnicos de las decisiones adoptadas y resumirá los resultados de la etapa.
- Económico: un sistema puede ser factible desde el punto de vista técnico y operacional, pero sino es factible económicamente para la organización no puede ser implantado.

Formulación y evaluación de proyectos de inversión

Beltrán, A. y Cueva, H. (2002). La tarea de formular y evaluar proyectos es un proceso largo, que involucra a un conjunto de analistas multidisciplinarios encargados de identificar, formular, y finalmente, evaluar las distintas alternativas de inversión que se presentan para alcanzar un mismo objetivo. Esto

pasa, obviamente, por estudiar los aspectos técnicos, de mercado, financieros, contables, administrativos y económicos que enmarcan cualquier proyecto, labor que, no puede ser llevada a cabo por un profesional de una especialidad determinada sino requiere el concurso de todos aquellos involucrados de una u otra forma en la marcha del proyecto. Evaluar un proyecto, es estimar los beneficios extraordinarios que produce dicha alternativa respecto de otras igualmente factibles. Por ello se dice que la evaluación es un análisis marginal y no absoluto, ya que el objetivo es determinar el exceso de rentabilidad que un proyecto genera frente a su mejor alternativa de mercado, dado el costo de oportunidad del capital. Estos beneficios extraordinarios pueden provenir del desarrollo de la actividad en sí misma, así como de la concesionalidad del financiamiento que se utilice, dando lugar a la rentabilidad económica y financiera del proyecto. En Universidad del Pacífico (Ed.), *Evaluación privada de proyectos* (pp. 369-396). Perú: Editorial Centro de investigación de la Universidad del Pacífico.

Según Varela, A. (2014), se entiende por factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. Según el diccionario de la Real Academia Española, la factibilidad es la cualidad o condición de factible, también factible es que se puede hacer.

1.6 Definición de términos básicos

Factibilidad: Es el análisis de una empresa para determinar, sí el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso. Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente. Navarro, P. (2000)

Tienda comercial: También denominado local comercial, es una tienda es un tipo de establecimiento comercial en el cual la gente compra bienes o servicios

a cambio del desembolso de una determinada cantidad de dinero, es decir, del valor monetario con el cual el producto o servicio ha sido asignado. La venta en estos establecimientos es al menor generalmente, es decir, se venden los productos por unidad y no es necesario como sucede en la venta al por mayor comprar grandes cantidades de un producto para poder adquirir allí. Pérez, G. (2012)

Mantenimiento: Conservación de una cosa en buen estado o en una situación determinada para evitar su degradación. Pérez, G. (2012)

Repuestos: Pieza de un mecanismo o aparato que es igual a otra y puede sustituirla en caso de necesidad. Pérez, G. (2012)

Reparaciones: Se define como la acción o efecto de restituir a su condición normal y de buen funcionamiento, a cosas materiales mal hechas, deterioradas, o rotas. Pérez. (2012)

Moto o motocicleta: Vehículo motorizado de dos (02) ruedas grandes o pequeñas, adecuado para uso urbano y en carretera. Directiva N° 002-2006-MTC/15. (2006)

Mototaxi o trimoto: Vehículo de tres (03) ruedas y de variadas configuraciones, cuya parte delantera puede ser similar a la de una moto y la parte posterior está conformada por una extensión del chasis con dos (02) ruedas posteriores; pueden ser abiertos o cerrados, siendo destinados al transporte de pasajeros o de mercancías. Directiva N° 002-2006-MTC/15. (2005)

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1 Método de investigación

El presente estudio fue de enfoque cuantitativo: de nivel descriptivo, según la intervención del investigador y según la planificación de la toma de datos: fue retrospectivo.

2.2 Tipo y nivel de investigación

La investigación es del tipo Básico – Descriptivo.

2.3 Diseño de la investigación

El presente estudio de investigación es un diseño no experimental (no se manipulan las variables o la variable independiente no es controlada) transeccional de alcance descriptivo simple.

2.4 Población, muestra y muestreo

Existen alrededor de 15,922 vehículos menores tipo motos, moto taxis y moto cargueras, según (PNP, 2016) y (MPU, 2016), haciendo que el tamaño de la población también sea de 12000 personas que tienen un vehículo menor.

El procedimiento para calcular el tamaño de la muestra, se detalla a continuación para cada una de las variables de la fórmula de la muestra que se utilizó.

Dónde:

n = el tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

α = desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0.5

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1.96

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0.01) y 9% (0.09), valor que queda a criterio del encuestador

$$n_0 = \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{\varepsilon} \right)^2 pq \qquad n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

N = Población	15,922
Nivel de confianza	95.0
z = Constante	1.96
e = Error	5.0%
p = Con característica	0.95
q = Sin característica	0.05
n = Muestra	91
I = Intervalo	2

Son 89 personas a encuestar como muestra representativa de las 15,922 personas que cuentan con moto lineal, mototaxi o moto carguera en la ciudad de Bagua Grande.

En cuanto al muestreo, para la presente investigación se usará el muestreo simple probabilístico, donde seleccionaremos las unidades muestrales de acuerdo a su criterio y fácil acceso o disponibilidad.

2.5 Operacionalización de variables

En esta investigación no existe variable dependiente; sólo una independiente. La investigación determinará las posibilidades de éxito o no, haciéndose proyecciones basadas en la teoría de la factibilidad, más no va a modificar con la investigación la realidad de la tienda comercial respecto a la implementación.

Variable 1 : Factibilidad de inversión.

Variables	Definición	Dimensión	Indicador	Instrumento
V1: Factibilidad de inversión	Es el análisis de una empresa para determinar, sí el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso. Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente. Navarro, P. (2000)	Estudio económico y financiero	- VAN y TIR - Flujo de ingresos y egresos	- Encuestas - Entrevistas - Fichas - Cálculos

2.6 Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

Métodos de recolección de datos: Se utilizarán los siguientes métodos:

- **Método analítico:** Permitirá analizar el servicio o variable independiente, a través de una tienda comercial de repuestos, reparaciones y mantenimiento de motos y mototaxis en la ciudad de Bagua Grande; analizando la proyección de ingresos y egresos para demostrar su viabilidad.
- **Método deductivo:** Para este trabajo de investigación se recurrirá a información de diferentes autores, teorías, revistas e internet, para luego seleccionar la información más conveniente, apropiada y aplicarla hacia esta microempresa.
- **Método observacional,** para reconocer el entorno o realidad problemática.

Técnicas de recolección: Se utilizarán las siguientes técnicas:

- **Encuestas:** Dirigida a los 89 usuarios de otras empresas o tiendas comerciales o pequeños negocios existentes en la actualidad en la ciudad de Bagua Grande, con el propósito de conocer: El grado de satisfacción o insatisfacción respecto al servicio y atención actual, así como marcas de su preferencia, precios y modalidad de compra. Así mismo conocer el grado de aceptabilidad de estos usuarios como clientes hacia esta nueva empresa integral, diferenciada de los competidores.
- **Observación:** Esta técnica nos permitirá observar en el mismo lugar de los hechos, como es la comercialización de repuestos y accesorios, así como también donde se desarrolla el servicio y atención actual en mantenimiento y reparaciones de moto lineal, mototaxi o moto carguera.

Instrumentos:

- Análisis interno y externo de la tienda comercial.
- Cuestionario a los clientes.
- Entrevista al propietario de la tienda comercial.

2.7 Análisis de datos

Se usarán software especializados como el SPSS y el propio Microsoft Excel para comparar resultados entre sí, para obtener los índices de rentabilidad como el VAN, TIR y la relación beneficio – costo.

III. RESULTADOS

3.1 Resultados del cuestionario a clientes o usuarios

La información fue recogida a inicios de noviembre del año 2018, a 91 usuarios en tiendas o negocios de venta de repuestos y mantenimiento para vehículos menores tipo moto lineal, mototaxi o moto cargueras en la ciudad de Bagua Grande.

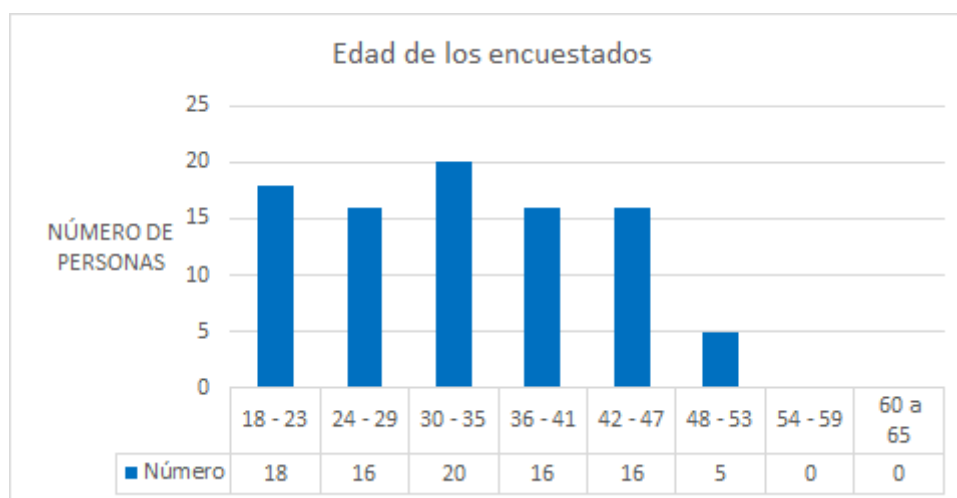
Tabla N° 1
Edades de los encuestados

Rango de edades	Total	
	Número	Porcentaje
18 - 23	18	19.8%
24 - 29	16	17.6%
30 - 35	20	22.0%
36 - 41	16	17.6%
42 - 47	16	17.6%
48 - 53	5	5.5%
54 - 59	0	0.0%
60 a 65	0	0.0%
Total	91	100.0%

Fuente: Encuesta a Clientes, Noviembre del 2018
Autor: Eduar Frank Julca Díaz

Se identificó que el 22% del total de encuestados tienen edades entre los 30 y 35 años. Un 19.8% tiene edades entre los 18 a 23 años; y con 17.6% están entre los rangos de edad de 24 a 29 años, de 36 a 41 años y 42 a 47 años.

Gráfico N° 1



Se observa edades mayoritariamente entre los 30 a 35 años.

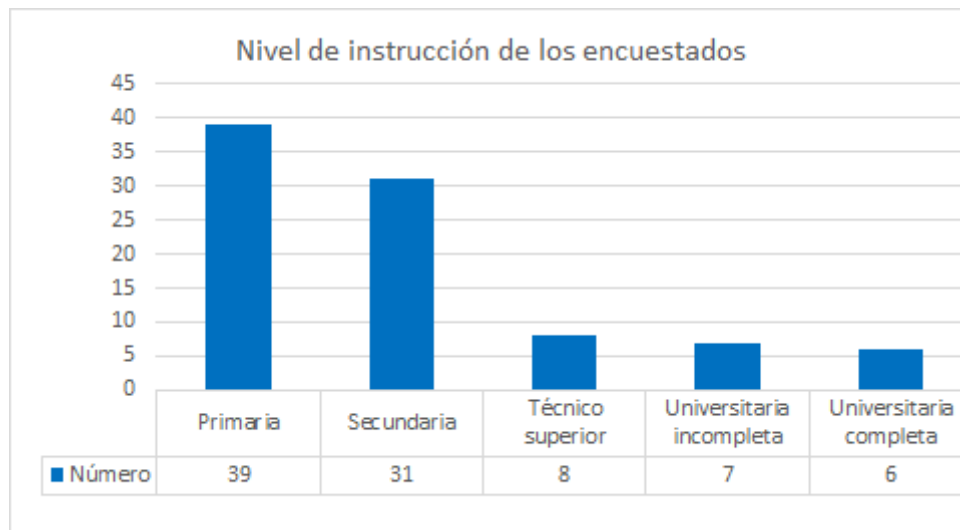
Tabla N° 2

Nivel de instrucción de los encuestados

Nivel de instrucción	Total	
	Número	Porcentaje
Primaria	39	42.9%
Secundaria	31	34.1%
Técnico superior	8	8.8%
Universitaria incompleta	7	7.7%
Universitaria completa	6	6.6%
Total	91	100.0%
Fuente: Encuesta a Clientes, Noviembre del 2018		
Autor: Eduar Frank Julca Díaz		

El 42.9% del total de encuestados sólo tiene como nivel de instrucción a la educación primaria, y el 34.1% sólo tiene educación secundaria.

Gráfico N° 2



El 77% alcanzó niveles de educación primaria y secundaria.

Tabla N° 3

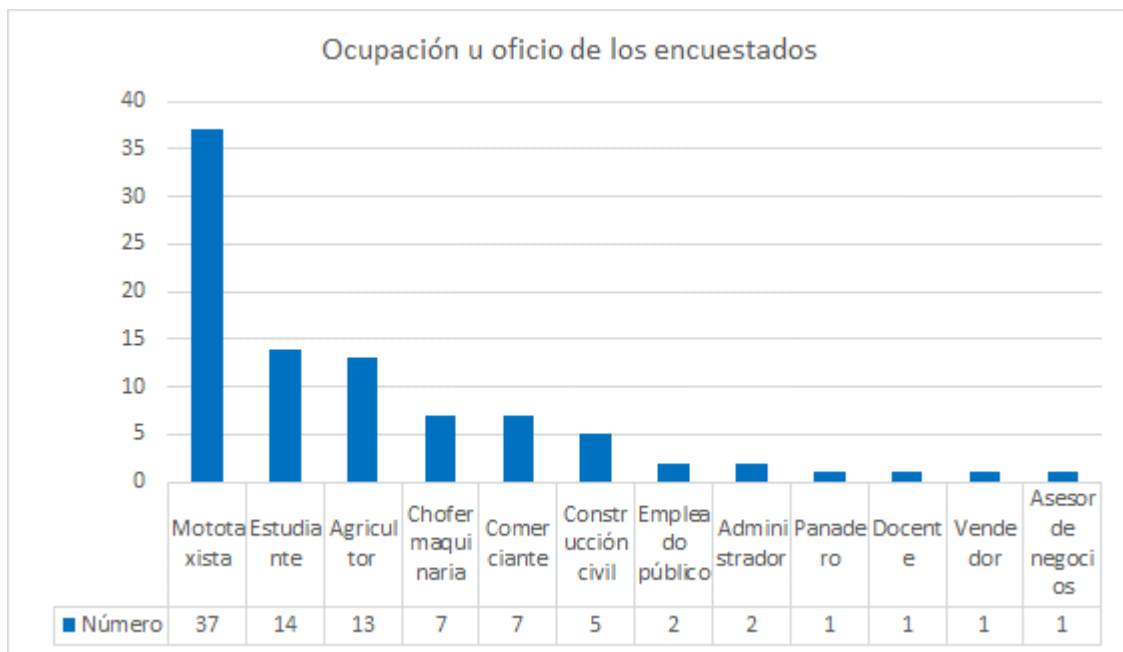
Ocupación u oficio de los encuestados

Tipo de ocupación u oficio	Total	
	Número	Porcentaje
Mototaxista	37	40.7%
Estudiante	14	15.4%
Agricultor	13	14.3%
Chofer maquinaria	7	7.7%
Comerciante	7	7.7%
Construcción civil	5	5.5%
Empleado público	2	2.2%
Administrador	2	2.2%
Panadero	1	1.1%
Docente	1	1.1%
Vendedor	1	1.1%
Asesor de negocios	1	1.1%
Total	91	100.0%

Fuente: Encuesta a Clientes, Noviembre del 2018
 Autor: Eduar Frank Julca Díaz

El 40.7% tiene la ocupación de mototaxista, un 15.4% aún es estudiante y el 14.3% tiene la ocupación de agricultor.

Gráfico N° 3



Se observa claramente que prevalece la ocupación de mototaxistas.

Tabla N° 4

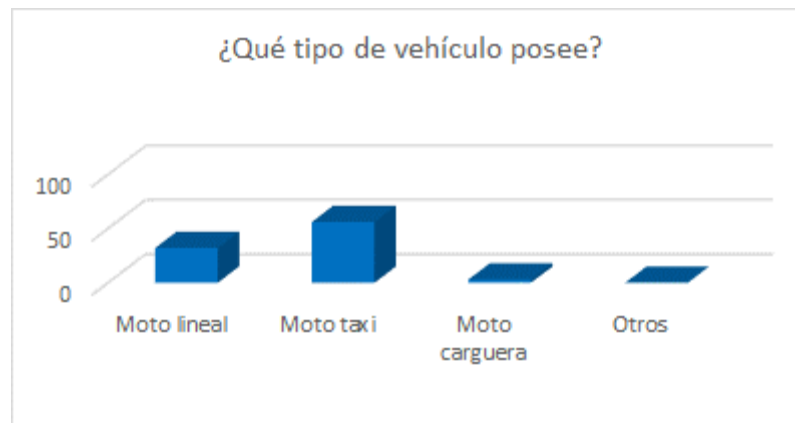
¿Qué tipo de vehículo posee?

Tipo de vehículo	Cantidad	%
Moto lineal	32	35.2%
Moto taxi	56	61.5%
Moto carguera	3	3.3%
Otros	0	0.0%
Total	91	100.0%

Fuente: Encuesta a Clientes, Noviembre del 2018
Autor: Eduar Frank Julca Díaz

De los encuestados, el 61.5% tiene un mototaxi, seguido del 35.2% que posee una moto lineal y un 3.3% tiene una moto carguera.

Gráfico N° 4



Predomina en más del 60% el mototaxi como vehículo que poseen los entrevistados.

Tabla N° 5

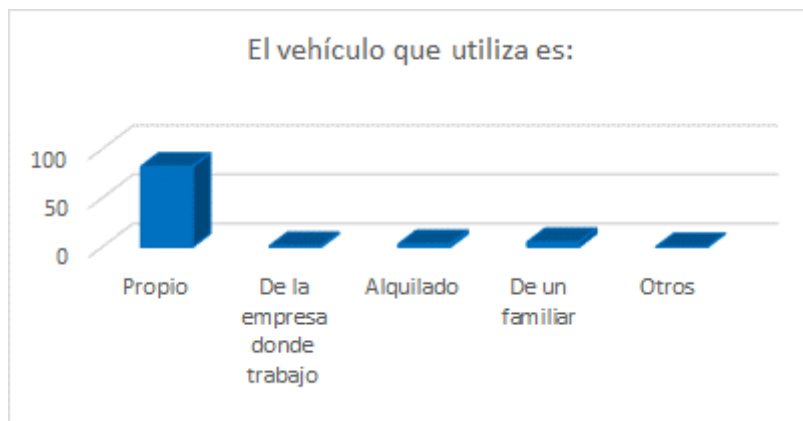
El vehículo que utiliza es

Condición del vehículo	Cantidad	%
Propio	82	90.1%
De la empresa donde trabajo	1	1.1%
Alquilado	3	3.3%
De un familiar	5	5.5%
Otros	0	0.0%
Total	91	100.0%

Fuente: Encuesta a Clientes, Noviembre del 2018
Autor: Eduar Frank Julca Díaz

Respecto a la condición de propiedad del vehículo que posee, un 90.1% es propio, un 5.5% es de un familiar, un 3.3% es alquilado y un 1.1% pertenece a la empresa donde labora.

Gráfico N° 5



Se concluye, que mayormente la condición de vehículo es propia en los entrevistados.

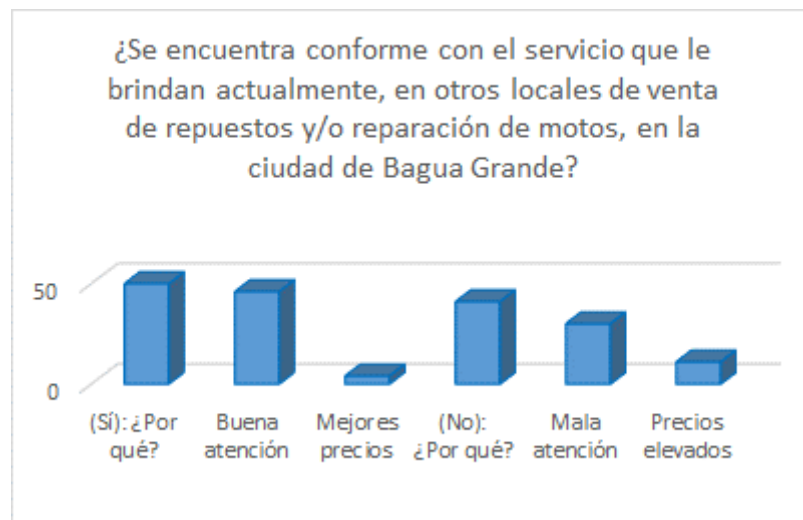
Tabla N° 6

¿Se encuentra conforme con el servicio que le brindan actualmente, en otros locales de venta de repuestos y/o reparación de motos, en la ciudad de Bagua Grande?

Conforme con el servicio actual	Cantidad	%
(Sí): ¿Por qué?	50	54.9%
Buena atención	46	
Mejores precios	4	
(No): ¿Por qué?	41	45.1%
Mala atención	30	
Precios elevados	11	
Total	91	100.0%
Fuente: Encuesta a Clientes, Noviembre del 2018		
Autor: Eduar Frank Julca Díaz		

El 54.9% se encuentra conforme con la atención que les brinda otros locales por su buena atención generalmente. Pero un 45.1% no se encuentra conforme por la mala atención o precios elevados.

Gráfico N° 6



Se concluye, que un poco más de la mitad de los encuestados se encuentra satisfecho con el servicio que le brindan en otros locales comerciales de este tipo.

Tabla N° 7

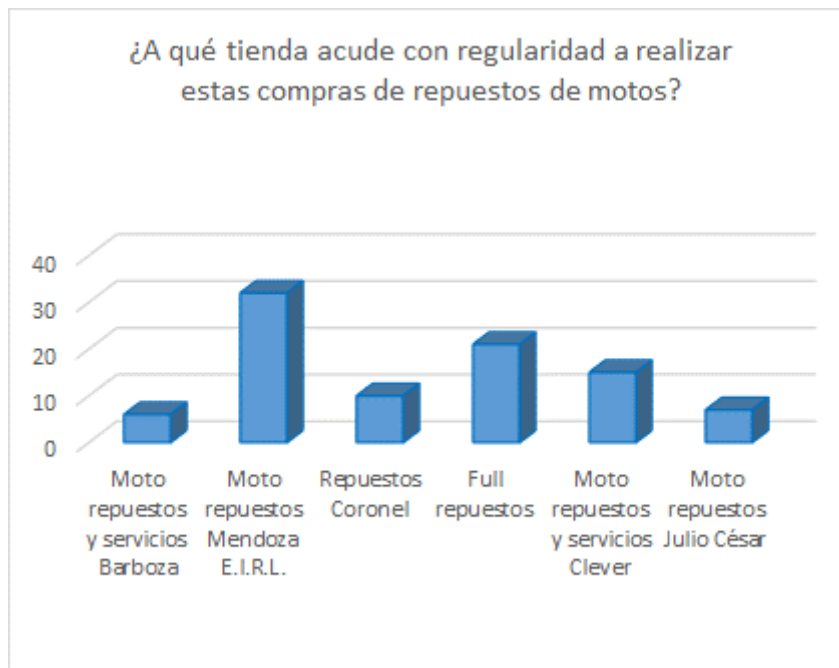
¿A qué tienda acude con regularidad a realizar estas compras de repuestos de motos?

Tienda que acude con regularidad	Cantidad	%
Moto repuestos y servicios Barboza	6	6.6%
Moto repuestos Mendoza E.I.R.L.	32	35.2%
Repuestos Coronel	10	11.0%
Full repuestos	21	23.1%
Moto repuestos y servicios Clever	15	16.5%
Moto repuestos Julio César	7	7.7%
Total	91	100.0%

Fuente: Encuesta a Clientes, Noviembre del 2018
Autor: Eduar Frank Julca Díaz

Respecto a la qué tienda acude con regularidad a realizar sus compras, un 35.2% va a Moto repuestos Mendoza E.I.R.L.; pero un 23.1% acude a Full Repuestos que es nuestra tienda comercial; y un 16.5% acude a Moto repuestos y servicios Clever.

Gráfico N° 7



Se concluye, que un 23.1% de los entrevistados acude a nuestra tienda comercial Full repuestos.

Tabla N° 8

¿Cuál de los siguientes productos compra con mayor frecuencia? Marque 3 opciones

Productos que compra con mayor frecuencia	Cantidad	%
Lubricantes	24	8.8%
neumáticos	14	5.1%
accesorios	11	4.0%
aceites	76	27.8%
retenes	15	5.5%
embragues	10	3.7%
baterías	39	14.3%
filtros	45	16.5%
adornos	10	3.7%
sistema de frenos	24	8.8%
amortiguadores	4	1.5%
sistema eléctrico	1	0.4%
	273	100.0%

Fuente: Encuesta a Clientes, Noviembre del 2018
 Autor: Eduar Frank Julca Díaz

Los productos que compra con mayor frecuencia, el 27.8% son aceites, el 16.5% son filtros, el 14.3% son baterías, un 8.8% son lubricantes y otro 8.8% es para el sistema de frenos.

Gráfico N° 8



Se concluye, que son aceites, filtros, baterías y sistemas de frenos los productos que adquieren con mayor frecuencia.

Tabla N° 9

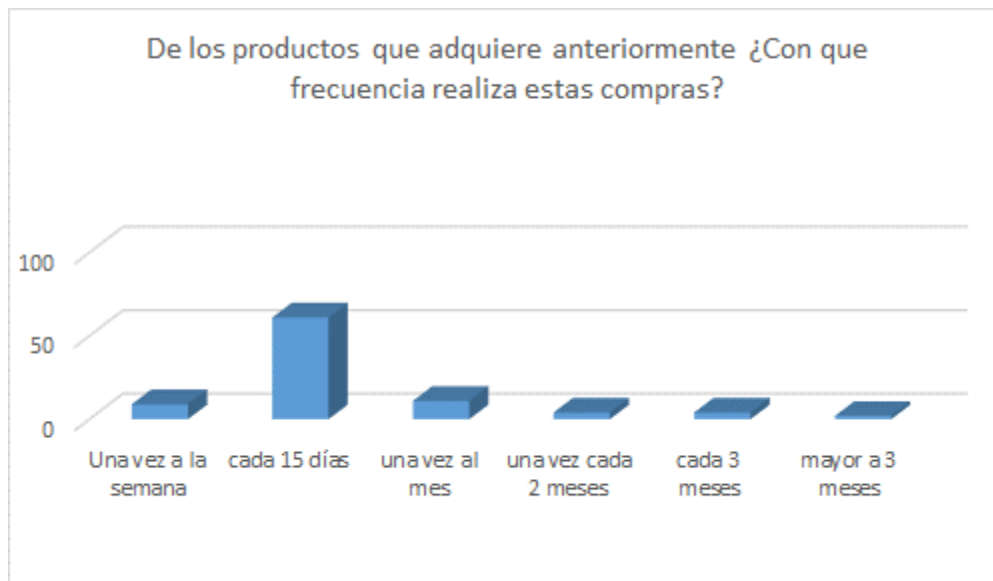
De los productos que adquiere anteriormente ¿Con que frecuencia realiza estas compras?

Frecuencia de compras	Cantidad	%
Una vez a la semana	9	9.9%
cada 15 días	61	67.0%
una vez al mes	11	12.1%
una vez cada 2 meses	4	4.4%
cada 3 meses	4	4.4%
mayor a 3 meses	2	2.2%
Total	91	100.0%

Fuente: Encuesta a Clientes, Noviembre del 2018
Autor: Eduar Frank Julca Díaz

La frecuencia de sus compras anteriormente citadas, el 67% lo hace cada 15 días y un 12.1% una vez al mes.

Gráfico N° 9



Las tres terceras partes de los entrevistados realiza sus compras cada 15 días.

Tabla N° 10

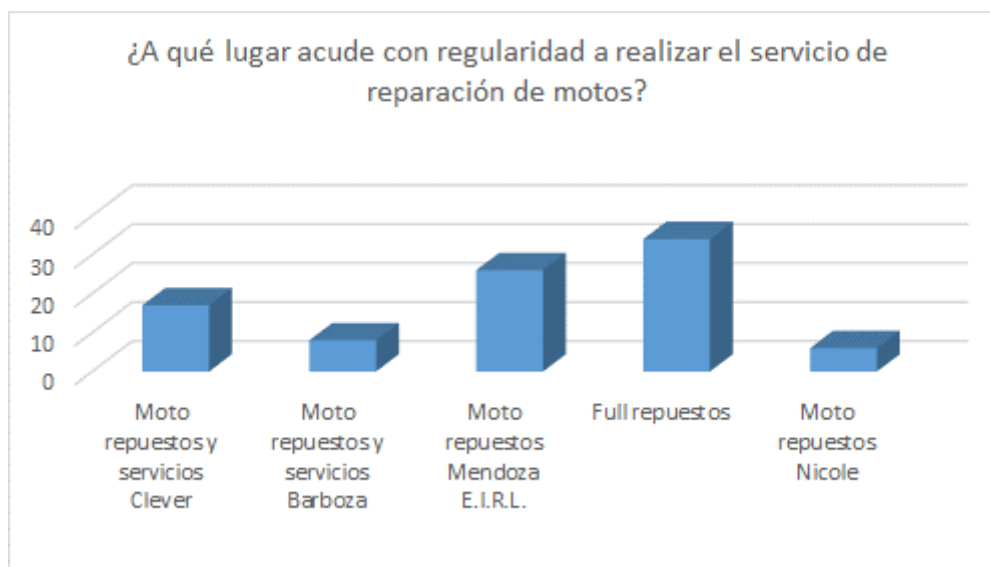
¿A qué lugar acude con regularidad a realizar el servicio de reparación de motos?

Lugar que acude con regularidad	Cantidad	%
Moto repuestos y servicios Clever	17	18.7%
Moto repuestos y servicios Barboza	8	8.8%
Moto repuestos Mendoza E.I.R.L.	26	28.6%
Full repuestos	34	37.4%
Moto repuestos Nicole	6	6.6%
Total	91	100.0%

Fuente: Encuesta a Clientes, Noviembre del 2018
Autor: Eduar Frank Julca Díaz

Y el lugar donde realiza mayormente reparaciones, un 37.4% lo hace en nuestra tienda Full repuestos, el 28.6% en Moto repuestos Mendoza E.I.R.L. y un 18.7% en Moto repuestos y servicios Clever.

Gráfico N° 10



Nuestra empresa Full repuestos es la preferida para realizar reparaciones de sus unidades móviles.

Tabla N° 11

¿Cuál de los siguientes servicios contrata con mayor frecuencia? Marque 3 opciones

Servicios que contrata con mayor frecuencia	Cantidad	%
Cambio de aceite	69	25.3%
limpieza de carburador	19	7.0%
reparación de neumáticos	8	2.9%
reparaciones menores	50	18.3%
chequeos preventivos	57	20.9%
reparación de motor	17	6.2%
sistema de frenos	32	11.7%
sistema eléctrico	17	6.2%
por adornos nuevos	4	1.5%
Total	273	100.0%

Fuente: Encuesta a Clientes, Noviembre del 2018
 Autor: Eduar Frank Julca Díaz

Respecto a los servicios que contrata frecuentemente, un 25.3% es por cambio de aceite, un 20.9% para chequeos preventivos, un 18.3% para reparaciones menores y un 11.7% para sistemas de frenos.

Gráfico N° 11



En conclusión, cambiar aceite, reparaciones menores y chequeos preventivos a sus unidades móviles son los de mayor frecuencia.

Tabla N° 12

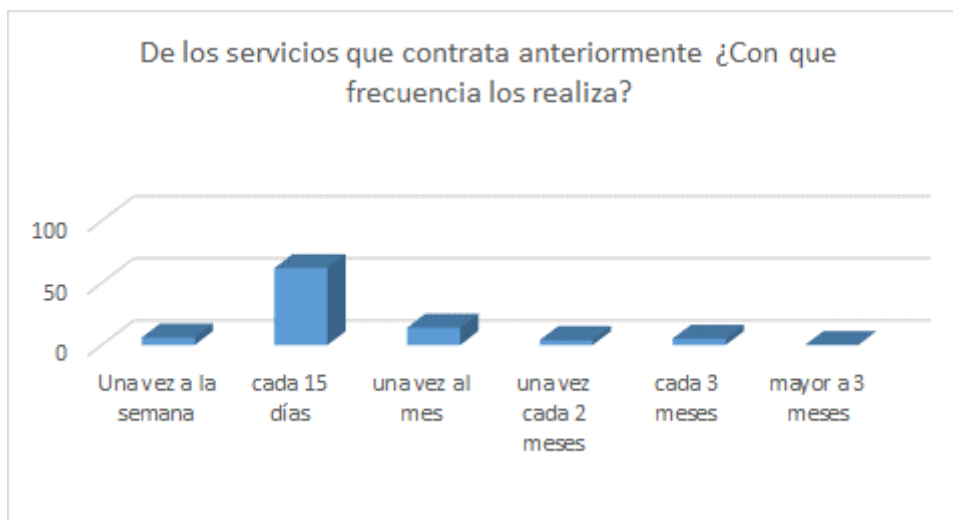
De los servicios que contrata anteriormente ¿Con que frecuencia los realiza?

Frecuencia que contrata servicios	Cantidad	%
Una vez a la semana	6	6.6%
cada 15 días	62	68.1%
una vez al mes	14	15.4%
una vez cada 2 meses	4	4.4%
cada 3 meses	5	5.5%
mayor a 3 meses	0	0.0%
Total	91	100.0%

Fuente: Encuesta a Clientes, Noviembre del 2018
Autor: Eduar Frank Julca Díaz

En cuanto a los servicios anteriormente citados, estos también son mayormente cada 15 días en un 68.1% y un 15.4% lo realizan una vez al mes.

Gráfico N° 12



En conclusión, mayormente cada 15 días solicitan algún servicio para sus unidades móviles.

Tabla N° 13

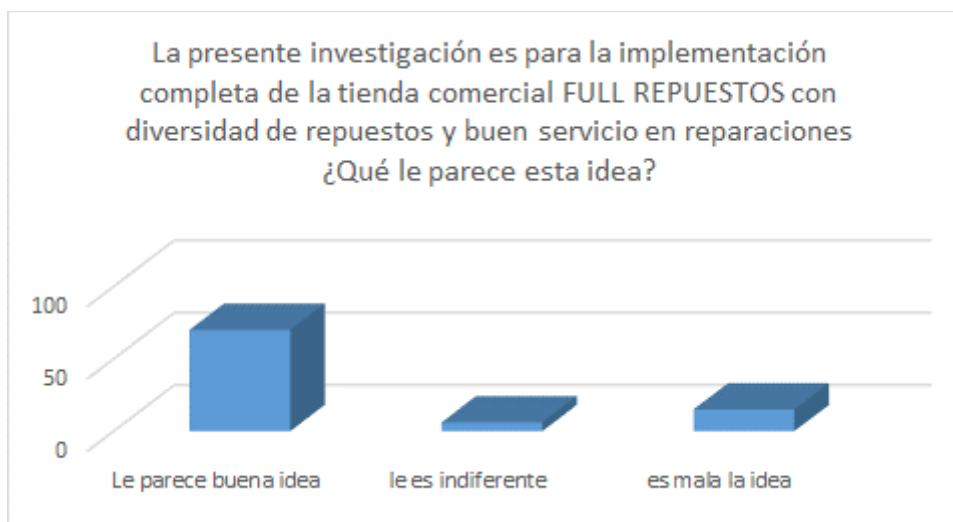
La presente investigación es para la implementación completa de la tienda comercial FULL REPUESTOS con diversidad de repuestos y buen servicio en reparaciones

¿Qué le parece esta idea?

Percepción de esta nueva empresa	Cantidad	%
Le parece buena idea	70	76.9%
le es indiferente	6	6.6%
es mala la idea	15	16.5%
Total	91	100.0%
Fuente: Encuesta a Clientes, Noviembre del 2018		
Autor: Eduar Frank Julca Díaz		

En cuanto a la percepción con la implementación de nuestra tienda de manera completa que ofrezca diversidad de repuestos y servicios, un 76.9% le parece buena la idea, que representan 70 de los 91 encuestados. Un 16.5% menciona como mala esta idea.

Gráfico N° 13



En conclusión, casi un 77% está de acuerdo con esta implementación.

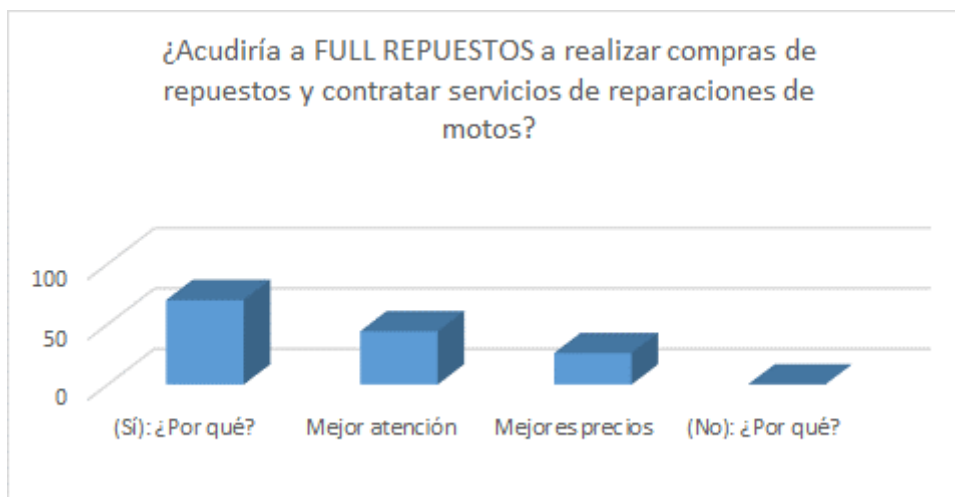
Tabla N° 14

¿Acudiría a FULL REPUESTOS a realizar compras de repuestos y contratar servicios de reparaciones de motos?

Acudiría a esta nueva tienda	Cantidad	%
(Sí): ¿Por qué?	70	
Mejor atención	44	62.9%
Mejores precios	26	37.1%
(No): ¿Por qué?	0	
Total	70	100.0%
Fuente: Encuesta a Clientes, Noviembre del 2018		
Autor: Eduar Frank Julca Díaz		

De los 70 encuestados que aceptan esta idea de implementación, el 62.9% acudiría a nuestra tienda buscando una mejor atención que otras empresas y un 37.1% buscando mejores precios.

Gráfico N° 14



Acudirían a nuestra tienda buscando mejor atención o mejores precios que los de empresas de la competencia.

Tabla N° 15

Para mejorar la imagen de esta tienda comercial, ¿Qué aspectos consideraría?

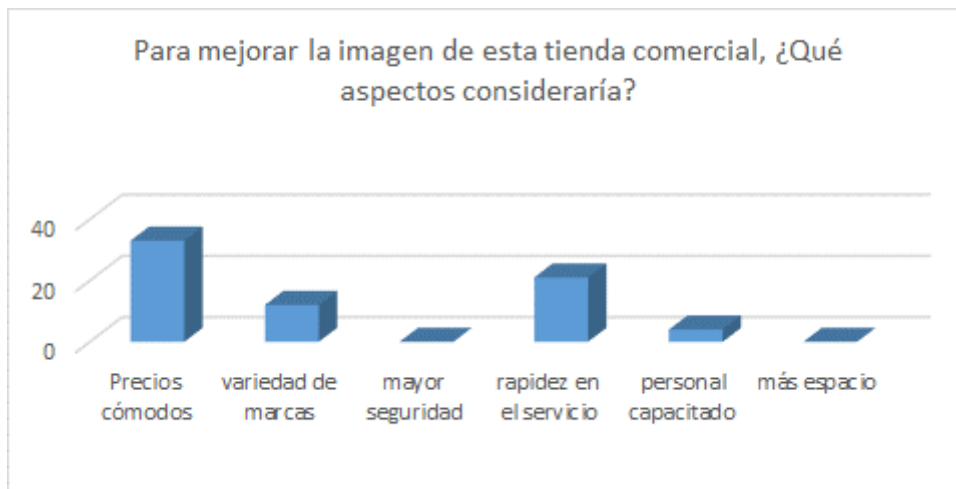
Qué aspectos mejorar	Cantidad	%
Precios cómodos	33	47.1%
variedad de marcas	12	17.1%
mayor seguridad	0	0.0%
rapidez en el servicio	21	30.0%
personal capacitado	4	5.7%
más espacio	0	0.0%
Total	70	100.0%

Fuente: Encuesta a Clientes, Noviembre del 2018

Autor: Eduar Frank Julca Díaz

Consultándoles que mejorar en nuestra tienda comercial, un 47.1% menciona precios cómodos, un 30% por la rapidez en el servicio y un 17.1% por la variedad de marcas de productos, sólo un 5.7% menciona contar con personal capacitado.

Gráfico N° 15



En conclusión, sugieren contar con precios cómodos, rapidez en su servicio y variedad de marcas.

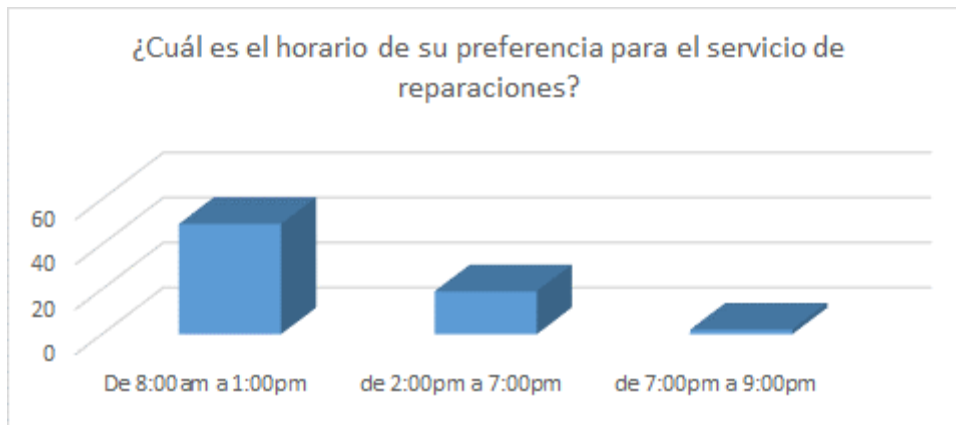
Tabla N° 16

¿Cuál es el horario de su preferencia para el servicio de reparaciones?

Preferencia de horarios	Cantidad	%
De 8:00am a 1:00pm	49	70.0%
de 2:00pm a 7:00pm	19	27.1%
de 7:00pm a 9:00pm	2	2.9%
Total	70	100.0%
Fuente: Encuesta a Clientes, Noviembre del 2018		
Autor: Eduar Frank Julca Díaz		

El horario que prefieren para los servicios con un 70% es turno de mañana, un 27.1% turno tarde y un 2.9% turno noche.

Gráfico N° 16



En conclusión, mayormente prefieren el turno vespertino.

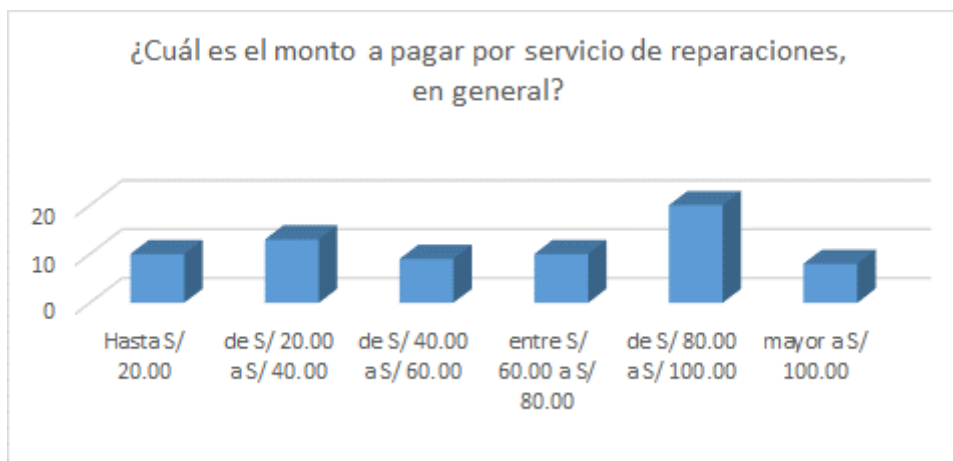
Tabla N° 17

¿Cuál es el monto a pagar por servicio de reparaciones, en general?

Preferencia de pagos por reparaciones	Cantidad	%
Hasta S/ 20.00	10	14.3%
de S/ 20.00 a S/ 40.00	13	18.6%
de S/ 40.00 a S/ 60.00	9	12.9%
entre S/ 60.00 a S/ 80.00	10	14.3%
de S/ 80.00 a S/ 100.00	20	28.6%
mayor a S/ 100.00	8	11.4%
Total	70	100.0%
Fuente: Encuesta a Clientes, Noviembre del 2018		
Autor: Eduar Frank Julca Díaz		

El monto a pagar por los servicios que contraten un 28.6% indica entre S/. 80.00 a S/. 100.00 y un 18.6% desde S/. 20.00 a S/. 40.00.

Gráfico N° 17



En conclusión, los encuestados tienen diversas alternativas para pagar por sus servicios de reparaciones de sus unidades móviles.

3.2 Resultados de la oferta

La oferta está representada en la ciudad de Bagua Grande por las empresas o tiendas comerciales que ofertan productos y servicios normalmente para motos lineales, moto taxis o matos cargueras; y que se encuentran registradas en la Municipalidad Provincial de Utcubamba y estas son:

Tabla N° 18

Establecimientos competitivos para el proyecto en la ciudad de Bagua Grande

N°	Propietario	Nombre Comercial	Rubro o actividad principal	Dirección
1	Guevara Salazar Clever	Motorepuestos Clever	Venta de repuestos y accesorios para motos	Av. Chachapoyas N° 1678
2	Motorepuestos Mendoza E.I.R.L.	Motorepuestos Mendoza E.I.R.L.	Venta, Mantenimiento y Reparación de motocicletas	Av. Chachapoyas N° 1688
3	Motorepuestos Julio Cesar	Motorepuestos Julio Cesar	Venta, Mantenimiento y Reparación de motocicletas	Av. Chachapoyas S/N
4	Repuestos Victoria S.R.L.	Repuestos Victoria S.R.L.	Venta de repuestos automotrices, lubricantes, etc.	Av. Chachapoyas N° 1845
5	Coronel Romero Flavio Hernán	Repuestos Coronel Romero E.I.R.L.	Venta de repuestos automotrices	Av. Chachapoyas N° 1899
6	Barboza Regalado Jacob Esteban	Motorepuestos y servicios Barboza	Venta, Mantenimiento y Reparación de motocicletas	Av. Chachapoyas N° 1933
7	Alexander Llanos Idrogo	Representaciones Llanos Motor's	Venta, Mantenimiento y Reparación de motocicletas	Av. Chachapoyas N° 2606
8	Dávila Díaz Fernando Víctor	Motorepuestos Chiclayo	Venta de Repuestos de Vehículos Motorizados	Av. Chachapoyas N° 1722
9	Morales Paz Juan Manuel	Motorepuestos Segundo	Reparaciones de vehículos automotores menores y venta de repuestos	Av. Mariano Melgar N° 1120
10	Motorepuestos Sánchez S.A.C.	Motorepuestos Sánchez S.A.C.	Compra, venta de repuestos, accesorios de vehículos automotores menores	Av. Mariano Melgar N° 420
11	Hernández Huancas Hilsion Paul	Motorepuestos y servicios mecánicos Tulimer	Compra y venta de repuestos y servicios mecánicos de motocicletas	Av. Mariano Melgar N° 499
12	Ruiz Silva Eber Obed	Automotriz Ruiz	Reparación de vehículos motorizados	Jr. Federico Villarreal N° 435
13	Atoche Morales Juan Manuel	Centro de Repuestos y Servicios Atoche	Venta, Mantenimiento y Reparación de motocicletas	Jr. Higos Urco N° 622
14	Taller de Mecánica El Serrano S.A.C.	Taller de mecánica El Serrano	Taller	Jr. Las Mercedes N° 342
15	Motorepuestos Sánchez S.A.C.	Motorepuestos Sánchez S.A.C.	Venta de repuestos de motos y vehículos	Jr. Mariscal Castilla N° 449
16	Villavicencio Gonzales Nelson	Motorepuestos Nicole	Venta, Mantenimiento y Reparación de motocicletas	Jr. Mariscal Castilla N° 397
17	Dávila Delgado Neyser Valentin	Motorepuestos Valentino	Venta, Mantenimiento y Reparación de motocicletas	Jr. Miguel Grau N° 718
18	Sanchez Coronel Ney	Motorepuestos Junior	Venta de repuestos en general para motos y mototaxis	Jr. Miguel Grau N° 671
19	Multiservicios Nicole E.I.R.L.	Venta, mantenimiento y repuestos de motocicletas	Venta y mantenimiento y repuestos de motocicletas	Jr. Pedro Ruiz N° 305

Elaboración propia

Fuente: Municipalidad Provincial de Utcubamba, 2017

3.3 Resultados de la demanda

En los últimos años las mototaxis y motocicletas se han convertido en un vehículo de uso masivo en la ciudad de Bagua Grande, ya que es un medio de transporte económico, y herramienta de trabajo para muchas personas en esta parte del país de clima caluroso, convirtiéndose en claras aliadas del desarrollo económico y fuente de trabajo generadora de ingresos de muchos Bagua Grandinos.

En la ciudad de Bagua Grande existen aproximadamente 8,422 mototaxis y de estas un aproximado de 842 están inoperativas o en otros lugares, según la Policía Nacional (PONAL, 2016). Y un aproximado de 7,500 moto lineales y de estas unas 750 está inoperativas o en otros lugares, según la Municipalidad Provincial de Utcubamba (MPU, 2016), haciendo un total de 15,922 unidades móviles.

Tabla N° 19

Proyección de la población de referencia y población demandante

Año	Población de Referencia - Dist. Bagua Grande	Población Clientes o usuarios	Población para el proyecto
			76.90%
2017	50,841	15,922	12,244
2018	51,205	16,036	12,332
2019	51,573	16,151	12,420
2020	51,942	16,267	12,509
2021	52,315	16,383	12,599
2022	52,690	16,501	12,689
2023	53,067	16,619	12,780
2024	53,448	16,738	12,872
2025	53,831	16,858	12,964
2026	54,217	16,858	12,964
2027	54,606	16,979	13,057
		Al mes	1,020
		moto taxis	8,422
		moto lineal	7,500
		Total	15,922

Elaboración propia

Fuente: INEI y Municipalidad Provincial de Utcubamba, 2017

La participación del proyecto se calcula según la percepción con la implementación de nuestra tienda de manera completa que ofrezca diversidad de repuestos y servicios, un 76.90% le parece buena la idea, que representan 70 de los 91 encuestados.

Tabla N° 20
Balance Oferta - Demanda

Población Demandante	Población satisfecha u ofertante	Balance Oferta - Demanda
	23.10%	
15,922	3,678	12,244
16,036	3,704	12,332
16,151	3,731	12,420
16,267	3,758	12,509
16,383	3,785	12,599
16,501	3,812	12,689
16,619	3,839	12,780
16,738	3,867	12,872
16,858	3,894	12,964
16,858	3,894	12,964
16,979	3,922	13,057

Elaboración propia

La población actualmente satisfecha representa sólo un 23.10% que ascienden a 3,678. Y se obtiene el balance positivo de población demandante de 12,244 personas para el primer año, que demanda los servicios de repuestos y servicios en un solo lugar.

3.4 Resultados de la propuesta de una tienda comercial de repuestos, reparaciones y mantenimiento de motos y mototaxis

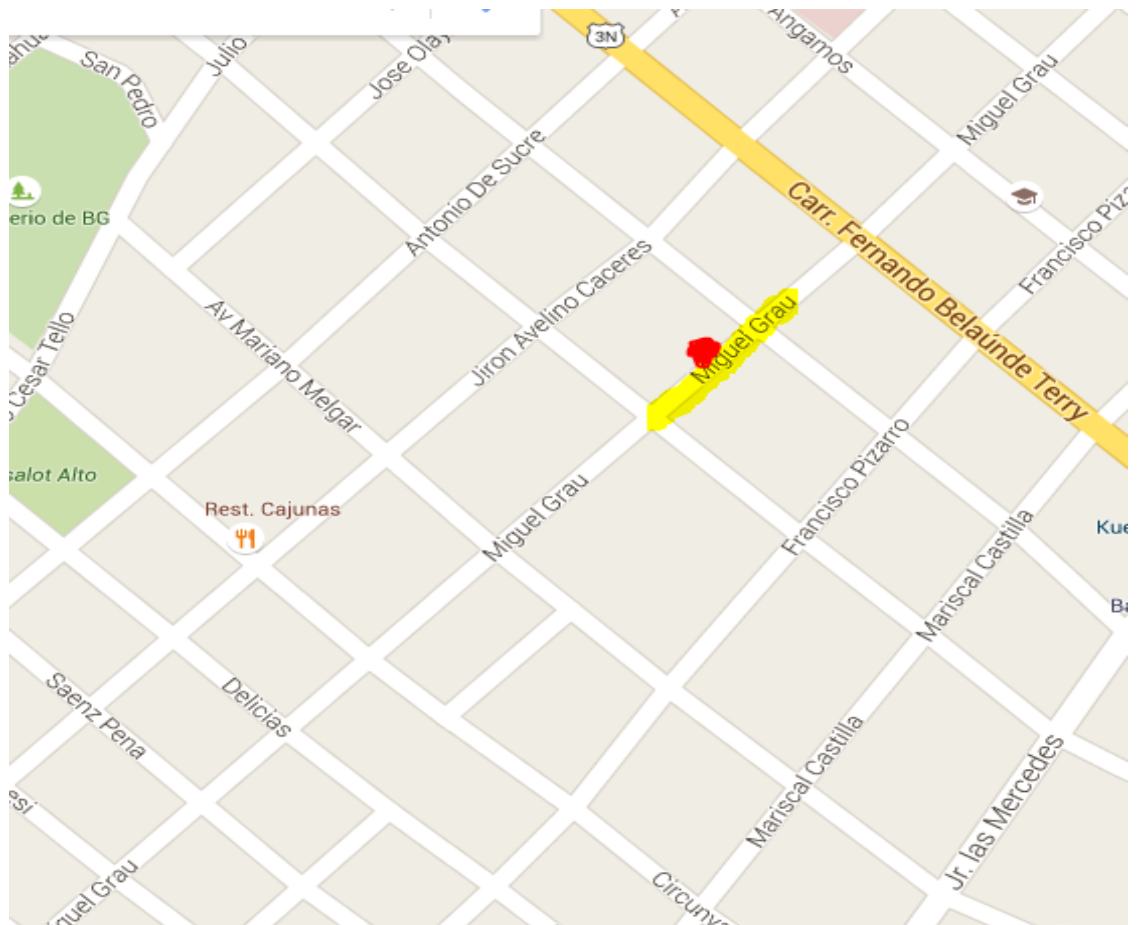
Datos generales

Nombre: Full repuestos – Bagua Grande

Logotipo:



Ubicación



Descripción de la propuesta

El proyecto se llevará a cabo en una infraestructura moderna tipo tienda comercial propia de una dimensión de 10 metros de ancho por 25 metros de largo, y un área neta de 250 m².

La tienda ofrecerá todo tipo repuestos en variedad de marcas, modelos y series de acuerdo con las características de las unidades vehiculares.

Contará también con los servicios de reparación, sistema eléctrico, sistema de frenos y mantenimiento de todo tipo de motos.

Dirección: Jr. Miguel Gran Cdra. 5 – Bagua Grande.

Giro de la empresa: Comercial

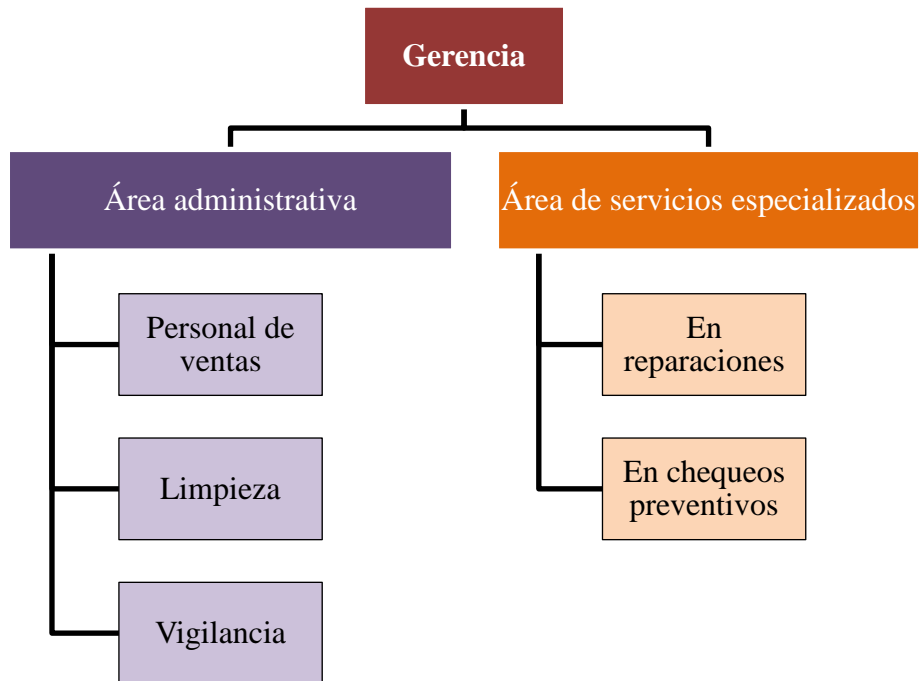
Actividad de la empresa:

Compra y venta de repuestos, accesorios de vehículos automotores menores y, servicios mecánicos de motocicletas.

Principales características de los productos y servicios

- **Lubricantes:** todo tipo de aceites, en variedad de precios y marcas
- **Neumáticos:** en todo tipo de tamaño, marca y modelo en variedad de precios
- **Accesorios:** tapa barros, máscaras, faros, cascos, amortiguadores, etc.
- **Repuestos:** bujías, bielas, válvulas, pernos, cilindros, etc. para todo tipo de moto y modelo y variedad de precios.
- **Taller de mecánica:** su función será reparar todo tipo de motos ya sea afinamiento, cambio de anillos, rectificación de motor, etc.
- **Sistema eléctrico:** arreglar o chequear todo lo concerniente a la parte eléctrica como: bobinas, cambio de ramales, focos, etc.
- **Sistema de frenos:** reparar o chequear zapatas, frenos, etc.

Estructura organizacional



3.5 Pronóstico de ventas

Según las preferencias por repuestos y de servicios obtenidos de la encuesta a los clientes o usuarios, presentamos a continuación lo siguiente:

Tabla N° 21

Proyección de ventas por turnos y tipos

Proyección de ventas (30 días al mes)	Horarios		Unidades vendidas máximas al mes	Unidades vendidas máximas al día
	8:00am-1:00pm	2:00pm-7:00pm		
Repuestos moto	105	45	150	6
Lubricantes	84	36	120	5
Aceites	210	90	300	12
Neumáticos	21	9	30	1
Baterías	21	9	30	1
Filtros	84	36	120	5
Retenes	84	36	120	5
Amortiguadores	21	9	30	1
Embragues	105	45	150	6
Sistemas de frenos	105	45	150	6
Sistemas eléctricos	63	27	90	3
Cascos	21	9	30	1
Unidades vendidas proyectadas al mes			1,320	51

Elaboración propia

Tabla N° 22

Precios de los productos y servicios proyectados a vender

Proyección de ventas (30 días al mes)	Costo Unitario en S/.	Unidades vendidas máximas al mes	Ingresos por servicios	Costo Unitario en S/.	Servicios máximos al mes
Repuestos moto	22.00	150	Reparaciones menores	10.00	30
Lubricantes	13.20	120	Reparaciones mayores	35.00	30
Aceites	11.00	300			60
Neumáticos	95.70	30			
Baterías	36.30	30			
Filtros	5.50	120			
Retenes	9.90	120			
Amortiguadores	38.50	30			
Embraques	8.80	150			
Sistemas de frenos	25.30	150			
Sistemas eléctricos	30.80	90			
Cascos	36.30	30			
		1,320			

Elaboración propia

3.6 Comercialización

El éxito del proyecto estará basado en las políticas y estrategias de Marketing a aplicar y en las condiciones en que se oferte estos productos o servicios, necesario para ingresar al mercado considerando las siguientes estrategias:

- La calidad del servicio a prestar debe ser de alto nivel, esto se logra contando con personal de alta calidad, buena infraestructura y seguridad.
- La ubicación del proyecto debe ser adecuado, es decir que tenga las condiciones de funcionalidad, seguridad y accesibilidad.
- Se realizará una presentación para dar a conocer las cualidades de los productos y servicios a ofertarse, dirigido a los usuarios y clientes propietarios de motos lineales, moto taxis y moto cargueras de la ciudad de Bagua Grande, con la finalidad de dar a conocer este nuevo espacio completo, es decir venta de repuestos y accesorios, así como taller de reparación y mantenimiento.
- La estrategia principal es asociarse con la empresa Full Motor's de la ciudad de Bagua, que cuenta con experiencia y trayectoria reconocida en calidad, variedad y precios desde hace más de 10 años en este mercado.

3.7 Ingeniería del proyecto

- **Especificaciones técnicas del servicio**

Referido a los servicios a prestar de venta de repuestos, accesorios y adornos y, servicio de reparaciones y mantenimiento de unidades menores vehiculares tipo motocicletas, todo en un mismo local.

- **Proceso de prestación del servicio**

Se atenderá 10 horas diarias en 7 días a la semana, con un receso de una hora para refrigerio, desde las 8:00a.m. a 1:00p.m. y de 2:00p.m. a 7:00p.m.

- **Características de las instalaciones y equipos**

Se construirá infraestructura moderna en un terreno a adquirir y tendrá los ambientes siguientes:

- Stand de ventas
- Almacén para ventas
- Taller para mantenimiento y reparaciones
- Oficina administrativa
- Servicios higiénicos
- Estacionamiento exterior

3.8 Requerimiento de mantenimiento, equipamiento y personal

- **Mantenimiento**

Se realizará un mantenimiento preventivo cada 6 meses a las maquinarias y equipos, a través del personal de servicio debidamente capacitado. Si se requiere de mayores arreglos se contratará a una empresa especializada.

- **De equipamiento, maquinarias, muebles y enseres**

Será el siguiente:

Tabla N° 23

Equipamiento y maquinarias

Descripción	Unidad	Metrado	Costo unitario	Costo total
Para oficina de ventas				7,750.00
Tv HD 49"	Tv	1	5,000.00	5,000.00
Computadora portatil	Pc	1	2,000.00	2,000.00
Impresora ticketera	Impresora	1	750.00	750.00
Para almacén				4,000.00
Estantes	Juego	4	1,000.00	4,000.00
Para taller				11,450.64
Elevador de motos	Unidad	2	2,625.00	5,250.00
Vulcanizadora automática de llantas	Unidad	1	3,200.00	3,200.00
Banco carro de herramientas	Unidad	2	1,196.00	2,392.00
Kit de herramientas neumáticas	Unidad	1	456.64	456.64
Maletin de llaves y bits	Unidad	2	76.00	152.00
Total equipamiento y maquinarias				23,200.64

Elaboración propia

Tabla N° 24

Muebles y enseres

Descripción	Unidad	Costo unitario	Costo total
Escritorio ejecutivo	1	399.90	399.90
Silla giratoria	2	69.90	139.80
Muebles para recepción	2	750.00	1,500.00
Sillas plasticas	6	35.90	215.40
Muebles mostradores	2	500.00	1,000.00
Espejos grandes para taller	2	320.00	640.00
Tacho plástico	4	59.90	239.60
Total muebles y enseres			4,134.70

Elaboración propia

3.9 Inversiones

La decisión de llevar adelante un proyecto significa asignar a su realización la cantidad de variados recursos, los que se agrupan en dos grandes rubros:

- Recursos necesarios para su instalación.
- Recursos necesarios para la etapa de funcionamiento.

Los recursos necesarios en la instalación del proyecto, lo constituyen el capital fijo y lo que se requiere para el funcionamiento del mismo lo constituye el capital de trabajo.

Las inversiones son los desembolsos que los inversionistas aportan para la ejecución del proyecto, se clasifica en:

3.9.1 Inversión fija

Son los recursos necesarios para la instalación del proyecto y está constituido por:

- **Inversión fija tangible**

Son aquellos bienes que se caracterizan por su materialidad y están sujetos a depreciaciones, tales como equipos, muebles y enseres, edificaciones, etc.

Tabla N° 25
Terrenos y obras civiles

Descripción	Unidad	Metrado	Costo unitario	Costo total
I. Terrenos	m2	250.00	500.00	125,000.00
II. Obras civiles				
Construcción oficina ventas y talleres				210,390.51
Trabajos preliminares			225.40	
Movimiento de tierras			4,657.00	
Obras de concreto simple			18,618.00	
Obras de concreto armado			65,200.72	
Cobertura y estructuras de madera			16,794.40	
Muros, tabiques y albañilería			7,888.08	
Revoques y enlucidos			7,641.74	
Cielorasos			4,728.37	
Pisos y pavimentos			18,844.83	
Contrazócalos			1,013.35	
Zócalos y muros de cerámicos			1,397.58	
Carpintería de madera			5,810.40	
Carpintería metálica			3,736.05	
Cerrajería			728.00	
Vidrios			1,732.70	
Pintura			5,491.67	
Aparatos y accesorios sanitarios			1,560.00	
Instalaciones sanitarias			1,751.58	
Talleres (Inc. Instalación)			19,345.00	
Sistema de agua fría			585.00	
Instalaciones eléctricas			12,654.00	
Tableros			423.25	
Fletes			9,563.40	
Total terrenos y obras civiles				335,390.51

Elaboración propia

- **Inversión fija intangible**

Son servicios o derechos adquiridos y como tales no están sujetos a desgastes, (partidas no físicas) como son, diseños arquitectónicos, estudio de impacto ambiental, gastos de operación, gastos de organización, investigación y desarrollo. Y para el presente estudio son:

Tabla N° 26
Inversión fija intangible

Descripción	Costo total
Diseños definitivos	5,000.00
Gastos de organización	1,250.00
Total inversión fija intangible	6,250.00

Elaboración propia

3.9.2. Capital de trabajo

Viene a ser el efectivo necesario para atender las necesidades del proyecto. Lo constituyen las inversiones que permitan atender la obligación corriente en el normal desenvolvimiento de la operación de esta empresa durante el periodo inicial. En este rubro consideramos el material directo a vender, los sueldos y salarios, materiales directos, servicios de energía eléctrica, agua y desagüe, internet, entre otros.

Tabla N° 27
Capital de trabajo

Descripción	Unidad	Cantidad mensual	Precio unitario	Costo anual
I.1. Material Directo				28,824.00
Repuestos moto	Und	20.00	20.00	4,800.00
Lubricantes	Und	20.00	12.00	2,880.00
Aceites	Und	30.00	10.00	3,600.00
Neumáticos	Und	10.00	87.00	10,440.00
Baterías	Und	5.00	33.00	1,980.00
Filtros	Und	10.00	5.00	600.00
Retenes	Und	15.00	9.00	1,620.00
Amortiguadores	Und	6.00	35.00	2,520.00
Embragues	Und	4.00	8.00	384.00
I.2. Otros materiales				10,080.00
Sistemas de frenos	Glb	10.00	23.00	2,760.00
Sistemas eléctricos	Glb	10.00	28.00	3,360.00
Cascos	Und	10.00	33.00	3,960.00
I.3 Personal y servicios				156,881.00
Gerente	Personal	1.00	40,750.00	47,541.67
Personal de ventas	Personal	1.00	24,450.00	28,525.00
Personal especializado	Personal	2.00	57,050.00	66,558.33
De limpieza y vigilancia	Personal	1.00	11,160.00	11,160.00
Serv. Publicidad y promoción	Glb	1.00	100.00	1,200.00
Serv. Mantenimiento equipos	Glb	1.00	50.00	600.00
Serv. Energía eléctrica	Glb	1.00	40.00	480.00
Serv. Agua y desagüe	Glb	1.00	23.00	276.00
Serv. Internet	Glb	1.00	45.00	540.00
Total capital de trabajo				195,785.00

Elaboración propia

3.10 Financiamiento

Para el presente proyecto se recurrirá al financiamiento externo a través de la banca privada.

Tabla N° 28

Estructura del financiamiento

Descripción	Préstamo	Aporte propio	Total
I. Inversión fija	243,975.85	125,000.00	368,975.85
I.1. Inversión fija tangible			
I.1.1. Terrenos y obras civiles	210,390.51	125,000.00	335,390.51
I.1.2. Equipamiento y maquinaria	23,200.64	0.00	23,200.64
I.1.3. Muebles y enseres	4,134.70	0.00	4,134.70
I.2. Inversión fija intangible	6,250.00	0.00	6,250.00
II. Capital de trabajo	195,785.00	0.00	195,785.00
III. Imprevistos (1 %)	0.00	5,647.61	5,647.61
Total de Inversión	439,760.85	130,647.61	570,408.46
En porcentaje	77.1%	22.9%	100

Elaboración propia

La implementación del presente proyecto requiere de un monto de S/. 570,408.46 de los cuales considerando un aporte propio de S/. 130,647.61 equivalente al 22.9% de la inversión total, básicamente será financiar el valor del terreno y los imprevistos; el 77.1% restante será el monto a financiar equivalente a S/. 439,760.85

Selección de la fuente de financiamiento

Los Bancos forman parte del mercado de dinero, pues su función es promocionar las transacciones comerciales en el corto plazo. El Banco seleccionado como fuente para hacer realidad nuestro proyecto es el Banco BBVA

Tabla N° 29

Selección de la fuente de financiamiento – Banco privado

Préstamo BBVA												
TASA DE INTERES NOMINAL				0.16								
TASA DE INTERES EFECTIVA				0.14								
TASA DE INTERES SEMESTRAL				0.07	1.10%							
PERIODO DE PAGO ACTIVOS FIJOS (ANUALES)				10.00								
PERIODO DE PAGO CAPITAL DE TRABAJO (ANUAL)				8.00								
PERIODO DE AMORTIZACIÓN ACTIVOS FIJOS				8.00								
PERIODO DE AMORTIZACION CAPITAL DE TRABAJO				7.00								
PERIODO DE GRACIA PARCIAL ACTIVOS FIJOS				2.00								
PERIODO DE GRACIA PARCIAL CAPITAL DE TRABAJO				1.00								
PRESTAMO ACTIVO FIJO				243,975.85								
PRESTAMO CAPITAL DE TRABAJO				195,785.00		16,519	16,519	40,496	40,496	40,496	40,496	
FACTOR DE RECUPERACION DEL CAPITAL (ACTIVO FIJO)				0.17								
FACTOR DE RECUPERACION DEL CAPITAL (CAPITAL DE TRABAJO)				0.18								
Servicio de la deuda												
Descripción	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
Activo fijo												
Principal inicio	243,976	243,976	243,976	243,976	219,999	194,399	167,065	137,881	106,721	73,451	37,928	
Amortización		0	0	23,977	25,600	27,334	29,184	31,160	33,270	35,523	37,928	
Interés		16,519	16,519	16,519	14,896	13,162	11,312	9,336	7,226	4,973	2,568	
Servicio de la deuda		16,519	16,519	40,496	40,496	40,496	40,496	40,496	40,496	40,496	40,496	357,005
Principal final	243,976	243,976	243,976	219,999	194,399	167,065	137,881	106,721	73,451	37,928	0	
Capital de trabajo												
Principal inicio	195,785	195,785	195,785	173,002	148,677	122,705	94,975	65,366	33,753			
Amortización		0	22,783	24,325	25,972	27,731	29,608	31,613	33,753			
Interés		13,256	13,256	11,714	10,067	8,308	6,431	4,426	2,285			
Servicio de la deuda		13,256	36,039	36,039	36,039	36,039	36,039	36,039	36,039			265,527
Principal final	195,785	195,785	173,002	148,677	122,705	94,975	65,366	33,753	0			
Escudo Fiscal		8,933	8,933	8,470	7,489	6,441	5,323	4,128	2,853	1,492	770	
Financiamiento Neto	439,761	-20,843	-43,625	-68,065	-69,046	-70,094	-71,212	-72,406	-73,681	-39,004	-39,725	622,533
COK (Anual)	12%											
ELEMENTO CONCESIONAL												
VANF	128,828											
Tasa Efectiva de Descuento (TE ó TIR)	4.74%		Elegido									

Tabla N° 30

Selección de la fuente de financiamiento – Caja Municipal de Ahorro y Crédito

Préstamo Caja Municipal de Piura												
TASA DE INTERES NOMINAL		0.19										
TASA DE INTERES EFECTIVA		0.20										
TASA DE INTERES SEMESTRAL		0.10										
PERIODO DE PAGO ACTIVOS FIJOS (ANUALES)		10.00										
PERIODO DE PAGO CAPITAL DE TRABAJO (ANUALES)		8.00										
PERIODO DE AMORTIZACIÓN ACTIVOS FIJOS		8.00										
PERIODO DE AMORTIZACIÓN CAPITAL DE TRABAJO		7.00										
PERIODO DE GRACIA PARCIAL ACTIVOS FIJOS		2.00										
PERIODO DE GRACIA PARCIAL CAPITAL DE TRABAJO		1.00										
PRESTAMO ACTIVO FIJO		0.00										
PRESTAMO CAPITAL DE TRABAJO		0.00										
FACTOR DE RECUPERACION DEL CAPITAL (ACTIVO FIJO)		0.18										
FACTOR DE RECUPERACION DEL CAPITAL (CAPITAL DE TRABAJO)		0.20										
Descripción	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
Activo fijo												
Principal inicio	243,976	243,976	243,976	243,976	222,286	198,526	172,498	143,986	112,752	78,538	41,057	
Amortización		0	0	21,690	23,760	26,028	28,512	31,233	34,215	37,480	41,057	
Interés		23,286	23,286	23,286	21,216	18,948	16,464	13,743	10,762	7,496	3,919	
Servicio de la deuda		23,286	23,286	44,976	44,976	44,976	44,976	44,976	44,976	44,976	44,976	406,382
Principal final	243,976	243,976	243,976	222,286	198,526	172,498	143,986	112,752	78,538	41,057	0	
Capital de trabajo												
Principal inicio	195,785	195,785	195,785	174,858	151,933	126,820	99,310	69,174	36,163			
Amortización		0	20,927	22,925	25,113	27,510	30,136	33,012	36,163			
Interés		18,687	18,687	16,689	14,501	12,104	9,479	6,602	3,452			
Servicio de la deuda		18,687	39,614	39,614	39,614	39,614	39,614	39,614	39,614			295,986
Principal final	195,785	195,785	174,858	151,933	126,820	99,310	69,174	36,163	0			
Escudo Fiscal		12,592	12,592	11,993	10,715	9,316	7,783	6,104	4,264	2,249	1,176	
Financiamiento Neto	439,761	-29,381	-50,309	-72,598	-73,875	-75,275	-76,808	-78,487	-80,326	-42,727	-43,801	702,368
COK (Anual)	12%											
ELEMENTO CONCESIONAL												
VANF	95,717											
Tasa Efectiva de Descuento (TE ó TIR)	6.68%											

Al comparar ambas fuentes de financiamiento, tanto de la banca privada, así como de una caja municipal, se tiene que la tasa efectiva de descuento es $4.74 < 6.68$; por lo que se prefiere el financiamiento de la banca privada, para nuestro caso del banco BBVA.

Condiciones del préstamo

El Banco BBVA a una tasa de acuerdo a la naturaleza del proyecto para el presente estudio se establece a una tasa de interés del 18% efectiva anual, y del 17% como tasa efectiva nominal.

El monto del crédito será en moneda nacional que asciende a S/. 439,760.85 para financiar el 77.1% de la inversión.

Condiciones de financiamiento:

- Plazo : 10 años
- Periodo de pago : mes vencido
- N° de cuotas activo fijo : 10
- N° de cuotas capital de trabajo : 8
- Interés efectivo anual : 16%
- Interés efectivo semestral : 7%
- El monto a cubrir : S/. 439,760.85

3.11 Presupuesto de ingresos y egresos

3.11.1 Ingresos

Tabla N° 31
Programa de ventas anuales

Proyección de ventas (30 días al mes)	Costo Unitario en S/.	Unidades vendidas máximas al mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
			100%	105%	110%	115%	120%	125%	130%	135%	140%	145%
Repuestos moto	22.00	150	39,600.00	41,580.00	43,560.00	45,540.00	47,520.00	49,500.00	51,480.00	53,460.00	55,440.00	57,420.00
Lubricantes	13.20	120	19,008.00	19,958.40	20,908.80	21,859.20	22,809.60	23,760.00	24,710.40	25,660.80	26,611.20	27,561.60
Aceites	11.00	300	39,600.00	41,580.00	43,560.00	45,540.00	47,520.00	49,500.00	51,480.00	53,460.00	55,440.00	57,420.00
Neumáticos	95.70	30	34,452.00	36,174.60	37,897.20	39,619.80	41,342.40	43,065.00	44,787.60	46,510.20	48,232.80	49,955.40
Baterías	36.30	30	13,068.00	13,721.40	14,374.80	15,028.20	15,681.60	16,335.00	16,988.40	17,641.80	18,295.20	18,948.60
Filtros	5.50	120	7,920.00	8,316.00	8,712.00	9,108.00	9,504.00	9,900.00	10,296.00	10,692.00	11,088.00	11,484.00
Retenes	9.90	120	14,256.00	14,968.80	15,681.60	16,394.40	17,107.20	17,820.00	18,532.80	19,245.60	19,958.40	20,671.20
Amortiguadores	38.50	30	13,860.00	14,553.00	15,246.00	15,939.00	16,632.00	17,325.00	18,018.00	18,711.00	19,404.00	20,097.00
Embragues	8.80	150	15,840.00	16,632.00	17,424.00	18,216.00	19,008.00	19,800.00	20,592.00	21,384.00	22,176.00	22,968.00
Sistemas de frenos	25.30	150	45,540.00	47,817.00	50,094.00	52,371.00	54,648.00	56,925.00	59,202.00	61,479.00	63,756.00	66,033.00
Sistemas eléctricos	30.80	90	33,264.00	34,927.20	36,590.40	38,253.60	39,916.80	41,580.00	43,243.20	44,906.40	46,569.60	48,232.80
Cascos	36.30	30	13,068.00	13,721.40	14,374.80	15,028.20	15,681.60	16,335.00	16,988.40	17,641.80	18,295.20	18,948.60
		1,320	289,476.00	303,949.80	318,423.60	332,897.40	347,371.20	361,845.00	376,318.80	390,792.60	405,266.40	419,740.20
Ingresos por servicios	Costo Unitario en S/.	Servicios máximos al mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Reparaciones menores	10.00	30	3,600.00	3,780.00	3,960.00	4,140.00	4,320.00	4,500.00	4,680.00	4,860.00	5,040.00	5,220.00
Reparaciones mayores	35.00	30	12,600.00	13,230.00	13,860.00	14,490.00	15,120.00	15,750.00	16,380.00	17,010.00	17,640.00	18,270.00
		60	16,200.00	17,010.00	17,820.00	18,630.00	19,440.00	20,250.00	21,060.00	21,870.00	22,680.00	23,490.00

Tabla N° 32
Presupuesto de ingresos totales

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos por ventas	289,476.00	303,949.80	318,423.60	332,897.40	347,371.20	361,845.00	376,318.80	390,792.60	405,266.40	419,740.20
Ingresos por servicios	16,200.00	17,010.00	17,820.00	18,630.00	19,440.00	20,250.00	21,060.00	21,870.00	22,680.00	23,490.00
Total Ingresos al año	305,676.00	320,959.80	336,243.60	351,527.40	366,811.20	382,095.00	397,378.80	412,662.60	427,946.40	443,230.20

3.11.2 Egresos

Tabla N° 33
Presupuesto de egresos totales

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
I. Costos de Producción	193,289.00	193,289.00	193,289.00	193,289.00	193,289.00	193,289.00	193,289.00	193,289.00	193,289.00	193,289.00
I.1. Costos Directos	192,689.00	192,689.00	192,689.00	192,689.00	192,689.00	192,689.00	192,689.00	192,689.00	192,689.00	192,689.00
I.1. Materiales Directos	28,824.00	28,824.00	28,824.00	28,824.00	28,824.00	28,824.00	28,824.00	28,824.00	28,824.00	28,824.00
I.2. Otros materiales	10,080.00	10,080.00	10,080.00	10,080.00	10,080.00	10,080.00	10,080.00	10,080.00	10,080.00	10,080.00
I.3. Mano de Obra Directa	153,785.00	153,785.00	153,785.00	153,785.00	153,785.00	153,785.00	153,785.00	153,785.00	153,785.00	153,785.00
I.2. Costos Indirectos	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
II.1. Material Indirecto	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
II.2. Otros Costos Indirectos	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
II. Gastos de Operación	2,496.00	2,496.00	2,496.00	2,496.00	2,496.00	2,496.00	2,496.00	2,496.00	2,496.00	2,496.00
I. Gastos de Ventas	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
II. Gastos Administrativos	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00
III. Depreciación de Activo Fijo y Amortización	15,740.31	15,740.31	15,740.31	15,740.31	15,740.31	14,348.27	14,348.27	14,348.27	14,348.27	14,348.27
IV. Gastos Financieros	29,895.25	29,895.25	28,352.69	25,082.27	21,590.42	17,862.14	13,881.43	9,631.19	5,093.18	2,688.01
Interés del Préstamo	29,775.25	29,775.25	28,232.69	24,962.27	21,470.42	17,742.14	13,761.43	9,511.19	4,973.18	2,568.01
Mantenimiento, portes, seguros y comisiones	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
Total de Egresos	241,420.56	241,420.56	239,878.01	236,607.59	233,115.73	227,995.42	224,014.70	219,764.47	215,226.45	212,821.29

Elaboración propia

Tabla N° 34

Requerimientos y remuneración de personal

Personal	Cant.	Leyes Sociales					Total	Total anual	Gratificaciones	Total remuneración anual
		Haberes	Essalud	Acc. Trab	AFP	CTS	S/.			S/.
		Básico	0.13	0.03	0.115	0.08333				S/.
Mano de obra directa										
Gerente	1	2,500.00	325.00	75.00	287.50	208.33	3,395.83	40,750.00	6,791.67	47,541.67
Personal de ventas	1	1,500.00	195.00	45.00	172.50	125.00	2,037.50	24,450.00	4,075.00	28,525.00
Personal especializado	2	1,750.00	227.50	52.50	201.25	145.83	4,754.17	57,050.00	9,508.33	66,558.33
Mano de obra indirecta										
De limpieza y vigilancia	1	930.00					930.00	11,160.00		11,160.00
Total personal	5	6,680.00	747.50	172.50	661.25	479.17	11,117.50	133,410.00	20,375.00	153,785.00

Elaboración propia

Tabla N° 35

Depreciación del activo fijo tangible y amortización por cargas diferidas

Descripción	d	Depreciación										Valor residual	Valor de mercado	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
I. Activo no Depreciado														
I.1.1. Terrenos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	125,000.00	100,000.00
II. Depreciación Activo Fijo Tangible		15,115.31	15,115.31	15,115.31	15,115.31	15,115.31	13,723.27	13,723.27	13,723.27	13,723.27	13,723.27	13,723.27		
I.1.1. Terrenos y obras civiles	0.03	10,061.72	10,061.72	10,061.72	10,061.72	10,061.72	10,061.72	10,061.72	10,061.72	10,061.72	10,061.72	10,061.72	77,679.89	50,000.00
I.1.2. Equipamiento y maquinaria	0.20	4,640.13	4,640.13	4,640.13	4,640.13	4,640.13	3,248.09	3,248.09	3,248.09	3,248.09	3,248.09	3,248.09	0.00	2,000.00
I.1.3. Muebles y enseres	0.10	413.47	413.47	413.47	413.47	413.47	413.47	413.47	413.47	413.47	413.47	413.47	0.00	100.00
III. Amortización por cargas diferidas		625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00		
II.1. Inversión Fija Intangible	0.10	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00		
Total (II + III)		15,740.31	15,740.31	15,740.31	15,740.31	15,740.31	14,348.27	14,348.27	14,348.27	14,348.27	14,348.27	14,348.27	77,679.89	52,100.00

Elaboración propia

Tabla N° 36
Costos de producción

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Costo anual en S/.
I. Costos Directos				192,689.00
I.1. Materiales Directos				28,824.00
Repuestos moto	Und	20.00	20.00	4,800.00
Lubricantes	Und	20.00	12.00	2,880.00
Aceites	Und	30.00	10.00	3,600.00
Neumáticos	Und	10.00	87.00	10,440.00
Baterías	Und	5.00	33.00	1,980.00
Filtros	Und	10.00	5.00	600.00
Retenes	Und	15.00	9.00	1,620.00
Amortiguadores	Und	6.00	35.00	2,520.00
Embragues	Und	4.00	8.00	384.00
I.2. Otros materiales				10,080.00
Sistemas de frenos	Glb	10.00	23.00	2,760.00
Sistemas eléctricos	Glb	10.00	28.00	3,360.00
Cascos	Und	10.00	33.00	3,960.00
I.3. Mano de Obra Directa				153,785.00
Personal Administrativo	Personal	2.00	65,200.00	76,066.67
Personal especializado	Personal	2.00	57,050.00	66,558.33
Personal de servicios	Personal	1.00	11,160.00	11,160.00
II. Costos Indirectos				600.00
II.1. Material Indirecto				0.00
II.2. Otros Costos Indirectos				600.00
Serv. Mantenimiento equipos	Glb	1.00	50.00	600.00
Total de Costos de Producción				193,289.00

Elaboración propia

Tabla N° 37
Gastos de operación

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Costo anual en S/.
I. Gastos de Ventas				1,200.00
Serv. Publicidad y promoción	Glb	1.00	100.00	1,200.00
II. Gastos Administrativos				1,296.00
Serv. Energía eléctrica	Glb	1.00	40.00	480.00
Serv. Agua y desague	Glb	1.00	23.00	276.00
Serv. Internet	Glb	1.00	45.00	540.00
Total de Gastos de Operación				2,496.00

Elaboración propia

3.12 Análisis económico y financiero

3.12.1 Estados de pérdidas y ganancias

El estado de ganancias y pérdidas, es el estado financiero mediante el cual se puede determinar el monto de las utilidades de la empresa.

La tabla siguiente representa la estructura de ingresos y egresos del proyecto del año 1 al año 10, que nos expresa la acción dinámica de los recursos movilizados por el proyecto, nos han dado como resultado, ganancias desde el primer año, aunque mínimas.

Tabla N° 38

Estado de pérdidas y ganancias

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos	305,676.00	320,959.80	336,243.60	351,527.40	366,811.20	382,095.00	397,378.80	412,662.60	427,946.40	443,230.20
- Costos de Producción	193,289.00	193,289.00	193,289.00	193,289.00	193,289.00	193,289.00	193,289.00	193,289.00	193,289.00	193,289.00
Utilidad Bruta	112,387.00	127,670.80	142,954.60	158,238.40	173,522.20	188,806.00	204,089.80	219,373.60	234,657.40	249,941.20
- Gastos de Operación	2,496.00	2,496.00	2,496.00	2,496.00	2,496.00	2,496.00	2,496.00	2,496.00	2,496.00	2,496.00
- Depreciación Activo fijo y Amortizac. por C.D.	15,740.31	15,740.31	15,740.31	15,740.31	15,740.31	14,348.27	14,348.27	14,348.27	14,348.27	14,348.27
Utilidad Operativa	94,150.69	109,434.49	124,718.29	140,002.09	155,285.89	171,961.73	187,245.53	202,529.33	217,813.13	233,096.93
- Gastos Financieros	29,895.25	29,895.25	28,352.69	25,082.27	21,590.42	17,862.14	13,881.43	9,631.19	5,093.18	2,688.01
Utilidad antes de Impuestos	64,255.44	79,539.24	96,365.59	114,919.81	133,695.47	154,099.58	173,364.10	192,898.13	212,719.95	230,408.91
- Impuesto a la Renta (10 %) *	6,425.54	7,953.92	9,636.56	11,491.98	13,369.55	15,409.96	17,336.41	19,289.81	21,271.99	23,040.89
Utilidad después de Impuestos	57,829.89	71,585.31	86,729.03	103,427.83	120,325.92	138,689.63	156,027.69	173,608.32	191,447.95	207,368.02
* Art. 12 de la Ley N° 27037: Ley de Promoción de Inversión de la Amazonía										
Utilidad Mensual (Después de Impuestos)	4,819.16	5,965.44	7,227.42	8,618.99	10,027.16	11,557.47	13,002.31	14,467.36	15,954.00	17,280.67

Elaboración propia

Del estado de pérdidas y ganancias, se puede deducir ingresos mensuales de S/ 4,819.16 para el primer año, de S/ 5,965.44 para el segundo año, y así sucesivamente hasta llegar al año 10 con S/ 17,280.67 de ingresos mensuales. Principalmente por los gastos en publicidad para incrementar las ventas en 5% cada año.

3.12.2 Flujo de caja

Tabla N° 39

Flujo de caja económico

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
I. Ingresos	0.00	305,676.00	320,959.80	336,243.60	351,527.40	366,811.20	382,095.00	397,378.80	412,662.60	427,946.40	495,330.20
Ingresos por Ventas		305,676.00	320,959.80	336,243.60	351,527.40	366,811.20	382,095.00	397,378.80	412,662.60	427,946.40	443,230.20
Valor Residual											52,100.00
II. Egresos	-570,408.46	-202,210.54	-203,738.92	-205,421.56	-207,276.98	-209,154.55	-211,194.96	-213,121.41	-215,074.81	-217,056.99	-218,825.89
II.1. Inversión Total	-570,408.46										
II.2. Costos de Producción		-193,289.00	-193,289.00	-193,289.00	-193,289.00	-193,289.00	-193,289.00	-193,289.00	-193,289.00	-193,289.00	-193,289.00
II.3. Gastos de Operación		-2,496.00	-2,496.00	-2,496.00	-2,496.00	-2,496.00	-2,496.00	-2,496.00	-2,496.00	-2,496.00	-2,496.00
II.4. Impuesto a la Renta		-6,425.54	-7,953.92	-9,636.56	-11,491.98	-13,369.55	-15,409.96	-17,336.41	-19,289.81	-21,271.99	-23,040.89
Flujo de Caja Económico	-570,408.46	103,465.46	117,220.88	130,822.04	144,250.42	157,656.65	170,900.04	184,257.39	197,587.79	210,889.41	276,504.31
Préstamo	439,760.85										
Servicio de la Deuda		-29,775.25	-52,557.82	-76,534.64	-76,534.64	-76,534.64	-76,534.64	-76,534.64	-76,534.64	-40,495.89	-40,495.89
Amortización		0.00	-22,782.57	-48,301.95	-51,572.37	-55,064.22	-58,792.50	-62,773.21	-67,023.45	-35,522.71	-37,927.88
Intereses		-29,775.25	-29,775.25	-28,232.69	-24,962.27	-21,470.42	-17,742.14	-13,761.43	-9,511.19	-4,973.18	-2,568.01
Mantenimiento, portes, seguros y comisiones		-120.00	-120.00	-120.00	-120.00	-120.00	-120.00	-120.00	-120.00	-120.00	-120.00
Flujo de Caja Financiero	-130,647.61	73,570.21	64,543.06	54,167.40	67,595.78	81,002.01	94,245.40	107,602.75	120,933.15	170,273.51	235,888.41
Aporte de Capital	130,647.61										
Saldo de Caja Residual	0.00	73,570.21	64,543.06	54,167.40	67,595.78	81,002.01	94,245.40	107,602.75	120,933.15	170,273.51	235,888.41
Saldo de Caja Acumulada	0.00	73,570.21	138,113.26	192,280.67	259,876.44	340,878.46	435,123.86	542,726.61	663,659.76	833,933.27	1,069,821.69
VANE	S/. 1,095,634.07										
VANF	S/. 921,064.40										
TIRE	21.98%										
TIRF	55.26%										

Elaboración propia

3.12.3 Punto de equilibrio

Tabla N° 40
Punto de equilibrio

Período	FCE	FAS	FCE Actual	FCE Acumulado	FCE Actual Acumulado
0	-570,408	1.0000	-570,408	-570,408	-570,408
1	81,646	0.9974	81,435	-488,763	-488,973
2	92,344	0.9948	91,869	-396,418	-397,105
3	103,043	0.9923	102,248	-293,375	-294,857
4	113,742	0.9897	112,573	-179,633	-182,284
5	124,440	0.9872	122,844	-55,193	-59,440
6	134,721	0.9846	132,650	79,529	73,210
7	145,420	0.9821	142,815	224,949	216,025
8	156,119	0.9796	152,926	381,068	368,951
9	166,817	0.9770	162,985	547,885	531,936
10	229,616	0.9745	223,762	777,501	755,698

Elaboración propia

En el año 6 será el punto de equilibrio donde la empresa no pierde ni obtiene ganancias.

3.13 Evaluación económica y financiera

Es aquella que identifica los méritos intrínsecos del proyecto, independientemente. De la manera como se obtengan y se paguen los recursos financieros que se necesita. Los flujos de costos y beneficios utilizados para este tipo de evaluación producen saldos anuales netos que constituyen los flujos económicos del proyecto que se utiliza para el cálculo de los correspondientes indicadores:

- VAN económico, TIR económico y la relación Beneficio / Costo.

Tabla N° 41

Flujo de caja financiero

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
I. Ingresos	439,761	305,676	320,960	336,244	351,527	366,811	382,095	397,379	412,663	427,946	495,330
Ingresos por Ventas		305,676	320,960	336,244	351,527	366,811	382,095	397,379	412,663	427,946	443,230
Valor Residual											52,100
Préstamo	439,761										
II. Egresos	-570,408	-232,106	-256,417	-282,076	-283,932	-285,809	-287,850	-289,776	-291,729	-257,673	-259,442
II.1. Inversión Total	-570,408										
II.2. Costos de Producción		-193,289	-193,289	-193,289	-193,289	-193,289	-193,289	-193,289	-193,289	-193,289	-193,289
II.3. Gastos de Operación		-2,496	-2,496	-2,496	-2,496	-2,496	-2,496	-2,496	-2,496	-2,496	-2,496
II.4. Impuesto a la Renta		-6,426	-7,954	-9,637	-11,492	-13,370	-15,410	-17,336	-19,290	-21,272	-23,041
II.5. Servicio de la Deuda		-29,775	-52,558	-76,535	-76,535	-76,535	-76,535	-76,535	-76,535	-40,496	-40,496
Amortización		0	-22,783	-48,302	-51,572	-55,064	-58,792	-62,773	-67,023	-35,523	-37,928
Intereses		-29,775	-29,775	-28,233	-24,962	-21,470	-17,742	-13,761	-9,511	-4,973	-2,568
Mantenimiento, portes, seguros y comisiones		-120	-120	-120	-120	-120	-120	-120	-120	-120	-120
Flujo de Caja Financiero	-130,648	73,570	64,543	54,167	67,596	81,002	94,245	107,603	120,933	170,274	235,888
Aporte de Capital	130,648										
Saldo de Caja Residual	0	73,570	64,543	54,167	67,596	81,002	94,245	107,603	120,933	170,274	235,888
Saldo de Caja Acumulada	0	73,570	138,113	192,281	259,876	340,878	435,124	542,727	663,660	833,933	1,069,822
Ingresos Actualizados	S/. 4,167,225.44										
Egresos Actualizados	(S/. 3,250,337.90)										
Beneficio / Costo	1.28										

Elaboración propia

Valor actual neto económico - VANE

Llamado también valor presente neto o VPN, es la suma de los valores actualizados de costos y beneficios generales por el proyecto durante el horizonte de evaluación, o lo que es lo mismo, el VAN refleja el valor total actualizado de los beneficios o pérdidas netas que el proyecto es capaz de generar.

El rendimiento económico del proyecto es en estudio medido como valor actual neto es de S/. 1'095,634.07

Teniendo en consideración que se aceptan como consistentes los proyectos que al ser actualizados los costos de oportunidad del capital su VAN es positivo, podemos afirmar que la factibilidad de este proyecto es consistente porque su VAN es positivo, lo que significa que el valor actual de los beneficios supera al de los costos.

Tasa interna de retorno económico - TIRE

Llamada también tasa interna de recuperación o TIRE, se define como aquella tasa de descuento para la cual el VAN resulta igual a cero.

La rentabilidad del proyecto, medida como TIR es 21.98%, teniendo en cuenta que el costo de oportunidad del capital es del 12%, se puede inferir que el proyecto sí es factible económicamente, medido por este indicador.

Evaluación financiera

Se denomina así a toda evaluación que a diferencia de la económica si se toma en consideración la manera como se obtengan y se paguen los recursos financieros necesarios para el proyecto, así como la manera de cómo se contribuye los beneficios netos que este genere.

Se realizan a precios de mercado y los flujos de costos y beneficios pertinentes para este tipo de evaluación generen saldos netos por periodo, que contribuyan a los flujos financieros del proyecto.

Dichos flujos son la materia prima utilizada para el cálculo de los indicadores correspondientes: VANF y la TIRF.

Para la evaluación financiera del proyecto en estudio basta con añadir a la lista anterior los préstamos a los beneficios y a los costos los pagos por servicio a la deuda y el impuesto a la renta.

Valor actual neto financiero - VANF

Se determina para el proyecto un valor neto financiero de S/. 921,064.40 que significa que el valor actual de los beneficios supera al de los costos.

La rentabilidad del proyecto, medida como TIRF es 55.26%, teniendo en cuenta que el costo de oportunidad del capital es del 12%, se puede inferir que el presente proyecto si es factible financieramente.

Relación beneficio / costo o B/C

Determinado por el ratio entre los beneficios y costos, si este es mayor a 1, significa que obtendremos mayores beneficios tanto económicos como financieros con la intervención del proyecto materia del estudio; así tenemos que el ratio B/C económico asciende a 1.28, haciendo factible la puesta en marcha de este establecimiento en la ciudad de Bagua Grande.

Impacto de la implementación de la factibilidad de una tienda comercial de repuestos, reparaciones y mantenimiento en la ciudad de Bagua Grande

- Impacto económico para el empresario, al obtener beneficios de hasta el 28% sobre sus egresos.
- Impacto en el empleo, al contar directamente con nuevos puestos de trabajo de 5 personas, e impacto indirecto a sus familiares o dependientes.

IV. DISCUSIÓN

Gutiérrez. (2016) en su tesis: Análisis de factibilidad técnica, económica y estratégica de implementación de una empresa de lavado de automóviles en el sector Oriente de Santiago. Menciona que: Por otra parte, el ritmo actual de vida en Santiago ha generado cambios en las necesidades y hábitos de los consumidores. Tenemos menos tiempo libre y más responsabilidades, pero a la vez mejores ingresos y nuevas posibilidades de consumo. Según Chilesopio (2014), el tiempo libre es la quinta prioridad de los chilenos y sólo un 44% se encuentra satisfecho con este. Un 57% de la población total paga por un mejor servicio. A un 49% de los chilenos les gusta probar productos nuevos. Explorar una oportunidad de negocio basada en estas tendencias, consistente en el servicio de lavado de automóviles en el sector oriente de Santiago, resulta una alternativa atractiva. Reúne las características de posibilidades de mercado por cubrir una necesidad permanente, alternativas de segmentación, opciones de diferenciación en el mix de servicios a entregar y oportunidades de extensiones de línea a futuro, en caso de implementarse el negocio.

Ramos. (2016) en su tesis: Desarrollo de negocios para pequeñas empresas en el sector automotor – motocicletas Italika; presentado a la Universidad Privada del Norte – Perú. El presente estudio busca finalmente, dar a conocer la experiencia personal lograda en desarrollar negocios para las pequeñas empresas, de cómo los emprendedores y socios comerciales de la empresa se vuelve cada día más eficiente y logran desarrollar sus propios negocios con nuestra asesoría. Se logra el crecimiento no solo de sus negocios, sino que también logramos que ellos perduren en el tiempo. El trabajo se centra en dar a conocer la forma en que los emprendedores y socios comerciales logran desarrollar sus negocios, de ser en muchos casos informales o tener solo una actividad económica de ingresos, llegan a confiar en nuestro proyecto, en nuestro producto y en la forma de trabajo que se les comparte, ellos entendieron que Italika no solo es una empresa dedicada a la venta de vehículos motorizados, sino también es un gran aliado para aquellas personas con mente emprendedora que deciden tener su propio negocio o ampliar los que ya tienen.

Mónaco y Prieto. (2014) en su trabajo de investigación: Proyecto de inversión y comercialización de la empresa Ramírez motos en la ciudad de Tucumán; presentado a la Universidad Nacional de Tucumán – Argentina. El análisis de la situación actual de Ramírez Motos se compone de un estudio detallado del micro y macro entorno, identificación de la forma de negocio, comportamiento de compra de sus clientes, segmentación del mercado, mercado meta y posicionamiento de la empresa y un estudio detallado de la mezcla comercial: producto, precio, plaza y promoción. La empresa segmentó en función a la variable demográfica, basado en la variable ocupación. La moto es una herramienta de trabajo y sustento. Los consumidores meta utilizan las motos como un elemento de trabajo dado que combina economía y eficiencia en movilidad. Además, este medio de transporte se ha convertido en una exigencia para muchas empresas de mensajería y distribuidoras de productos. Se podría segmentar además en función de la variable conductual, basado en el uso: este varía según si se utiliza una moto para ir al trabajo y quiere un medio de transporte urbano económico de operar, para salir a pasear con pasajero, para pasear solos o para grandes viajes. En la actualidad los consumidores se están enfrentando a problemas cada vez más agudos con el tráfico, el más representativo de ellos, son las congestiones en horas pico. Es por ello que también se segmento en función de los beneficios que los distintos consumidores buscan en el producto comercializado por Ramírez Moto. Estos productos se caracterizan por requerir escaso mantenimiento y tener alto rendimientos de combustible; consecuentemente su uso diario resulta más barato que otros medios de transporte. El ahorro, la posibilidad de acortar trayectos, el bajo costo y la facilidad a la hora de estacionar son cuatro de los elementos que marcan las características de los beneficios buscados por el mercado meta de Ramírez motos. Consideramos que es un mercado amplio con gran cantidad de competidores, siendo poco atractivo desde ese punto de vista, es por ello que la empresa se dirige a su mercado meta brindando mayores servicios queriendo lograr relaciones redituables con el cliente, al entregarle valor y satisfacción superior.

Ñamagua y Delgado. (2013) en su tesis: Estudio de factibilidad para la creación de una sucursal de la comercial moto repuesto Mary y servicio técnico en el cantón Simón Bolívar; presentado a la Universidad Estatal de Milagro – Ecuador. 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.

Espinosa; Rodríguez y Uribe. (2008) en su tesis: El impacto socio económico del fenómeno del mototaxismo en la ciudad de Montería; presentado a la Universidad de la Sabana – Colombia. Mencionan que el mototaxismo surge como respuesta a las necesidades de los usuarios de tener un medio de transporte eficiente y oportuno que supla las necesidades que el transporte público colectivo organizado no ofrece a la población. También surge como oportunidad para las personas desempleadas, reinsertados, analfabetas y personas con bajos niveles de educación, bajo la modalidad de economía del rebusque. Actualmente en Montería hay aproximadamente 5000 mototaxistas, sin embargo, se estima que el problema crece a 17000 ya que los habitantes de municipios aledaños se desplazan hasta esta ciudad a trabajar porque las tarifas del servicio son más altas, lo que agrava el problema de movilidad. Para esta investigación fue necesario disponer de información actualizada sobre medidas tomadas por el gobierno con respecto al mototaxismo, situación actual en otras regiones en donde se encuentra más desarrollado este fenómeno, análisis previos del mototaxismo en las zonas costeras de Colombia, datos económicos de las empresas de transporte legales en la ciudad de Montería.

V. CONCLUSIONES

Respecto al objetivo específico N° 01: los gustos y preferencias de los encuestados en la ciudad de Bagua Grande que tienen una moto lineal o mototaxi, el 23.1% acude con regularidad a realizar sus compras de repuestos y el 37.4% acude con regularidad a realizar el servicio de reparaciones o mantenimiento a la tienda comercial Full repuestos. El mercado que tiene este proyecto es amplio como se demostró en la investigación de mercado y por consiguiente concluimos que la demanda está presente con un alto potencial de ser creciente cada año, obtenido de la información de clientes existentes y clientes potenciales en la ciudad de Bagua Grande, donde prefieren un solo lugar donde puedan adquirir repuestos para cambiarlos en sus unidades, así como también donde puedan realizar el mantenimiento o reparaciones en un solo lugar.

Respecto al objetivo específico N° 02: Este emprendimiento es altamente rentable porque adicionalmente al 12% de tasa mínima aceptable o costo de oportunidad del capital – COK, este proyecto tiene una rentabilidad casi del doble: 21.98%. Así mismo, el ratio beneficio / costo es de 1.28; concluyendo que los ingresos superan a los egresos a lo largo del horizonte de evaluación de esta investigación.

Respecto al objetivo específico N° 03: Esto se ve reflejado en los resultados del análisis económico y financiero del Valor Actual Neto Económico o VANE de S/ 1'095,634.07 y una Tasa Interna de Retorno Económico o TIRE del 21.98%. Y Valor Actual Neto Financiero o VANF de S/ 921,064.40 y una Tasa Interna de Retorno Financiero o TIRF del 55.26%.

Por lo tanto:

- Sí el VAN es mayor a S/. 0.00 el proyecto es factible
- Sí la TIR es mayor al COK, se acepta el proyecto
- Sí el ratio beneficio / costo es mayor a 1, se acepta el proyecto.

VI. RECOMENDACIONES

En lo referente a la parte técnica, se recomienda que, siendo el empresario promotor en otras ciudades como Bagua y Jaén, continúe con la misma calidad del servicio técnico de reparaciones y mantenimiento propuestos, así como mantener la gran variedad de repuestos e implementos para este tipo de vehículos.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arellano, A. & Cueva, H. (2002). Evaluación privada de proyectos (*1era edición*). Perú: Editorial Centro de investigación de la Universidad del Pacífico.
- Cárdenas, M. & Sánchez, J. (2015). Mejora del proceso de compras y ventas de repuestos en la empresa laboratorio diésel Senatinos S.A. (*Tesis de pregrado*). Universidad de Lima, Lima, Perú.
- Congreso de la República (1999). Ley N° 27189 Ley de transporte público especial de pasajeros en vehículos menores.
- Congreso de la República. (2008). Ley N° 29237, Ley que crea el sistema nacional de inspecciones técnicas vehiculares y su reglamento.
- Cruz, M. (2010). Estudio de pre factibilidad para la instalación de un negocio de producción y comercialización de madera de eucalipto en el centro poblado Ramón Castilla. (*Tesis de pregrado*). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo. Perú.
- Iñamagua, R. & Delgado, K. (2013). Estudio de factibilidad para la creación de una sucursal de la comercial moto repuesto Mary y servicio técnico en el cantón Simón Bolívar. (*Tesis de pregrado*). Universidad Estatal de Milagro, Milagro. Ecuador.
- Echevarría, H. (2012). Plan de negocio para una empresa comercializadora de autopartes. (*Tesis de pregrado*). Universidad de Chile, Santiago de Chile. Chile.
- Espinosa, C., Rodríguez, C. & Uribe, M. (2008). El impacto socio económico del fenómeno del mototaxismo en la ciudad de Montería. (*Tesis de posgrado*). Universidad de La Sabana, Cundinamarca. Colombia.
- Gutiérrez, M. (2016). Análisis de factibilidad técnica, económica y estratégica de implementación de una empresa de lavado de automóviles en el sector Oriente de Santiago. (*Tesis de pregrado*). Universidad de Chile, Santiago de Chile. Chile.
- Maza, V. (2013). Proyecto de inversión y comercialización de repuestos automotrices para vehículos en el taller de enderazada y pintura nico – auto en la ciudad de Santo Domingo. (*Tesis de pregrado*). Universidad Regional Autónoma, Santo Domingo. Ecuador.

- Ministerio de Justicia (1999). Ley N° 27181 Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre.
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2006). Directiva N° 002-2006-MTC/15 Clasificación vehicular y estandarización de características registrables vehiculares.
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (2005). Reglamento Nacional de Inspecciones Técnicas Vehiculares.
- Mónaco, E. & Prieto, P.A. (2014). Proyecto de inversión y comercialización de la empresa Ramírez motos en la ciudad de Tucumán. (*Trabajo de investigación*). Universidad Nacional de Tucumán, Tucumán. Argentina.
- Navarro, P. (2012). Práctica Profesionalizante III. (*1era edición*). Argentina. Editorial: Ministerio de Educación Tucumán.
- Quintanilla, J. (2011). Plan de negocios para una empresa comercializadora de repuestos automotrices en el departamento de Guatemala. (*Tesis de posgrado*). Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala. Guatemala.
- Ramos, J. (2016). Desarrollo de negocios para pequeñas empresas en el sector automotor – motocicletas Italika. (*Tesis de pregrado*). Universidad Privada del Norte, Lima, Perú.

VIII. ANEXOS

ANEXO N° 01: Encuesta a clientes o usuarios

- Datos del encuestado: Edad: Fecha:
Nivel de instrucción: Ocupación u oficio:
1. ¿Qué tipo de vehículo posee?
Moto lineal () mototaxi () moto carguera () otros ().....
 2. El vehículo que utiliza es:
Propio () de la empresa donde trabajo () de un familiar ()
alquilado () otros:()
¿Y cuál es la marca?:
 3. ¿Se encuentra conforme con el servicio que le brindan actualmente, en otros locales de venta de repuestos y/o reparación de motos, en la ciudad de Bagua Grande?
(Sí): ¿Por qué?
(No): ¿Por qué?
 4. ¿A qué tienda acude con regularidad a realizar estas compras de repuestos de motos?
.....
 5. ¿Cuál de los siguientes productos compra con mayor frecuencia? marque sólo 3 opciones
Lubricantes () aceites () baterías () sistema de frenos ()
neumáticos () retenes () filtros () amortiguadores ()
accesorios () embragues () adornos () sistema eléctrico ()
 6. De los productos que adquiere anteriormente ¿Con que frecuencia realiza estas compras?
Una vez a la semana () cada 15 días () una vez al mes ()
una vez cada 2 meses () cada 3 meses () mayor a 3 meses ()
 7. ¿A qué lugar acude con regularidad a realizar el servicio de reparación de motos?
.....
 8. ¿Cuál de los siguientes servicios contrata con mayor frecuencia? marque sólo 3 opciones
Cambio de aceite () reparaciones menores () sistema de frenos ()
limpieza de carburador () chequeos preventivos () sistema eléctrico ()
reparación de neumáticos () reparación de motor () por adornos nuevos ()
 9. De los servicios que contrata anteriormente ¿Con que frecuencia los realiza?
Una vez a la semana () cada 15 días () una vez al mes ()
una vez cada 2 meses () cada 3 meses () mayor a 3 meses ()
 10. La presente investigación es para la implementación completa de la tienda comercial FULL REPUESTOS con diversidad de repuestos y buen servicio en reparaciones ¿Qué le parece esta idea?
Le parece buena idea () le es indiferente () es mala la idea ()
 11. ¿Acudiría a FULL REPUESTOS a realizar compras de repuestos y contratar servicios de reparaciones de motos?
(Sí): ¿Por qué?
(No): ¿Por qué?
 12. Para mejorar la imagen de esta tienda comercial, ¿Qué aspectos consideraría?
Precios cómodos () variedad de marcas () mayor seguridad ()
rapidez en el servicio () personal capacitado () más espacio ()
 13. ¿Cuál es el horario de su preferencia para el servicio de reparaciones?
De 8:00am a 1:00pm () de 2:00pm a 7:00pm () de 7:00pm a 9:00pm ()
 14. ¿Cuál es el monto a pagar por servicio de reparaciones, en general?
Hasta S/ 20.00 () de S/ 20.00 a S/ 40.00() de S/ 40.00 a S/ 60.00()
entre S/ 60.00 a S/ 80.00 () de S/ 80.00 a S/ 100.00 () mayor a S/ 100.00 ()

ANEXO N° 02: Fotografías



Vista de tienda comercial Full Repuestos – Bagua Grande



Vista de la iniciación de la empresa comercial Full Repuestos – Bagua Grande



Vista del local antes de la iniciación de la empresa comercial Full Repuestos



**Vista de los stands de ventas de repuestos de la empresa comercial Full Repuestos –
Bagua Grande**