



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPOS DE SEGURIDAD DE MOTOCICLISTAS CON AIRBAG RECARGABLES DE CARTUCHOS DE CO₂, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE TUMBACO.

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado(a) en Administración de Empresas

Autor(a)

Jordan Steeven Villarreal Espinosa

Tutor(a)

Econ. Mercedes Galarraga Carvajal
MBA.

QUITO – ECUADOR

2023

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, Jordan Steeven Villarreal Espinosa, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPOS DE SEGURIDAD DE MOTOCICLISTAS CON AIRBAG RECARGABLES DE CARTUCHOS DE CO₂, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE TUMBACO”, como

requisito para optar al grado de r al grado de Licenciada en Administración de Empresas y Negocios y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 4 días del mes de agosto de 2023, firmo conforme:

Autor: Jordan Steeven Villarreal Espinosa

Firma:



Número de Cédula: 1721882981

Dirección: Pichincha, Quito, Calderón, Carapungo Av. Padre Luis Vaccari y Cutucu, N15-139

Correo Electrónico: jordanvilla1007@hotmail.com

Teléfono: 0998171746

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPOS DE SEGURIDAD DE MOTOCICLISTAS CON AIRBAG RECARGABLES DE CARTUCHOS DE CO2, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE TUMBACO”** presentado por Jordan Steeven Villarreal Espinosa, para optar por el Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte de los Lectores que se designen.

Quito, 4 de agosto del 2023



Econ. Mercedes Galarraga Carvajal MBA

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 4 de agosto del 2023



Jordan Steeven Villarreal Espinosa

1721882981

APROBACIÓN LECTORES

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPOS DE SEGURIDAD DE MOTOCICLISTAS CON AIRBAG RECARGABLES DE CARTUCHOS DE CO2, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE TUMBACO”**, previo a la obtención del Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 4 de agosto del 2023



Ing. María Fernanda Becerra Msc

LECTOR



Dr. Carlos Marcelo Borja Galeas

Msc

LECTOR

DEDICATORIA

Dedico a todas las personas que nunca dejaron de creer en mí, su ayuda ha sido fundamental para culminar de la mejor forma el plan de negocio.

Dedico de manera especial a mi madre por darme las fuerzas, las ganas de que nunca me rinda.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a todas las personas que han contribuido al desarrollo y realización del plan de negocios. Su apoyo, conocimientos y orientación han sido fundamentales para hacerlo posible.

Agradezco de manera especial a mi madre y padre, por su constante apoyo, sin ellos no lo hubiese podido culminar de la mejor manera.

ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
APROBACIÓN LECTORES	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	3
1 MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	3
1.1 Objetivo del Capítulo	3
1.2. Antecedentes investigativos del producto o servicio	3
Fundamentación del Servicio o Producto.	3
Tabla de características	5
1.3 Mercado	7
Categorización de sujetos	7
Estudio de segmentación	8
Plan de muestreo	9
Diseño y recolección de la información	12
Chalecos Airbag para moto	15
Chaleco airbag.....	15
Chalecos de seguridad para motociclistas	15
Chalecos Airbag para moto	16
Chalecos de seguridad para motociclistas	16
Chalecos de seguridad para moto.....	16
Chalecos de seguridad y accesorios para motos.....	16
Chalecos de seguridad y accesorios para motos.....	16
1.4 Demanda potencial	28
1.5 Análisis del macro y micro ambiente	29
Análisis del micro ambiente	29
Análisis del macro ambiente	31

1.6 Demanda potencial insatisfecha	36
1.7 Diseño de la marca (branding)	37
1.8 Estrategias de marketing	40
1.9 Plan de comunicación.....	42
CAPITULO II.....	43
OPERACIONES	43
2.1 Objetivo del capítulo	43
CAPÍTULO III.....	54
ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	54
CAPÍTULO IV	62
4.1 Objetivo del capítulo	62
4.2 Determinación de la forma jurídica.....	62
CAPÍTULO V.....	71
EVALUACIÓN FINANCIERA	71
5.1 Objetivo del capítulo	71
5.2 Plan de Inversiones	71
5.3 Cálculo de Costos y Gastos.....	72
5.5 Cálculo de ingresos.....	79
5.6 Punto de equilibrio.....	80
5.7 Estado de resultados proyectado.....	83
5.8 Flujo de caja.....	84
5.9 Evaluación financiera	84
BIBLIOGRAFÍA.....	88
Anexos	92
Anexo.1 Encuesta	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características del producto	5
Tabla 2. Caracterización de los sujetos	7
Tabla 3. Dimensión conductual	9
Tabla 4. Objetivo específico 1	11
Tabla 5. Objetivo 2	11
Tabla 6. Objetivo 3	12
Tabla 7. Características del producto	15
Tabla 8. Empresas competidoras	16
Tabla 9. Chaleco AIRBAG	17
Tabla 10. Chaleco AIRBAG reduce la probabilidad de resultados fatales	18
Tabla 11. Mecanismo del chaleco AIRBAG	19
Tabla 12. Zonas corporales propensas en un accidente	20
Tabla 13. El casco como único elemento de seguridad vial	21
Tabla 14. Inversión en un chaleco AIRBAG	22
Tabla 15. Precio de un chaleco AIRBAG	23
Tabla 16. Chaleco AIRBAG como requisito para la circulación	24
Tabla 17. El chaleco AIRBAG en el mercado ecuatoriano	25
Tabla 18. Centros de distribución y mantenimiento de chalecos AIRBAG	26
Tabla 19. Publicidad del chaleco AIRBAG	27
Tabla 20. Demanda proyectada	28
Tabla 21. PESTEL	31
Tabla 22. Matriz de perfil competitivo	33
Tabla 23. Pan de contingencia	35
Tabla 24. Proyección de la oferta	35
Tabla 25. Demanda insatisfecha	36
Tabla 26. Promoción y publicidad	42
Tabla 27. Relato Técnico	44
Tabla 28. Descripción de instalaciones	49
Tabla 29. Maquinaria	49
Tabla 30. Personal	50
Tabla 31. Capacidad instalada	51
Tabla 32. Capacidad futura	52
Tabla 33. Control de calidad	52
Tabla 34. Descripción de puestos	57
Tabla 35. Cargos	58
Tabla 36. Cargo de Administración	59
Tabla 37. Puesto de Ventas	60
Tabla 38. Control de Gestión	61
Tabla 39. Necesidad de Personal	61
Tabla 40. Proceso para la constitución legal de la compañía	64
Tabla 41. Plan de inversión	71
Tabla 42. Capital de trabajo	72
Tabla 43. Costos directos e indirectos	73

Tabla 44. Depreciación	74
Tabla 45. Proyección de las depreciaciones	75
Tabla 46. Proyección de costos	76
Tabla 47. Detalle de gastos.....	77
Tabla 48. Proyección de gastos	78
Tabla 49 Inversión total.....	78
Tabla 50. Aportación del capital	79
<i>Tabla 51 .Ingresos.....</i>	79
<i>Tabla 52 .Ingresos proyectados</i>	80
Tabla 53 Punto de equilibrio	82
<i>Tabla 54 .Estado de resultados</i>	83
Tabla 55 Flujo de Caja	84
Tabla 56 . Periodo de recuperación	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Parroquia Tumbaco.....	8
Figura 2. Chaleco AIRBAG.....	17
Figura 3. Chaleco AIRBAG reduce la probabilidad de resultados fatales.....	18
Figura 4. Mecanismo del chaleco AIRBAG.....	19
Figura 5. Zonas corporales propensas en un accidente.....	20
Figura 6. El casco como único elemento de seguridad vial.....	21
Figura 7. Inversión en un chaleco AIRBAG.....	22
Figura 8. Precio de un chaleco AIRBAG.....	23
Figura 9. Chaleco AIRBAG como requisito para la circulación.....	24
Figura 10. El chaleco AIRBAG en el mercado ecuatoriano.....	25
Figura 11. Centros de distribución y mantenimiento de chalecos AIRBAG.....	26
Figura 12. Publicidad del chaleco AIRBAG.....	27
Figura 13. Cinco fuerzas de Porter	29
Figura 14. Proyección de la oferta anual.....	36
Figura 15. Diseño de la marca	37
Figura 16. Logotipo.....	37
Figura 17. Características de Diferenciación.....	39
Figura 18. Marketing mix	40
Figura 19. Canal de distribución.....	42
Figura 20.] Mapa de procesos.....	43
Figura 21. Flujograma de Procesos de Importación.....	45
Figura 22. . <i>Flujograma de proceso de comercialización</i>	46
Figura 23. Descripción de la planta.....	48
<i>Figura 24. Diagrama Pareto</i>	53
Figura 25. Matriz FODA.....	55
Figura 26. Organigrama Estructural.....	56
<i>Figura 27. Organigrama Funcional</i>	57
Figura 28. Requisitos de constitución SAS.....	63
Figura 29. Licencias necesarias para funcionamiento del negocio.....	66
Figura 30. Documentos para la obtención de la LUAE.....	67
Figura 31. Documento para la obtención de la patente municipal.....	67
Figura 32. Requisito de RUC.....	68
Figura 33. Cruce de punto de equilibrio.....	82

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS Y NEGOCIOS**

Tema:

RESUMEN

Se ha desarrollado un plan de negocios para establecer un emprendimiento que se dedique a la comercialización de chalecos Airbag de seguridad para motociclistas ubicados dentro de la parroquia Tumbaco. El enfoque principal del estudio fue determinar la oferta y demanda del producto a través de la recopilación directa de información de los consumidores potenciales identificados. Además, se llevó a cabo un análisis de los recursos necesarios y los requisitos organizativos para respaldar la implementación del proyecto. El análisis del negocio se centró en áreas clave como el marketing, la producción, la organización, los aspectos legales y las finanzas, con el objetivo de evaluar la viabilidad del proyecto. La metodología utilizada fue la investigación descriptiva, que permitió recopilar datos de los usuarios y describir la información relevante. El estudio de mercado realizado proporcionó información para definir las estrategias adecuadas de fabricación y comercialización del producto. Por último, se llevó a cabo un análisis financiero que demostró la viabilidad y rentabilidad del emprendimiento, ya que los indicadores de evaluación financiera arrojaron resultados positivos.

Palabras clave:

Emprendimiento, Estudio De Mercado, Operaciones, Organización, Inversión Financiera

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS Y NEGOCIOS**

ABSTRACT

A business plan has been developed to establish a venture that is dedicated to the commercialization of Airbag safety vests for motorcyclists located within the Tumbaco parish. The main focus of the study was to determine the supply and demand of the product through the direct collection of information from the identified potential consumers. In addition, an analysis of the necessary resources and organizational requirements to support the implementation of the project was carried out. The business analysis focused on key areas such as marketing, production, organization, legal aspects and finances, with the aim of evaluating the feasibility of the project. The methodology used was descriptive research, which allowed collecting user data and describing the relevant information. The market study carried out provided information to define the appropriate manufacturing and marketing strategies for the product. Finally, a financial analysis was carried out that demonstrated the viability and profitability of the venture, since the financial evaluation indicators yielded positive results.

Keywords:

Entrepreneurship, Market Research, Operations, Organization, Financial Investment

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del presente proyecto se centra en la creación de un emprendimiento orientado a la comercialización de chalecos de seguridad Airbag, ubicando en la parroquia Tumbaco, cuyo objetivo se orienta en proporcionar mayor seguridad física para el transportista disminuyendo las consecuencias fatales en que puede ocasionar un accidente automovilístico.

El proceso de investigación esta estructuro por 5 capítulos, los cuales se describen a continuación

En el primer capítulo, se efectúa un estudio de mercado, se abordan diversos aspectos, como la definición de elementos innovadores y especificaciones del producto. Además, se identifica el segmento al que se dirige el producto, se lleva a cabo un estudio de la demanda y la oferta para descubrir la demanda potencial insatisfecha. También se realiza un análisis interno y externo para evaluar la situación del emprendimiento. Por último, se definen los canales de distribución y comunicación ideales para comercializar el producto, así como los mercados alternos que podrían considerarse en el futuro para el proyecto.

El segundo capítulo del proyecto abarca el área de producción, donde se identifican y detallan todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto. Se establece un presupuesto tentativo y se estima el personal requerido para ejecutar los procesos de producción. Además, se determina la capacidad operativa de la planta de producción con estándares de calidad, se proyecta su crecimiento y se establecen los métodos de control que se aplicarán en el proceso, considerando las normativas y los permisos requeridos.

El tercer capítulo del proyecto se centra en los aspectos relacionados con la organización y estructura de la empresa. Se establece el orden jerárquico, se distribuyen las obligaciones, actividades y responsabilidades de cada puesto de trabajo. Además, se proponen la misión y visión de la empresa, así como indicadores de gestión del talento humano.

El cuarto capítulo del proyecto aborda el área jurídica y legal con el objetivo de identificar, en primer lugar, el tipo de empresa y, adicionalmente, los trámites y requisitos necesarios

para que el emprendimiento pueda operar sin contratiempos o problemas legales con los organismos de control.

El quinto capítulo del proyecto se enfoca en el análisis económico y financiero con el objetivo de determinar la viabilidad del proyecto. En esta etapa, se establece la inversión inicial y la forma de financiamiento, se detallan los costos y gastos del proyecto, se elaboran estados financieros y se calculan indicadores clave como el punto de equilibrio, que permiten evaluar si invertir en esta idea de negocio es factible o no.

CAPITULO I

1 MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

1.1 Objetivo del Capítulo

Identificar la factibilidad que presenta la creación de una empresa comercializadora de productos de protección de seguridad para los motociclistas con airbag, evidenciando el nivel de demanda potencial, así como la principal competencia que tendrá el producto.

1.2. Antecedentes investigativos del producto o servicio

Fundamentación del Servicio o Producto.

La Organización Mundial de la Salud (OMS), elaboró un informe denominado Global Status report on Road Safety (2019), en el cual se presenta el número detallado de accidentes fatales sufridos por cada 100.000 motocicletas, en la cual se observa que en países como Republica dominicana ocupa el primer lugar con el 23,2% de muertes por cada 100.000 motociclistas registrados. Por tal motivo es imprescindible abordar este tema, dado que pese a las cifras que se consideran significativas la seguridad en los conductores es desestimada, debido a que para los motociclistas el uso de una motocicleta se ha convertido en un medio de transporte que proporciona movilidad a diario, así como también aporta al sustento del trabajo.

En función a lo antes expuesto, en el presente proyecto investigativo se prevé contribuir a la seguridad de los motociclistas ecuatorianos por medio de la creación de una empresa comercializadora de equipos de seguridad electrónico que le permita la activación automática de un airbag para motociclistas, la idea del negocio surge a partir de lo realizado por diferentes empresas de Airobarg dedicadas a la contracción de equipos de protección de los motociclistas ante accidentes de tránsito a nivel internacional.

En este sentido la empresa colombiana Airobarg, se considera un de las pioneras en la tecnología de protección y seguridad electrónica, los productos que ofrece esta marca, está conformada por neumáticos ocultos al interior de una prenda convencional del motociclista que se activa de forma mecánica en el momento que ocurre un accidente, protegiendo al usuario de diversas fatalidades.

Así mismo, se analiza la propuesta efectuada por Pazmiño (2020) con su investigación titulada, propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de chalecos airbag en la ciudad de Guayaquil, quien el año 2020 planteó en su investigación como objetivo general analizar la factibilidad y viabilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de chalecos airbag en la ciudad de Guayaquil, Ecuador en un término de cinco años, como idea de negocio un dispositivo de seguridad para los motorizados, a partir del diseño de una chaqueta airbag, como elemento de seguridad con el fin de mitigar los daños ocurridos en accidentes.

De igual forma, la investigación entrada en airbag con sistema inalámbrico que promete mayor seguridad, efectuada por la empresa francesa Helite quien desarrolló en el año 2019, un chaleco con un sistema que activa el airbag de la prenda al momento del accidente. La organización afirma que este dispositivo sería más preciso que los dispositivos utilizados actualmente.


En esta ocasión la compañía diseñó un elemento tan necesario como el airbag de los motociclistas, en donde el sistema que acciona el airbag es un cable que va unido a la moto, el cual, al momento de sentir la caída del sujeto, ese cable se suelta e inmediatamente se infla el airbag. Este producto ayuda a maximizar la precisión y el funcionamiento del equipo de protección. Además, se suma un valor al dispositivo, pues el equipo es muy fácil de instalar.

En este sentido y atendiendo a la demanda del equipo de protección para los motociclistas que ha surgido en la ciudad de Quito se pretende crear una empresa encargada de proporcionar un producto que les brinde mayor seguridad personal al motociclista en los posibles accidentes que puedan sufrir, a precios más accesible del mercado, el cual podrá ser utilizado tanto por motociclistas profesionales como aficionados, que utilicen la moto como medio de transporte o como diversión.

Tabla de características

Airobag , (2019) , dice que el producto que se pretende comercializar será un chaleco capaz de absorber hasta un 90% de la energía de impacto generada ante un accidente de tránsito, además su diseño se enfoca en proteger las zonas más vulnerables de tu cuerpo como lo son cuello, espalda, tórax y coxis, ya que cuenta con sistemas neumáticos ocultos al interior de una prenda convencional de motociclismo que se activan mecánicamente en el momento de un accidente para proteger al usuario. Los equipos Airobag son productos certificados con la mejor relación de tecnología, diseño y precio del mercado mundial.

Tabla 1. Características del producto

Componentes del chaleco de seguridad	Características	Beneficio
	<ul style="list-style-type: none">• Los cartuchos de CO2 son pequeños y ligeros, lo que los hace fácilmente transportables. Por lo general, tienen una capacidad de 50 a 60 gramos de CO2.• Los cartuchos de CO2 en los chalecos airbag están diseñados para liberar el gas a una presión alta y constante para inflar rápidamente el airbag.• Los cartuchos de CO2 están diseñados para ser seguros y confiables. Están hechos de materiales resistentes a la presión y la corrosión y se prueban exhaustivamente para garantizar su seguridad.• La duración del cartucho de CO2 depende del modelo y de la frecuencia de uso del chaleco airbag. Por lo general, los cartuchos tienen una vida	<p>El uso de cartuchos de CO2 en chalecos airbag para motociclistas puede ayudar a reducir la gravedad de las lesiones en caso de accidente y proporcionar una capa adicional de protección, lo que puede hacer que los motociclistas se sientan más seguros y confiados en la carretera.</p>

Cartuchos de CO2



Material del chaleco airbag



Chaleco airbag.

útil de 3 a 5 años y deben reemplazarse después de cada uso.

- **Cuero:** Los chalecos airbag de cuero generalmente tienen una capa protectora adicional para proporcionar una mayor protección, integrado citas reflectoras.
- **Textiles:** Los chalecos airbag de tela son ligeros y cómodos de usar, lo que los hace populares entre los motociclistas, incluyen poliéster, nylon y Kevlar, integrado citas reflectoras.
- **Malla:** Los chalecos airbag de malla están hechos de una malla transpirable que permite la ventilación y evita la acumulación de sudor, integrado citas reflectoras.
- Cuenta con un sistema de llenado integrado que se activa una diminuta bombona o cartucho de dióxido de carbono o CO₂.
- Tiene integrado citas reflectoras, para que se lo visualice al conductor.
- Puede ser usado como una prenda alternativa
- Son altamente cómodos
- La bomba de gas puede ser remplazada .

Los materiales de los chalecos airbag para motociclistas proporcionan una mayor seguridad y comodidad, y se adapta a sus necesidades específicas.

El chaleco le permite al usuario en caso de accidentes proteger los órganos principales como riñones, corazón, espalda, pectorales... aun si condujera a velocidades altas.

Fuente: (Tienda Airbag, 2019)
Elaborado por el autor

1.3 Mercado

Público objetivo del producto

El público objetivo seleccionado para el presente producto, está dirigido a las personas de entre 20 a 45 años, entre hombres y mujeres, los cuales están considerado como el grupo poblacional económicamente activo integrada en la ciudad de Quito, en el sector de Tumbaco que se dedican a practicar actividades de moto turismo o moto aventura, así como también utilicen la motocicleta como un medio de transporte, y que se interesen por proteger su salud y seguridad personal.

Categorización de sujetos

Para establecer el mercado potencial del presente proyecto se considerará a las personas que se encuentren inmersas en actividades relacionadas con la conducción de una motocicleta sea esta por trabajo, deporte o diversión, a los cuales la empresa pretende proporcionar un equipo de protección y seguridad personal altamente calificado y a precios más accesibles de los expendidos ya en el mercado.

Tabla 2. Caracterización de los sujetos

Categoría	Sujeto
¿Quién compra el producto	Personas económicamente activas de entre 20 a 45 años de edad
¿Quién usa el producto?	Hombres y mujeres que condicen motocicletas y necesiten proteger su salud y seguridad personal ante posibles accidentes fatales de tránsito.
¿Quién decide adquirir el producto?	Personas que cuenten con los recursos económicos y estén interesadas en proteger su salud y seguridad personal ante accidentes de tránsito
¿Que influye?	Seguridad y protección al momento de conducir una motocicleta para evitar accidentes fatales de tránsito.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: el autor

Estudio de segmentación

La segmentación de mercado está dirigida a la comercialización de equipos de protección seguridad personal para motociclistas, cuyo grupo poblacional lo conformará las personas de 20 a 45 años, localizadas dentro de la parroquia Tumbaco del cantón Quito.

Figura 1. Parroquia Tumbaco



Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial de la parroquia Tumbaco (2020)
Elaborado por: el autor

Seguidamente se segmentará el mercado en relación a las dimensiones conductuales, geográficas y demográfica, las cuales se describen a continuación.

Tabla 3. Dimensión conductual

Variable	Descripción
Tipo de necesidad	Seguridad física
Tipo de compra	Directa
Relación con la marca del producto	Ninguna
Actitud frente al producto	Positiva

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: el autor

Tabla 5 Dimensión geográfica

Variable	Descripción	Población 2022
País	Ecuador	18.000.000 habitantes
Región	Sierra	7'847.136 habitantes
Provincia	Pichincha	3'290.363 habitantes
Cantón	Quito	2'832.896 habitantes
Parroquia	Tumbaco	49.945 habitantes

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: el autor

Tabla 6 Dimensión demográfica

Variable	Descripción	Población 2022
Sexo	Hombres y mujeres	49.945 habitantes
Edad de la PEA	20 a 45 años	23.493 entre hombres y mujeres
Nivel de ingresos	Promedio por hogar	1.062.50

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: el autor

Plan de muestreo

Para seleccionar el número de participantes que eran objeto de investigación se tomará como base de cálculo la población económicamente activa de la ciudad de Quito existente en el presente año, el método de muestreo que se aplicará es probabilístico, el cual indica que todos los participantes tienen la misma posibilidad de ser seleccionados (Hernández, Fernández, & Baptista, 2016).

En el cálculo de la muestra se aplicará la siguiente fórmula:

$$N = \frac{z^2 * P * Q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * P * Q}$$

Datos

N= Tamaño de la población	23 493
Z ² = Nivel de confianza	1,96
P= Proporción real estimada de éxito	50%
Q= Proporción real estimada de fracaso	50%
e = Error	5%

Desarrollo

$$n = \frac{1,96^2 \times (0.50 \times 0.50 \times 23\,493)}{0.05^2 (23493 - 1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{22562,68}{59,6904}$$

$$n = 378$$

Como se puede visualizar la muestra poblacional del presente estudio está conformada por un total de 378 personas mayores de edad entre hombres y mujeres económicamente activas radicados en la parroquia de Tumbaco, para la selección de la unidad maestra se aplicará un muestro a conveniencia, considerado que los participantes realicen actividades moto turista o moto aventuras, o que utilicen una motocicleta como medio de transporte, deporte o diversión.

- **Instrumentos para la recolección de la información**

Para establecer la viabilidad del proyecto y la factibilidad del producto es necesario conocer la demanda del mercado objetivo, de tal manera que se pueda diseñar estrategias que permitan competir en el sector. Por lo tanto, para la recolección de datos se aplicará técnicas e instrumentos como la encuesta, así como también la revisión bibliográfica.

Objetivo específico 1. Identificar el mercado objetivo donde se comercializará el producto

Tabla 4. Objetivo específico 1

N°	Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
1	Conocer el número de personas que practican actividades motociclistas por deporte o aventura.	Secundaria	Fuente en cifras	Base de datos
2	Preferencias de marcas de chalecos de seguridad de los conductores motociclista	Primaria	Encuestados	Encuesta
3	Determinar los rangos de edad con mayor preferencia a actividades motociclistas	Primaria	Hombres y mujeres de 20 a 45 años	Encuesta
4	Determinación del precio que los clientes esta dispuestos a pagar por el producto	Primaria	Hombres y mujeres de 20 a 45 años	Encuesta

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por el autor

Objetivo 2. Examinar el nivel de competencia tiene el producto, así como el entorno que operan las empresas competidoras

Tabla 5. Objetivo 2

N°	Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
1	Identificar la principal competencia	Primaria	Red de datos	Estadísticas empresariales
2	Identificar el principal competido que más conocen los clientes	Primaria	Hombres y mujeres de 20 a 45 años de edad	Encuesta

3	Identificar las estrategias innovadoras que aplica la competencia	Secundaria primaria	y	Hombres y mujeres de 20 a 45 años de edad	Encuesta
4	Identificar los precios de los productos sustitutos más consumidos por la demanda	Secundaria		Investigación cuantitativa	Estadísticas empresariales

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: el autor

Objetivo 3 Identificar las necesidades que requieren los usuarios para salvaguardar su protección y seguridad personal cuando realizan actividades motociclistas.

Tabla 6. Objetivo 3

N°	Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
1	Conocer las características de los chalecos de seguridad personal	Secundaria	Artículos científicos Revistas Información de los proveedores	Revisión bibliográfica
2	Establecer los componentes básicos que requiere un chaleco de seguridad personal	Secundaria Primaria	Encuestados Revisión de información de fabricantes	Encuesta de Revisión de bibliográfica
3.	Conocer el precio de los chalecos de seguridad personas que adquieren los clientes	Secundaria Primaria	Clientes encuestados Información de empresas	Encuesta Revisión de bibliográfica

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: el autor

Diseño y recolección de la información

Para la recolección de la información fue necesario diseñar el instrumento de recolección de datos, cuyo cuestionario será estructurado con 11 preguntas relacionadas con las variables del estudio.

Información secundaria

- Determinar el número de personas que practican actividades motociclistas por deporte o aventura o para su movilización

Para conocer la cantidad de personas que utilizan una motocicleta para su movilidad se procedió a investigar en la base de datos de la Comisión De Tránsito del distrito metropolitano de Quito, donde se verificó el número de conductores que cuenta con una matrícula de una motocicleta a su nombre, la cual, según el informe del 2022, existen un total de 51.917 motos legalmente registradas en la Agencia Nacional de Tránsito y que circulan dentro de la ciudad de Quito (Agencia Nacional de Tránsito, 2022).

- Preferencias de marcas de chalecos de seguridad de los conductores motociclista

Por medio de la aplicación de la encuesta a la muestra seleccionada se pudo identificar que la mayoría de conductores de motocicletas, prefieren atizar chalecos de seguridad AIROBAG, por la comodidad y sobre todo el mecanismo de seguridad y protección que ofrecen al conductor en casos de accidentes de tránsito.

- Determinar los rangos de edad con mayor preferencia a actividades motociclistas

De igual forma mediante la aplicación de la encuesta se identificó que la edad más frecuente de los usuarios de una motocicleta sea por movilidad o por deporte, va desde los 18 a los 60 años tanto en hombres como en mujeres.

- Determinación del precio que los clientes están dispuestos a pagar por el producto

Mediante la recolección de información tanto por fuentes primaria como secundarias se pudo conocer que el precio más accesible que los clientes están dispuestos a pagar por un chaleco de seguridad AIROBAG va de entre 120, a 150 dólares. Sin embargo, existen marcas tanto con precios menores como mayores dentro del mercado.

- Conocer las características de los chalecos AIROBAG de seguridad personal

Para conocer las características más vendidas de los chalecos AIROBAG, por las empresas competidoras dentro de la ciudad de Quito se utilizó una revisión bibliográfica tanto en artículos de revistas como en la información que presenta los fabricantes, siendo las más relevantes las siguientes:

- ✓ El chaleco airbag cuenta con un fluido de llenado automático al recibir la fuerza del golpe. Como podemos ver, a diferencia del cinturón de seguridad para vehículos, no está incorporado en el vehículo sino en el equipamiento del conductor.
- ✓ El chaleco se convierte en un elemento de seguridad pasiva. Así, el piloto lo incorpora como ha incorporado desde hace muchos años el casco, guantes y rodilleras.
- ✓ Este dispositivo protege a los motoristas de sufrir daños y reduce los riesgos de muerte en la mayoría de los casos.
- ✓ También reduce considerablemente la cantidad y gravedad de las lesiones sufridas. Estamos seguros de que ayudará a eliminar un elemento negativo en la percepción de la población en relación a las motos.

- **Necesidad de Identificar la principal competencia**

Para la identificación de los principales competidores se efectuó una verificación en las bases de datos de la INEC, estadísticas empresariales, evidenciando o el número de empresas dedicadas la venta y fabricación de chalecos de seguridad personal para motociclista dentro de la ciudad, siendo los principales competidores los detallados a continuación:

Tabla 7. Características del producto

Empresa	Producto	Características
MOTO SPORT	Chalecos Airbag para moto	
7 world	Chaleco airbag	
Repuestos y accesorios de motos "El montero"	Chalecos de seguridad para motociclistas	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: el autor

- Conocer los precios de los chalecos de seguridad que presenta la competencia

La fijación del precio del producto es el elemento principal para que la empresa pueda competir en un mercado ya establecido, por lo que a continuación se analiza los precios que maneja la competencia y los más aceptados por los usuarios.

Tabla 8. Empresas competidoras

Empresa	Productos	Ubicación	Rango de precios
7 World	Chaleco Airbag con certificación y protección adicional para espina dorsal y cadera	C. Isla Tortuga, Quito 170501	De 500 a 594
Motor sport	Chalecos Airbag para moto	Av. Moran Valverde &, Quito 170131	De 180, a 250
Respuestas y accesorios el Montero	Chalecos de seguridad para motociclistas	6 de Diciembre N37-224 y, Quito 170504	De 150-170
Motogarage store	Chalecos de seguridad para moto	Quito 170184	De 120-250
Tumbaco			
Mitomanía	Chalecos de seguridad y accesorios para motos	Escalón Tumbaco, Quito 170903	100-150
100% motos	Chalecos de seguridad y accesorios para motos	Federico González Suárez, Quito 170903	120-200

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: el autor

- **Información primaria**

Aplicación de la encuesta

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

1.- ¿Conoce usted qué es un chaleco AIRBAG para motociclistas?

Tabla 9. Chaleco AIRBAG

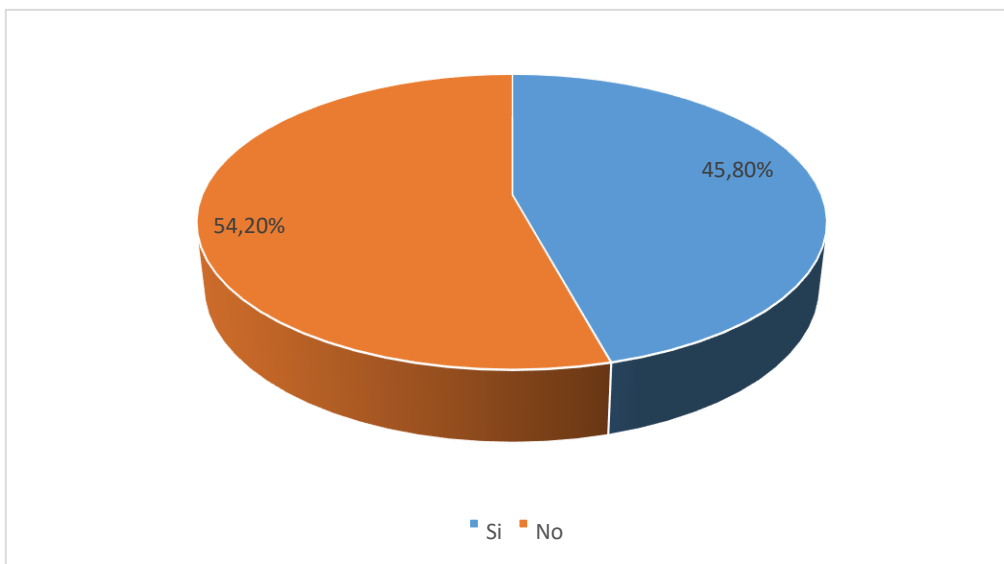
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	173	45,80%
No	205	54,20%
Total	378	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 2.

Chaleco AIRBAG



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Interpretación de resultados:

En el presente apartado se va a dar a conocer los resultados obtenidos en la primera pregunta de la encuesta elaborada, en la cual, se interrogó a 238 personas sobre su conocimiento

respecto a los Chalecos AIRBAG. De los resultados recabados Se pudo conocer que la gran mayoría de los encuestados desconocen sobre lo que son los chalecos airbag ya que el 54,20% afirmó no tener conocimiento sobre el chaleco y su sistema de seguridad ante accidentes en motocicletas, por otra parte, el 45,80% de los encuestados afirman saber sobre los chalecos y su utilidad al momento de sufrir un accidente mientras manejan una moto.

2.- ¿Cree usted que un sistema de seguridad AIRBAG reduce lesiones o la probabilidad de muerte en caso de accidentes de tránsito?

Tabla 10. Chaleco AIRBAG reduce la probabilidad de resultados fatales

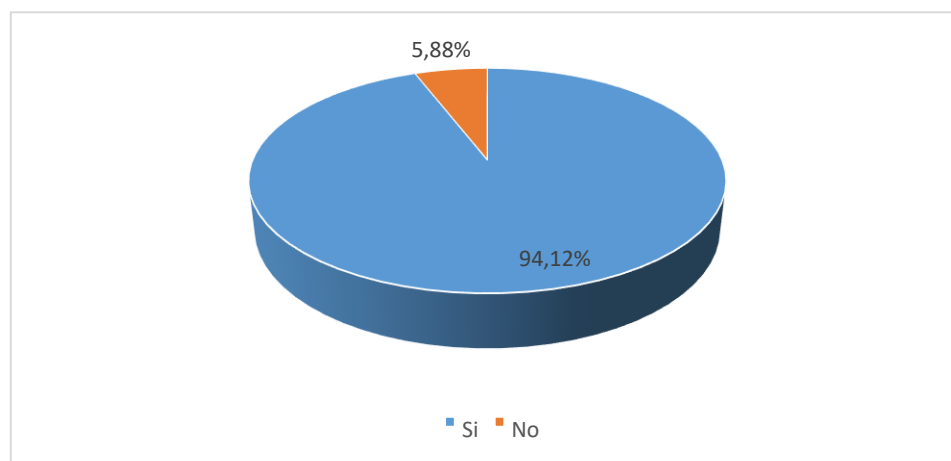
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	356	94,12%
No	22	5,88%
Total	378	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 3.

Chaleco AIRBAG reduce la probabilidad de resultados fatales



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Interpretación de resultados:

La segunda pregunta del cuestionario presentado trata sobre la funcionalidad que tendría un chaleco AIRBAG al momento de presentar un accidente de tránsito, analizando los resultados obtenidos en esta pregunta se visualiza que gran parte de las personas consideran que el uso

de un chaleco AIRBAG sí reduce la probabilidad de resultados fatales ya que el 94,12% señala que sí es de utilidad este sistema de seguridad, a diferencia de ellos una pequeña parte de las personas, apenas el 5,88%, indican que este elemento no reduciría resultados fatales al momento de sufrir un accidente.

3.- ¿De utilizar un chaleco AIRBAG, qué sistema de funcionamiento optaría?

Tabla 11. Mecanismo del chaleco AIRBAG

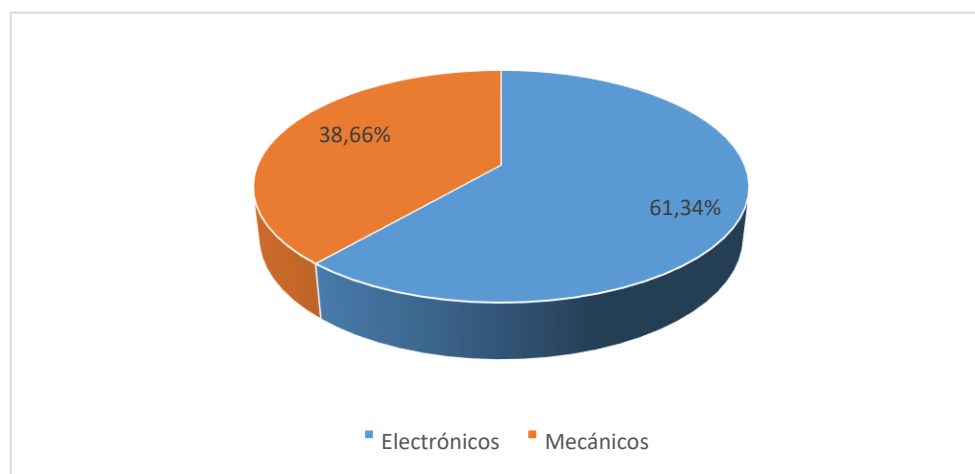
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Electrónicos	232	61,34%
Mecánicos	146	38,66%
Total	378	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 4.

Mecanismo del chaleco AIRBAG



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Interpretación de resultados:

La siguiente interrogante trata sobre los distintos mecanismos o sistemas de funcionamiento del chaleco AIRBAG, se le preguntó a los encuestados cuál de estos sistemas, electrónicos o mecánicos, serían más confiables para ellos. Los resultados recabados indican que la mayor parte de las personas prefieren métodos de accionamiento electrónicos ya que el 61,34% de

los mismos establecen que utilizarían este sistema al momento de manejar una motocicleta, por otra parte, el 38,66% de la muestra indica que de utilizar un chaleco AIRBAG optarían por un sistema de accionamiento mecánico.

4.- De sufrir un accidente de tránsito en una motocicleta, obviando la cabeza. ¿Cuál de las siguientes zonas corporales cree que es la más propensa a recibir heridas?

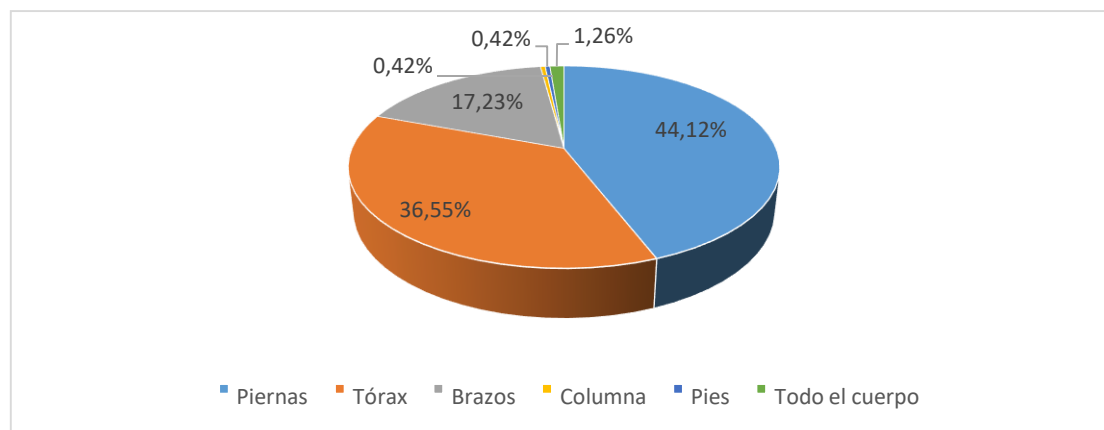
Tabla 12. Zonas corporales propensas en un accidente

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Piernas	167	44,12%
Tórax	138	36,55%
Brazos	65	17,23%
Columna	2	0,42%
Pies	2	0,42%
Todo el cuerpo	5	1,26%
Total	378	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 5. Zonas corporales propensas en un accidente



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Interpretación de resultados:

En el test presentado a los encuestados se buscó conocer qué parte del cuerpo consideran que es la más afectada al momento de sufrir un accidente automovilístico al manejar motocicleta,

los resultados obtenidos señalan que la mayor parte de los encuestados, con un 44,12%, defienden que las piernas son las partes que más sufren lesiones en un accidente, la siguiente opción más votada, con un 36,55% es el tórax, luego están los brazos con un 17,23%, luego hay quienes consideran que todo el cuerpo es afectado al momento de un accidente con un 1,26% y finalmente existen quienes consideran que la columna y los pies son las partes que más sufren al momento de estar en un accidente de tránsito, ambas opciones con un 0,42%.

5.- ¿Considera usted que es "SUFICIENTE" el uso del casco para reducir la probabilidad de riesgos en un accidente de tránsito?

Tabla 13.El casco como único elemento de seguridad vial

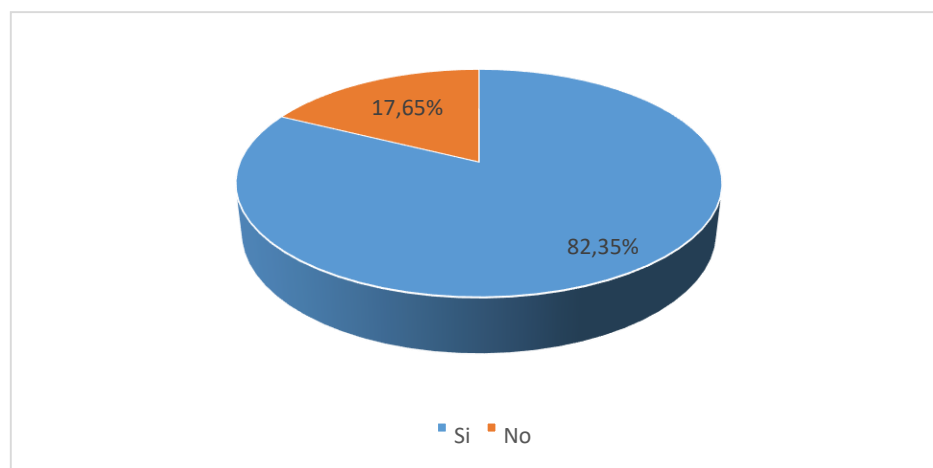
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	311	82,35%
No	67	17,65%
Total	378	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 6.

El casco como único elemento de seguridad vial



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Interpretación de resultados:

Una de las preguntas del test buscaba conocer la opinión de los encuestados sobre la exclusividad que tiene el casco al momento de sufrir un accidente en una motocicleta, las

respuestas recabadas indican que la mayoría de las personas piensan que el casco no debe ser el único elemento que brinde seguridad vial ya que el 82,35% de los encuestados defienden que no es suficiente llevar el casco para reducir resultados fatales, a diferencia de ellos, el 17,65% de las de la muestra revelan que el casco es suficiente medio de seguridad para el motociclista al presentarse con un incidente automovilístico.

6.- ¿Cree usted que vale la pena el invertir en un chaleco AIRBAG, el cual ayude a disminuir el porcentaje de fallecidos en siniestros de tránsito?

Tabla 14. Inversión en un chaleco AIRBAG

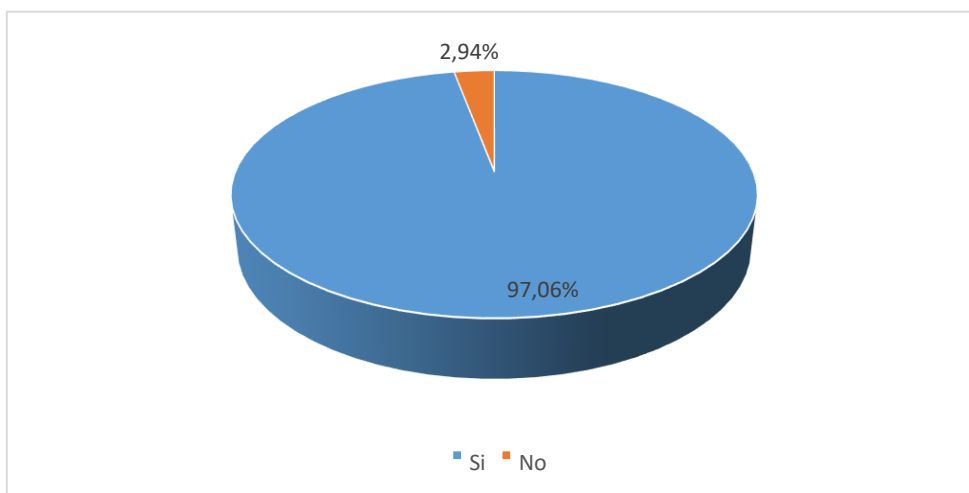
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	367	97,06%
No	11	2,94%
Total	378	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 7.

Inversión en un chaleco AIRBAG



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Interpretación de resultados:

La sexta pregunta del test está enfocada en conocer qué tan necesaria es la inversión económica para un motociclista en su seguridad e integridad personal, los resultados obtenidos son contundentes ya que el 97,06% de la población demuestra que sí es viable la

inversión en un chaleco AIRBAG el cual ayude a disminuir el porcentaje de resultados fatales al momento de que un motociclista sufre un accidente, apenas un 2,94% expresa su negación ante la inversión en un sistema de seguridad vial para motociclistas.

7.- De optar por un chaleco AIRBAG ¿Qué valor estaría dispuesto a desembolsar para este sistema de seguridad?

Tabla 15. Precio de un chaleco AIRBAG

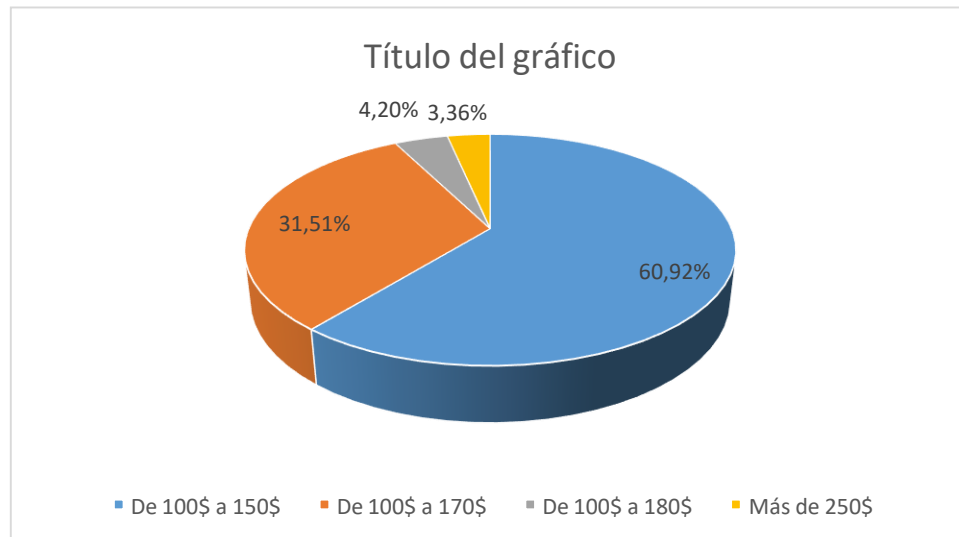
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 100\$ a 150\$	230	60,92%
De 100\$ a 170\$	119	31,51%
De 100\$ a 180\$	16	4,20%
Más de 250\$	13	3,36%
Total	378	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 8.

Precio de un chaleco AIRBAG



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Interpretación de resultados:

De la aplicación de la encuesta los posibles clientes o usuarios del chaleco de seguridad, se le investigo cual sería el precio que ellos estarían dispuestos a pagar por un chaleco Airbag,

por los que se identificó que el 69,92% están dispuestos a pagar un valor de 100^a 150 dólares por un kit de seguridad personal, mientras que el 31,515 asegura pagar hasta los 170, así mismo el 4,205 pagarían hasta 180 y el 3,36% pagaría más de 250, con ello se ratificó que el precio más aceptado por los cliente es de 100^a 150 dólares por cada chaleco.

8.- En su opinión ¿Considera que, además del uso del casco, debería ser un requisito el llevar un chaleco AIRBAG para circular con una motocicleta en la ciudad?

Tabla 16. Chaleco AIRBAG como requisito para la circulación

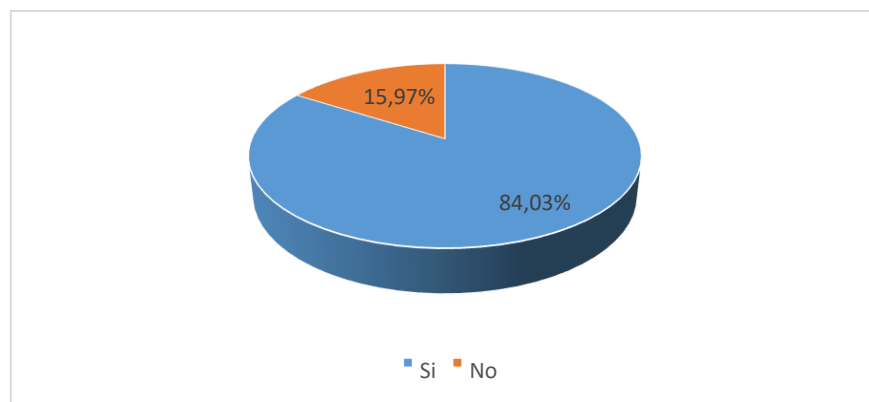
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	318	84,03%
No	60	15,97%
Total	378	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 9.

Chaleco AIRBAG como requisito para la circulación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Interpretación de resultados:

De la aplicación de la encuesta a los posibles clientes o usuarios del chaleco de seguridad, se constató que el 84,03% está de acuerdo en que se implemente como un requisito más para circular en motocicleta un chaleco airbag, ya que esto le permitirá evitar accidentes

fatales en las carreteras. Así también el 15,97% aseguran no estar de acuerdo con esta norma ya que el costo de un chaleco es elevado para sus posibilidades

9.- Según su criterio ¿Cuál considera como la principal limitante que tienen los chalecos AIRBAG para popularizarse en el mercado ecuatoriano?

Tabla 17. El chaleco AIRBAG en el mercado ecuatoriano

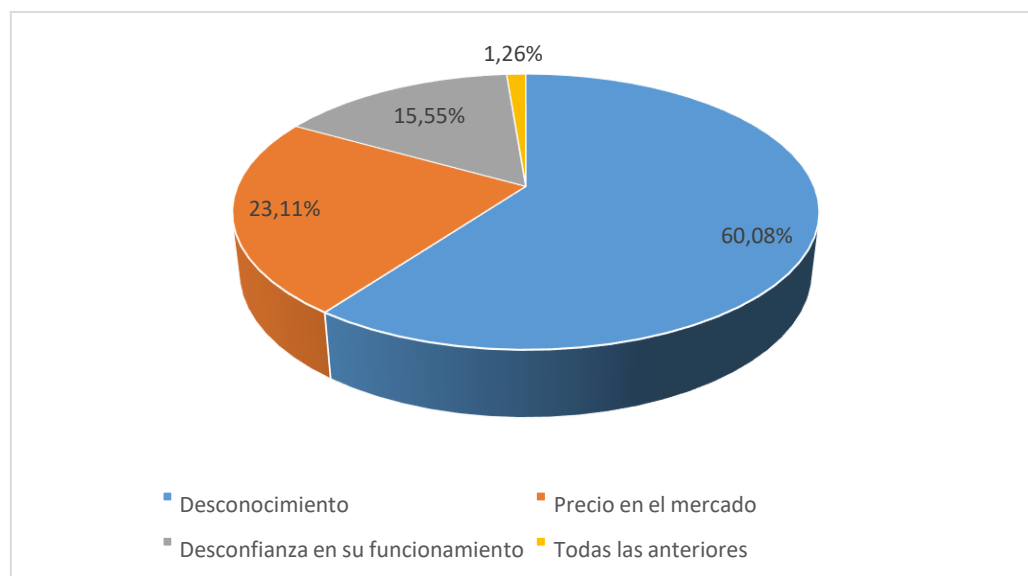
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	318	84,03%
No	60	15,97%
Total	378	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 10.

El chaleco AIRBAG en el mercado ecuatoriano



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Interpretación de resultados:

De la aplicación de la encuesta a los posibles clientes o usuarios del chaleco de seguridad, se constató que el 60,08% de los encuestados aseguran que el principal limitante para la compra de un chaleco de seguridad airbag, es el desconocimiento de las ventajas y beneficios que

este proporciona para la seguridad personal, mientras que el 23,11% aseguraron que es el precio , ya que en la economía este valor afecta a los ingresos, así también el 15.55% de los clientes aseguran que uno de los limitantes es la desconfianza que tiene en la efectividad del funcionamiento del producto.

10.- ¿Conoce usted algún establecimiento o local que venda y brinde mantenimiento a los chalecos AIRBAG dentro de la ciudad?

Tabla 18. Centros de distribución y mantenimiento de chalecos AIRBAG

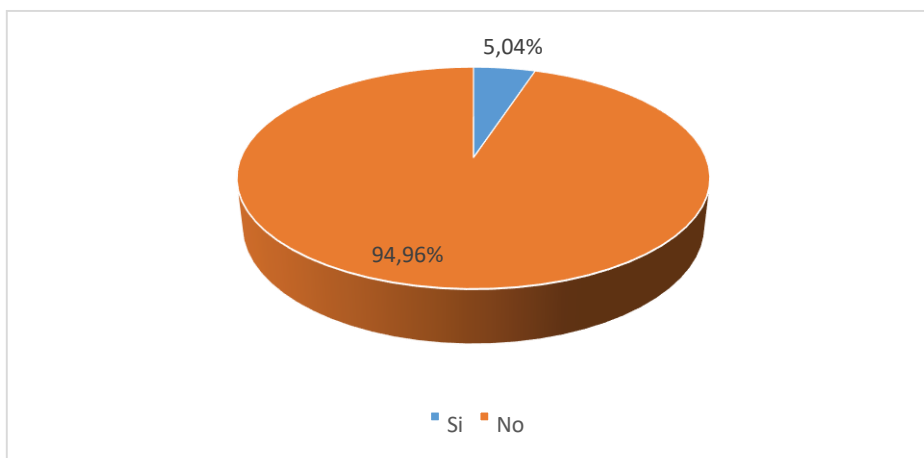
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	19	5,04%
No	359	94,96%
Total	378	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 11.

Centros de distribución y mantenimiento de chalecos AIRBAG



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Interpretación de resultados:

De la aplicación de la encuesta a los posibles clientes o usuarios del chaleco de seguridad, se constató que el 94,96% de los encuestados afirmaron que dentro de la ciudad no existe un establecimiento que brinde mantenimiento de los chalecos de seguridad, mientras que el 5,04% aseguran que, si se puede acceder a mantenimiento de los chalecos de seguridad por parte de las propias empresas proveedoras del chaleco, este factor es importante considerar para poder competir dentro del mercado.

11.- ¿Mediante que método de comunicación le gustara conocer más sobre el producto?

Tabla 19. Publicidad del chaleco AIRBAG

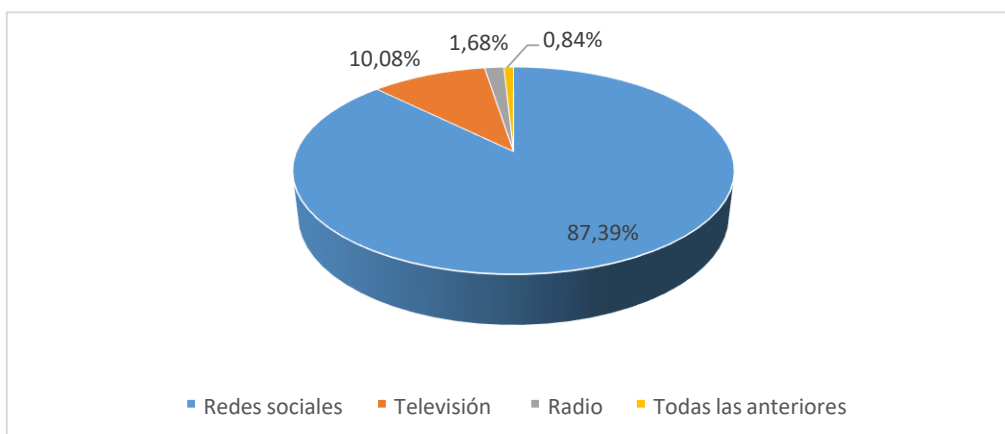
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes sociales	330	87,39%
Televisión	38	10,08%
Radio	6	1,68%
Todas las anteriores	3	0,84%
Total	378	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Figura 12.

Publicidad del chaleco AIRBAG



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Interpretación de resultados:

La última pregunta está enfocada a conocer qué tipo de medio de comunicación es el más apropiado para difundir y comercializar un chaleco AIRBAG. La gran parte de los encuestados señalan que las redes sociales son el medio más adecuado para dar a conocer y comercializar los chalecos AIRBAG, ya que el 87,39% está de acuerdo en que esta iniciativa es la más aceptada por el público, la siguiente alternativa más popular es el uso de la televisión para difundir los chalecos AIRBAG ya que cuenta el 10,08% de validación, El 1,68% de la muestra expresa que el radio es un excelente medio de difusión y finalmente el 0,84% están a favor del uso de todos los medios señalados para una correcta propagación y comercialización del sistema AIRBAG como complemento en la seguridad vial de los motociclistas.

1.4 Demanda potencial

Para conocer la demanda presente y futura que tendrá el proyecto, se toma como base de cálculo el número de personas que se encuentra registrados en la Agencia Nacional de Transito como propietario de una motocicleta que circula dentro de la parroquia Tumbaco del cantón de Quito la cual se concentra en un total de 23.493 propietarios de motos revisadas por la Agencia Nacional de Tránsito para el año 2022.

Para la proyección de la demanda se utilizará la tasa de crecimiento poblacional, misma según el INEC se encuentra en un 1.40%, cuya tasa será el factor de proyección de la demanda que tendrá el proyecto para los posteriores 5 años.

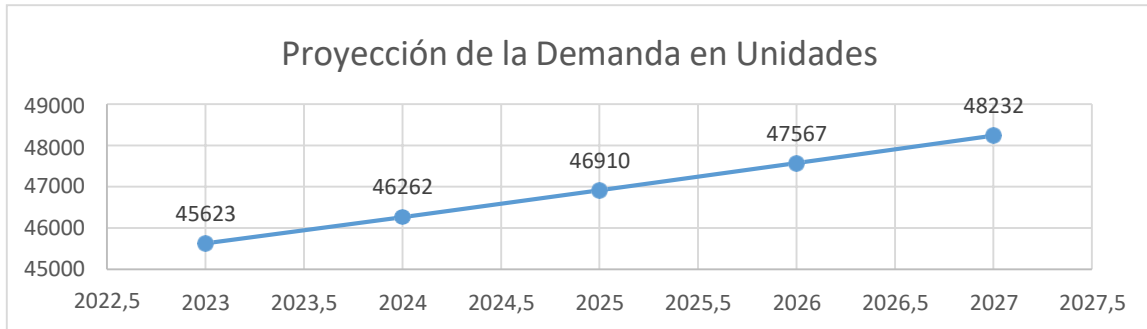
Tabla 20. Demanda proyectada

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	DEMANDA EN PERSONAS	DEMANDA EN UNIDADES	DEMANDA EN MESES	DEMANDA EN DIAS
2023	1,40%	22812	45623	3802	127
2024		23131	46262	3855	129
2025		23450	46910	3909	130
2026		23770	47567	3964	132
2027		24089	48232	4019	134

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

Figura 12
Demanda proyectada



Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: el autor

1.5 Análisis del macro y micro ambiente

Análisis del micro ambiente

Para la realización del análisis del microambiente se aplicará la técnica de las 5 fuerzas de Porter, mediante al cual se podrá conocer el entorno interno en el que operara la empresa, así como también se identificarla las fortalezas y debilidades que tiene para competir en el mercado.

Figura 13.
Cinco fuerzas de Porter



Fuente: Michael Porter (1998)
Elaborado por: el autor

Entre los 5 pilares fundamentales que propone Porter para analizar el Micro entorno de una empresa se detallan a continuación:

- **Entrada potencia de nuevos competidores**

El sector automotor es uno de los más importantes en la economía de un país, en ella la seguridad en movilidad es uno de los temas más que más se ha contemplado en los últimos tiempos, es por ello que el mercado se ha vuelto muy atractivo para la entrada de nuevos competidores, que cada día ofrece nuevos e innovadores productos que aseguran la seguridad de los transportistas ante accidentes fatales, llegando a concientizar a los conductores en adquirir las herramientas necesarias para salvaguardar su salud y seguridad en el momento de conducir una motocicleta. Por tal razón se considera que el desarrollo de nuevos competidores para la empresa es amenaza de alto riesgo.

- **Desarrollo potencial de productos sustitutos**

De acuerdo con los informes nacionales que emite la Agencia Nacional de Tránsito, los accidentes fatales sufridos por los motociclistas se incrementa a diario, cuyo factor motivado a diversas empresas a fabricar productos que ayude a proteger la salud y seguridad de los conductores, cuyos productos son expedidos en el mercado con diversas características y a precios altamente competitivos, por lo que el usuario puede seleccionar los más acorde a sus necesidades y capacidad de pago con la que cuentan. Por tal razón se considera que el desarrollo de productos sustitutos para la empresa es amenaza de alto riesgo.

- **Poder de negociación de los proveedores**

Al considerar que existe un alto número de fabricantes de chalecos de seguridad con diversas características del Airbag, que aseguran comodidad, seguridad y buen precio de los chalecos en el mercado nacional e internacional, el poder que tiene los proveedores para la empresa es relativamente bajo, siendo esto una ventaja para el desarrollo de la misma.

- **Poder de negociación de los clientes**

De igual forma al ser un mercado altamente competitivo, que cuenta con un sinnúmero de variantes de los accesorios de seguridad personal para los motociclistas, a precios y en marcas más atractivas al comprador, el poder que tiene los clientes es alto.

- **Rivalidad de las empresas proveedoras**

La rivalidad de las empresas competidoras en el sector automotor es alto ya que la mayoría de empresas se encargan no solo de proveer a los clientes de accesorios y repuestos, sino también productos de seguridad personal tanto para conductores de motocicletas como de automóviles todo en un mismo lugar a precios accesibles con estrategias de pago al alcance de los clientes, mismas que han logrado posesionarse y liderar el mercado.

Análisis del macro ambiente

Con el propósito de conocer los factores externos que puede afectar el giro del negocio se realizara un análisis externo mediante la aplicación de la herramienta PESTEL, cuyas variables se detallan a continuación:

Tabla 21. PESTEL

Factores	Características
Políticos	El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, liderando el Fideicomiso Capital de Riesgo, presentó el “Fondo Emprende: Ecuador Productivo”, en el cual se han destinado USD 10’050.000, que serán canalizados a personas naturales y jurídicas para apoyar sus ideas, puesta en marcha y crecimiento de emprendimientos y proyectos de innovación (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2023).
Económico	El Gobierno del Encuentro inició la colocación de créditos 1×30 a artesanos, microempresas y emprendedores ecuatorianos, a través de BanEcuador, en coordinación con el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. Los montos del financiamiento van desde USD 500,00 hasta USD 5.000 por beneficiario de crédito, al 1% de interés anual y con un plazo de hasta 360 meses (30 años) con pagos mensuales (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2023).

	Así mismo el sector automotor ecuatoriano espera un ligero crecimiento en ventas de entre 2 y 3 % en este 2023, con relación al 2022, año en el que estimaban cerrar con 140.000 unidades vendidas, según Genaro Baldeón, presidente ejecutivo de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (Aeade).
Sociocultural	El sector automotor ecuatoriano enfrenta un entorno político y socioeconómico inestable que pudiera verse afectado por el ambiente de inseguridad y crisis social. Así también, la desaceleración económica que enfrenta el país, junto con la falta de liquidez en el sector financiero, que ha incrementado las tasas de interés en el segmento corporativo en los últimos meses, generan un escenario complejo para el comercio automotor” (El Universo , 2023)
Tecnológico	La tecnología siempre está en constante avance y todos los días se desarrollan nuevas herramientas para seguir evolucionando como sociedad. El sector automotriz no se queda atrás, por lo que se ha unido con otras áreas de innovación para seguir creando herramientas y vehículos acordes a las necesidades de las personas. Los Sistemas de seguridad y de asistente de conducción, la Inteligencia artificial, el Sistema de visión nocturna, los Parabrisas Inteligentes y la Electro movilidad, son algunos de los avances que se implementan en la industria automotriz para seguir brindando seguridad y confianza. (Gamamotor , 2022)
Ecológico	Al ser una empresa encargada de la importación y comercialización de un producto, la operatividad que efectuará no presenta ningún tipo de afectación ambiental , sin embargo, por responsabilidad social la entidad establecerá proyectos en favor del cuidado del medio ambiente.
Legal	DEL ÁMBITO DEL TRANSITO Y LA SEGURIDAD VIAL Art. 87.- Están sujetas a las disposiciones del presente Libro, todas las personas que, como peatones, pasajeros, ciclistas, motociclistas o conductores de cualquier clase de vehículos, usen o transiten por las vías destinadas al tránsito en el territorio nacional (Registro Oficial Suplemento , 2018)

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

- **Matriz de perfil competitivo**

La matriz de perfil competitivo es una herramienta que permite evidenciar las fortalezas y debilidades que presenta la empresa y sus potenciales competidores que tendrá en el mercado, los cuales ayudan a predecir los posibles riesgos de éxito o fracaso que tendrá la idea de negocio.

A continuación, se presenta el perfil competitivo del sector automotriz que puede llegar a influir en el éxito de la empresa frente a la competencia:

Tabla 22. *Matriz de perfil competitivo*

Factores Claves del Éxito	Importancia	Importancia ponderada	7 World		Motor sport		Motomanía		100% motos		Motogarage store Tumbaco	
			Calificación	Valor	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
Diseño de la marca	10	0,13	7	0,12	7	0,14	7	0,15	6	0,12	7	0,13
Variedad de productos	10	0,13	7	0,12	6	0,12	5	0,11	7	0,14	7	0,13
Precios competitivos	10	0,13	5	0,09	8	0,16	7	0,15	5	0,10	7	0,13
Productos diferenciadores	10	0,13	8	0,14	5	0,10	5	0,11	5	0,10	7	0,13
Calidad de los materiales	10	0,13	8	0,14	7	0,14	6	0,13	6	0,12	6	0,11
Diseños del producto	10	0,13	9	0,16	5	0,10	6	0,13	6	0,12	6	0,11
Confiabilidad del funcionamiento	10	0,13	7	0,12	6	0,12	5	0,11	7	0,14	6	0,11
Calidad del producto	10	0,13	7	0,12	7	0,14	6	0,13	7	0,14	7	0,13
Total	80	1	58	1	51	1	47	1	49	1	53	1

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

Análisis de ponderación de la competencia

Según el análisis del perfil competitivo, se puede conocer que la empresa con mayor competitividad es la empresa 7 World, la cual alcanzo una calificación de 58 puntos, siendo el mayor puntaje el relacionado con el diseño del producto, alcanzado una calificación de 9 puntos en cuanto a la confiabilidad y funcionamiento con una ponderación del 16%, seguida muy de cerca por Motogarage store Tumbaco con una calificación de 53 puntos, tomando en cuenta que el diseño de la marca es la que resalta con un 13%, la empresa Motor Sport, la cual alcanzo un calificación de 51 puntos , siendo el precio competitivo la mayor de sus fortalezas, alcanzado un ponderación de 16%, mientras que la empresa 100% Motors, que obtuvo una calificación del 49 puntos, donde la calidad de los productos como la confiabilidad representa el valor más alto en la ponderación con un puntaje del 13%, finalmente esta la empresa Motomania con una calificación de 47 puntos de competitividad, donde las variables más importantes está el diseño de los productos y el precio más competitivos con un ponderación del 15% de peso frente a la competencia.

Plan de contingencia

En el siguiente punto se establece algunas acciones que la empresa puede implantar para poder alcanzar una mayor competitividad en el mercado.

Tabla 23. Plan de contingencia

Riesgo	Acciones	Responsable
Ingreso de nuevos competidores	Contar con un portafolio de productos innovadores para el seguro personal del motociclista	Gerente de Marketing
Precios competitivos	Analizar y reestructurar los costos y gastos a fin de generar costos totales bajos	Jefe operativo y administrador
Calidad de producto	Establecer convenios con fabricantes y proveedores de chalecos de seguridad que cuenten con buena calidad e innovación	Gerente de Marketing
Captación de nuevos mercados	Establecer estrategias de difusión y expansión a nuevos mercados fuera de la provincia	Gerente general y gerente de Marketing

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se tomará en cuenta el porcentaje de crecimiento del sector automotor, la cual se concentró en un 39% para el año 2023, considerando que las ventas totales de motocicletas para el año 2023 fueron de 123.179, siendo el 10% de las ventas efectuadas dentro del Cantón Quito, cuya proyección se presenta a continuación:

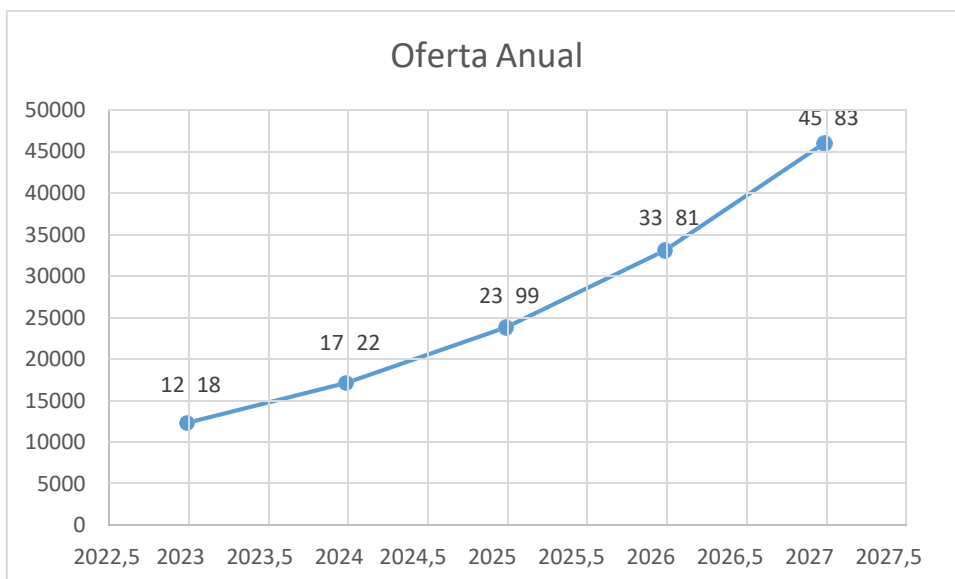
Tabla 24. Proyección de la oferta

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO DEL SECTOR	OFERTA EN UNIDADES	OFERTA AL MES	OFERTA AL DIA
2023		12318	1026	34
2024		17122	1427	48
2025	39%	23799	1983	66
2026		33081	2757	92
2027		45983	3832	128

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

Figura 14.
Proyección de la oferta anual



Fuente: Investigación de campo.
 Elaborado por: el autor

1.6 Demanda potencial insatisfecha

Se considera demanda insatisfecha a la diferencia existente entre la oferta y la demanda de mercado objetivo, la cual para el presente proyecto se detalla a continuación:

Tabla 25. Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA EN UNIDADES	OFERTA EN UNIDADES	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	DEMANDA EN MESES	DEMANDA EN DIAS
2023	45623	12318	33306	2775	93
2024	46262	17122	29140	2428	81
2025	46910	23799	23110	1926	64
2026	47567	33081	14485	1207	40
2027	48232	45983	2250	187	6

Fuente: Investigación de campo.
 Elaborado por: el autor

Como se puede evidenciar en la tabla anterior la demanda insatisfecha se presenta en unidades las cuales la empresa pretende cubrir para posesionarse en el mercado.

1.7 Diseño de la marca (branding)

Para la selección de la marca que mejor represente al producto, se realizó un análisis de las principales características y beneficios que puede proporcione el chaleco Airbag al usuario, estableciendo los parámetros que ayudaran a construir una identidad corporativa de la empresa en el mercado, mismo que se presenta a continuación:

Figura 15.

Diseño de la marca



Fuente: Elaboración propia

- **Logotipo**

El logotipo es un símbolo compuesto por elementos gráficos, texto e imágenes que le permitirá identificarse a la empresa de la competencia, para lo cual se ha seleccionado la siguiente representación gráfica.

Figura 16.

Logotipo



Fuente: Elaboración propia

- **Eslogan**

El eslogan seleccionado es “*Tu seguridad en dos ruedas es nuestra prioridad*”, esta frase representa el beneficio que proporciona el producto que ofertará la empresa, resaltando el interés principal de la entidad hacia el cliente.

- **Percepción y posicionamiento**

Considerando la información recolectada mediante la encuesta se puede identificar que el nivel de aceptación que tiene el chaleco Airbag dentro de la parroquia Tumbaco tendrá 97,06% de aceptación en la compra de un chaleco de seguridad Airbag. Esto le permitirá a la empresa efectuar estrategias más innovadoras para captar la mayor atención de los usuarios en el mercado.

- **Diferenciación del producto**

Para diferenciar el producto se diseñará un empaque que contenga las características del producto como un método informativo además de un manual de uso.

Según el INEN (2017) “La información de marca, de control, talla para prendas de vestir, talla o dimensiones para complementos de vestir, dimensiones para ropa o hogar, o cualquier otra información que el fabricante o importador considere, se puede incluir en etiquetas permanentes o no permanentes”.

De igual forma el INEN (2017) considera en relación a marcado y rotulado, que la etiqueta debe constar con las siguientes características visibles:

- Fecha de fabricación (año y mes)
- País de fabricación
- Indicación de medidas
- Identificación de número de lote (INEN 2017)

A continuación, se ilustra la forma del etiquetado que tendrá el chaleco para la venta, así como el manual del usuario para facilitar el uso del mismo para los usuarios.

Figura 17.
Características de Diferenciación

Cuello suave y textil técnico: El chaleco tiene un cuello de neopreno suave para una mayor comodidad alrededor del cuello. También está provisto de una malla 3D textil interior para una máxima circulación de aire.



Bolsillo exterior: El chaleco tiene un bolsillo exterior para objetos pequeños (tarjeta bancaria, efectivo, celular, etc.).

Clips de fijación: Clips de sujeción resistentes para soportar muchos inflados. Fácil de abrir y cerrar incluso con guantes.



Ajustes: Tres correas de ajuste para que el chaleco se ajuste perfectamente a cualquier equipo de motocicleta.

Libertad de movimiento: El chaleco tiene una axila muy escotada para mantener una total libertad de movimiento.



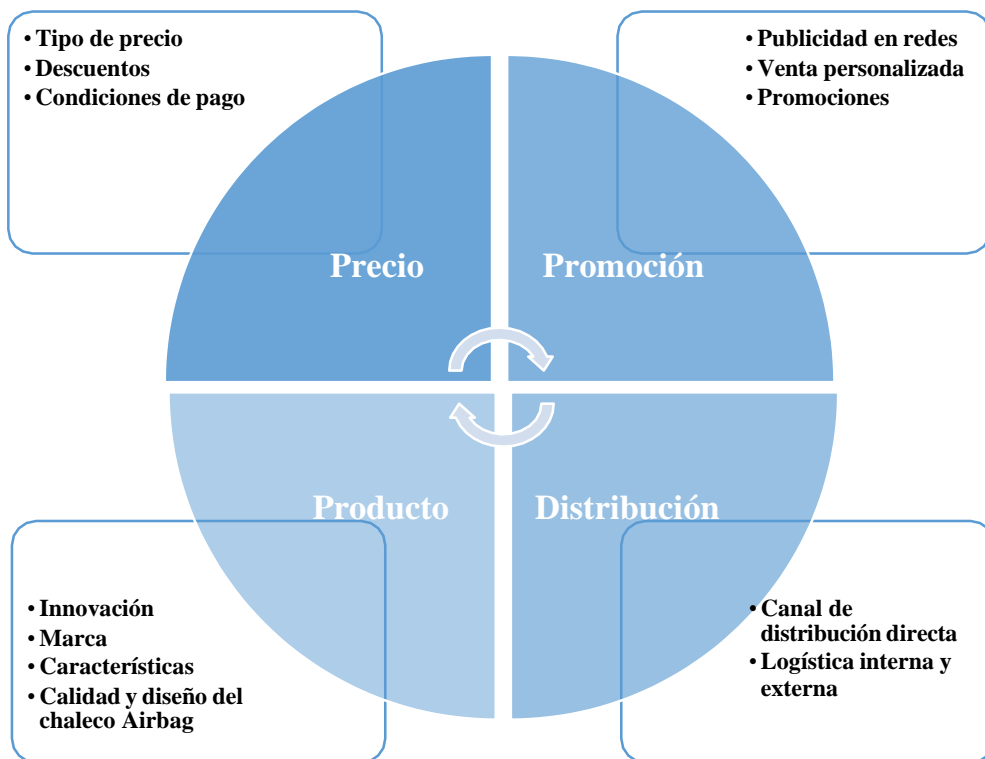
Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: el autor

1.8 Estrategias de marketing

Airbag Store es una empresa que se dedicará a la compra y venta de chalecos de seguridad con las características de Airbag, para la protección de los conductores motocicletas, con el fin de salvaguardar la seguridad física de la persona ante un posible accidente automovilístico.

Para el desarrollo de estrategias se utilizará un modelo de Marketing Mix, el cual es un análisis de estrategia de aspectos internos y desarrollada comúnmente por las empresas. Se tienen en cuenta cuatro variables principales del negocio: producto, precio, distribución y promoción.

Figura 18.
Marketing mix



Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: el autor

- **Posicionamiento**

El objetivo principal de la empresa AIRBAG STORE es alcanzar un 40% de posicionamiento en el mercado local de Tumbaco durante el primer año de funcionamiento, para esto es necesario formular estrategias publicitarias que permitan mantener informado a los usuarios de los beneficios que proporciona el chaleco AIRBAG para su seguridad física, así también dar a conocer los descuentos y promociones que se ofrecen en la empresa por la compra de un chaleco de seguridad Airbag.

Para esto será necesario la divulgación mediante las redes sociales y medio masivos de comunicación, para lo cual se diseñará información visual atractiva para los clientes.

- **Producto**

La empresa para poder competir en el mercado prevé incrementar el portafolio de productos, proporcionando accesorios para motocicletas, así como también otras prendas de seguridad personal como guantes, rodilleras, cascos y otras que ayuden a complementar la seguridad del conductor a la hora de manejar.

- **Precio**

Para establecer un precio competitivo del chaleco en el mercado y de esta manera la empresa a pueda competir se aplicaría una estrategia de entrada, es decir aplicando precios más bajo que la competencia, para lo cual se analizará los costos y gasto incurridos en la operación de compra y venta para establecer el precio final más competitivo.

- **Canales de distribución**

Para darse a conocer a nivel local la empresa utilizará canales de distribución directa, es decir se realizará una venta personalizada, atendiendo a las necesidades y expectativas específicas de cada cliente, por lo que para la entrega del producto se plantea el siguiente canal de distribución.

Figura 19.
Canal de distribución



Fuente: Elaboración propia

1.9 Plan de comunicación

- **Promoción y publicidad**

Con la finalidad de captar la mayor parte del mercado local la empresa establecerá estrategias promocionales tal como facilidades de pagos, descuentos por pronto pago, descuentos por volumen de compra entre otros.

Para el desarrollo de la publicidad que dará a conocer las bondades del producto se propone las siguientes acciones.

Tabla 26. Promoción y publicidad

Objetivo	Estrategia	Medio de comunicación	Presupuesto anual	Responsable	Indicador de valoración
Dar a conocer las características del chaleco Airbag	Realizar flyers publicitarios para colocarlos en redes sociales y páginas web	Facebook Instagram Tik tok	33,33	Asistente administrativo	Visitas directas
Captar nuevos clientes	Establecer canales de comunicación directa	Páginas web	33,33	Asistente administrativo	Estadísticas
Asegurar la venta del producto	Mejorar la atención al cliente, mediante capacitaciones	Vendedores	33,33	Asistente administrativo	Estadística de ventas
			Total, anual:		
			100,00		

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: el autor

CAPITULO II

OPERACIONES

2.1 Objetivo del capítulo

Analizar el proceso productivo de los chalecos de seguridad de airbag para los motociclistas, determinando los recursos y los equipos necesarios para su elaboración y producción, y la capacidad productiva que ayude a cubrir la demanda insatisfecha del mercado.

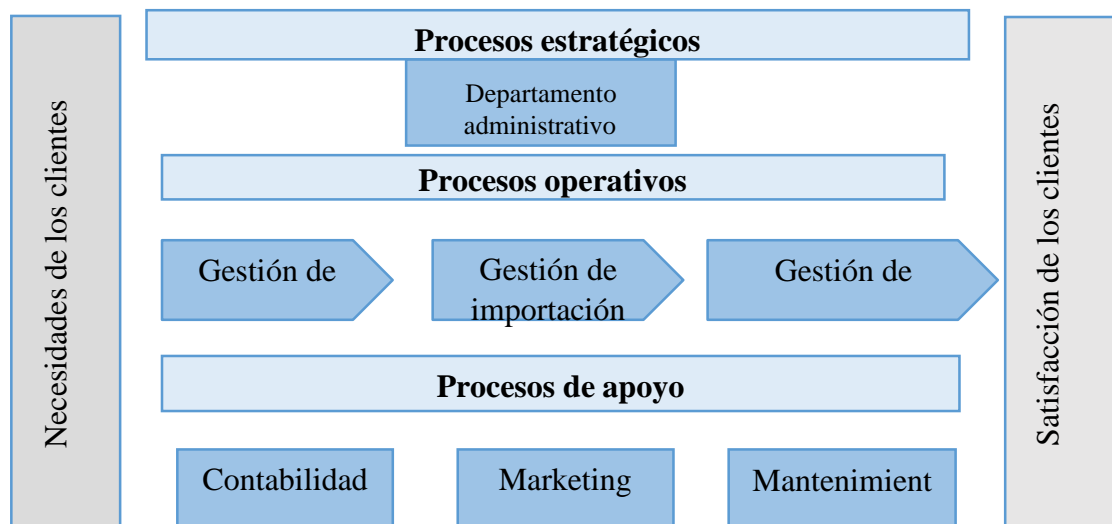
2.2 Descripción del proceso operativo

- **Proceso de compra los chalecos Airbag**

Los chalecos Airbag serán importados y comercializados dentro de la parroquia de Tumbaco, durante la negociación y compra a las marcas fabricantes, se establecerá los términos y tiempos de entrega, los escenarios factibles con las empresas fabricantes serán que la carga se entregue en un puerto de salida, o que una empresa realice el pick up desde las bodegas del fabricante en representación del importador.

1. Mapa de Proceso

*Figura 20.]
Mapa de procesos*



Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: el autor

2. Relato técnico tomar en cuenta que se demora 10 días una importación

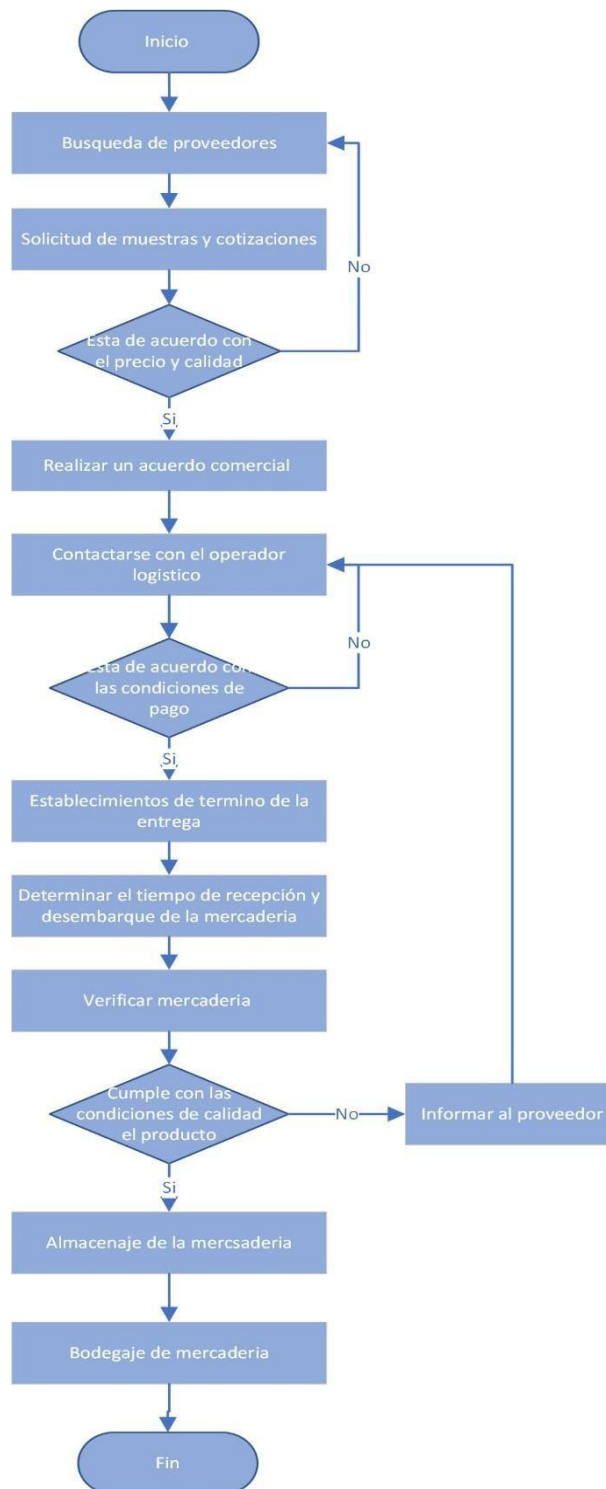
Tabla 27. Relato Técnico

Procesos de actividades	Tiempo
1. Selección de proveedores de chalecos Airbag	1 hora
2. Pedido de muestras y cotizaciones de la mercadería	2-3 horas
3. Realizar un acuerdo comercial con el proveedor	24 horas
4. Contactarse con el operador logístico	2 horas
5. Establecer los requisitos y pagos de aranceles e impuestos para la importación	1 hora
6. Establecimientos de términos de entrega	1 hora
7. Recepción y desembarque de la mercadería	10 días
8. Verificación de la mercadería	1 hora
9. Revisión de calidad	1 hora
10. Almacenaje	1-2 horas
11. Bodegaje	1-2horas
12. Distribución y venta	8 horas

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

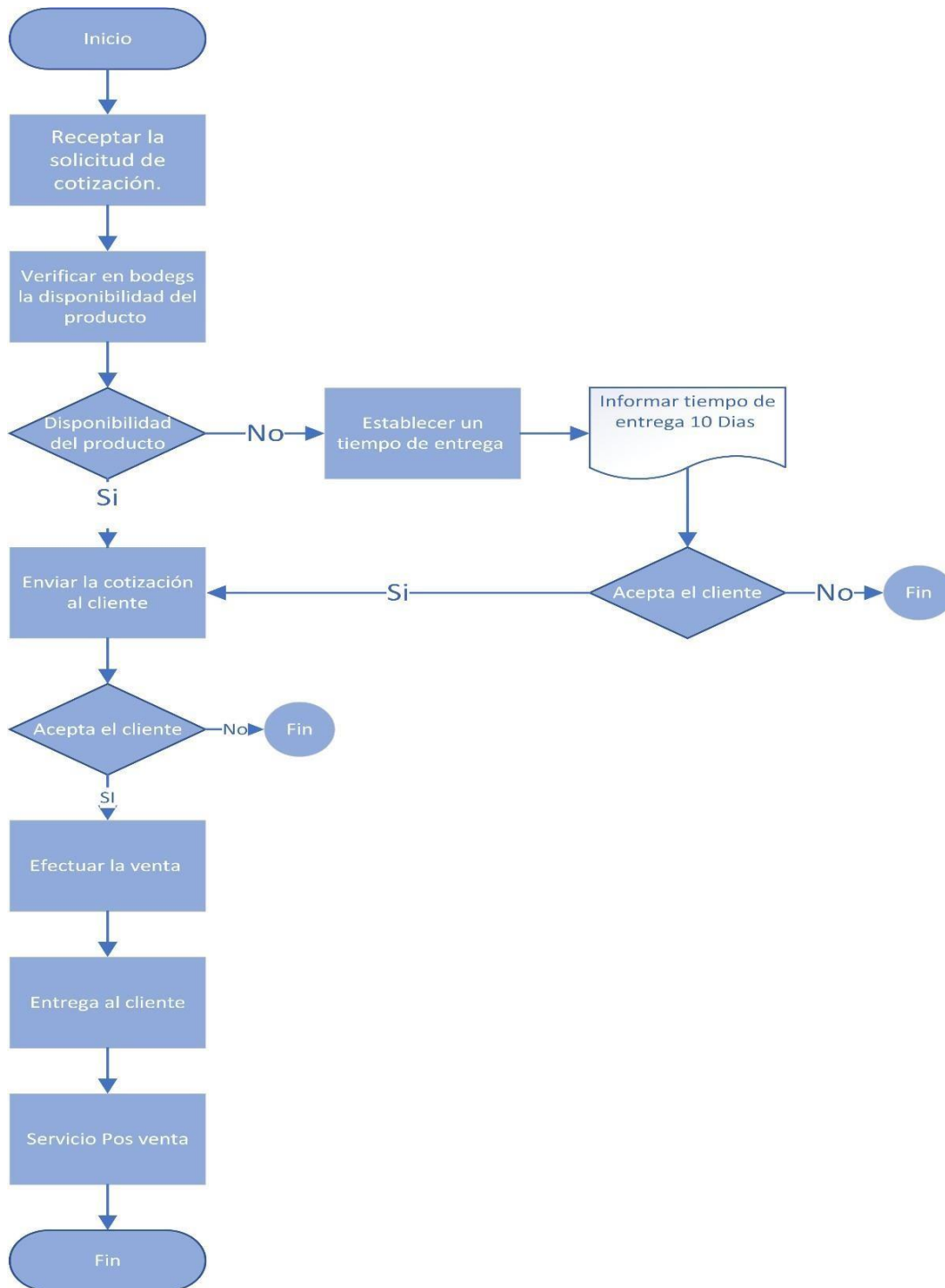
Figura 21. Flujograma de Procesos de Importación



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

Figura 22. . *Flujograma de proceso de comercialización*



Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: el autor

2.3 Descripción de las instalaciones equipos y personas

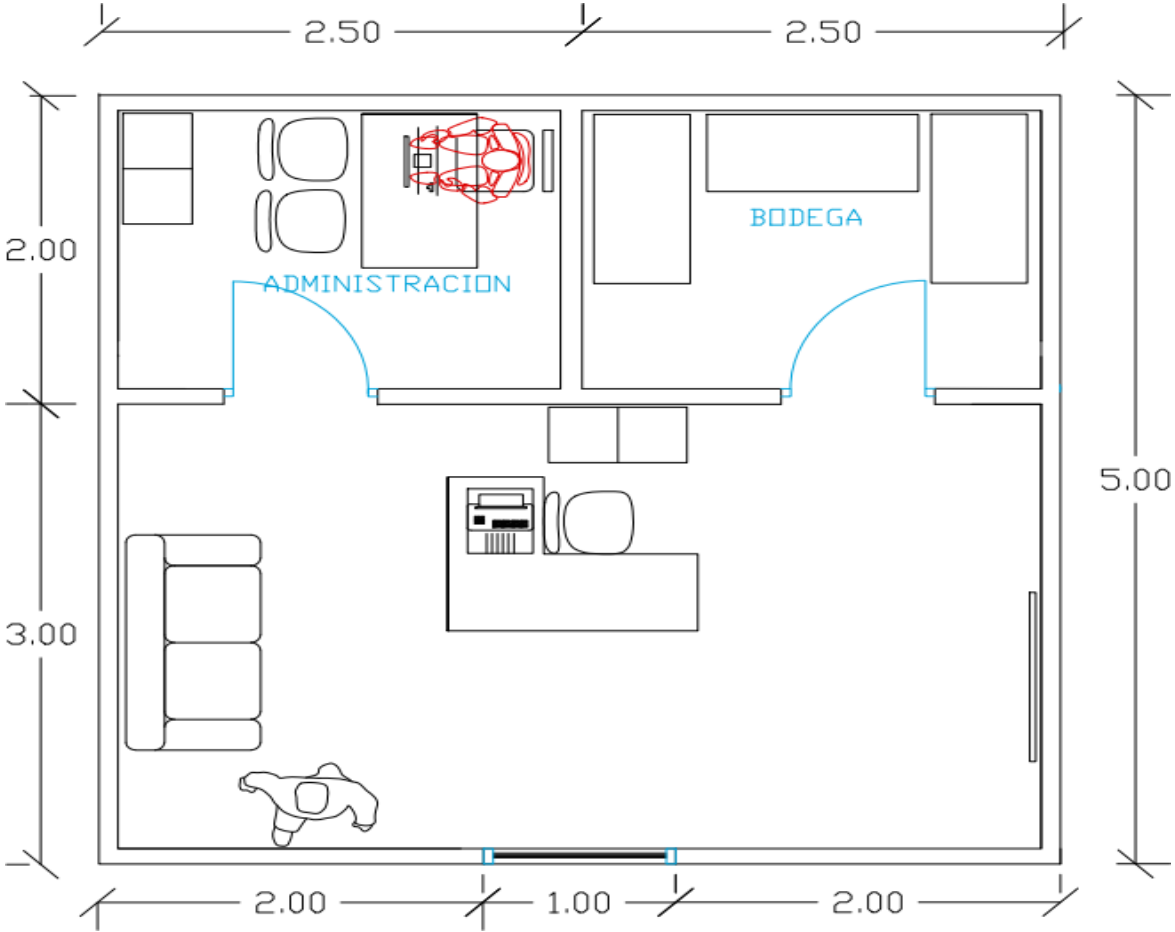
- **Instalaciones**

La instalación de la empresa está conformada por un total de 120 metros distribuidos de la siguiente manera

- Área administrativa
- Área de almacén y ventas
- Área de bodega

Cada una de las áreas estarán debidamente seccionadas según las necesidades que requerirá la compra y comercialización del producto.

Figura 23. Descripción de la planta



Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: el autor

- **Descripción de las instalaciones:**

Tabla 28. Descripción de instalaciones

Áreas	Cantidad	Espacio en metros
Administración	1	5 metros cuadrados
Área de ventas	1	15 metros cuadrados
Bodega	1	5 metros cuadrados
Total	4	25 metros cuadrados

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

- **Equipos y maquinaria:**

Al ser una empresa dedicada a la compra y venta de chalecos de seguridad, no se requiere la compra de maquinaria para su fabricación, por lo que como equipo solo se contempla los muebles y equipos de oficina necesarios para el área administrativa, bodega y almacén, los cuales se detalla a continuación:

Tabla 29. Maquinaria

Cantidad	Descripción	valor unitario	Valor total
	Muebles y enseres		835,00
1	Escritorio para computadora	150,00	150,00
1	Sillas giratorias	80,00	80,00
2	Sillas de madera	25,00	50,00
2	Archivadores	60,00	120,00
1	Mostrador	170,00	170,00
1	Sillón de Espera	200	200
1	Maniquí	65,00	65,00
	EQUIPOS DE OFICINA		235,00
1	Teléfono fijo inalámbrico	35,00	35,00
2	Celular	200	400
	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		750,00
1	Computadora de escritorio	500,00	500,00
1	Impresora	250,00	250,00

	EQUIPOS DE BODEGA		240,00
3	Perchas para almacenaje	80,00	240,00
	EQUIPOS AUDIO Y VIDEO		250,00
1	TV plasma Smart	250,00	250,00
	TOTAL		2310,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

- **Descripción del personal:**

Para el funcionamiento de la empresa el personal optimo será de 4 personas, las cuales se encargan de las actividades operativas y administración que requiere la compra, venta y distribución de los chalecos de seguridad.

Las cuales se detalla a continuación:

Tabla 30. Personal

Área	Personal
Administración	Administrador o gerente
Asistente Administrativo	A. Administrador y ayudante en ventas
Ventas y almacén	Vendedor

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

2.4 Tecnología aplicar

Para la puesta en marcha del negocio, es necesario contar con el soporte de un sistema informático que le sirva de soporte tanto para el control de los inventarios como para el manejo administrativos y contable de la venta y distribución de los productos.

- El software ERP será utilizado para la gestión de inventarios.

Este software será utilizado para el control de la mercadería, planificando volumen de existencias máximas y mínimas, facturación electrónica, gestión de recursos y demás actividades operativas relacionadas con la compra y venta de los chalecos, controlado y agilizando de manera eficaz y eficiente las tareas del área de ventas (SAP.COM, 2023).

- El software confitico se utilizará para la contabilización de las operaciones

Este Software le facilitará a la empresa el control financiero, permitiéndole al administrador llevar un control de los ingresos, costos y gastos, así como de la elaboración de reportes económicos y financieros de manera mensual trimestral y anual según las necesidades de la entidad (Contifico.com, 2022)

2.5 Determinación de la capacidad instalada:

La capacitada instalada de la empresa estará en relación a la demanda que se establece en el mercado, la cual se presenta en 15 unidades de chalecos diarios, sin embargo, al ser una empresa nueva que no cuenta con aceptación en el mercado se estima que la venta se concentrará en 3 chalecos diarios, durante el primer año, los cuales se ira incrementado los posteriores años, cuyos detalles se describen a continuación.

Capacidad instalada

Tabla 31. Capacidad instalada

AÑO	DEMANDA EN UNIDADES	DEMANDA EN MESES	DEMANDA EN DIAS
2023	720	60	3

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

- **Capacidad futura**

Para el cálculo de la capacidad futura se estima en base a la tasa de crecimiento del sector automotor la cual la asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE), dice que se concentra en 39% de las ventas anuales de vehículos motorizados, hasta alcanzar el 100% de la aceptación, el detalle se describe a continuación:

Tabla 32. Capacidad futura

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO SECTORIAL	CAPACIDAD FUTURA
2023		720
2024		1.000
2025	39%	1.390
2026		1.932
2027		2.685

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

2.6 Métodos de control de calidad

Para establecer la calidad de los servicios y productos que proporcionará la empresa se utilizará como herramienta de control el diagrama de Pareto, dicha herramienta permite identificar errores en los procesos operativos y administrativos, con la finalidad de evitar pérdidas generadas por productos defectuosos o por retrasos en la entrega del producto.

Por lo que a continuación, se presenta una lista de aspectos a considerar:

Tabla 33. Control de calidad

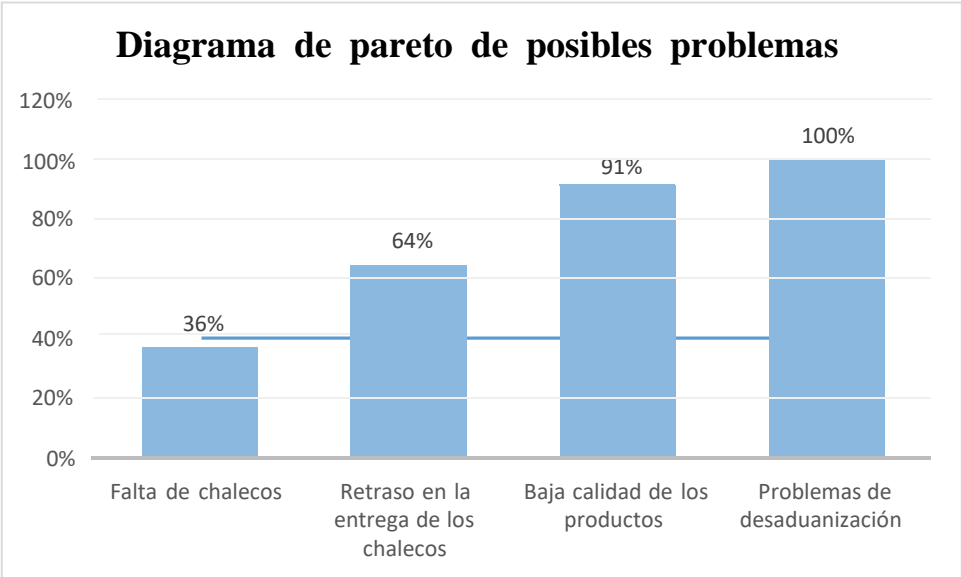
Lista de control			
Problemas:	Retraso en la entrega del producto		
Proceso	Compra y venta de chalecos		
Responsable	Administración y bodega		
Periodo	2023		
Defectos	Frecuencia	P. acumulado	
Falta de chalecos	20	36%	20
Retraso en la entrega de los chalecos	15	64%	35
Baja calidad de los productos	15	91%	50
Problemas de Desaduanizar	5	100%	55
Total	55		

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

En la lista anterior se evidencia los posibles problemas que puede afectar la entrega a tiempo de los productos, a fin de detectar los factores y las posibles soluciones que se pueda emitir para evitar el riesgo.

Figura 24. Diagrama Pareto



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: el autor

CAPÍTULO III

ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3. Objetivo del capítulo

Establecer la estructura organizacional que requiere la empresa para poner en marcha las actividades operativas y comerciales.

3.1 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

El análisis estratégico es un proceso utilizado para evaluar y comprender la posición actual de una empresa u organización en relación con su entorno y sus competidores, con el fin de formular y tomar decisiones estratégicas efectivas. Este análisis proporciona una visión global de la organización y su capacidad para lograr sus objetivos a largo plazo (Cano, 2018).

- **Misión**

Ofrecer la máxima seguridad y protección a los motociclistas a través de la comercialización de chalecos airbag de alta calidad. Nos comprometemos a proporcionar productos innovadores y confiables que ayuden a reducir los riesgos de lesiones graves en caso de accidentes en motocicletas. Trabajamos en estrecha colaboración con fabricantes reconocidos y expertos en seguridad vial para garantizar que nuestros chalecos airbag cumplan con los más altos estándares de calidad y rendimiento.

- **Visión**

Para el año 2027, ser una empresa reconocida en el mercado local y nacional, siendo la primera opción de compra en los clientes, usuarios de motocicletas, actuales y futuros, incrementando con ello la aceptación del mercado y consolidando la marca del producto con confianza, calidad y cumplimiento.

- **FODA**

Para el establecimiento de estrategias y objetivos es necesario realizar un análisis de las fortalezas y debilidades, amenazas y oportunidades, para lo cual se utilizará las siguientes matrices.

Figura 25. Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología innovadora: Los chalecos airbag ofrecen una protección avanzada para los motociclistas en caso de accidentes fatales. • Precios competitivos. • Atención personalizada a los clientes en la pre y post venta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Regulaciones legales que exigen al motociclista a proteger su seguridad personal. • Mayor demanda del sector automotor para proteger su seguridad. • Escasa competencia de empresas que comercialicen chalecos Airbag en la parroquia Tumbaco.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Precio costoso. • Escaso nivel de capital para el financiamiento del negocio • Competencia • Desconocimiento de una cartera de proveedores internacionales que cuenten con productos de buena calidad e innovación 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos sustituto más baratos • Políticas restrictivas estatales para la importación de los productos • Inestabilidad económica del país. • Inseguridad del país.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

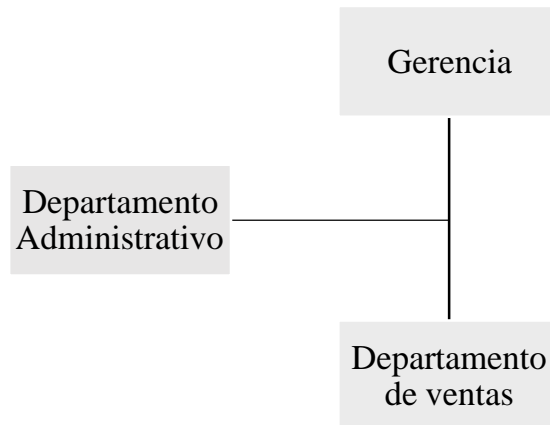
3.3 Organización funcional de la Empresa

- **Organigrama estructural**

Un organigrama estructural es una representación gráfica y jerárquica de la estructura organizativa de una empresa u organización. Muestra la distribución de las funciones, responsabilidades y relaciones entre los diferentes departamentos, unidades y cargos dentro de la organización (Escobar, 2019)

El organigrama estructural que optara la empresa es vertical, ya que permitirá configurar la estructura organizativa a partir de las funciones de cada uno de los trabajadores, el organigrama estará dividido en áreas relacionadas entre sí el detalle de describe a continuación.

Figura 26. Organigrama Estructural

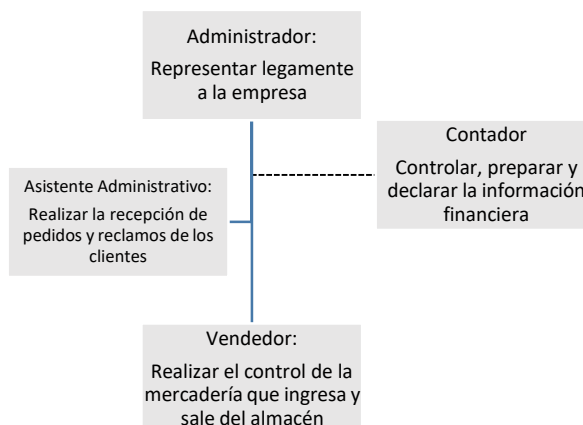


Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: el autor

- **Organigrama Funcional**

Una vez establecido el organigrama estructural de la empresa es necesario establecer las funciones y responsabilidades que deberá cumplir el responsable de cada puesto, a fin de determinar las tareas específicas que deberá ejecutar cada trabajador, conjuntamente con todo el equipo de trabajo requerido para la comercialización del producto. Los detalles de cada función se presentan en el siguiente organigrama funcional.

Figura 27. Organigrama Funcional



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

3.4 Descripción de los puestos

La descripción de los puestos conlleva de la determinación de las capacidades y competencia que requiere cada uno de los puestos, los cuales se detalla a continuación:

- Descripción del cargo de gerente o administrador:

Tabla 34. Descripción de puestos

INFORMACIÓN BÁSICA	
Puesto	Administrador general
Jefe inmediato superior	No tiene
Supervisa a	Todas las áreas
NATURALEZA DEL CARGO	
Se encargará de la coordinación y direccionamiento de las acciones administrativas y operativas que se tome en todas las áreas	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Representar legamente a la empresa • Gestionar la administración financiera • Controlar el cumplimiento operativo y administrativo • Administrar el presupuesto financiero 	

<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de clientes 	
REQUISITOS MÍNIMOS DEL PUESTO	
Formación profesional	Lic o Ing, en administración o carreras afines
Experiencia laboral	Mínimo 2 años en el desempeño de sus funciones en cargo afines
Habilidades	Responsabilidad, organización, capacidad de liderazgo y honrado

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

- **Características del cargo de contador**

Tabla 35. Cargos

INFORMACIÓN BÁSICA	
Puesto	Contador
Jefe inmediato superior	Administrador
Supervisa a	Nadie
NATURALEZA DEL CARGO	
Se encargará de la contabilización de las operaciones de compra y venta, costos, gastos, e ingresos que genere la entidad	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Contabilización de las operaciones de la empresa • Establecer el presupuesto del área financiera • Controlar, preparar y declarar la información financiera • Rol de pagos 	
REQUISITOS MÍNIMOS DEL PUESTO	
Formación profesional	Lic o Ing, Contabilidad y Auditoría o carreras afines

Experiencia laboral	Mínimo 2 años en el desempeño de sus funciones en cargo afines
Habilidades	Responsabilidad, organización, capacidad de liderazgo, honradez, celeridad

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

- **Características del puesto de Asistente Administrativo**

Tabla 36 Carago de Administración

INFORMACIÓN BÁSICA	
Puesto	Asistente administrativo
Jefe inmediato superior	Administrador
Supervisa a	Vendedor
NATURALEZA DEL CARGO	
Se encargará de la coordinación y direccionamiento de las acciones administrativas y operativas que se tome en todas las áreas y el apoyo en el área de ventas y búsqueda de clientes	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar la administración financiera • Controlar el cumplimiento operativo y administrativo • Administrar el presupuesto financiero • Búsqueda de clientes • Entrega la mercadería • Realiza la facturación 	
REQUISITOS MÍNIMOS DEL PUESTO	
Formación profesional	Lic o Ing, en administración o carreras afines o Bachiller
Experiencia laboral	Mínimo 2 años en el desempeño de sus funciones en cargo afines
Habilidades	Responsabilidad, organización, capacidad de respuesta y honrado

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

- **Características del puesto del vendedor**

Tabla 37. Puesto de Ventas

INFORMACIÓN BÁSICA	
Puesto	Vendedor
Jefe inmediato superior	Administrador
Supervisa a	Nadie
NATURALEZA DEL CARGO	
Se encargará de las operaciones de venta y despacho de la mercadería	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el control de la mercadería que ingresa y sale del almacén • Realizar la recepción de pedidos y reclamos de los clientes • Entrega la mercadería • Realiza la facturación • Búsqueda de clientes 	
REQUISITOS MÍNIMOS DEL PUESTO	
Formación profesional	Bachillerato
Experiencia laboral	Mínimo 2 años en el desempeño de sus funciones en cargo afines
Habilidades	Responsabilidad, organización, capacidad de negociación, atención a los clientes y honrado.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

3.5 Control de gestión

La evaluación de cada uno de los colaboradores de la empresa permitirá que se logre evidenciar los factores de riesgo que puede llegar a afectar el giro del negocio, para lo cual se establece los siguientes indicadores:

Tabla 38. Control de Gestión

Área	Indicador	Fórmula
Administración	Eficiencia en las actividades	$\frac{\text{Presupuesto ejecutadas}}{\text{presupuesto asignado}}$
Asistente Administrativo	Nivel de ingresos	$\frac{\text{Ventas ejecutadas}}{\text{total ventas proyectadas}}$
Ventas	Nivel de ingresos	$\frac{\text{Ventas ejecutadas}}{\text{total ventas proyectadas}}$

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

3.6 Necesidad de personal

El número de personal requerido para la empresa para los 5 años posteriores la puesta en marcha del negocio, se detalla a continuación:

Tabla 39. Necesidad de Personal

Personal	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año5
Administrador	1	1	1	1	1
A. Administrativo	1	1	1	1	1
Vendedor	1	1	2	2	3
Total, de trabajadores	3	3	4	4	5

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

CAPÍTULO IV

4. Jurídico Legal

4.1 Objetivo del capítulo

Definir la forma jurídica y legal, por medio de un análisis de los reglamentos normas y los requisitos necesarios para su constitución legal dentro del territorio nacional.

4.2 Determinación de la forma jurídica

En el Ecuador existen siete maneras de registrar jurídicamente a la compañía y así darle vida empresarial (Tantaleán, 2016), las cuales se detallan a continuación:

1. Compañía en nombre colectivo
2. Compañía en comandita simple
3. Compañía de Responsabilidad limitada
4. Compañía Anónima
5. Compañía en Comandita por Acciones
6. Compañía por Economía Mixta
7. Sociedad por Acciones Simplificada

La estructura legal óptima para la conformación de la empresa AIRBAG STORE TUMBACO dado su tamaño y ciclo de negocios, será conformada como una sociedad por acciones simplificadas (SAS), ya que esta fue creada en febrero del 2020 con el fin de apoyar a las empresas que por pandemia fueron creadas por emprendedores fortuitos por los despidos masivos que ocasionó.

La sociedad por acciones simplificadas es un tipo de sociedad mercantil conformada por una o más personas, mediante un trámite simplificado para fomentar la formalización y desarrollo de empresas. (Ley Orgánica de Emprendimiento. Ecuador, 2020)

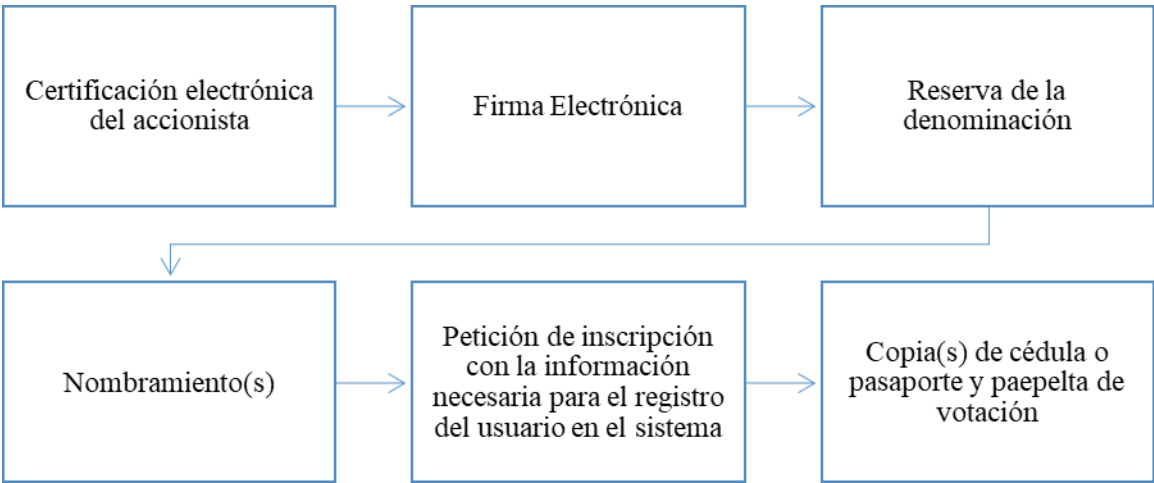
La sociedad por acciones simplificadas es un tipo de compañías que se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas, mediante un trámite simplificado y esto no tiene costo. Tiene como objetivo impulsar la economía mediante la formalización de los emprendimientos, constituyéndolos en sujetos de crédito y con ello ampliar sus procesos (UNIPLEX Business, 2023).

4.3 Trámites de constitución

Según la Superintendencia de Compañías, la guía de Sociedades por Acciones Simplificadas (Constitución de sociedades por acciones simplificadas, 2020), los requisitos para constituir una empresa son la que se muestran en la siguiente figura.

Requisitos para la constitución del SAS

Figura 28. Requisitos de constitución SAS



Fuente: (Constitución de sociedades por acciones simplificadas, 2020)
Elaborado por: El autor

Una vez contemplado estos requisitos el trámite correspondiente se lo realizará en la Superintendencia de Compañías, Registro Mercantil, Servicio de Rentas Internas.

- **Pasos a seguir para la constitución de una SAS**

Los pasos que se requiere para la constitución de la compañía se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 40. Proceso para la constitución legal de la compañía

Pasos	Procedimiento
<p>Crear reserva de denominación</p> <p>Descargar formato de documentos: contrato, nombramiento, formularios de registro</p> <p>Enviar la cuenta de correo electrónico de la oficina correspondiente, los documentos obligatorios.</p> <p>Con la solicitud recibida se creará un trámite de constitución de S.A.S, la información referente al inicio del proceso de constitución será enviada al correo electrónico del solicitante</p> <p>El trámite será revisado y gestionado por el área de registro de sociedades, durante dicha gestión de ser necesario se envía los correos electrónicos al solicitante para subsanar cualquier observación del proceso, de no existir observaciones o después de ser supervisada, se procede a generar las razones de inscripciones del contrato o escritura y del nombramiento</p> <p>Se procede a comunicar vía correo electrónico al solicitante la finalización del proceso con toda la información eferente a la nueva compañía constituida adjuntándose las razones de inscripción correspondiente.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingresar al portal www.supercias.com. 2. Ingresar al Portal de Tram Societarios 3. Ingresar usuario y Clave (Si no Anexo 1) escoger la opción Denominación (Ver anexo 1). 4. Ingresar a la Opción Constitución 5. Seguir los pasos indicados en d escogiendo el tipo de compañía S. 6. Al terminar el proceso imprimir la <ol style="list-style-type: none"> 1. Ingresar al portal www.supercias.com. 2. Ingresar a Guías de Usuario y formatos y documentos requerido 3. Llenar la información solicit documentos descargados <ol style="list-style-type: none"> a. Solicitud de Constitución b. Un archivo PDF que contenga Co / Escritura más la Reserva debida electrónicamente. c. Un archivo PDF del n debidamente firmado electrónicam d. Un archivo PDF que contenga lo de registro de los accionistas y ad y la copia de la respectiva cédula

Fuente (Universidad de los Hemisferios, 2023)
Elaborado por: El autor

- **Documentos requeridos para la constitución de la empresa**

1. Copia de la cedula y papeleta de votación del representante legal de la compañía
2. Copia de la cedula y papeleta de votación de los accionistas de la compañía
3. Distribución del paquete accionario
4. Copia de una planilla de servicios básicos con la dirección fiscal
5. Borrador de la actividad principal de la compañía
6. Tres posibles nombres de la compañía

4.3 Registro de marcas

- **Licencias necesarias para el funcionamiento**

Para el debido funcionamiento la empresa está en la obligación de obtener la Licencia Metropolitana Única “LUAE” para el ejercicio de actividades económicas en la administración zonal de Tumbaco.

Esta licencia sirve para el desarrollo de actividades económicas Dentro de la Parroquia Zonal de Tumbaco:

Figura 29. Licencias necesarias para funcionamiento del negocio



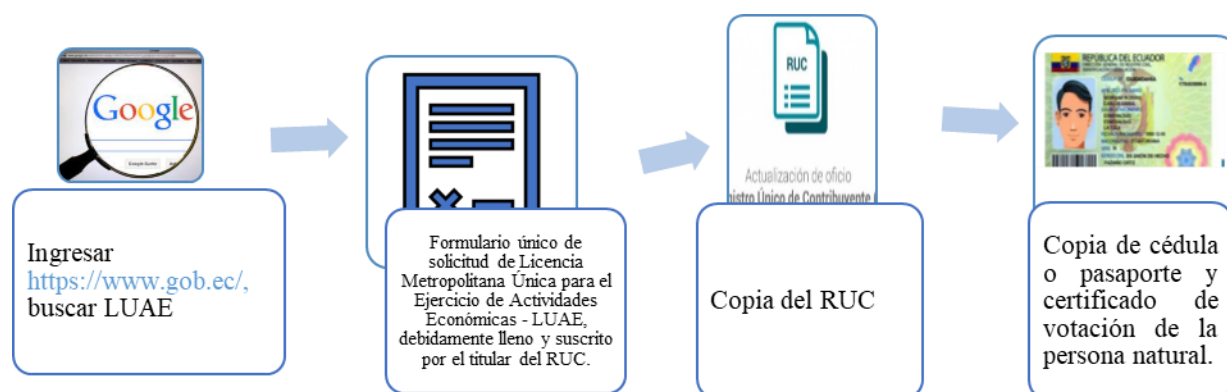
Fuente: Portal único de trámites ciudadanos ((2022)

Elaborado por: El autor

- **Requisitos para la obtención de la licencia**

Para la obtención de la licencia digital única de funcionamiento se requiere los siguientes requisitos:

Figura 30. Documentos para la obtención de la LUAE



Fuente: Portal único de trámites ciudadanos (2022)

Elaborado por: El autor

- **Trámites para la obtención de la Patente municipal**

Requisitos para obtener el registro de patente, mediante la inscripción del Registro de Actividades Económicas Tributarias (RAET), para efectos de cumplir con las declaraciones del sistema impositivo municipal.

Figura 31. Documento para la obtención de la patente municipal



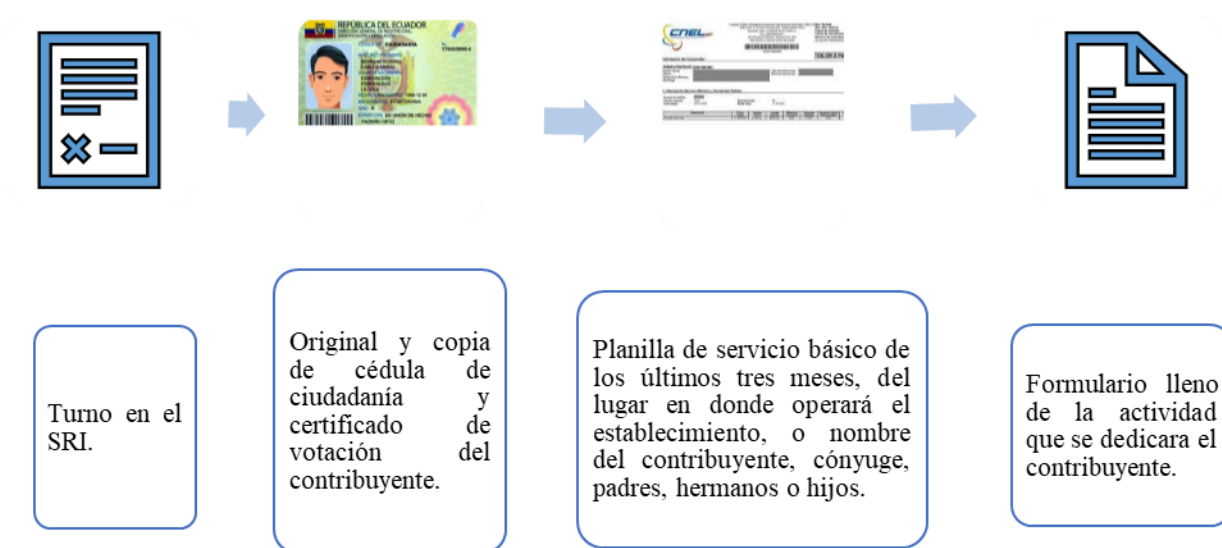
Fuente: Portal único de trámites ciudadanos (2022)

Elaborado por: El autor

- **Requisitos para la obtención del RUC**

Los trámites deberán ser realizados de manera presencial por el representante legal en cualquier dependencia del SRI. Los requisitos requeridos para la obtención del RUC de la empresa se detallan a continuación.

Figura 32. Requisito de RUC



Fuente: Portal único de trámites ciudadanos (2022)

Elaborado por: El autor

- **Permiso de funcionamiento de parte de cuerpo de bomberos de la parroquia Tumbaco**

La dirección de Prevención y Seguridad contra Incendios del Cuerpo de Bomberos se lo realiza por medio de la coordinación zonal, quien se encarga de verificar el cumplimiento de las condiciones de seguridad humana y equipos contra incendio en edificaciones que están exentas de la LUAE.

- **Requisitos para la realización del trámite**

1. Solicitud de inspección del edificio puede ser descargada en el siguiente link:
[Solicitud de Servicios](#)
2. Cedula de identidad del representante legal escaneado en formato PDF
3. RUC escaneado en formato PDF
4. Formulario de declaraciones de cumplimiento de las condiciones de seguridad contra incendio en el edificio

- **Proceso para la realización del trámite**

1. Acceder en línea al siguiente link [Servicios en línea](#)
2. Seleccionar la opción solicitud de servicios de prevención de incendios
3. Completar la información solicitada
4. Ingresar de forma digital los requisitos antes establecidos
5. Recibir la respuesta del trámite en su correo electrónico

- **Requisitos para el ingreso de afiliación de trabajadores al IESS**

Están obligados a la afiliación al Seguro Social todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella. El empleador público o privado registrará en el IESS la afiliación a sus trabajadores desde el primer día de labor hasta el último día efectivamente trabajado (IESS, 2022)

- **Paso para el ingreso de los trabajadores al IESS**

Aviso de entrada

El empleador está obligado, bajo su responsabilidad y sin necesidad de reconvención, a inscribir al trabajador o servidor como afiliado del Seguro General Obligatorio desde el primer día de labor y a remitir al IESS el aviso de entrada dentro de los primeros quince (15) días (Art. 73 de la Ley de Seguridad Social).

Aviso de salida

El empleador dará aviso al IESS de la modificación del sueldo o salario, la enfermedad, la separación del trabajador (aviso de salida), u otra novedad relevante para la historia laboral del asegurado, dentro del término de tres (3) días posteriores a la ocurrencia del hecho (Art. 73 de la Ley de Seguridad Social). Para lo cual seguirá el siguiente procedimiento:

1. Ingresar a la página www.iess.gob.ec.
2. Seleccionar la opción empleadores /servicios en línea.
3. Aviso de entrada y salida.
4. Ingresar al sistema con el número de cédula y clave del empleador.
5. Seleccionar la opción registro de novedades / aviso de salida.

6. Ingresar número de cédula del afiliado.
7. Llenar los datos que solicita el sistema y pulsar la opción ACEPTAR.
8. Validar y enviar (IESS, 2022)

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1 Objetivo del capítulo

Establecer la viabilidad financiera que tiene el proyecto de inversión por medio del análisis de los principales indicadores financieros, mismos que serán proyectados a 5 años de vida útil del proyecto.

5.2 Plan de Inversiones

El plan de inversiones está conformado por el capital de trabajo, los activos fijos y los activos diferidos, cuyos valores se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 41. Plan de inversión

Plan de Inversión			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL (USD)
ACTIVOS FIJOS			\$ 2.510,00
Muebles y enseres			\$ 835,00
Escritorio para computador	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Silla giratoria	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Silla de madera	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Archivadores	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Sillon de espera	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Maniqui	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Mostrador	1	\$ 170,00	\$ 170,00
Equipos de Computación			\$ 1.150,00
Computador de Escritorio	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresosar	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Huawei Celular / Y5P / 32 GB	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Equipos de Oficina			\$ 35,00
Telefono fijo inalambrico	1	\$ 35,00	\$ 35,00
INSTALACIÓN DE BODEGA			\$ 240,00
Perchas para almacenaje	3	\$ 80,00	\$ 240,00
EQUIPO DE AUDIO Y VIDEO			\$ 250,00
TV plasma Smart	1	\$ 250,00	\$ 250,00
ACTIVOS DIFERIDOS			\$ 215,00
Gastos de Constitución			\$ 215,00
Registro de marca	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Constitución Sas	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Patente Municipal	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Capital de trabajo (3 meses)			\$ 33.044,03
TOTAL			\$ 35.769,03

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: el autor

Según se puede evidenciar en la tabla anterior para la puesta en marcha del negocio se requiere una inversión de 35.769,03, los cuales serán cubiertos en su totalidad por recursos propios. En cuanto al monto correspondiente al capital de trabajo, pertenece a un total de 33.044,03, que será incurrido en los costos directos e indirectos generados por las operaciones de compra y venta de los chalecos durante un periodo de tres meses posteriores a la apertura del emprendimiento. El detalle se presenta a continuación:

Tabla 42. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
COSTOS DIRECTOS		\$ 25.610,58
Sueldo de vendedor	\$ 598,18	\$ 1.794,54
Mercadería	\$ 7.938,68	\$ 23.816,04
COSTOS INDIRECTOS		\$ 90,00
Cajas decorativa para la entrega del producto	\$ 30,00	\$ 90,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 6.818,45
Suministros de Oficina	\$ 78,50	\$ 78,50
Sueldo de Administrador y Asistente Administrativo	\$ 1.821,65	\$ 5.464,95
Servicios Profesionales (contador)	\$ 200,00	\$ 600,00
Arriendo local	\$ 200,00	\$ 600,00
Servicios Básicos (Administrativos)	\$ 25,00	\$ 75,00
Plan de celular 2 personas	\$ 25,00	\$ 75,00
GASTOS DE VENTA		\$ 525,00
Servicio de internet	\$ 35,00	\$ 105,00
Comision por venta a partir de 41 chalecos	\$ 40,00	\$ 120,00
Publicidad	\$ 100,00	\$ 300,00
TOTAL	\$ 2.380,15	\$ 33.044,03

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

5.3 Cálculo de Costos y Gastos

- **Costos directos e indirectos**

Los costos directos del proyecto están conformados por el costo del sueldo de vendedor, mercadería y el total de costos de la importación, mientras que el costo indirecto para el proyecto lo conforma las cajas decorativas para la entrega del producto.

Tabla 43. Costos directos e indirectos

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL (USD)
COSTOS DIRECTOS		
Sueldo de vendedor	\$ 598,18	\$ 7.178,15
Mercaderia	\$ 5.400,00	\$ 64.800,00
Total Costo de importación	\$ 2.538,68	\$ 30.464,16
1- Transporte internacional		
Flete Aproxima Courier	\$ 272,16	
Handling	\$ 50,00	
2- Derechos y Arancelarios		
	\$ 1.079,88	
3- Impuestos y tasas		
Fodinfra	\$ 28,89	
Iva Aduana	\$ 826,51	
4- Servicios locales integral		
Servicios logísticos terrestres tababela-Distrito metropolitano de Quito	\$ 10,00	
Manejo integral	\$ 30,00	
Tramite de aduana importacion courier	\$ 75,00	
ISC	\$ 16,11	
INEN Y MIPRO	\$ 120,00	
Servicios locales 12% IVA	\$ 30,13	
TOTAL	\$ 8.536,86	\$ 102.442,31
COSTOS INDIRECTOS		
Cajas decorativa para la entrega del producto	\$ 30,00	\$ 360,00
TOTAL	\$ 30,00	\$ 360,00
TOTAL GASTOS	\$ 8.566,86	\$ 102.802,31

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

- **Depreciaciones**

La depreciación de los activos corresponde al valor del desgaste de la vida útil de los muebles y enseres, equipos de oficina, audio y video utilizado en la operación de la empresa, los valores correspondientes a la depreciación se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 44. Depreciación

ACTIVO FIJO	% Deprec.	Años Vida Útil
Equipos de Oficina	10%	10
Muebles y Enseres	10%	10
Equipo de Computo	33,33%	3

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

- **Proyección de las depreciaciones**

La proyección de las depreciaciones será calculada para el tiempo de vida útil del proyecto, el cual corresponde a 5 años, a excepción de los equipos de cómputo que tendrá una duración de tres años de vida útil, el detalle de presenta en la siguiente tabla:

- **Proyección de las depreciaciones**

Tabla 45. Proyección de las depreciaciones

DESCRIPCIÓN	VALOR	% DEPRECIACIÓN	VALOR DEP. V AÑO 1°	LOR DEP. V AÑO 2	LOR DEP. V AÑO 3°	VALOR DEP. V AÑO 4	LOR DEP. V AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	835,00	10%	83,50	83,50	83,50	83,50	83,50
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.150,00	33,33%	383,30	383,30	383,30		
EQUIPO DE OFICINA	35,00	10%	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
EQUIPO DE AUDIO Y VIDEO	250,00	10%	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
INSTALACIÓN DE BODEGA	240,00	10%	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
TOTAL DEPRECIACIONES			519,30	519,30	519,30	136,00	136,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

- **Proyección de costos**

Para la proyección de los costos directos e indirecto se tomará como base de cálculo de la tasa promedio de inflación de los últimos 5 años (2018-2022), de acuerdo a los datos es correspondiente al 0,068% como incremento para cada año, cuyos valores se detallan a continuación:

Tabla 46. Proyección de costos

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
COSTOS DIRECTOS						
Sueldo de vendedor	\$ 598,18	7.178,15	7.250,42	7.323,42	7.397,15	7.471,62
Costo de importación	\$ 2.538,68	30.464,16	30.770,87	31.084,74	31.401,80	31.722,10
Mercaderia	\$ 5.400,00	\$ 64.800,00	65.452,41	66.120,02	66.794,45	67.475,75
TOTAL	\$ 8.536,86	\$ 102.442,31	\$103.473,70	\$ 104.528,17	\$105.593,39	\$ 106.669,47
COSTOS INDIRECTOS						
Cajas decorativa para la entrega del producto	\$ 30,00	360,00	363,67	367,38	371,13	374,91
TOTAL	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 363,67	\$ 367,38	\$ 371,13	\$ 374,91
TOTAL COSTOS	\$ 8.566,86	\$ 102.802,31	\$103.837,37	\$ 104.895,56	\$ 105.964,52	\$ 107.044,38

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

- **Detalle de Gastos**

Los valores incurridos en el presente proyecto lo conforman los gastos administrativos, gasto de ventas, cuyo valor mensual es de 2.450,15 mientras que al año los gastos se incrementan en un total de 29.401,80, mismo que se detallan a continuación:

Tabla 47. Detalle de gastos

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Suministros de Oficina	\$ 78,50	\$ 942,00
Sueldo de Administrador y Asistente Administrativo	\$ 1.821,65	\$ 21.859,80
Servicios Profesionales (contador)	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Gasto Servicios Básicos (Administrativos)	\$ 25,00	\$ 300,00
Gasto arriendo	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Plan de celular 2 personas	\$ 25,00	\$ 300,00
TOTAL	\$ 2.350,15	\$ 28.201,80
GASTOS DE VENTA		
Publicidad	\$ 100,00	\$ 1.200,00
TOTAL	\$ 100,00	\$ 1.200,00
TOTAL GASTOS	\$ 2.450,15	\$ 29.401,80

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: el autor

- **Proyección del gasto**

Para la estimación de los gastos para los 5 primeros años de vida útil del proyecto se consideró como base de cálculo un incremento del 0,068% anual, cuyo valor para el primero año siendo 29.401,80, incrementándose al 5 año a un total de 30.603,87, el detalle de la proyección de los gastos se presenta en la tabla siguiente:

Tabla 48. Proyección de gastos

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Suministros de Oficina	\$ 78,50	\$ 942,00	\$ 951,48	\$ 961,06	\$ 970,74	\$ 980,51
Sueldos y Salarios	\$ 1.821,65	\$ 21.859,80	\$ 22.079,88	\$ 22.302,18	\$ 22.526,72	\$ 22.753,52
Servicios Profesionales (contador)	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 2.424,16	\$ 2.448,57	\$ 2.473,22	\$ 2.498,12
Gasto Servicios Básicos (Administrativos)	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 303,02	\$ 306,07	\$ 309,15	\$ 312,27
Arriendo local (Adminsitración)	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 2.424,16	\$ 2.448,57	\$ 2.473,22	\$ 2.498,12
Plan Celular	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 303,02	\$ 306,07	\$ 309,15	\$ 312,27
TOTAL	\$ 2.350,15	\$ 28.201,80	\$ 28.485,74	\$ 28.772,53	\$ 29.062,21	\$ 29.354,81
GASTOS DE VENTA						
Publicidad	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.212,08	\$ 1.224,28	\$ 1.236,61	\$ 1.249,06
TOTAL	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.212,08	\$ 1.224,28	\$ 1.236,61	\$ 1.249,06
TOTAL GASTOS	\$ 2.450,15	\$ 29.401,80	\$ 29.697,82	\$ 29.996,81	\$ 30.298,82	\$ 30.603,87

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

5.4. Plan de financiamiento

Este punto está determinado por la forma de financiamiento de la inversión total del proyecto, la cual para el presente plan alcanza un valor de 35.769,03, distribuidos en activos fijos, diferido y capital de trabajo, valores que se detallan a continuación:

- **Inversión total**

Tabla 49 Inversión total

INVERSIONES	VALOR
ACTIVOS FIJOS	2.510,00
ACTIVOS DIFERIDOS	215,00
CAPITAL DE TRABAJO	33.044,03
TOTAL	35.769,03

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

- **Formas de financiamiento**

El valor total de la inversión será cubierto mediante recursos propios de los accionistas a través de la aportación del capital de 50% cada uno, el detalle de la forma de financiamiento se presenta en la siguiente tabla:

- **Aportación de capital**

Tabla 50. Aportación del capital

DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	% SOCIOS	TOTAL USD
Recursos Propios			
Aportación de Socios			35.769,03
Accionista 1	17.884,51	50%	
Accionista 2	17.884,51	50%	
TOTAL		100%	35.769,03

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: el autor

5.5 Cálculo de ingresos

Para el presente proyecto los ingresos operacionales se relacionan con la venta de los Chalecos Airbag, el detalle de los ingresos se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 51 .Ingresos

	PRODUCTO	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	PRECIO DEVENTA	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
AÑO 1	Chaleco de Seguridad	60	720	\$ 195	\$ 11.701,61	\$ 140.419,37
	TOTAL	60	720	\$ 195	\$ 11.701,61	\$ 140.419,37

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: el autor

Se evidencia en la tabla que en el primer año del proyecto se estima vender un total de 60 chalecos mensuales y 720 chalecos anuales a un precio de venta al público de \$195, 00 por

cada chaleco, con un total de ingresos anuales de \$11.701,61 mensuales y un valor de \$140.419,37 anuales.

- **Proyección de ingresos**

La proyección de los ingresos que se estima vender para los primeros años de vida del proyecto, se consideró la tasa de crecimiento poblacional para estimar las unidades vendidas para los años posteriores, la cual se ubicó en un porcentaje de 3,48%, mientras que para la estimación del precio de venta al público se consideró la inflación anual, que se presentó con un porcentaje del 0,068%. Los valores estimados en ventas para los 5 primeros años se presenten en la siguiente tabla.

Tabla 52 .Ingresos proyectados

	PRODUCTO	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	PRECIO DE VENTA	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
AÑO 1	Chaleco de Seguridad	60	720	\$ 195	\$ 11.701,61	\$ 140.419,37
	TOTAL	60	720	\$ 195	\$ 11.701,61	\$140.419,37
AÑO 2	Chaleco de Seguridad	62	745	\$ 197	\$ 12.230,74	\$ 146.768,91
	TOTAL	62	745	\$ 197	\$ 12.230,74	\$146.768,91
AÑO 3	Chaleco de Seguridad	64	753	\$ 199	\$ 12.783,80	\$ 153.405,56
	TOTAL	64	753	\$ 199	\$ 12.783,80	\$153.405,56
AÑO 4	Chaleco de Seguridad	66	760	\$ 201	\$ 13.361,86	\$ 160.342,31
	TOTAL	66	760	\$ 201	\$ 13.361,86	\$160.342,31
AÑO 5	Chaleco de Seguridad	69	768	\$ 203	\$ 13.966,06	\$ 167.592,72
	TOTAL	69	768	\$ 203	\$ 13.966,06	\$167.592,72

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

5.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se utiliza para determinar el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos y gastos de una empresa, sin incurrir en pérdidas ni obtener ganancias.

En el desarrollo del presente plan de negocios el punto de equilibrio permito conocer la cantidad de chalecos que se necesita vender al mes para cubrir los costos y gasto sin obtener una utilidad, cuyos datos se presenta a continuación.

Datos

Costos fijos	\$29.401,80
Costos variables	\$102.802,31
Costo variable unitario	\$142,78
Precio de venta unitario	\$195,00

Fórmula de cálculo, para el punto de equilibrio en unidades

$$\frac{\text{Costo fijo}}{\text{Prec. Vta. Unit} - \text{Costo Variable Unit}}$$

Desarrollo:

$$Q_e = \frac{29.401,80}{195 - 142,78}$$

$$Q_e = \frac{29.401,80}{52,22}$$

$$Q_e = 563 \text{ Chalecos}$$

Fórmula de cálculo para el punto de equilibrio en dólares

$$I_e = \text{Cantidad de Equilibrio} \times \text{Precio de venta}$$

$$I_e = 563 \times 195,00$$

$$I_e = \$109.794,32$$

Representación gráfica del punto de equilibrio

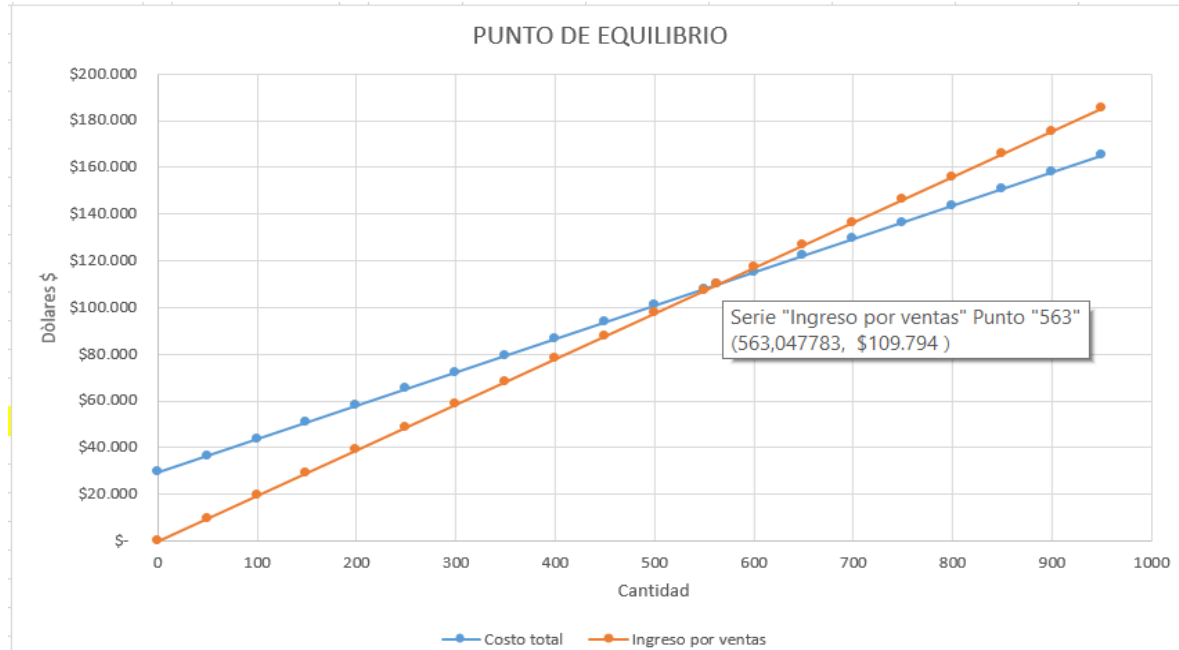
Tabla 53 Punto de equilibrio

Unidades	Costo total	Ingreso por ventas	Costo Fijo	Costo Variable
0	\$ 29.402	\$ -	\$ 29.402	\$ -
50	\$ 36.541	\$ 9.750	\$ 29.402	\$ 7.139
100	\$ 43.680	\$ 19.500	\$ 29.402	\$ 14.278
150	\$ 50.819	\$ 29.250	\$ 29.402	\$ 21.417
200	\$ 57.958	\$ 39.000	\$ 29.402	\$ 28.556
250	\$ 65.097	\$ 48.750	\$ 29.402	\$ 35.695
300	\$ 72.236	\$ 58.500	\$ 29.402	\$ 42.834
350	\$ 79.375	\$ 68.250	\$ 29.402	\$ 49.973
400	\$ 86.514	\$ 78.000	\$ 29.402	\$ 57.112
450	\$ 93.653	\$ 87.750	\$ 29.402	\$ 64.251
500	\$ 100.792	\$ 97.500	\$ 29.402	\$ 71.390
550	\$ 107.931	\$ 107.250	\$ 29.402	\$ 78.530
563	\$ 109.794	\$ 109.794	\$ 29.402	\$ 80.393
600	\$ 115.070	\$ 117.000	\$ 29.402	\$ 85.669
650	\$ 122.209	\$ 126.750	\$ 29.402	\$ 92.808
700	\$ 129.348	\$ 136.500	\$ 29.402	\$ 99.947
750	\$ 136.488	\$ 146.250	\$ 29.402	\$ 107.086
800	\$ 143.627	\$ 156.000	\$ 29.402	\$ 114.225
850	\$ 150.766	\$ 165.750	\$ 29.402	\$ 121.364
900	\$ 157.905	\$ 175.500	\$ 29.402	\$ 128.503
950	\$ 165.044	\$ 185.250	\$ 29.402	\$ 135.642

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

Figura 33 Cruce de punto de equilibrio



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

En la figura se puede visualizar el punto de corte donde se cruza los costos y gastos que genera la compra de los chalecos airbag con los ingresos obtenidos por la venta de los mismos, determinando la cantidad de chalecos que se debe vender al mes para recuperar los gastos son obtener rentabilidad.

5.7 Estado de resultados proyectado

Proporciona una visión general de la rentabilidad de la empresa al comparar los ingresos generados con los gastos incurridos para generar esos ingresos.

Según los datos estimado de los costos y gastos, así como de los ingresos que se prevé obtener con la venta de los chalecos, se elaboró un estado de resultados que permitió verificar la utilidad neta que obtendrá la empresa con la puesta en marcha del proyecto.

El detalle del Estado de Resultados se presenta a continuación.

Tabla 54 .Estado de resultados

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	140.419,37	146.768,91	153.405,56	160.342,31	167.592,72
(-) COSTO DE VENTAS	102.802,31	103.837,37	104.895,56	105.964,52	107.044,38
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	37.617,06	42.931,54	48.510,00	54.377,78	60.548,34
(-) GASTOS OPERACIONALES	29.401,80	29.697,82	29.996,81	30.298,82	30.603,87
GASTOS ADMINISTRATIVOS	28.201,80	28.485,74	28.772,53	29.062,21	29.354,81
GASTOS DE VENTAS	1.200,00	1.212,08	1.224,28	1.236,61	1.249,06
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	8.215,26	13.233,72	18.513,19	24.078,96	29.944,47
(-) 15% Participación trabajadores	1.232,29	1.985,06	2.776,98	3.611,84	4.491,67
(=) UTILIDAD POST PARTICIPACION TRABAJADORES	6.982,97	11.248,66	15.736,21	20.467,12	25.452,80
(-) 25% Impuesto a la Renta	1.745,74	2.812,17	3.934,05	5.116,78	6.363,20
(=) UTILIDAD NETA	5.237,23	8.436,50	11.802,16	15.350,34	19.089,60

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

Según se puede verificar en la tabla, la utilidad neta para el primer año es de \$5237,23, mientras que, para el quinto año, la rentabilidad alcanzo un total de \$19.089,60, demostrando con ello la rentabilidad del proyecto.

5.8 Flujo de caja

El flujo de caja, también conocido como estado de flujo de efectivo, es un informe financiero que muestra las entradas y salidas de efectivo de una empresa durante un período específico de tiempo.

El movimiento del flujo de efectivo que se genera la venta y compra de los chalecos se presenta a continuación:

Tabla 55 Flujo de Caja

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
A	INGRESOS OPERACIONALES	35.769,03	140.419,37	146.768,91	153.405,56	160.342,31	167.592,72
	Recursos propios	35.769,03					
	Ingresos por venta	-	140.419,37	146.768,91	153.405,56	160.342,31	167.592,72
B	EGRESOS OPERACIONALES		132.204,11	133.535,19	134.892,37	136.263,35	137.648,26
	Costo indirecto		360,00	363,67	367,38	371,13	374,91
	Costo directo		102.442,31	103.473,70	104.528,17	105.593,39	106.669,47
	Gastos de Administración		28.201,80	28.485,74	28.772,53	29.062,21	29.354,81
	Gastos de Ventas		1.200,00	1.212,08	1.224,28	1.236,61	1.249,06
C	FLUJO OPERACIONAL (A-B)		8.215,26	13.233,72	18.513,19	24.078,96	29.944,47
D	INGRESOS NO OPERACIONALES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E	EGRESOS NO OPERACIONALES	-	2.978,03	4.797,22	6.711,03	8.728,62	10.854,87
	Pago de participación de utilidades		1.232,29	1.985,06	2.776,98	3.611,84	4.491,67
	Pago 25% Impuesto a la Renta		1.745,74	2.812,17	3.934,05	5.116,78	6.363,20
F	FLUJO NO OPERACIONAL(D-E)		-2.978,03	-4.797,22	-6.711,03	-8.728,62	-10.854,87
G	FLUJO NETO GENERAL (C-F)	35.769,03	5.237,23	8.436,50	11.802,16	15.350,34	19.089,60
	(+) Depreciación		519,30	519,30	519,30	136,00	136,00
J	FLUJO NETO DE CAJA	-35.769,03	5.756,52	8.955,79	12.321,45	15.486,34	19.225,60

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: el autor

5.9 Evaluación financiera

Esta evaluación se basa en el análisis de diversos aspectos financieros y el uso de herramientas.

A continuación, se analizan los principales indicadores financieros que permitirán establecer la factibilidad financiera del proyecto.

- **Valor Actual Neto (VAN)**

El Valor Actual Neto (VAN), representa la diferencia entre el valor presente de los flujos de efectivo y futuros generados por un proyecto y el valor presente de las inversiones iniciales o costos asociados con dicho proyecto.

El cálculo del valor actual neto que genera la operación de la empresa se presenta a continuación.

Formula:

$$VAN = -inversión\ inicial + \frac{FCN1}{(1+td)^1} + \frac{FCN2}{(1+Td)^2} + \frac{FCN3}{(1+td)^3} + \frac{FCN4}{(1+Td)^4} + \frac{FCN5}{(1+Td)^5}$$

Desarrollo:

$$VAN = -35.769,03 + \frac{5.756,52}{(1+0,0765)^1} + \frac{8.955,79}{(1+0,0765)^2} + \frac{12.321,45}{(1+0,0765)^3} + \frac{15.486,34}{(1+0,0765)^4} + \frac{19.225,60}{(1+0,0765)^5}$$

$$VAN = -35.769,03 + 5.347,44 + 7728,155328 + 9876,879673 + 11531,6792 + 13298,7146$$

$$VAN = 12.013,85$$

Los resultados de las estimaciones y supuestos establecidos para el presente proyecto demuestran que el Valor Presente Neto, asciende a un valor positivo de \$12,013,85 por lo tanto, al verificar que el VAN es mayor a cero se ratifica la rentabilidad que puede generar la puesta en marcha del negocio.

- **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

La Tasa Interna de Retorno (TIR), representa la tasa de rendimiento esperada de un proyecto y es el porcentaje de descuento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo futuros generados por el proyecto con la inversión inicial o costo del proyecto.

La Tasa Interna de Retorno del proyecto se detalla en el siguiente calculo:

Fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

$$TIR = \sum_{t=1}^n -35.769,03 + \frac{5.756,52}{(1 + 0,765)^1} + \frac{8.955,79}{(1 + 0,765)^2} + \frac{12.321,45}{(1 + 0,765)^3} + \frac{15.486,34}{(1 + 0,765)^4} + \frac{19,225,60}{(1 + 0,765)^5}$$

TIR = 17%

De acuerdo con el cálculo de la TIR, se establece la viabilidad del proyecto.

- **Beneficio Costo**

El análisis costo-beneficio es una herramienta utilizada para evaluar y comparar los costos y beneficios de un proyecto, programa o política. El objetivo es determinar si los beneficios esperados del proyecto justifican los costos incurridos y si el proyecto es financieramente viable.

La relación costo beneficio que genera el proyecto se presenta a continuación:

$$\frac{RB}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos Totales del Proyecto}}$$

$$\frac{RB}{C} = \frac{\sum 615.384,552}{\sum 542.850,03}$$

$$\frac{RB}{C} = 1,1$$

Con lo anterior se establece que por cada dólar invertido se retribuirá 0,10 ctv. de rentabilidad.

- **Período de Recuperación**

El período de recuperación, evalúa el tiempo que se necesita para recuperar la inversión inicial realizada en un proyecto, representa el período de tiempo necesario para que los flujos de efectivo generados por el proyecto cubran completamente el costo de la inversión.

En cuanto al periodo de recuperación del proyecto se establece a continuación:

Tabla 56 . Periodo de recuperación

PERIODO DE RECUPERACION	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO DE CAJA	-35.769,03	5.756,52	8.955,79	12.321,45	15.486,34	19.225,60
(1+i) ⁿ		1,0765	1,15885225	1,247504447	1,342938537	1,445673335
FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO	-35.769,03	5347,44	7728,16	9876,88	11531,68	13298,71
FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO	-35.769,03	-30.421,58	-22.693,43	-12.816,55	-1.284,87	12.013,85
Tiempo en el que se recupera			5 años, 10 meses, 5 días.			

Se puede observar que el tiempo que se recuperará la inversión inicial será a los 5 años, 10 meses, 5 días, esto asegurando la viabilidad que tendrá el producto en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Tránsito. (16 de 5 de 2022). *Gob.ec*. Recuperado el 15 de 07 de 2023, de <https://www.gob.ec/ant>
- Avilés, José, Galan, & Alfredo. (Marzo de 2023). Programa de la Maestría en Dirección de Tecnologías de Información. *Plan de negocio para la creación de una empresa que brinde un servicio basado en una plataforma de interacción humana dentro de un metaverso enfocado en el sector corporativo*. Surco: Universidas ESAN Business. Obtenido de https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/3430/2023_MADTI_20-2_03_TI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cano, G. (2018). Las TICs en las empresas evolución de la tecnología y cambio estructural en las organizaciones. *Dom. Cien., ISSN: 2477-8818*. Obtenido de <file:///C:/Users/galit/Downloads/Dialnet-LasTICsEnLasEmpresas-6313252.pdf>
- Catalina M. Alonso, D. J. (2012). *Los Estilos de Aprendizaje, Procedimiento de diagnóstico y mejora*. S/C: Ediciones Mensajero.
- Chapoñan, M. A., & Vargas, R. A. (2022). Plan de negocios para la exportación de pimiento piquillo en conserva al mercado de España de la empresa agroindustrias Salas, 2020 – 2023. *Gestión Empresarial y Emprendimiento*. Peru: Universidad Señor de Sipan. Obtenido de <repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/10486/Chapoñan%20Zapata%2c%20Marcos%20%26%20Vargas%20Montenegro%2c%20Renzo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Constitución de sociedades por acciones simplificadas. (2020). *Constitución de sociedades por acciones simplificadas*. Quito Ecuador: Gob.ec. Recuperado el 15 de 07 de 2023, de <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas#>
- Contifico.com. (6 de 06 de 2022). *SIIGO Contifico* . Obtenido de <https://contifico.com/ques-el-sistema-contable-contifico/>

- El Universo . (15 de 04 de 2023). Un ligero crecimiento en ventas prevé el sector automotor de Ecuador en este 2023, pese a más desafíos. *Un ligero crecimiento en ventas prevé el sector automotor de Ecuador en este 2023, pese a más desafíos*, pág. 3.
- Escobar, L. M. (2019). Diseño de organización estructural de la liga de kick boxing de bogotá. *Universidad Cundinamarca*. Obtenido de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/2055>
- GAD Tumbaco. (6 de 3 de 2020). *Gad Tumbaco*. Recuperado el 6 de 5 de 2023, de <https://tumbaco.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/PDOTTUMBACO2020nov.pdf>
- Gamamotor . (2022). CONOCE LOS 5 NUEVOS AVANCES EN TECNOLOGÍA PARA AUTOS NUEVOS ESTE 2022. *GAMAMOTORS*.
- Gaytán, J. (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. *El plan de negocios y la rentabilidad*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-01632020000200143&script=sci_arttext
- GLOBAL STATUS REPORT ON ROAD SAFETY. (1 de 4 de 2019). *TIME FOR ACTION*. Recuperado el 15 de 07 de 2023, de https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/44122/9789241563840_eng.pdf
- Hernández, L. V. (2018). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PAN A BASE DE PROTEÍNAS NATURALES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI*. Ambato, Ecuador: DSpace Universidad Indoamerica. Obtenido de <http://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/818>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2016). *Metodología de la Investigación* . México: MC Graw Hill.
- IESS. (15 de 04 de 2022). *IESS empleador*. Recuperado el 17 de 07 de 2023, de <https://www.iess.gob.ec/empleador-web/pages/principal.jsf>
- INEC. (12 de 4 de 2010). *Ecuador en cifras*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda-2010/>

Ley Orgánica de Emprendimiento. Ecuador. (2020). *SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS (S.A.S.) UNA NUEVA ALTERNATIVA PARA LOS EMPRENDEDORES*. Quito: Superintendencia de Compañías. Recuperado el 17 de 07 de 2023, de <https://www.uhyecuador.ec/es/sas-emprendedores/#:~:text=La%20Sociedad%20por%20Acciones%20Simplificadas,fo rmalizaci%C3%B3n%20y%20desarrollo%20de%20empresas>.

Llamuca Pérez, S. L. (Septiembre de 2019). PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PIÑA DESHIDRATADA EN POLVO, CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA. Ecuador: DSpace Universidad Indoamerica. Obtenido de <https://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/1391>

Lopez, D. (17 de Marzo de 2023). Plan de negocio para evaluar la viabilidad económica financiera de la creación de una empresa de soluciones de agrotecnología para empresas dedicadas al cultivo de la uva. *Plan de negocio para evaluar la viabilidad económica financiera de la creación de una empresa de soluciones de agrotecnología para empresas dedicadas al cultivo de la uva*. Lima, Perú: Universidad ESAN Business.

Luna, A. (2019). *Plan estratégico de negocios*. Mexico : Grupo Editorial Patria.

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2023). *Gobierno destina USD 10'050.000 para emprendimientos y mipymes que desarrollen innovación productiva*. Quito Ecuador: Gobierno del Ecuador. Recuperado el 11 de 05 de 2023, de <https://www.produccion.gob.ec/gobierno-destina-usd-10050-000-para-emprendimientos-y-mipymes-que-desarrollen-innovacion-productiva/>

Ochante, A. G. (2023). Contador Público . *Plan de negocios para la creación de un hospedaje/guardería de Canes*. Lima, Perú: Universidad Marcelino Chanpagnat.

Pazmiño, M. R. (3 de agosto de 2020). *Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de chalecos Airbag en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Santiago de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/15438>

- Portal único de trámites ciudadano . (14 de 06 de 2022). Obtenido de Licencia Digital:
<https://www.gob.ec/ant/licencia-digital>
- Registro Oficial Suplemento . (2018). *LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE*.
Quito: LEXISFINDER.
- Romero, M. (2020). Plan de negocio. *Dialnet*. Obtenido de <http://siip2019-2021.bdigital.uncu.edu.ar/15797>
- SAP.COM. (6 de 06 de 2023). *Planificación de recursos empresariales (ERP)*. Obtenido de
Planificación de recursos empresariales (ERP):
<https://www.sap.com/latinamerica/products/erp/what-is-erp.html>
- Tantaleán, R. M. (2016). TIPOLOGÍA DE LAS INVESTIGACIONES JURÍDICAS.
Derecho y Cambio Social, 37. Obtenido de <file:///C:/Users/galit/Downloads/Dialnet-TipologiaDeLasInvestigacionesJuridicas-5456267.pdf>
- Tienda Airbag. (5 de 3 de 2019). *Airbag.com*. Recuperado el 16 de 5 de 2023, de
<http://tiendaairbag.com/comprar/sistema-airbag/tapas-airbag-piloto-y-copiloto/tapa-de-volante/tapa-airbag-piloto-kia-rio-2016-2019/>
- Turban, E., Pollard, C., Wood, G., & Chatterjee, R. (2018). Tecnología de la información para la gestión: transformando los negocios en la era digital. *Scielo*, 45.
- UNIPLEX Business. (15 de 14 de 2023). *Sociedad por Acciones Simplificada” (S.A.S)*.
Obtenido de <https://www.uniplexsystems.com/sociedad-por-acciones-simplificada-s-a-s/>
- Universidad de los Hemisferios. (17 de 2 de 2023). Recuperado el 10 de 07 de 2023, de
Constitución de una empresa: ¿qué pasos seguir y cómo prepararse?:
<https://www.uhemisferios.edu.ec/blog/alumni/constitucion-de-una-empresa/>
- Urbina, G. (2017). *Evaluación de Proyectos*. Mexico : McGraw Hill.

Anexos

Anexo.1 Encuesta



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

La siguiente encuesta se desarrollará con el objetivo de conocer la factibilidad potencial del “Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de equipos de seguridad de motociclistas con airbag recargables de cartuchos de CO₂, en el distrito metropolitano de Quito, en el sector de Tumbaco.”, esta encuesta es para temas estrictamente académicos.

1.- ¿Conoce usted qué es un chaleco AIRBAG para motociclistas?

-Si

-No

2.- ¿Cree usted que un sistema de seguridad AIRBAG reduce lesiones o la probabilidad de muerte en caso de accidentes de tránsito?

-Si

-No

3.- ¿De utilizar un chaleco AIRBAG, qué sistema de funcionamiento optaría?

-Mecánico

-Electrónicos

4.- De sufrir un accidente de tránsito en una * motocicleta, obviando la cabeza. ¿Cuál de las siguientes zonas corporales cree que es la más propensa a recibir heridas?

-Brazos

-Piernas

-Tórax

-Otro:

5.- ¿Considera usted que es "SUFICIENTE" el uso del casco para reducir la probabilidad de riesgos en un accidente de tránsito?

-Si

-No

6.- ¿Cree usted que vale la pena el invertir en un chaleco AIRBAG, el cual ayude a disminuir el porcentaje de fallecidos en siniestros de tránsito?

-Si

-No

7.- De optar por un chaleco AIRBAG ¿Qué valor estaría dispuesto a desembolsar para este sistema de seguridad?

-De 100\$ a 150\$

-De 150\$ a 200\$

-De 200\$ a 250\$

-Más de 250\$

8.- En su opinión ¿Considera que, además del uso del casco, debería ser un requisito el llevar un chaleco AIRBAG para circular con una motocicleta en la ciudad?

-Si

-No

9.- Según su criterio ¿Cuál considera como la principal limitante que tienen los chalecos AIRBAG para popularizarse en el mercado ecuatoriano?

-Desconocimiento del producto

-El precio en el mercado local

-Desconfianza de su funcionamiento

-Otro:

10.- ¿Conoce usted algún establecimiento o local que venda y brinde mantenimiento a los chalecos AIRBAG dentro de la ciudad?

-Si

-No

11.-¿Mediante que método de comunicación le gustara conocer más sobre el producto?

-Redes Sociales

-Televisión

-Radio

-Todas las anteriores