



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE COMERCIALIZACIÓN Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE
ALQUILER DE SCOOTERS ELÉCTRICOS EN LA CIUDAD DE
RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2023.**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN FINANZAS

AUTOR:

JOFFRE EDUARDO MAMALLACTA AGUINDA

Riobamba – Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE COMERCIALIZACIÓN Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE
ALQUILER DE SCOOTERS ELÉCTRICOS EN LA CIUDAD DE
RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2023.**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN FINANZAS

AUTOR: JOFFRE EDUARDO MAMALLACTA AGUINDA

DIRECTOR: ING. FAUSTO FRANCISCO NAVARRETE CHÁVEZ

Riobamba – Ecuador

2023

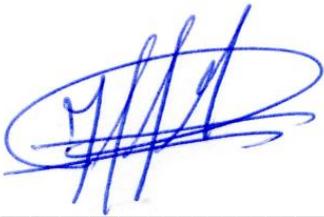
©2023, Joffre Eduardo Mamallacta Aguinda

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Joffre Eduardo Mamallacta Aguinda, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 29 de noviembre de 2023

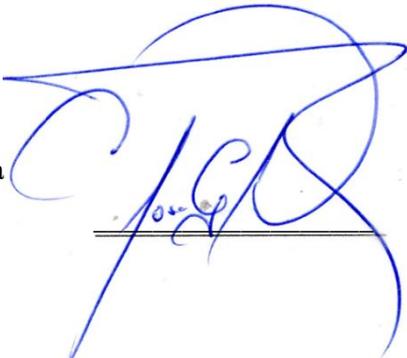


Joffre Eduardo Mamallacta Aguinda

C.I: 150101314-6

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto de Investigación, **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE ALQUILER DE SCOOTERS ELÉCTRICOS EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2023.**, realizado por el señor: **JOFFRE EDUARDO MAMALLACTA AGUINDA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Ángel Bolívar Burbano Pérez PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2023-11-29
Ing. Fausto Francisco Navarrete Chávez DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-11-29
Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-11-29

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación se la dedico a mis padres Eduardo y Gloria quienes ha sido un pilar fundamental en mi vida, los cuales me han apoyado para seguir adelante a pesar de las adversidades y me han enseñado que el esfuerzo tiene su recompensa al final del camino

Joffre

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios quien me ha brindado la esencia llamada vida, a mis padres quienes con su gran esfuerzo me han apoyado para llegar a culminar este proceso y cada meta que me he planteado a lo largo de mi vida, por último, agradecer a quienes me han impulsado a seguir por el camino correcto, mis amigos, mi familia y mis maestros.

Joffre

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS	xix
RESUMEN	xx
ABSTRACT	xxi
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Limitaciones y delimitaciones	3
1.2.1. Límite del contenido	3
1.2.2. Límite espacial	3
1.2.3. Delimitación temporal	3
1.3. Problema General de investigación	4
1.4. Problemas específicos de investigación.....	4
1.5. Objetivos.....	4
1.5.1. Objetivo general.....	4
1.5.2. Objetivos específicos	4
1.6. Justificación.....	5
1.6.1. Justificación teórica	5
1.6.2. Justificación metodológica	5
1.6.3. Justificación práctica	5
1.7. Variables.....	6
1.8. Idea a defender	6

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	7
2.1. Antecedentes de investigación.....	7
2.2. Referencias teóricas	12
2.2.1. Plan de negocios	12

2.2.1.1.	<i>Importancia</i>	12
2.2.1.2.	<i>Características</i>	12
2.2.1.3.	<i>Finalidad del Plan de negocios</i>	13
2.2.1.4.	<i>Esquema de un plan de negocios</i>	14
2.2.1.5.	<i>Tipos de planes de negocios</i>	15
2.2.2.	<i>Estructura del plan de negocios</i>	16
2.2.3.	<i>Gestión estratégica</i>	16
2.2.3.1.	<i>Definición de negocio</i>	16
2.2.3.2.	<i>Misión</i>	17
2.2.3.3.	<i>Visión</i>	17
2.2.3.4.	<i>Valores</i>	18
2.2.3.5.	<i>Análisis FODA</i>	18
2.2.3.6.	<i>Objetivos estratégicos</i>	19
2.2.4.	<i>Gestión de marketing</i>	20
2.2.4.1.	<i>Proceso de desarrollo del plan de marketing</i>	21
2.2.4.2.	<i>Análisis de mercado</i>	21
2.2.4.3.	<i>Tamaño del mercado</i>	22
2.2.4.4.	<i>Segmentación</i>	22
2.2.4.5.	<i>Cliente</i>	22
2.2.4.6.	<i>Público objetivo</i>	23
2.2.4.7.	<i>Ventaja competitiva</i>	23
2.2.4.8.	<i>Análisis de la competencia</i>	23
2.2.4.9.	<i>Producto</i>	23
2.2.4.10.	<i>Servicio</i>	24
2.2.4.11.	<i>Estrategia de precios</i>	24
2.2.4.12.	<i>Estrategia de distribución</i>	24
2.2.4.13.	<i>Scooter o escúter</i>	24
2.2.4.14.	<i>Promoción</i>	25
2.2.5.	<i>Gestión operativa</i>	25
2.2.5.1.	<i>Objetivo de operaciones</i>	25
2.2.5.2.	<i>Plan de operaciones</i>	26
2.2.5.3.	<i>Recursos materiales necesarios</i>	26
2.2.5.4.	<i>Viabilidad técnica</i>	27
2.2.5.5.	<i>Inventarios</i>	27
2.2.5.6.	<i>Activos fijos</i>	27
2.2.5.7.	<i>Estándares de calidad</i>	27

2.2.5.8.	<i>Localización</i>	27
2.2.6.	Gestión de talento humano	27
2.2.6.1.	<i>Estructura organizacional</i>	28
2.2.6.2.	<i>Reclutamiento</i>	28
2.2.6.3.	<i>Selección de personal</i>	28
2.2.6.4.	<i>Contratación</i>	29
2.2.6.5.	<i>Remuneraciones y compensaciones</i>	29
2.2.7.	Gestión legal	29
2.2.7.1.	<i>Acta de constitución</i>	29
2.2.7.2.	<i>Condicionamiento del producto o servicio</i>	29
2.2.7.3.	<i>Responsabilidad social</i>	30
2.2.8.	Gestión financiera	30
2.2.8.1.	<i>Inversión total</i>	30
2.2.8.2.	<i>Inversiones previas</i>	30
2.2.8.3.	<i>Capital de trabajo</i>	30
2.2.8.4.	<i>Costo de administración</i>	31
2.2.8.5.	<i>Costos de comercialización</i>	31
2.2.8.6.	<i>Fuentes de financiamiento</i>	31
2.2.8.7.	<i>Estados financieros</i>	31
2.2.8.8.	<i>Balance Inicial</i>	31
2.2.8.9.	<i>Balance general</i>	32
2.2.8.10.	<i>Estado de resultados</i>	32
2.2.8.11.	<i>Flujo de caja</i>	32
2.2.8.12.	<i>Evaluación financiera</i>	32
2.2.8.13.	<i>Valor Actual Neto (VAN)</i>	32
2.2.8.14.	<i>Tasa Interna de Retorno (TIR)</i>	33
2.2.8.15.	<i>Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)</i>	34
2.2.8.16.	<i>Punto de equilibrio</i>	34

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	35
3.1.	Enfoque de investigación	35
3.1.1.	<i>Enfoque cualitativo</i>	35
3.1.2.	<i>Enfoque cuantitativo</i>	35
3.2.	Nivel de investigación	35

3.2.1.	<i>Investigación exploratoria</i>	35
3.2.2.	<i>Investigación descriptiva</i>	36
3.3.	Diseño de investigación	36
3.3.1.	<i>Investigación no experimental</i>	36
3.4.	Tipo de estudio	37
3.4.1.	<i>Investigación bibliográfica-documental</i>	37
3.4.2.	<i>Investigación de campo</i>	37
3.5.	Población y muestra	37
3.5.1.	<i>Población</i>	37
3.5.2.	<i>Muestra</i>	37
3.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	38
3.6.1.	<i>Métodos</i>	38
3.6.1.1.	<i>Método deductivo</i>	38
3.6.1.2.	<i>Método inductivo</i>	39
3.6.2.	<i>Técnicas</i>	39
3.6.2.1.	<i>Encuesta</i>	39
3.6.3.	<i>Instrumentos</i>	39
3.6.3.1.	<i>Cuestionario</i>	39

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	40
4.1.	Resultados de la encuesta e interpretación de datos	40

CAPÍTULO V

5.	MARCO PROPOSITIVO	57
5.1.	Título	57
5.2.	Objetivo propuesto	57
5.3.	Alcance del proyecto	57
5.4.	Estructura de la propuesta	57
5.5.	Plan de negocios	58
5.5.1.	<i>Resumen ejecutivo</i>	58
5.5.2.	<i>Gestión estratégica</i>	58
5.5.2.1.	<i>Definición del negocio</i>	58
5.5.2.2.	<i>Misión</i>	58

5.5.2.3.	<i>Visión</i>	59
5.5.2.4.	<i>Valores corporativos</i>	59
5.5.2.5.	<i>Logo</i>	60
5.5.2.6.	<i>Slogan</i>	60
5.5.2.7.	<i>Objetivos estratégicos</i>	60
5.5.2.8.	<i>Análisis FODA</i>	61
5.5.2.9.	<i>FODA</i>	61
5.5.2.10.	<i>Matriz de evaluación de factores</i>	63
5.5.2.11.	<i>Factores con mayor participación</i>	64
5.5.3.	<i>Gestión de marketing</i>	64
5.5.3.1.	<i>Estudio de mercado</i>	64
5.5.3.2.	<i>Tamaño del mercado</i>	64
5.5.3.3.	<i>Segmentación</i>	65
5.5.3.4.	<i>Demanda Actual</i>	65
5.5.3.5.	<i>Proyección de la demanda</i>	65
5.5.3.6.	<i>Análisis de la oferta</i>	66
5.5.3.7.	<i>Proyección de la oferta</i>	66
5.5.3.8.	<i>Demanda insatisfecha</i>	67
5.5.3.9.	<i>Clientes</i>	67
5.5.3.10.	<i>Ventaja competitiva</i>	67
5.5.3.11.	<i>Producto</i>	68
5.5.3.12.	<i>Servicio</i>	74
5.5.3.13.	<i>Precio</i>	76
5.5.3.14.	<i>Estrategia de precios</i>	78
5.5.3.15.	<i>Formas de pago</i>	80
5.5.3.16.	<i>Plaza</i>	80
5.5.3.17.	<i>Proveedores potenciales</i>	81
5.5.3.18.	<i>Promoción</i>	82
5.5.3.19.	<i>Modelo Canvas</i>	83
5.5.4.	<i>Gestión operativa</i>	84
5.5.4.1.	<i>Objetivos de operación</i>	84
5.5.4.2.	<i>Capacidad horaria de prestación de servicios</i>	85
5.5.4.3.	<i>Localización de la empresa</i>	86
5.5.4.4.	<i>Macro localización</i>	87
5.5.4.5.	<i>Micro localización</i>	87
5.5.4.6.	<i>Infraestructura del negocio</i>	88

5.5.4.7.	<i>Costo de adquisición del producto</i>	89
5.5.4.8.	<i>Precios del servicio de alquiler</i>	90
5.5.4.9.	<i>Proceso de comercialización</i>	91
5.5.4.10.	<i>Proceso de prestación de servicios de alquiler</i>	92
5.5.4.11.	<i>Materiales y recursos necesarios</i>	93
5.5.4.12.	<i>Recursos humanos</i>	93
5.5.4.13.	<i>Equipo de computo</i>	93
5.5.4.14.	<i>Muebles y enseres</i>	94
5.5.4.15.	<i>Equipos de oficina</i>	94
5.5.4.16.	<i>Útiles de oficina</i>	94
5.5.4.17.	<i>Material de limpieza</i>	95
5.5.4.18.	<i>Material técnico</i>	95
5.5.4.19.	<i>Vehículos</i>	95
5.5.5.	<i>Gestión de talento humano</i>	96
5.5.5.1.	<i>Organigrama estructural</i>	96
5.5.5.2.	<i>Organigrama funcional</i>	97
5.5.5.3.	<i>Reclutamiento</i>	97
5.5.5.4.	<i>Proceso de reclutamiento</i>	97
5.5.5.5.	<i>Descripción de los puestos de trabajo</i>	98
5.5.5.6.	<i>Manual de funciones</i>	99
5.5.5.7.	<i>Remuneraciones y compensaciones</i>	106
5.5.6.	<i>Gestión legal</i>	106
5.5.6.1.	<i>Personería jurídica</i>	106
5.5.6.2.	<i>Requisitos para el otorgamiento de personería jurídica</i>	106
5.5.6.3.	<i>Registro Único de Contribuyentes</i>	107
5.5.6.4.	<i>Sociedades</i>	107
5.5.6.5.	<i>Tipo de empresa</i>	107
5.5.6.6.	<i>Constitución</i>	108
5.5.6.7.	<i>Condicionamiento del productos o servicio</i>	108
5.5.6.8.	<i>Legislación vial</i>	108
5.5.7.	<i>Gestión financiera</i>	109
5.5.7.1.	<i>Inversiones iniciales</i>	109
5.5.7.2.	<i>Inversión fija</i>	109
5.5.7.3.	<i>Inversión diferida</i>	110
5.5.7.4.	<i>Capital de trabajo</i>	110
5.5.7.5.	<i>Resumen de la inversión</i>	111

5.5.7.6.	<i>Financiamiento</i>	111
5.5.7.7.	<i>Costos de ventas</i>	113
5.5.7.8.	<i>Gastos administrativos</i>	113
5.5.7.9.	<i>Gasto de ventas</i>	115
5.5.7.10.	<i>Gastos financieros</i>	116
5.5.7.11.	<i>Ingresos</i>	117
5.5.7.12.	<i>Estado de resultados</i>	118
5.5.7.13.	<i>Balance general</i>	119
5.5.7.14.	<i>Flujo neto del efectivo</i>	120
5.5.7.15.	<i>Punto de equilibrio</i>	121
5.5.8.	<i>Evaluación económica -financiera</i>	123
5.5.8.1.	<i>Valor Actual Neto</i>	123
5.5.8.2.	<i>Tasa Interna de Retorno</i>	124
5.5.8.3.	<i>Periodo de Recuperación de la Inversión</i>	124
5.5.8.4.	<i>Relación Beneficio Costo</i>	125
CONCLUSIONES		126
RECOMENDACIONES		127
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4-1:	Edad	40
Tabla 4-2:	Género.....	41
Tabla 4-3:	¿Qué tipos de ingresos percibe?	42
Tabla 4-4:	¿Estás familiarizado/a con los scooters eléctricos como una opción de transporte sostenible en Riobamba?	43
Tabla 4-5:	¿Te interesaría utilizar scooters eléctricos como medio de transporte en tus desplazamientos diarios en Riobamba?	44
Tabla 4-6:	¿Cuál es la principal razón por la que considerarías utilizar scooters eléctricos en Riobamba?	45
Tabla 4-7:	¿Consideras importante contribuir a la reducción de la contaminación ambiental al utilizar medios de transporte sostenibles como los scooters eléctricos?	46
Tabla 4-8:	¿Cuál de las siguientes opciones de potencia o autonomía preferirías en un scooter eléctrico?	47
Tabla 4-9:	¿Qué características adicionales considerarías importantes en un scooter eléctrico?	48
Tabla 4-10:	¿Considerarías comprar un scooter eléctrico para uso personal en Riobamba? ...	49
Tabla 4-11:	¿Estaría interesado en adquirir un servicio de alquiler de scooter eléctricos en la ciudad de Riobamba como una opción de movilidad personal?	50
Tabla 4-12:	¿Consideraría que para el uso del servicio de alquiler de Scooters eléctricos se implemente el uso de una membresía con todos los datos, condiciones y restricciones necesarias para la seguridad del servicio hacia el cliente y la empresa?	51
Tabla 4-13:	¿Qué distancia promedio recorrerías en un viaje típico utilizando un scooter eléctrico en Riobamba?	52
Tabla 4-14:	¿Estarías dispuesto/a pagar un precio justo por el alquiler de scooters eléctricos a los siguientes valores por kilómetro recorrido?	53
Tabla 4-15:	¿Qué servicios adicionales valorarías al utilizar un servicio de alquiler de scooters eléctricos?.....	54
Tabla 4-16:	¿Qué preocupaciones o desafíos considerarías importantes al utilizar un servicio de alquiler de scooters eléctricos en Riobamba?	55
Tabla 4-17:	¿Cuál es tu nivel de interés general en el proyecto de alquiler y venta de scooters eléctricos en Riobamba?.....	56
Tabla 5-1:	FODA empresarial	61

Tabla 5-2:	Matriz de evaluación de factores	63
Tabla 5-3:	Factores con mayor participación.....	64
Tabla 5-4:	Segmentación	65
Tabla 5-5:	Proyección de la demanda.....	66
Tabla 5-6:	Proyección de la oferta	66
Tabla 5-7:	Demanda insatisfecha.....	67
Tabla 5-8:	Clientes potenciales.....	67
Tabla 5-9:	Ventaja competitiva.....	68
Tabla 5-10:	Ficha técnica Scooter eléctrico 1000W	69
Tabla 5-11:	Ficha Técnica Scooter 1500W.....	70
Tabla 5-12:	Ficha técnica Scooter 2000W	71
Tabla 5-13:	Ficha técnica Scooter 2200W	72
Tabla 5-14:	Ficha técnica casco.....	73
Tabla 5-15:	Ficha técnica GPS	74
Tabla 5-16:	Servicios de la empresa	75
Tabla 5-17:	Precio de los productos y servicio	76
Tabla 5-18:	Precio de los productos y servicio	77
Tabla 5-19:	Estrategias del precio del producto.....	78
Tabla 5-20:	Estrategia de precio del servicio	79
Tabla 5-21:	Formas de pago	80
Tabla 5-22:	Proveedores potenciales	81
Tabla 5-23:	Estrategia de promoción.....	82
Tabla 5-24:	Modelos Canvas de la empresa Volt Speed.....	83
Tabla 5-25:	Capacidad horaria de prestación de servicios	85
Tabla 5-26:	Días de descanso obligatorio 2023	85
Tabla 5-27:	Costo de adquisición del producto.....	89
Tabla 5-28:	Costo de adquisición de productos adicionales.....	90
Tabla 29-5:	Precio del servicio de alquiler	90
Tabla 5-30:	Precio por Kilómetro recorrido.....	90
Tabla 5-31:	Remuneración mensual	93
Tabla 5-32:	Equipo de computo.....	93
Tabla 5-33:	Muebles y enseres	94
Tabla 5-34:	Equipos de oficina.....	94
Tabla 5-35:	Útiles de oficina	94
Tabla 5-36:	Material de limpieza.....	95
Tabla 5-37:	Herramientas	95

Tabla 5-38:	Vehículos	95
Tabla 5-39:	Proceso de reclutamiento.....	97
Tabla 5-40:	Manual de funciones Gerente general	99
Tabla 5-41:	Manual de funciones del contador.....	100
Tabla 5-42:	Manual de funciones del mercadólogo	101
Tabla 5-43:	Manual de funciones del jefe de ventas	102
Tabla 5-44:	Manual de funciones del vendedor.....	103
Tabla 5-45:	Manual de funciones del auxiliar de compras.....	104
Tabla 5-46:	Manual de funciones del auxiliar de bodegas	105
Tabla 5-47:	Inversión fija	109
Tabla 5-48:	Inversión diferida	110
Tabla 5-49:	Capital de trabajo	110
Tabla 5-50:	Resumen de la inversión.....	111
Tabla 5-51:	Financiamiento	111
Tabla 5-52:	Tabla de amortización	112
Tabla 5-53:	Costos de ventas	113
Tabla 5-54:	Rol de pagos.....	114
Tabla 5-55:	Gastos administrativos	115
Tabla 5-56:	Gasto de venta	115
Tabla 5-57:	Gastos financieros	116
Tabla 5-58:	Ingresos	117
Tabla 5-59:	Estado de resultados	118
Tabla 5-60:	Balance general	119
Tabla 5-61:	Flujo neto del efectivo	120
Tabla 5-62:	Punto de equilibrio año 1- año 2.....	121
Tabla 5-63:	Determinación de tasa de descuento.....	123
Tabla 5-64:	Valor actual neto	123
Tabla 5-65:	Periodo de recuperación de la inversión	124
Tabla 5-66:	Relación beneficio costo	125

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2-1:	Esquema de plan de negocios	14
Ilustración 2-2:	Proceso de desarrollo del Plan de Marketing	21
Ilustración 2-3:	Plan de Operaciones	26
Ilustración 4-1:	Edad.....	40
Ilustración 4-2:	Género	41
Ilustración 4-3:	¿Qué tipos de ingresos percibe?	42
Ilustración 4-4:	¿Estás familiarizado/a con los scooters eléctricos como una opción de transporte sostenible en Riobamba?.....	43
Ilustración 4-5:	¿Te interesaría utilizar scooters eléctricos como medio de transporte en tus desplazamientos diarios en Riobamba?.....	44
Ilustración 4-6:	¿Cuál es la principal razón por la que considerarías utilizar scooters eléctricos en Riobamba?	45
Ilustración 4-7:	¿Consideras importante contribuir a la reducción de la contaminación ambiental al utilizar medios de transporte sostenibles como los scooters eléctricos?	46
Ilustración 4-8:	¿Cuál de las siguientes opciones de potencia o autonomía preferirías en un scooter eléctrico?	47
Ilustración 4-9:	¿Qué características adicionales considerarías importantes en un scooter eléctrico?	48
Ilustración 4-10:	¿Considerarías comprar un scooter eléctrico para uso personal en Riobamba?	49
Ilustración 4-11:	¿Estaría interesado en adquirir un servicio de alquiler de scooter eléctricos en la ciudad de Riobamba como una opción de movilidad personal?	50
Ilustración 4-12:	¿Consideraría que para el uso del servicio de alquiler de Scooters eléctricos se implemente el uso de una membresía con todos los datos, condiciones y restricciones necesarias para la seguridad del servicio hacia el cliente y la empresa?.....	51
Ilustración 4-13:	¿Qué distancia promedio recorrerías en un viaje típico utilizando un scooter eléctrico en Riobamba?.....	52
Ilustración 4-14:	¿Estarías dispuesto/a pagar un precio justo por el alquiler de scooters eléctricos a los siguientes valores por kilómetro recorrido?	53
Ilustración 4-15:	¿Qué servicios adicionales valorarías al utilizar un servicio de alquiler de scooters eléctricos?	54

Ilustración 4-16:	¿Qué preocupaciones o desafíos considerarías importantes al utilizar un servicio de alquiler de scooters eléctricos en Riobamba?	55
Ilustración 4-17:	¿Cuál es tu nivel de interés general en el proyecto de alquiler y venta de scooters eléctricos en Riobamba?	56
Ilustración 5-1:	Estructura de la propuesta	57
Ilustración 5-2:	Logo de la empresa	60
Ilustración 5-3:	Estructura de distribución	81
Ilustración 5-4:	Mapa del cantón Riobamba	87
Ilustración 5-5:	Mapa de micro localización	88
Ilustración 5-6:	Infraestructura del negocio	89
Ilustración 5-7:	Proceso de comercialización	91
Ilustración 5-8:	Proceso de presentación de servicios de alquiler	92
Ilustración 5-9:	Organigrama estructural	96
Ilustración 5-10:	Organigrama funcional	97
Ilustración 5-11:	Punto de equilibrio año 1 al 5	122

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: CRONOGRAMA

ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTA

RESUMEN

El plan de negocios para la creación de una empresa de comercialización y prestación de servicios de alquiler de scooters eléctricos en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, año 2023, nace debido a que en la actualidad se muestra el efecto dañino que causan los vehículos y motorizados con altos niveles de contaminación y congestión de las principales vías de la ciudad. La investigación se desarrolló con el objetivo de elaborar un estudio de mercado que determine un análisis financiero aceptable en los niveles de inversión, y con ello definir la factibilidad comercial dentro del mercado. En la investigación se empleó una metodología tanto cuantitativa como cualitativa, se aplicó instrumentos como las encuestas dirigidas a la población económicamente activa del cantón Riobamba y se realizó un diagnóstico de la situación actual mediante la matriz FODA, donde se pudo determinar que existe inexperiencia en el mercado de dicho servicio, capacidad de financiamiento restringido y limitada variedad de modelos de motos eléctricas para cumplir las expectativas del cliente. Se desarrolló cada uno de los costos y gastos que son indispensables para la implantación del plan de negocios con estrategias en cada uno de las fases como estudio de mercado, marketing mix, estudio organizacional, técnico y financiero. Se aplicó el estudio de mercado en base al análisis del entorno lo que permite observar a la competencia y los precios para poder establecer la comercialización y alquiler de alquiler de Scooters eléctricos lo que determinó una aceptación favorable para implantar la idea debido que al aplicar las fases del plan de negocios la evaluación económica demostró ser viables debido que el VAN es de S 106.152,21 TIR 61 %, Periodo de Recuperación de la Inversión 2 años 4 meses y la Relación Beneficio Costo 1,63 lo que detetmina aplicar la investigación sin riesgo de inversión.

Palabras clave: <ESTRATEGIAS>, <DESARROLLO ORGANIZACIONAL>, <CULTURA ORGANIZACIONAL>, <PROCESOS>, <ACEPTACIÓN>.



06-12-2023

2132-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

The business plan for establishing a marketing and electric scooter rental service company in the city of Riobamba, Chimborazo province, in 2023, arises from the current harmful effects caused by vehicles and motorised vehicles with high levels of pollution and congestion on the main roads of the city. The research was carried out with the aim of conducting a market study to determine an acceptable financial analysis at the investment levels, thereby defining commercial feasibility within the market. The research employed both quantitative and qualitative methodologies, including surveys directed at the economically active population of the Riobamba canton. A diagnosis of the current situation was conducted using the SWOT analysis matrix, revealing inexperience in the market for such a service, restricted financing capacity, and a limited variety of electric motorcycle models to meet customer expectations. Each of the costs and expenses necessary for the implementation of the business plan was developed, incorporating strategies in each phase, such as market research, marketing mix, organisational, technical, and financial studies. The market study was applied based on environmental analysis, allowing observation of competition and prices to establish the marketing and rental of electric scooters, which demonstrated favourable acceptance for implementing the idea. Applying the phases of the business plan, the economic evaluation proved to be viable, with a net present value (NPV) of \$106,152.21, an internal rate of return (IRR) of 61%, an investment payback period of 2 years 4 months, and a benefit-cost ratio of 1.63. This determines the implementation of the research without the risk of investment.

Keywords: <STRATEGIES>, <ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT>, <ORGANIZATIONAL CULTURE>, <PROCESSES>, <ACCEPTANCE>.



Lic. Leonardo E. Cabezas A.

0601880420

INTRODUCCIÓN

La globalización trae consigo el avance tecnológico en todas las áreas importantes de desarrollo, demostrando nuevos cambios en la sociedad, que busca adaptarse con el paso del tiempo, dejando lo rudimentario y estableciéndose lo actual. Esta serie de cambios, impulsado por el intelecto humano, empeñado en sobrepasar sus propios límites de lo que entendemos como realidad presente y busca implementar nuevas ideas que den solución a cosas que parecen imposibles en teoría. La humanidad ha buscado desde los inicios como movilizarse de manera eficiente de un punto a otro, es donde se da la idea de crear vehículos que ayuden a transportarse de manera fácil, con el pasar de los años la inserción de la tecnología en los vehículos ha ido evolucionado. Consecuentemente, las nuevas tendencias de usos alternativos sostenibles de transporte eléctrico amigables con el medio ambiente han tomado iniciativa de incrustarse dentro del mercado comercial como una opción eficiente ante sus competencias directas como los vehículos, motos y bicicletas tradicionales.

Los Scooters eléctricos se han posicionado con un crecimiento exponencial como una alternativa muy viable y popular como medio de movilidad urbana. Estos vehículos se insertan en las ciudades de todo el mundo debido al avance de la industria eléctrica vehicular que ofrece reducir la contaminación ambiental mediante el eficiente uso de energía, dejando de lado el uso de combustible fósiles además que se busca mejorar la calidad de vida de la población disminuyendo los factores que afectan a la salud por el uso de vehículos que usan motores a base de combustión.

Los estudios pertinentes se enfocarán en proyecciones para poder evaluar la factibilidad de inversión del proyecto para así determinar los valores que se establecerán si es sustentable a través de tiempo con el fin de buscar el mejoramiento en la vida de la población impulsando el uso de fuentes móviles alternativas que ayudaran a reducir el impacto medio ambiental producida por los gases de efecto invernadero.

El objetivo de este proyecto se enfoca en diseñar una serie de procesos investigativos con base a fuentes de información verídicas y estudios de campo para comprobar la aceptación del producto y servicio ofertado en el entorno además evaluar su factibilidad de inversión dentro del mercado, a través de estudios técnicos, administrativos, financieros y económicos para así finalmente determinar las debidas conclusiones y recomendaciones que se evidenciaran dentro del proceso del proyecto.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

El avance de la tecnología gana más terreno día a día, en busca de ideas innovadoras que se ajusten a las necesidades de la población y el entorno, ofreciendo medios de fácil adquisición para los posibles clientes, el uso de fuentes de movilidad personal amigables con el medio ambiente son una opción para mitigar la contaminación ambiental que se genera en el mundo a su vez busca concientizar el apoyo medio ambiente. El mercado de Scooters y motocicletas eléctricas se valoró en USD 7517,17 mil millones en 2021 y se espera que alcance los USD 28991,93 mil millones para 2027, registrando una CAGR del 25,08% durante el período de pronóstico (2022 - 2027). (Mordor Intelligence, 2022)

Las fuentes móviles de transporte son unas de las principales razones de emisión de gases a la atmosfera, evidenciándose como el más abundante el Co₂, ya que todas estas contienen un motor a base de combustión que realizan estos procesos para poder generar fuerza de aceleración y movimiento, además el exceso de usos de estos vehículos causa elevados niveles de congestión dentro de las principales vías de la ciudad generando la polución y contaminación acústica del entorno. Según el Instituto nacional de estadística y censos (INEC) en su boletín técnico N° 01-2022 – Transporte, declara que los vehículos matriculados en el año 2021 alcanzan la cifra de 2.535.853, un incremento promedio anual de 5.6% y a su vez el número de motorizados matriculados para el mismo año es de 2.5 millones, lo cual representa un incremento de 7,4% con respecto al año anterior. (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2022, pág. 6).

En la ciudad de Riobamba se evidencia claramente los efectos dañinos que causan los vehículos y motorizados con respecto a los altos niveles de congestión dentro de sus principales vías céntricas por lo cual esto ha llevado que los ciudadanos opten por medios de transportes alternativos que se ofrecen dentro del mercado de compra y venta, adquiriendo vehículos eléctricos como Scooter que son la solución innovadora para mitigar esta problemática, ya que estos ofrecen medios de fácil accesibilidad y manejo al momento de optar por uno de ellos, estos no cuentan con restricciones impuestas como los medios de movilidad tradicionales ya que para el uso de estos vehículos se necesita licencia, matrícula y en caso de motocicletas el uso obligatorio del casco.

Uno de los factores clave que influye en no adquirir el producto o servicio en posibles clientes es la falta de información clara sobre los precios y las opciones de financiamiento disponibles para la compra de un scooter eléctrico. Esto puede hacer que los consumidores se sientan abrumados y confundidos al tomar una decisión de compra. La comercialización y prestación de servicios de alquiler de Scooters eléctricos en Riobamba puede ser una solución atractiva para los consumidores que buscan una opción de transporte sostenible y conveniente. Esto evidencia una clara necesidad por parte de la ciudadanía originaria de la ciudad, del sector estudiantil y universitario de sus alrededores.

El propósito del proyecto se basa en contribuir en mejorar la calidad de vida de la comunidad universitaria y la ciudadanía de Riobamba por medio de la oferta de un servicio de movilidad personal que sea sostenible, cómodo y accesible además que busca promover el uso de estos vehículos eléctricos, se pretende evaluar estrategias geográficas para su factibilidad a través de estudios de mercado, finalmente reducir las dificultades de adquirir un vehículo tradicional.

1.2. Limitaciones y delimitaciones

1.2.1. Límite del contenido

Línea de investigación: Administración y Economía

Programa: Gestión de la calidad

Subprograma: Planes de negocios

1.2.2. Límite espacial

Provincia: Chimborazo

Cantón: Riobamba

Parroquias: Urbanas y rurales

1.2.3. Delimitación temporal

Desarrollo investigativo: 2023

Alcance de la investigación: 2023-2028

1.3. Problema General de investigación

¿El diseño de un plan de negocios determinara la factibilidad de la creación de una empresa de comercialización y prestación de servicios de alquiler de Scooters eléctricos en la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo?

1.4. Problemas específicos de investigación

¿Qué serie de procesos investigativos con base teórica serían necesarias para el desarrollo el Plan de negocios para la creación de una empresa de comercialización y prestación de servicios de Scooter' s eléctricos?

¿Como estará estructurado el proyecto de investigación según cada punto de estudio técnico, administrativo, económico y financiero?

¿Con el diseño de un estudio de mercado, análisis situacional, planes estratégicos y análisis financiero se podrá garantizar la factibilidad del proyecto?

¿La inserción de vehículos eléctricos de movilidad personal promoverá el uso de fuentes móviles amigables con el medio ambiente?

1.5. Objetivos

1.5.1. *Objetivo general*

Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa de comercialización y prestación de servicios de alquiler de Scooters eléctricos en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, año 2023.

1.5.2. *Objetivos específicos*

- Realizar una base teórica fundamentada en fuentes verídicas de información bibliográfica relacionadas con el objetivo de estudios de la investigación.
- Estructurar un estudio de mercado mediante una metodología de investigación basada en el uso de métodos, técnicas e instrumentos que sustenten el desarrollo del proyecto de investigación.

- Elaborar un estudio y análisis financiero que determine la aceptación del proyecto para la comunidad, los niveles de inversión, la rentabilidad presente y con ello definir la factibilidad comercial dentro del mercado.

1.6. Justificación

En la época actual el avance del tiempo trae consigo cambios en el sector tecnológico mejorando la calidad, servicio, producción e imagen de las fuentes de movilidad con respecto al transporte eléctrico ya que busca reducir el daño en el impacto ambiental como alternativa sostenible de conducción.

1.6.1. Justificación teórica

El presente plan de negocios tendrá su base de investigación teórica con respecto al ámbito de la gestión de recursos, administración empresarial, creación, economía y emprendimientos, con documentación, libros financieros, sitios web verídicos que aporten al desarrollo completo sobre la indagación del tema.

1.6.2. Justificación metodológica

La estructura de este proyecto de investigación busca tener un enfoque cualitativo ya se desea determinar el nivel de satisfacción del producto y servicio que se busca ofertar, a su vez se implementa un nivel descriptivo que busca evidenciar datos mediante encuestas, finalmente como método deductivo de recolección de datos de datos tomados de la muestra.

1.6.3. Justificación práctica

Al poner en marcha este proyecto se propone establecer una entidad de servicios que evidencien sustentabilidad durante su periodo de operación a su vez ofrecer productos tecnológicos en tendencia mundial de fácil acceso y manejo con respecto a movilidad de transporte eléctrico amigable con el medio ambiente.

1.7. Variables

Variable Independiente

Plan de negocios

Variable Dependiente

Viabilidad

1.8. Idea a defender

La implementación de un Plan de negocios permitirá gestionar la creación de una empresa de comercialización y prestación de servicios de alquiler de Scooters Eléctricos como una opción viable en el mercado actual.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de investigación

Tesis 1

Tema: Plan de negocios para la importación y comercialización de motos eléctricas en Lima – Perú 2018.

Editor: Universidad César Vallejo

Autor: Juan Eduardo Quevedo Campos.

Año: 2018

Resumen

La presente tesis tiene la finalidad de diseñar un Plan de Negocios para la importación y la comercialización de motos eléctricas en Lima – Perú 2018. La técnica que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta y su instrumento fue el cuestionario, cuya elaboración consta de 19 premisas el cual uno fue aplicado a los habitantes de la ciudad de Lima entre 18 a 35 años. Se identificó que un 81.00 % de los clientes potenciales están de acuerdo en comprar el producto ya que es un medio de transporte novedoso y muy ecológico para la lima de hoy en día, garantizando así la viabilidad de este proyecto. Se concluye que es viable crear una empresa importadora de este medio de transporte en Lima Metropolitana y a futuro expandirse al mercado nacional (provincias) (Quevedo, 2018, pág. 9).

Objetivo

Diseñar un Plan de negocios para la importación y la comercialización de motos eléctricas en Lima – Perú 2018 (Quevedo, 2018, pág. 21).

Conclusión

Podemos decir como conclusión general que el diseño de un Plan de Negocio para poner en marcha importar y comercializar el producto en Lima, en este caso para un local donde distribuir las motos eléctricas, tiene que ser económicamente rentable, operativamente viable y socialmente responsable. De la siguiente investigación se tiene las siguientes propuestas:

- 1.- El diseño del plan de negocio para ejecutar, importar y comercializar el producto en lima, deberá ser económicamente rentable, operativamente viable y socialmente responsable.
- 2.- El estudio en la evaluación de la evidencia correspondiente permite establecer la importancia significativa del factor oportunidades, vinculados a la estacionalidad de la región y localidad donde se ha desarrollado el presente estudio.
- 3.- El volumen de importación constituye una dimensión de relevancia en el estudio es así, la significación estadística encontrada.
- 4.- Factor importante constituye la promoción del producto importado, vinculado a la rentabilidad del producto y a la demanda de los usuarios (Quevedo, 2018, pág. 41).

Tesis 2

Tema: Plan de negocios para la creación de una empresa importadora de motores y baterías eléctricas desde China para ensamblar y comercializar motocicletas eléctricas en la ciudad de Quito

Editor: Universidad de las Américas

Autor: Bryan Nicolás Andrango Quiroz

Año: 2020

Resumen

Ecomotores Cia. Ltda. es una empresa dedicada a la importación de motores y baterías eléctricas desde China para ensamblar y comercializar motocicletas eléctricas en la ciudad de Quito, este plan de negocio tiene la finalidad de brindar una alternativa de medio de transporte urbano sustentable y limpio, a la comunidad concientizando así al cuidado del medio ambiente. Una motocicleta eléctrica requiere de mantenimientos menos periódicos que cualquier otro medio de transporte que emita combustiones fósiles y lo que más resalta es el ahorro del uso de gasolina. La importación se realizará desde China, ya que es un país desarrollado que tiene a la industria de motocicletas en una muy buena posición, son uno de los mayores productores y exportadores de motocicletas en el mundo, debido a su tecnología y mano de obra barata lo cual nos permitirá lanzar el producto con precios competitivos para el consumidor final. El caos vehicular en Quito es un factor que influye en el comportamiento del consumidor para buscar alternativas de medio de transporte, que le permitan hacer su vida mucho más descomplicada. Hoy en día el mundo pone la mira en energías renovables por lo que la tendencia al consumo de este tipo de productos sigue en constante crecimiento, de la tal forma que el proyecto será un gran medio para potenciarlo en Quito y así fomentar el uso de medios de transporte urbanos amigables con el medio ambiente (Andrango, 2020, pág. 8).

Objetivo

Determinar mediante herramientas de investigación un estudio cualitativo y cuantitativo basado en las experiencias de conductores de motocicletas eléctricas y/o a gasolina, con el fin de evaluar las preferencias de los consumidores actualmente (Andrango, 2020, pág. 35).

Conclusión

El plan financiero determina que la empresa Ecomotores es viable de implementar, ya que tiene un valor actual neto mayor de \$ 115.532 que es mayor a cero y tasa interna de retorno de 29,63% que es superior a la tasa de descuento de 13,99%, en el flujo del proyecto. Este resultado permite a los accionistas de la empresa tomar la decisión favorable respecto a emprender la idea de negocio, porque muestra cifras financieras consistentes y superiores al desempeño de la industria, como recomendación de mejora se debe considerar la política financiera de acumulación de utilidades con el fin de obtener efectivo para la expansión comercial de la empresa, tal como se propone en los objetivos de largo plazo del presente plan de negocios (Andrango, 2020, pág. 79).

Tesis 3

Tema: Plan de negocios para la creación de un servicio de movilidad urbana mediante la renta de scooters y bicicletas eléctricas y bicicletas mecánicas en el hipercentro de Quito

Editor: Universidad de las Américas

Autor: Lenin Andrés Morocho Lincango

Año: 2020

Resumen

Este proyecto analiza la instauración de un servicio de movilidad urbana compartida mediante el uso de scooters, bicicletas eléctricas y mecánicas en el hipercentro de Quito, el cual busca solucionar la problemática de movilidad en trayectos cortos de cierto sector importante de la metrópoli. No existe actualmente empresa alguna que ofrezca el mismo modelo de negocio con la variedad de productos como las establecidas en este plan. El levantamiento de información por fuentes primarias y secundarias reflejan la problemática latente de movilidad de los ciudadanos residentes de Quito. El análisis financiero demuestra la razonable viabilidad que posee la idea de negocio para un horizonte de análisis de cinco años. Todo proyecto es susceptible a perfeccionarse, de modo que, se recomienda establecer un departamento especializado en inteligencia de información que apoye a los procesos estratégicos y financieros de la institución,

de tal manera que, el modelo de negocio planteado obtenga su mayor rentabilidad y satisfacción del usuario final (Morocho, 2020, pág. 8).

Objetivo

Adquirir información cualitativa y cuantitativa del mercado y de los potenciales clientes del servicio, dónde se pueda apreciar sus gustos, preferencias, comportamiento de consumo, tendencias, opiniones y sugerencias acerca de los convencionales y alternativos medios de transporte (Morocho, 2020, pág. 26).

Conclusión

El plan financiero demuestra rentabilidad del proyecto a un plazo de cinco años, dónde se requiere una inversión inicial de \$ 93.927, la cual será financiada por capital propio y deuda en 40% y 60% respectivamente. La inversión inicial fuerte se debe a la compra de los vehículos que son parte fundamental para el servicio. Según los criterios e índices financieros, se marca una clara tendencia de inversión puesto que son valores favorables en el tiempo. Una vez iniciado operaciones se recomienda analizar con datos reales de la operación la instauración de nuevos vehículos con respecto a la demanda y sus preferencias de uso de servicio (Morocho, 2020, pág. 68).

Tesis 4

Tema: Plan de negocio de fabricación y comercialización de bicicletas de fibra de carbono printing 3D - proyecto Vélo

Editor: Universidad de Pacífico

Autor: Jessica Sofía Aguilar Gonzales, Luisa Elena Feijo Vela, Alexis Danilo Luyo Gonzales, Andrea Malena Postigo Abastoflor, Dennise Karina Sullon Mauricio

Año: 2021

Resumen

En la presente investigación, se propone un plan de negocio de la marca Vélo, la cual es reconocida internacionalmente por la fabricación de bicicletas de fibra de carbono en impresoras 3D. Este proyecto tiene como fin determinar la viabilidad del ingreso al mercado peruano, inicialmente en la ciudad de Lima, con una tienda en el distrito de Miraflores. Según una encuesta realizada por la Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública en 2020, el 40 % de limeños estaría dispuesto a emplear la bicicleta como medio de transporte al finalizar el estado

de emergencia (“El 40 % de limeños están dispuestos a usar la bicicleta para transportarse tras cuarentena, según estudio”, 2020). Además, el consumidor peruano ha evolucionado, y el uso de la bicicleta se ha intensificado a raíz de la pandemia de COVID-19. Esto ha generado nuevos hábitos y exigencias de compra por parte del consumidor, que es más exigente con las marcas. De esta manera, Vélo, mediante la fabricación y comercialización de bicicletas de fibra de carbono en 3D, juega un rol importante en el mundo del ciclismo, ya que es una marca enfocada en diseñar marcos con material ligero y adaptados a la morfología de cada cliente, apostando por una mayor personalización y diseño óptimo. Así mismo, nace como una solución tecnológica de optimización de costos y almacenamiento. El equipo Vélo está conformado por profesionales con experiencia en gestión empresarial, y que son usuarios de bicicletas; por ello, a raíz de diversas experiencias con marcas de la competencia, pueden entender mejor al consumidor, y así ofrecer, en la propuesta de valor, elementos que generen una mayor relevancia para el mercado objetivo. Finalmente, la inversión del proyecto Vélo se financiará con aportes de capital propio y el saldo de caja de las ventas internacionales de la marca, que ascienden a S/ 2,000, 000.00. Con respecto a los indicadores financieros, se estima que el periodo de retorno de la inversión inicial será de cuatro años, con una tasa interna de retorno (TIR) de 60 % y un valor actual neto (VAN) de S/ 7,712,936.18. Con ello, se puede evidenciar que el proyecto Vélo es atractivo, sostenible y rentable para el ingreso al mercado peruano (Aguilar, Feijo, Luyo, Postigo, & Sullón, 2021, pág. 3).

Objetivo

El objetivo del presente sondeo de mercado es identificar el público objetivo al cual se direccionarán los productos a fin de que puedan estar al alcance cuando lo necesiten. También permitirá optimizar los recursos, pues está enfocado hacia el público correcto (Aguilar, Feijo, Luyo, Postigo, & Sullón, 2021, pág. 5).

Conclusión

El análisis financiero demuestra que el proyecto Vélo es financieramente viable y rentable con una tasa de retorno de inversión del 60 %.

Del análisis de sensibilidad, inclusive ante un escenario pesimista, se cubriría la expectativa de los inversionistas (Aguilar, Feijo, Luyo, Postigo, & Sullón, 2021, pág. 60).

2.2. Referencias teóricas

2.2.1. *Plan de negocios*

Plan de negocios, el cual no es otra cosa que la planeación de una empresa o negocios en su conjunto, considerando cada una de sus partes o áreas esenciales (administración, finanzas, mercadotecnia, operaciones, etc.) y la interacción de cada una de estas con las demás (Viniestra, 2011, pág. 13).

El plan de negocios es una herramienta de comunicación, que permite enunciar en forma clara y precisa la visión del empresario, las oportunidades existentes en el entorno, los objetivos y las estrategias planteadas, los procesos para el desarrollo de las actividades programadas, los resultados económicos y financieros esperados y las expectativas de crecimiento de la empresa (Weinberger, 2009, pág. 10).

El plan de negocios es una herramienta estratégica que abarca diversos puntos claves en la planeación de una empresa o negocio como estructura organizacional, recursos, proyecciones financieras, marketing, personal operativo, etc.

2.2.1.1. *Importancia*

El hecho de contar con un Plan de negocios, asegura a un inversionista o institución crediticia que analizamos nuestra propuesta a detalle, por lo tanto tiene grandes posibilidades de éxito ya que para su desarrollo tuvimos que analizar que realmente el producto y/o servicio que estamos proponiendo tiene un mercado dispuesto a adquirirlo, que es rentable su comercialización y que vamos a operar y administrar la empresa o negocio de una forma tal, que aseguramos si éxito a través del tiempo, lógico que todo lo anterior respaldado con información y en detalle (Viniestra, 2011, pág. 18).

2.2.1.2. *Características*

Según Agila, et al, (2018) mencionan en su publicación titulada “La elaboración de un plan de negocios como alternativa para el desarrollo empresarial” las características de un plan de negocios.

- Definir diversas etapas que faciliten la medición de sus resultados.
- Establecer metas a corto y mediano plazos.

- Definir con claridad los resultados finales esperados.
- Establecer criterios de medición para saber cuáles son sus logros.
- Identificar posibles oportunidades para aprovecharlas en su aplicación.
- Involucrar en su elaboración a los ejecutivos que vayan a participar en su aplicación.
- Nombrar un coordinador o responsable de su aplicación.
- Prever las dificultades que puedan presentarse y las posibles medidas correctivas.
- Tener programas para su realización.
- Ser claro, conciso e informativo (pág. 5).

2.2.1.3. *Finalidad del Plan de negocios*

De acuerdo con Weinberger, (2009) expone que, desde un punto de vista interno, el plan de negocios sirve para:

- Conocer en detalle el entorno en el cual se desarrollarán las actividades de la empresa.
- Precisar las oportunidades y amenazas del entorno, así como las fortalezas y debilidades de la empresa.
- Estar atentos a los cambios que pudieran representar una amenaza para la empresa y así anticiparse a cualquier contingencia que disminuiría la probabilidad de éxito de la empresa.
- Dar a conocer cómo se organizarán los recursos de la empresa en función a los objetivos y la visión del empresario.
- Atraer a las personas que se requieran para el equipo empresarial y el equipo ejecutivo.
- Evaluar el potencial real de la demanda y las características del mercado objetivo.
- Determinar las variables críticas de la empresa y aquellas que exigen un control permanente, como los puntos críticos en los procesos.
- Evaluar varios escenarios y hacer un análisis de sensibilidad en función a los factores de mayor variación, como podrían ser la demanda, el tipo de cambio, el precio de los insumos de mayor valor, entre otros.
- Establecer un plan estratégico para la empresa y planes de acción de corto y mediano plazo para cada una de sus áreas funcionales. En este sentido, busca asignar responsabilidades y coordinar soluciones ante posibles problemas.
- Tomar decisiones con información oportuna, confiable y veraz, y no sólo sobre la base de la intuición, lo que reduce el riesgo del negocio.
- Tener un presupuesto maestro y presupuestos por áreas funcionales, que permitan evaluar el desarrollo de la empresa en términos económicos y prever los requerimientos de capital.
- Mostrar la capacidad empresarial del empresario.

- Mostrar los posibles resultados de la empresa, en función a simulaciones hechas para probar distintos escenarios y estrategias (págs. 27-28).

2.2.1.4. *Esquema de un plan de negocios*

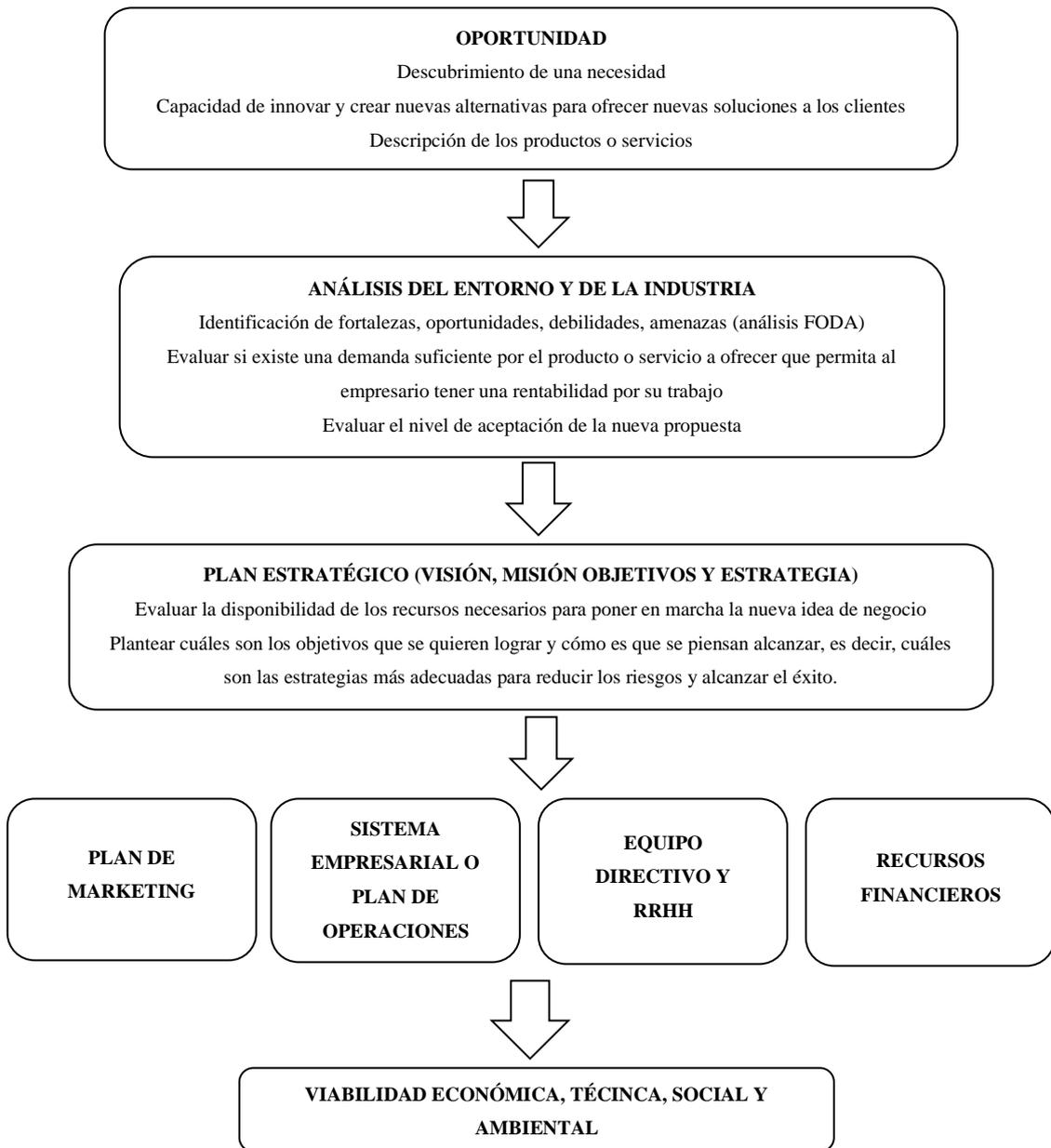


Ilustración 2-1: Esquema de plan de negocios

Fuente: (Weinberger, 2009).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

2.2.1.5. *Tipos de planes de negocios*

Los planes de negocios sirven, para presentar oportunidades de negocio, brindar información a potenciales inversionistas y además como una guía para la puesta en marcha y el desarrollo de las actividades de una empresa. Sin embargo, hay muchos tipos de planes de negocios que responden a las necesidades particulares de cada empresario o cada tipo de empresa (Weinberger, 2009, pág. 32).

Plan de negocios para empresas en marcha

El plan de negocios para una empresa en marcha debe evaluar la nueva unidad de negocio de manera independiente y además deberá distribuir los costos fijos de toda la empresa, entre todas las unidades de negocios, incluida la nueva. Es muy común encontrar que a las nuevas unidades de negocios no se les asigne costos de seguridad o administrativos, pues consideran que dichos costos ya son cubiertos por la empresa que ya está en marcha (Weinberger, 2009, pág. 33).

Plan de negocios para inversionistas

El plan de negocios debe estar redactado para atraer el interés de los inversionistas. Por ello, es importante que el documento incorpore toda la información necesaria sobre la idea o la empresa en marcha y, sobre todo, datos relevantes que determinen la factibilidad financiera del negocio y el retorno de la inversión, que el inversionista puede obtener al apostar por la idea propuesta. Debe ser claro, sencillo y contener la información relevante para una evaluación financiera confiable. Por lo general, un plan de negocios para potenciales inversionistas, no supera las 30 páginas (Weinberger, 2009, pág. 33).

Plan de negocios para administradores

El plan de negocios para los administradores debe contener el nivel de detalle necesario para guiar las operaciones de la empresa. Este plan suele contener mayor nivel de detalle, pues muestra los objetivos, las estrategias, las políticas, los procesos, los programas y los presupuestos de todas las áreas funcionales de la empresa. Mientras que el plan de negocios para los inversionistas no supera las 30 páginas, el plan de negocios operativo suele tener una extensión de 50 a 100 páginas, dependiendo de la complejidad del negocio (Weinberger, 2009, pág. 34).

2.2.2. Estructura del plan de negocios

Según Baque, et al, (2020) menciona que la estructura del Plan de Negocios establecerá los elementos claves que permitirá a los emprendedores guiar el rumbo de sus negocios de forma integral y sencilla permitiendo resolver los problemas que pudieran ocurrir a futuro y definen la estructura de la siguiente manera:

- Resumen Ejecutivo
- Descripción de la Empresa
- Plan Estratégico
- Plan de Marketing
- Plan Administrativo y de Operaciones
- Plan Financiero (pág. 5).

Citando a Bóveda, Oviedo, & Yakusik, (2015) plantean en su publicación Guía Práctica para la elaboración de un Plan de negocios que la estructura de un plan de negocios desde su punto de vista es la siguiente:

- Gestión estratégica
- Gestión de marketing
- Gestión operativa
- Gestión de talento humano
- Gestión legal
- Gestión financiera

2.2.3. Gestión estratégica

“En este apartado se debe establecer hacia donde se quiere llegar y cuáles son las estrategias para lograrlo, por lo tanto, es indispensable crear la misión, visión, objetivos estratégicos y análisis FODA.” (Baque, Viteri, Álvarez, & Izquierdo, 2020, pág. 5).

2.2.3.1. Definición de negocio

Se debe explicar brevemente cuales son las funciones a las que se dedicará la empresa, cuáles son los productos o servicios que ofrecerá. Es aquí donde se debe expresar la finalidad que esta tiene y su contribución a la sociedad. Además, es conveniente que se indique los datos del propietario.

Es importante indicar el nombre de la empresa y su respectivo logotipo y slogan (Baque, Viteri, Álvarez, & Izquierdo, 2020, pág. 5).

2.2.3.2. *Misión*

Como señala Weinberger, (2009) afirma que la misión de una empresa es su razón de ser. Para poder definirla se debe responder a las siguientes preguntas:

- ¿Quiénes somos?
- ¿Qué hacemos?
- ¿Para quién lo hacemos?
- ¿Cómo lo hacemos?
- ¿Dónde lo hacemos?
- ¿Por qué lo hacemos?
- ¿En qué creemos? (pág. 58)

Si bien son siete preguntas que nos permitirán establecer la misión, la idea es que su redacción sea lo suficientemente corta, para que todos los miembros de la organización la recuerden, pero también debe ser lo suficientemente precisa, para que la empresa pueda diferenciarse claramente de sus competidores (Weinberger, 2009, pág. 58).

2.2.3.3. *Visión*

Como afirma Weinberger, (2009) considera en su libro titulado “Plan de negocios herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio” que el determinar la visión de la empresa, es decir, lo que la empresa quiere ser en el futuro. Por lo general, la visión de la empresa responde a la visión o sueño del empresario y suele establecerse por un periodo superior a los tres años.

En términos simples, es el lugar o posición que el proyecto pretende alcanzar en un tiempo determinado. Para poder definirlo es importante identificar en dónde se encuentra el proyecto en este momento y las oportunidades que existen, ya que éstas se pueden aprovechar para lograr los objetivos y crecer (Reyes, Navarro, & García, 2021, pág. 22).

Importancia

Definir una visión implica establecer cómo evolucionará el proyecto, aunque las estrategias para llegar a ella puedan modificarse, la visión permanecerá por más tiempo en su esencia. Esta permanencia representa una situación desafiante, deseable y hasta cierto punto reconfortante para el proyecto. La existencia de una visión implica motivar y satisfacer el sentido de la existencia del proyecto (Reyes, Navarro, & García, 2021, pág. 22).

2.2.3.4. Valores

Los valores de una empresa declaran sus creencias, transmiten las bases de sus principios éticos, sobre el cual construirán una cultura empresarial y determinan la forma de comportarse ante situaciones y relaciones empresariales, sociales y su actuar responsable frente a los impactos que sus operaciones pueda generar al medio ambiente (Bóveda, Oviedo, & Yakusik, 2015, pág. 14).

Los valores, al igual que la misión y visión, forma parte de la filosofía de la organización. Estos son principios que rigen la conducta de todos los miembros involucrados (Reyes, Navarro, & García, 2021, pág. 24).

Importancia

La existencia de valores, así como su conocimiento y respeto, va a permitir que todo aquel involucrado en el proyecto camine en la misma dirección y, al mismo tiempo, que exista un sentido de identidad y respeto en todo momento (Reyes, Navarro, & García, 2021, pág. 24).

2.2.3.5. Análisis FODA

Es una herramienta que sirve para analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa y así determinar su situación competitiva frente a los competidores. Su principal función es detectar y analizar las variables externas que podrían afectar a la organización, así como los recursos y capacidades internas con las que cuenta la organización, para luego diseñar las estrategias más adecuadas para alcanzar los objetivos planteados (Weinberger, 2009, pág. 129).

FODA es una herramienta de planeación, donde a través de una matriz se analiza la situación en la que se encuentra un proyecto/organización para tomar decisiones y crear estrategias en pro del bienestar de la misma y según los objetivos previamente planteados (Reyes, Navarro, & García, 2021, pág. 25).

Elementos

Su análisis se divide en dos elementos: entorno interno y externo.

- **Entorno interno:** Se abordan las fortalezas y debilidades de la organización/ proyecto. Son aspectos sobre los que la organización tiene control. (Reyes, Navarro, & García, 2021, pág. 25)
- **Entorno externo:** Se abordan oportunidades y amenazas que tiene la organización/ proyecto con relación al exterior y que se pueden aprovechar a su favor o que se deben evitar o minimizar (Reyes, Navarro, & García, 2021, pág. 25).

Análisis de los elementos

- **Análisis Interno**

Fortalezas: Las FORTALEZAS, son los puntos fuertes que están bajo tu control, ocurren actualmente y pueden ser aprovechados para la puesta en marcha del negocio (Valverde, 2009, pág. 20).

Debilidades: Son las carencias o los puntos flacos del negocio y que están dentro del control del emprendedor, que ocurren actualmente y deberán superarse (Valverde, 2009, pág. 21).

- **Análisis Externo**

Oportunidades: Otro factor importante son las OPORTUNIDADES, que son aspectos positivos o favorables que se encuentran en el entorno y de los que podrás hacer uso para implementar tu idea de negocio (Valverde, 2009, pág. 20).

Amenazas: Otro factor importante son las OPORTUNIDADES, que son aspectos positivos o favorables que se encuentran en el entorno y de los que podrás hacer uso para implementar tu idea de negocio (Valverde, 2009, pág. 21).

2.2.3.6. *Objetivos estratégicos*

Se denomina a las metas y estrategias establecidas por la empresa para alcanzar resultados a largo, mediano y corto plazo, y de esta manera obtener un reconocimiento diferenciado en medio de la competencia (Bóveda, Oviedo, & Yakusik, 2015, pág. 16).

Teniendo en cuenta a Weinberger, (2009) que menciona en su libro publicado con el título “Plan de negocios” lo siguiente; No hay consenso en cuanto a cuáles son las áreas en las que las empresas competitivas deberían fijar sus objetivos estratégicos. Sin embargo, se sabe que todo objetivo estratégico debe cumplir con tres condiciones:

- Establecerse para toda la organización.
- Establecerse de manera permanente.
- Establecer en términos cuantitativos, en la medida de lo posible. (pág. 59)

2.2.4. *Gestión de marketing*

Para que la empresa pueda alcanzar sus objetivos, deberá orientar todos sus esfuerzos hacia la satisfacción de las necesidades de los consumidores, en una economía de mercado, los consumidores deciden qué se produce, cómo se produce y cómo se distribuye, está determinado por las preferencias de los consumidores, expresadas en sus decisiones individuales. Esta gestión deberá focalizarse en dos tareas fundamentales: el estudio de mercado y el diseño de estrategias de mercado que permitan alcanzar los objetivos de la empresa (Bóveda, Oviedo, & Yakusik , 2015, pág. 18).

2.2.4.1. *Proceso de desarrollo del plan de marketing*

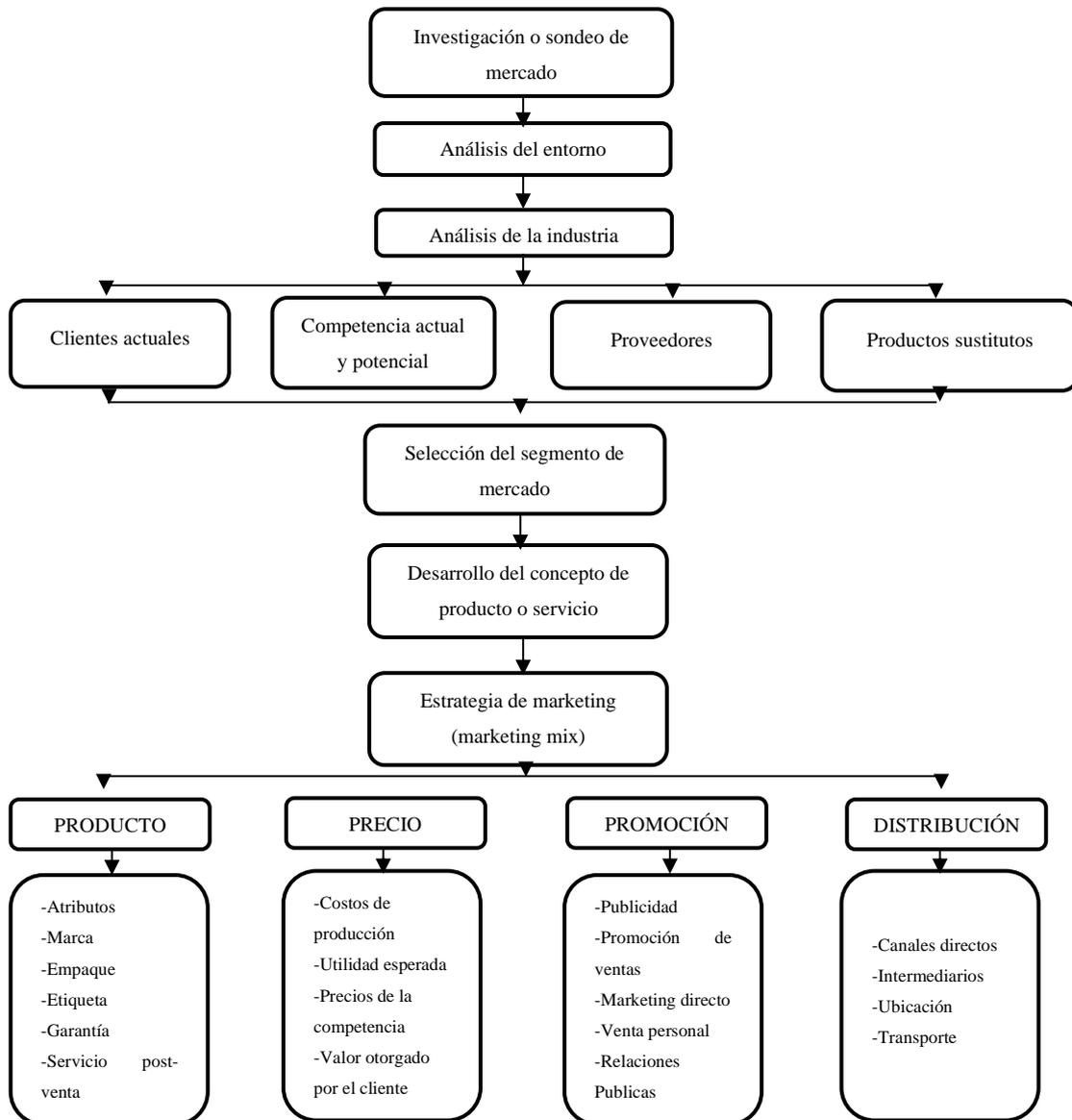


Ilustración 2-2: Proceso de desarrollo del Plan de Marketing

Fuente: (Weinberger, 2009).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

2.2.4.2. *Análisis de mercado*

En base a un análisis de la competencia, los consumidores, el precio y las características del producto, se elabora un plan estratégico de marketing que permita un máximo aprovechamiento de la oportunidad (Cosío Hurtado, 2011, pág. 19).

El análisis del mercado, la estrategia de marketing y el plan financiero son tres de las partes más importantes de su plan de negocios. El análisis del mercado le proporcionará el conocimiento de la estructura y tamaño del mercado, así como la información concerniente al ambiente que influye en él (Greg, 2008, pág. 58).

2.2.4.3. *Tamaño del mercado*

Es buscar de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son; para ello se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual (Carrera, Atahualpa, Vaca, & Rodas, 2019, pág. 45).

2.2.4.4. *Segmentación*

Esto implica encontrar un criterio para clasificar a los diferentes tipos de clientes en el mercado, identificando así grupos suficientemente grandes y homogéneos que tengan las mismas necesidades y reaccionen de la misma manera a la hora de aplicar estrategias de marketing. (Bóveda, Oviedo, & Yakusik, 2015, pág. 19).

Una de las habilidades y prácticas más importantes en Mercadeo es la habilidad para identificar segmentos de clientes (segmentar) con el objetivo de identificar elementos comunes que permitan a una empresa o negocio, concebir acciones de atención, oferta y creación de valor adecuadas para ellos (Garzozi, y otros, 2014, pág. 40).

2.2.4.5. *Cliente*

“Cliente” se refiere únicamente a: consumidores, estudiantes, pasajeros, comensales, pacientes, usuarios, es decir, denominaciones con las que se ha conocido a quienes adquieren productos y servicios a otras personas (naturales o jurídicas) para satisfacer necesidades y expectativas. (Martínez, 2016).

Se puede definir al cliente como una persona natural o jurídica que adquiere productos o servicios de carácter profesional o no profesional mediante un pago de valor monetario o equivalentes al efectivo, con la finalidad de satisfacer su necesidad individual o colectiva.

2.2.4.6. *Público objetivo*

En este apartado, se deben responder las siguientes preguntas de manera fundamentada y lógica: ¿A quién se quiere vender? ¿Por qué se le venderá a ese cliente? ¿Hay interés genuino en el cliente que se cree es el indicado? ¿Ese cliente es el usuario final de la tecnología desarrollada? (Reyes, Navarro, & García, 2021, pág. 16).

2.2.4.7. *Ventaja competitiva*

Describe aquel valor agregado que se estima: es la ventaja sobre el resto de los competidores. Para hacerlo se deben citar hechos específicos, características especiales y ventajas económicas (Reyes, Navarro, & García, 2021, pág. 16).

Son los atributos que vuelven al negocio único y superior a sus principales competidores. Se trata de las ventajas o beneficios exclusivos que se ofrece a sus clientes y que su competencia no está ofreciendo. Representa una ventaja competitiva cuando el cliente lo percibe y lo valora (Bóveda, Oviedo, & Yakusik, 2015, pág. 21).

La competitividad es la capacidad que tiene una organización, pública o privada, para mantener en forma sistemática las ventajas competitivas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una posición determinada en el entorno socioeconómico (Montiel, 2014, pág. 124).

2.2.4.8. *Análisis de la competencia*

La competencia la constituyen las empresas que producen los mismos productos o servicios que los de tu negocio. También está constituida por quienes producen bienes sustitutos (los bienes sustitutos son aquellos que representan una alternativa a tu producto o servicio) (Valverde, 2009, pág. 36).

2.2.4.9. *Producto*

“Debe ser considerado como el medio para satisfacer la necesidad del cliente lo que convierte a esta variable la más importante del Marketing Mix.” (Carrera, Atahualpa, Vaca, & Rodas, 2019, pág. 49).

Bien con atributos tangibles, que son percibidos por los clientes, con la capacidad de satisfacer directa o indirectamente sus necesidades o deseos (Bóveda, Oviedo, & Yakusik, 2015, pág. 18).

2.2.4.10. *Servicio*

“Actividad esencialmente intangible, el cliente se beneficia de la habilidad, experiencia, consejería, destreza, conocimiento; los beneficios pueden durar, pero el servicio en sí posee una duración limitada.” (Bóveda, Oviedo, & Yakusik, 2015).

2.2.4.11. *Estrategia de precios*

Esta estrategia está referida al valor que tendrá tu producto en el mercado y que pagarán tus clientes. Este precio involucra, tanto los costos de producción, distribución y promoción, así como las características añadidas que hacen de él algo diferente a los productos de la competencia y que, por tanto, le agregan valor (Valverde, 2009, pág. 39).

Es sumamente importante definir los precios de los bienes o servicios y además establecer las políticas de fijación de precios. La lista de precios se fijará en función a la estructura de costos de la empresa, a los precios de la competencia, a la percepción de los clientes y los resultados económicos esperados por el empresario (Weinberger, 2009, pág. 64).

2.2.4.12. *Estrategia de distribución*

Incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso, en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean (Bóveda, Oviedo, & Yakusik, 2015, pág. 25).

2.2.4.13. *Scooter o escúter*

“La Real Academia española la define como; Motocicleta ligera y sus siglas en inglés scooter.” (Real Academia Española, 2023).

Estos vehículos entran al Ecuador con la categoría de Scooters y no tiene homologación legal dentro del territorio ecuatoriano.

2.2.4.14. *Promoción*

La promoción es uno de los aspectos que más se descuida del marketing de un producto. La promoción es necesaria para atraer y convencer a los compradores para que compren su producto y no el de la competencia. En general, la promoción se divide en publicidad, promoción de venta y venta personal (Garzozzi, y otros, 2014, pág. 50).

“La promoción consiste en transmitir información del vendedor al comprador mediante distintas estrategias y medios de comunicación, necesarias especialmente cuando se trata de atraer al cliente.” (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2018, pág. 29).

2.2.5. *Gestión operativa*

En esta sección se proponen detallar cómo se gestionarán los recursos involucrados en la generación del producto o la prestación del servicio que se ha previsto ofrecer, analizar y decidir sobre diferentes alternativas técnicas u operativas para producir mejor, vender más o prestar con eficiencia un servicio, verificando la viabilidad técnica u operativa para cada caso, de acuerdo con las restricciones existentes de recursos, ubicación, logística y/o tecnología, de forma que se puedan alcanzar fuertes ventajas sostenibles frente a la competencia (Bóveda, Oviedo, & Yakusik , 2015).

2.2.5.1. *Objetivo de operaciones*

“Los objetivos del proceso de producción deben establecerse en función a la demanda estimada y a la capacidad de producción disponible. Para ello, se establecerán procesos e indicadores que permitan programar las operaciones de la empresa.” (Weinberger, 2009).

Los objetivos de operaciones generalmente están en función a:

- La cuota o meta de producción, que tiene como base la proyección de ventas y la capacidad productiva.
- El nivel de inventarios de seguridad: ¿Cada cuánto tiempo se repondrán inventarios? La falta de materia prima puede paralizar toda la empresa.
- Los estándares de productividad: Incrementar el número de unidades producidas en un tiempo determinado.

- El nivel de satisfacción del cliente: Tiempo que se demora un vendedor en atender a un cliente.
- Los estándares de calidad, por ejemplo, no aceptar más de: 0,5% de productos con defectos.
- Los tiempos de entrega de productos terminados: Por ejemplo, entre un 80% y un 85% de los clientes serán atendidos antes de 10 minutos desde su llegada.
- La reducción de residuos: Por ejemplo, porcentaje de merma no mayor a 2%. (pág. 79)

2.2.5.2. Plan de operaciones

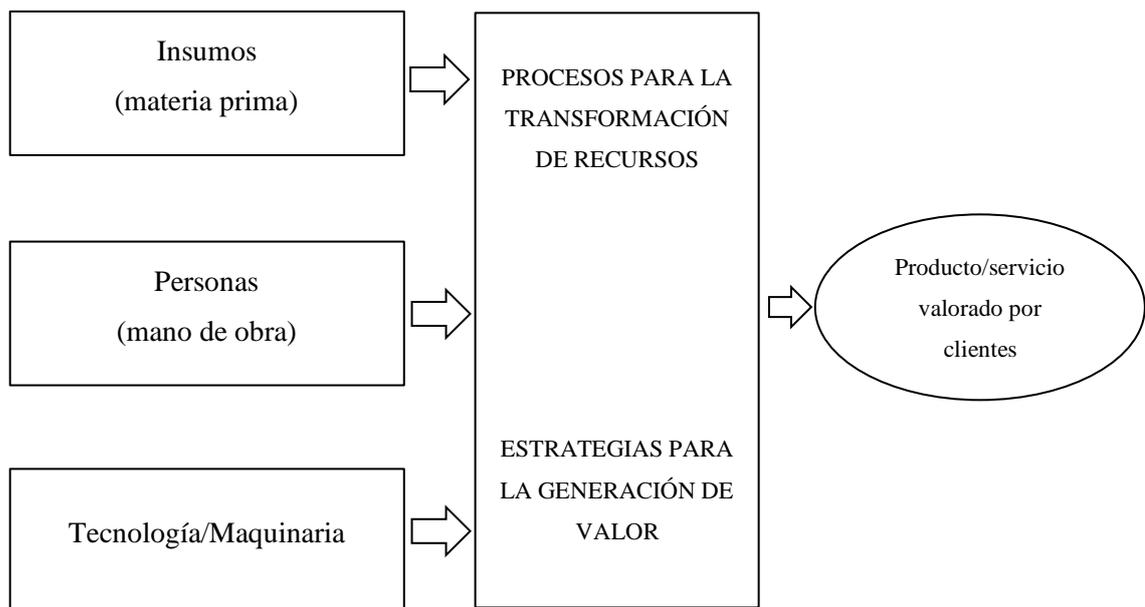


Ilustración 2-3: Plan de Operaciones

Fuente: (Weinberger, 2009).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023..

2.2.5.3. Recursos materiales necesarios

“Los principales recursos materiales necesarios para producir, utilizar o vender en el proceso de intercambio comercial con el cliente.” (Bóveda, Oviedo, & Yakusik , 2015, pág. 32).

“Los materiales y suministros son las materias primas y los insumos que se utilizan en el proceso de producción y su registro, manejo y control se hace generalmente por medio de los inventarios.” (Pedraza, 2014, pág. 74).

2.2.5.4. *Viabilidad técnica*

En el estudio de viabilidad técnica se pretende analizar la manera más eficiente de generar el producto-servicio, es decir, prever los medios para que el producto se plasme en una realidad. (Quaranta, 2020, pág. 59).

2.2.5.5. *Inventarios*

Son activos de corto plazo que posee el proyecto, los cuales están representados en materias primas, productos en proceso y productos terminados; los inventarios por lo general se costean al precio del promedio del mercado. El objetivo principal de los inventarios, es que la empresa tenga un nivel adecuado de existencias, para satisfacer la demanda del departamento de producción. (Galindo, 2011, pág. 110).

2.2.5.6. *Activos fijos*

“Son todos los bienes materiales necesarios para producir u operar, que no están destinados a la venta y que ayudan al funcionamiento operativo del negocio” (Bóveda, Oviedo, & Yakusik , 2015, pág. 35).

2.2.5.7. *Estándares de calidad*

Los indicadores de calidad son necesarios para medir los problemas que pudieran presentarse durante la producción y determinar la mejor forma de superarlos (Weinberger, 2009, pág. 87).

2.2.5.8. *Localización*

Es el estudio que busca el mejor lugar para instalar un negocio. Es decir, conseguir la rentabilidad más alta o donde se cumpla con los objetivos de la empresa, ya sean económicos o sociales. Esta exigencia busca alcanzar una mayor diferencia entre ingresos y costos, la maximización de ingresos, la producción unitaria al mínimo costo y obtener de todos los apoyos posibles por parte de la comunidad y gobierno (Pedraza, 2014, pág. 195).

2.2.6. *Gestión de talento humano*

Las personas son el elemento clave del éxito empresarial y por ello un recurso humano de calidad podría significar una ventaja para la empresa (Weinberger, 2009).

El plan de recursos humanos debe considerar:

- Las principales funciones que se requieren en el negocio.
- Las habilidades y conocimientos que cada función requiere.
- Los cargos que serán permanentes en la empresa.
- Las tareas, que por ser temporales o requerir un alto grado de especialización, podrían ser realizadas por personas o compañías ajenas a la empresa.
- Los puestos claves y del personal propio que hará las tareas que le permitan a la empresa diferenciarse de las demás.
- El organigrama que representa la estructura general de la empresa.
- Las políticas y estrategias que ayudarán a administrar el recurso humano.
- La planilla de la empresa, es decir el presupuesto de las remuneraciones. (pág. 89)

2.2.6.1. *Estructura organizacional*

“Un sistema social integrado por individuos y grupos que, bajo una determinada estructura y dentro de un contexto que controlan parcialmente, desarrollan actividades, aplicando recursos en pos de ciertos valores (objetivos) comunes.” (Quaranta, 2020, pág. 70).

Se encarga de la distribución de tareas y responsabilidades, la coordinación del personal, y la dirección y la cultura empresarial, necesarios para alcanzar la misión del negocio. La organización del negocio se cimenta en los objetivos de la empresa para que sus áreas funcionales se integren y se complementen de forma congruente (Pedraza, 2014, pág. 92).

2.2.6.2. *Reclutamiento*

Es la búsqueda de candidatos en el mercado laboral global. Se clasifican como externos cuando pertenecen a otras empresas, agencias de empleos, referenciados o actualmente sin empleo. Los candidatos internos son aquellos que pertenecen a la misma empresa y son propuestos automáticamente o por procesos internos (Galindo, 2011, pág. 126).

2.2.6.3. *Selección de personal*

“Mediante este proceso la empresa clasifica, entrevista, realiza pruebas, optando por el candidato que tenga el perfil adecuado y reúne los requisitos para el cargo asignado.” (Galindo, 2011, pág. 126).

2.2.6.4. *Contratación*

Es el proceso de ingreso del trabajador a la organización, conlleva la adaptación del trabajador a la organización, con el fin de obtener el máximo beneficio común. Para ello es necesario que el empleado conozca claramente las funciones a desempeñar, que se le suministre la información sobre cómo desarrollarlas y generar un proceso de retroalimentación sobre el desempeño de sus actividades, y se le haga una presentación oficial al grupo de compañeros y directivos (Galindo, 2011, pág. 126).

2.2.6.5. *Remuneraciones y compensaciones*

Las remuneraciones son los pagos mensuales o quincenales, por el desarrollo de las funciones de un puesto determinado. Por lo general, las remuneraciones se fijan de acuerdo al mercado laboral, al tipo de tarea asignada y al nivel de responsabilidad otorgado. Además de la remuneración, el empresario debe pagar compensaciones que son fijadas por ley y es obligación de las empresas cumplirlas (Weinberger, 2009, pág. 94).

2.2.7. *Gestión legal*

Va a determinar la viabilidad legal de la creación de la empresa o proyecto y las obligaciones adquiridas al llevarlo a cabo. Definirá la creación de la figura jurídica, aspectos ambientales, explotación de propiedad intelectual, legislación tributaria, contratación (Reyes, Navarro, & García, 2021, pág. 77).

2.2.7.1. *Acta de constitución*

Es el documento en el cual se deja constancia de las intenciones de los socios y el objeto social de la empresa a constituir, la cual se protocoliza con todo rigor en la minuta de la escritura pública, ante notario público y legalizada en las cámaras de comercio (Galindo, 2011, pág. 134).

2.2.7.2. *Condicionamiento del producto o servicio*

“Un producto o servicio debe cumplir con ciertas normas legales que condicionaran su funcionamiento y, aunque el ordenamiento jurídico es propio de cada país, se debe revisar el marco legal de las distintas administraciones en que participará el proyecto.” (Moreno Castro, 2016, pág. 153).

2.2.7.3. *Responsabilidad social*

Cuando se habla de responsabilidad social, se hace referencia a aquellos impactos o influencias que el proyecto-organización realiza en su medioambiente, tanto interna (personal, procedimientos, manejo de recursos, insumos) como externamente (comunidad, vecinos, otras instituciones), que favorecen el bienestar de la sociedad o su desarrollo sustentable. Esto incluye aquellas medidas que reducen significativamente las influencias negativas, tales como la contaminación ambiental (Quaranta, 2020, pág. 73).

2.2.8. *Gestión financiera*

El estudio financiero permitirá identificar la viabilidad del proyecto, así como las posibles ganancias y el tiempo de recuperación de la inversión. De igual manera, con la información obtenida, se podrán elaborar planes y estrategias que permitan realizar llevar a cabo acciones más eficientes, teniendo un impacto en toda la organización (Reyes, Navarro, & García, 2021, pág. 83).

2.2.8.1. *Inversión total*

“El capital total que se requiere, también se conoce como el costo total del proyecto o la inversión total requerida, se compone de tres rubros: activos fijos, gastos pre-operativos y capital de trabajo.” (Garzozzi, y otros, 2014, pág. 61).

2.2.8.2. *Inversiones previas*

Podemos decir que las inversiones podrían realizarse en forma previa a la puesta en marcha del proyecto, lo cual en flujo de fondo corresponde a las inversiones que se encuentran en el momento cero, o durante la puesta en marcha del proyecto, en cuyo caso se ubicará en algunos de los períodos del horizonte de planeamiento y estarán determinadas por el calendario de inversiones, según el criterio seleccionado de vida útil o de ciclo propio del proyecto (Quaranta, 2020, pág. 75).

2.2.8.3. *Capital de trabajo*

El capital de trabajo es el conjunto de bienes que se requieren para que el negocio inicie su actividad, entendiendo que estos activos son activos corrientes, es decir, activos que no tienen una larga duración, sino que más bien tienden a consumirse en el período corriente. Es el capital necesario para poner en operación al negocio, con el fin de que este pueda funcionar (Quaranta, 2020, pág. 77).

2.2.8.4. *Costo de administración*

“Son aquellos costos en los que se incurre para la conducción general de la empresa. Incluyen los gastos de personal administrativo, financiamiento, depreciación de muebles y equipos dedicados a la administración del negocio, seguros, alquileres, arbitrios, entre otros” (Weinberger, 2009, pág. 99).

2.2.8.5. *Costos de comercialización*

Son aquellos en que se incurren para vender el producto. Incluyen los costos de gestión y ampliación de cartera de clientes, costos de negociación y comisión de ventas, costo de distribución y entrega del producto, costos de promoción del producto y cualquier otro costo para convencer al cliente de los beneficios del producto y entregárselo donde lo requiera (Weinberger, 2009, pág. 100).

2.2.8.6. *Fuentes de financiamiento*

Financiamiento interno: Aportación del dueño o socios del proyecto o empresa y las utilidades que se reinvierten. Estos recursos propios pueden venir de ahorros, venta de activos personales, uso de tarjetas de crédito (Reyes, Navarro, & García, 2021, pág. 84).

Financiamiento externo: También conocido como apalancamiento que es el dinero obtenido de fuentes externas como son los préstamos bancarios, programas gubernamentales, financiamiento colectivo o crowdfunding (Reyes, Navarro, & García, 2021, pág. 84).

2.2.8.7. *Estados financieros*

El objetivo principal de los estados financieros es reflejar la situación económica y financiera del proyecto, la información generada permite evaluar si la inversión realizada por los socios del proyecto produce los resultados esperados, reflejando rentabilidad en el corto, mediano y largo plazo (Galindo, 2011, pág. 142).

2.2.8.8. *Balance Inicial*

Es el estado financiero que se origina al crear o conformar nuestra empresa, es decir, el resultado de los ingresos al proyecto, representados por los aportes de capital de los socios de la empresa y/o por los préstamos financieros realizados por entidades bancarias o por terceros a los socios de

la empresa, los cuales se invierten en activos fijos, efectivo, preoperativos e intangibles (Galindo, 2011, pág. 143).

2.2.8.9. *Balance general*

El Balance General muestra la situación financiera de una empresa en un momento determinado. Es una “fotografía” de la empresa que muestra los activos (lo que la empresa tiene), los pasivos (lo que la empresa debe) y el patrimonio, es decir lo que la empresa vale (diferencia entre activos y pasivos) (Weinberger, 2009, pág. 113).

2.2.8.10. *Estado de resultados*

“Refleja el movimiento operacional de la empresa en un periodo determinado, involucra los ingresos operacionales (ventas) y los ingresos no operacionales (intereses recibidos, deudas de terceros, ventas de activos, etc.)” (Galindo, 2011, pág. 146).

2.2.8.11. *Flujo de caja*

“Este estado financiero se conoce también como flujo de fondos, en él se reflejan los movimientos de efectivo realizados en un período determinado.” (Galindo, 2011, pág. 147).

“El flujo de caja muestra todos los ingresos y egresos, actuales y futuros, que tiene o tendrá un plan de negocios. Empieza con la inversión inicial y luego se incluye la proyección de ventas.” (Weinberger, 2009, pág. 108).

2.2.8.12. *Evaluación financiera*

Es aquella que toma en consideración la manera como se obtiene y pagan los recursos financieros utilizados en proyecto, sin considerar el modo como se distribuyen las utilidades que ha generado el mismo. Los costos, gastos y utilidades constituyen el flujo financiero; y su valor residual es igual al valor residual de la evaluación económica (Galindo, 2011, pág. 142).

2.2.8.13. *Valor Actual Neto (VAN)*

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrán un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, queda alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. También permite determinar cuál

proyecto es el más rentable entre varias opciones de inversión (Bóveda, Oviedo, & Yakusik, 2015, pág. 62).

Formula:

$$VAN = -I + \frac{FC1}{(1+i)^1} + \frac{FC2}{(1+i)^2} + \frac{FC3}{(1+i)^3} + \frac{FC4}{(1+i)^4} + \frac{FCn}{(1+i)^n}$$

Donde:

VAN = valor actual neto

I = inversión inicial

FC = flujo de caja

n = número de periodos de vida del proyecto

i = tasa de recuperación atractiva

- Si el VAN > 0 se acepta la inversión
- Si el VAN = 0 se acepta la inversión
- Si el VAN < 0 se rechaza la inversión

2.2.8.14. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa que hace que el valor presente neto sea igual a cero, es decir que reduce a cero los ingresos y los egresos del proyecto, incluyéndose la inversión inicial que realizaron los socios en el proyecto. Si la tasa resultante es superior a la del mercado quiere decir que nuestro proyecto es más rentable (Galindo, 2011, pág. 157).

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

Si la TIR > 0 se acepta la inversión

- Si la TIR = 0 se acepta la inversión
- Si la TIR < 0 se rechaza la inversión

2.2.8.15. *Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)*

Se evalúa el tiempo que el proyecto demora en recuperar la inversión, es decir, cuántos períodos del horizonte de planeamiento deben transcurrir para recuperar la inversión. Es un cálculo algebraico sencillo que permitirá al inversionista comparar otras inversiones en función de este mismo criterio, tiempo (Quaranta, 2020, pág. 96).

Formula:

$$PRI = a + \frac{b - c}{d}$$

Donde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión

b = Inversión inicial

c = Flujo del efectivo del año anterior en el que se recupera la inversión

d = Flujo del efectivo del año en el que se recupera la inversión

2.2.8.16. *Punto de equilibrio*

El punto de equilibrio normalmente se establece en unidades físicas o unidades monetarias, y es sumamente útil para conocer cuánto es lo mínimo que se debe vender para que los gastos fijos de la empresa y los gastos variables de las unidades producidas estén cubiertos (Weinberger, 2009, pág. 101).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación

3.1.1. *Enfoque cualitativo*

Los estudios cualitativos constituyen un acercamiento metodológico en la búsqueda del sentido de las acciones sociales, tomando en cuenta actitudes, aspectos culturales, percepciones, relaciones y estimaciones (Neill & Cortez, 2017, pág. 74).

En base al enfoque de investigación el presente trabajo se contemplará la recolección de datos bibliográficos referentes al tema para poder establecer el diseño de un plan de negocios para así estructurar el proceso que se debe realizar, consecuentemente poder determinar la conclusiones y recomendaciones de caso además de poder tomar una decisión con la viabilidad del proyecto.

3.1.2. *Enfoque cuantitativo*

La investigación cuantitativa, también llamada empírico-analítico, racionalista o positivista es aquel que se basa en los aspectos numéricos para investigar, analizar y comprobar información y datos (Neill & Cortez, 2017, pág. 69).

Este enfoque nos permitirá evaluar con datos numéricos la viabilidad del proyecto con respecto a los puntos más importantes como; análisis de mercado, inversiones, financiamiento económico y proyecciones, además nos facilitaran el estudio necesario para optar para la opción más viable de la investigación.

3.2. Nivel de investigación

3.2.1. *Investigación exploratoria*

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente

relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Partiendo de este enfoque, la investigación se centrará en explorar el campo que se necesita estudiar, respondiendo a las preguntas que generan incertidumbre tales como; factibilidad del producto y servicio, ubicación estratégica, satisfacción del cliente, público objetivo etc., mediante las diferentes herramientas de recolección de información, ya que el análisis previo de la investigación es necesario para impulsar el éxito del proyecto.

3.2.2. Investigación descriptiva

“Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 122).

La presente investigación se enfocará en buscar la viabilidad del proyecto buscando las mejores estrategias para el desarrollo del negocio, mediante la observación de tendencia poblacional, dimensiones del mercado por ende identificar los gustos, preferencias, precios además de las características del producto y servicio a disposición del cliente.

3.3. Diseño de investigación

3.3.1. Investigación no experimental

Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 191).

El presente trabajo tiene como base ser una investigación no experimental, ya que no se manipulará ninguna de las variables para nuestra disposición o conveniencia si no que se recogerá los datos tal como se encuentre dentro del área del estudio para el desarrollo del proyecto.

3.4. Tipo de estudio

3.4.1. Investigación bibliográfica-documental

Implica detectar, consultar y obtener la bibliografía (referencias) y otros materiales que sean útiles para los propósitos del estudio, de donde se tiene que extraer y recopilar la información relevante y necesaria para enmarcar nuestro problema de investigación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 95).

El desarrollo esencial previo para la investigación tomara antecedentes bibliográficos mediante las fuentes de información verídicas con el objetivo de estructurar una guía documental para poder desarrollar estrategias para el negocio y plasmar la viabilidad del mismo.

3.4.2. Investigación de campo

El presente trabajo tiene como objetivo recolectar datos directamente de la población de estudio por lo cual se investigará el comportamiento de la sociedad con respecto a lo que se oferta, por ende, se aplicará técnicas para la recolección de datos mediante encuestas o entrevistas, haciendo énfasis en el objetivo de la factibilidad del proyecto.

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

La presente investigación uso datos extraído directamente del documento de Ordenamiento Territorial de la provincia de Chimborazo periodo 2019-2023 para los cálculos de proyección de la Población económicamente activa (PEA) del cantón Riobamba. La información obtenida nos arrojó que para el año 2010 el PAE del cantón Riobamba es de 100.585 además se obtuvo el dato de la tasa de crecimiento anual de Ecuador cifras dándonos un valor de 1,72%. Teniendo todos estos datos se procede a realizar la proyección correspondiente al año 2023 obteniendo un resultado de 125.550 de la población económicamente activa actual proyectada.

3.5.2. Muestra

Para poder establecer la muestra correcta considerando a la población de la ciudad de Riobamba se procedió a establecer la siguiente fórmula para su respectivo calculo:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Datos de las variables

$$n = ?$$

$$N = 125,549$$

$$\sigma = 0,5$$

$$Z = 1,96 \text{ (95\%)}$$

$$e = 0,05 \text{ (5\%)}$$

Cálculo de la muestra

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

$$n = \frac{(125.550)(0,5)^2(1,96)^2}{(125.550 - 1)(0,05)^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$

$$n = 382.99$$

$$n = \mathbf{383}$$

Se determina que el tamaño de la muestra es de 383, por lo cual se procederá a realizar la misma cantidad de encuestas, necesarias para recolectar los datos e información de la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba con el fin de beneficiar el desarrollo viable del proyecto.

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

3.6.1. Métodos

3.6.1.1. Método deductivo

La relación del método deductivo en la investigación nos permitirá, analizar y evaluar de manera lógica y estructurada los diversos aspectos del proyecto. Usando premisas generales y hallazgos para poder llegar a conclusiones específicas que nos encaminen a tomar decisiones basadas en la

evidencia, de los datos recolectados a lo largo de la investigación y así poder fortalecer la viabilidad del proyecto mediante una base sólida y fundamentada para su desarrollo y ejecución.

3.6.1.2. *Método inductivo*

Dentro de la investigación se pretende obtener datos específicos del entorno, para así poder realizar observaciones detalladas del mercado, tendencia del consumidor y otros factores relevantes. Posteriormente analizar dichos datos y buscar patrones similares, con la finalidad de generar conclusiones generales con respecto al comportamiento de estas variables.

3.6.2. *Técnicas*

3.6.2.1. *Encuesta*

La presente investigación se llevará a cabo mediante una encuesta dirigida a la población económicamente activa del cantón Riobamba con el objetivo de recopilar información y datos que nos sirva como base para poder realizar el estudio de mercado, y a su vez conocer a ciencia cierta la opinión de la población acerca del proyecto que se pretende llevar a cabo y así poder visualizar la viabilidad del negocio.

3.6.3. *Instrumentos*

3.6.3.1. *Cuestionario*

El cuestionario se llevará a cabo con la finalidad de recopilar información a través de preguntas objetivas para evaluar la opinión y preferencias de la población a su vez poder analizar cada pregunta que nos ayudara a determinar de manera general cual es el nivel de aceptación del proyecto y su viabilidad en el mercado por lo cual se optó por elaborar este cuestionario en la plataforma Microsoft Forms mejorando la distribución del cuestionario a través de un enlace online.

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Resultados de la encuesta e interpretación de datos

Pregunta 1: Edad

Tabla 4-1: Edad

Detalle	Valor Absoluto	Valor Relativo
18 a 26 años	185	48,3%
27 a 35 años	75	19,6%
36 a 44 años	59	15,4%
45 a 53 años	52	13,6%
54 a más años	12	3,1%
Total	383	100%

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

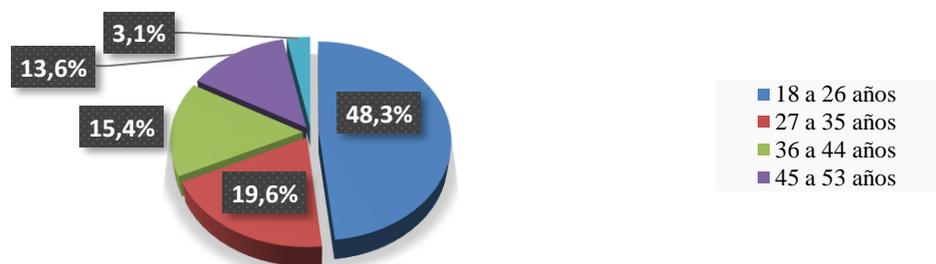


Ilustración 4-1: Edad

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

En base a los datos obtenidos mediante la encuesta realizada a los potenciales clientes, dentro de la Población económicamente activa se nos establece que, del rango de edades establecidos las personas que están en la edad de 18 a 26 años representan el 48,3%, de 27 a 35 años el 19,6%, de 36 a 44 años el 15,4%, de 45 a 53 años el 13,6% y finalmente de 54 a más años representan el 3,1%.

Interpretación:

Se determina que la mayor participación dentro del rango de edades fue de 18 a 26 años con un resultado del 48,3% con una mayoría significativa.

Pregunta 2: Género

Tabla 4-2: Género

Detalle	Valor Absoluto	Valor Relativo
Masculino	166	43,3%
Femenino	170	44,4%
Otros	47	12,3%
Total	383	100%

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

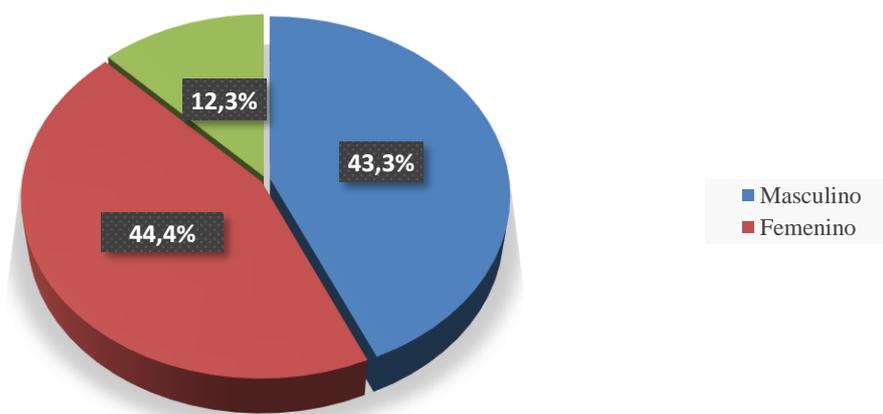


Ilustración 4-2: Género

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

De acuerdo a los datos recolectados con respecto a la participación en respuesta a la encuesta, teniendo en cuenta el género como enfoque se determinó que la parte masculina tuvo un resultado del 43,3% por otro lado la parte femenina obtuvo un resultado de 44,4% además se tomó la inclusión de otras percepciones de género como Otros, dándonos un resultado de participación del 12,3%.

Interpretación:

Se determinó que el género con mayor participación en las encuestas realizadas fue la parte femenina con un resultado del 44,4%, una pequeña diferencia con el apartado masculino.

Pregunta 3: ¿Qué tipos de ingresos percibe?

Tabla 4-3: ¿Qué tipos de ingresos percibe?

Detalle	Valor Absoluto	Valor Relativo
Fijos	193	50,4%
Variables	190	49,6%
Total	383	100%

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

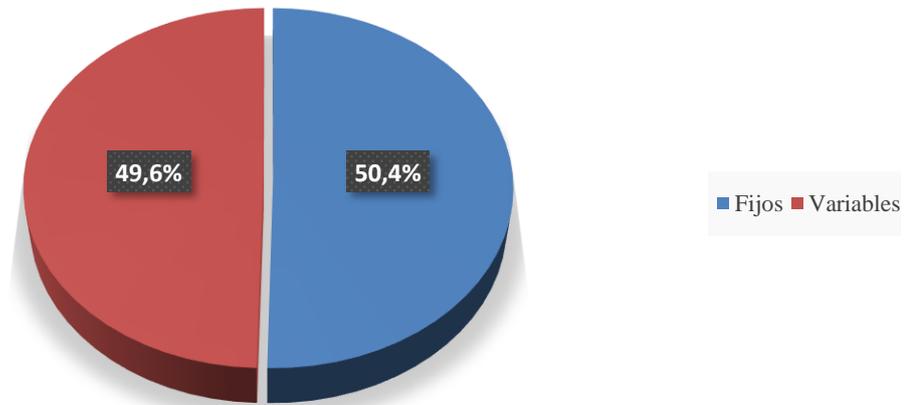


Ilustración 4-3: ¿Qué tipos de ingresos percibe?

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos se nos arroja los siguientes resultados, con el enfoque de los ingresos percibidos por ende se determinó lo siguiente, para ingresos variables un 49,6% y para ingresos fijos un 50,4%.

Interpretación:

El índice de participación mayoritaria se inclinó para los ingresos fijos con un resultado de 50,4% con una diferencia de 0,8% con respecto a los ingresos variables, este apartado nos permite visualizar que tener ingresos variables podría indicar una cierta sensibilidad a las fluctuaciones económicas y una preferencia por opciones de pago flexibles. Por otro lado, con ingresos fijos pueden estar más inclinados hacia pagos más estables y predecibles.

Pregunta 4: ¿Estás familiarizado/a con los scooters eléctricos como una opción de transporte sostenible en Riobamba?

Tabla 4-4: ¿Estás familiarizado/a con los scooters eléctricos como una opción de transporte sostenible en Riobamba?

Detalle	Valor Absoluto	Valor Relativo
Si, lo conozco	224	58,5%
No, lo conozco	159	41,5%
Total	383	100%

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

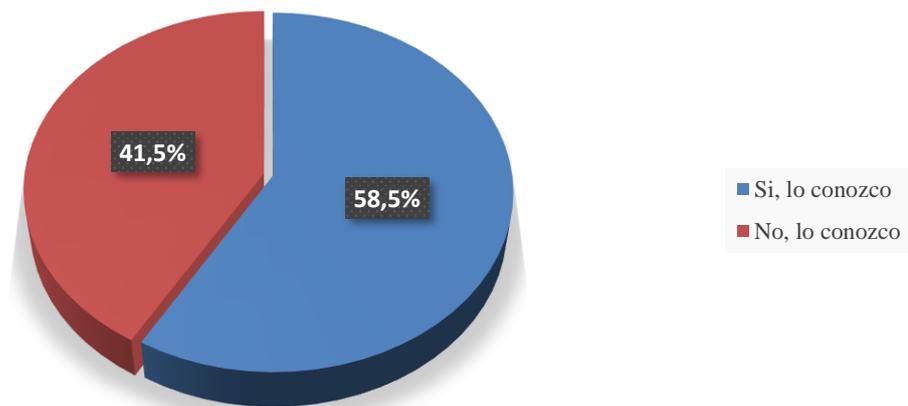


Ilustración 4-4: ¿Estás familiarizado/a con los scooters eléctricos como una opción de transporte sostenible en Riobamba?

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

En base a la información que se obtuvo nos arrojó los siguientes resultados con respecto a la familiarización con los scooters eléctricos donde se dio las siguientes respuestas, Si, los conozco con un 58,5% y No, los conozco con 41,5%.

Interpretación:

El nivel de conocimientos de la población con respecto a los scooters eléctricos se inclinó con los resultados de Si, los conozco con un 58,5% esto nos quiere decir que una gran mayoría de la población tiene conocimientos sobre el transporte sostenible eléctrico en la ciudad por la competencia.

Pregunta 5: ¿Te interesaría utilizar scooters eléctricos como medio de transporte en tus desplazamientos diarios en Riobamba?

Tabla 4-5: ¿Te interesaría utilizar scooters eléctricos como medio de transporte en tus desplazamientos diarios en Riobamba?

Detalle	Valor Absoluto	Valor Relativo
Sí, definitivamente	266	69,5%
Talvez, no estoy seguro/a	105	27,4%
No, no me interesaría	12	3,1%
Total	383	100%

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

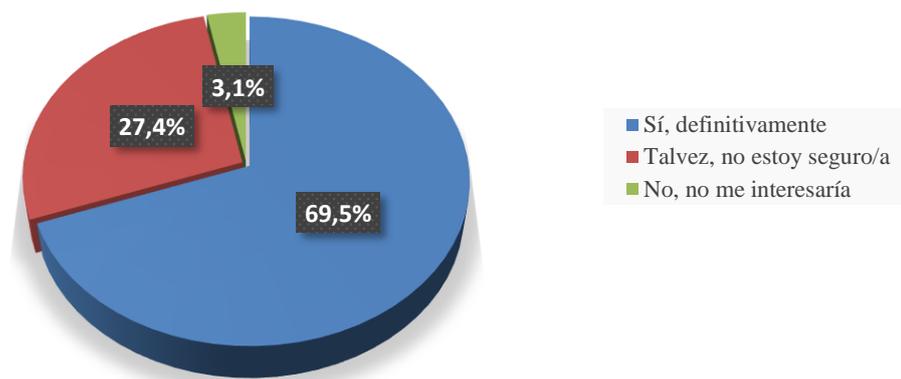


Ilustración 4-5: ¿Te interesaría utilizar scooters eléctricos como medio de transporte en tus desplazamientos diarios en Riobamba?

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

Los datos recolectados a través de la encuesta a la población nos dieron la siguiente información acerca del nivel de interés para usar scooters eléctricos; Sí, definitivamente con el 69,5%, Talvez, no estoy seguro/a 27,4% y No, no me interesaría 3,1%.

Interpretación:

De acuerdo a los datos recolectados se pudo determinar el nivel de interés en usar scooters eléctricos tiene como mayor participación significativa la respuesta Sí, definitivamente con el 69,5% esto nos permite visualizar que los posibles clientes están interesados en el uso de estos vehículos.

Pregunta 6: ¿Cuál es la principal razón por la que considerarías utilizar scooters eléctricos en Riobamba? (Puedes seleccionar varias opciones)

Tabla 4-6: ¿Cuál es la principal razón por la que considerarías utilizar scooters eléctricos en Riobamba?

Detalle	Valor Absoluto	Valor Relativo
R1. Ahorro de tiempo en el tráfico	226	32,4%
R.2 Reducción de costos en comparación con otros medios de transporte	249	35,7%
R3. Contribución a la protección del medio ambiente	150	21,5%
R4. Experimentar el uso de nuevas tecnologías en transporte personal	73	10,5%
Total	698	100%

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

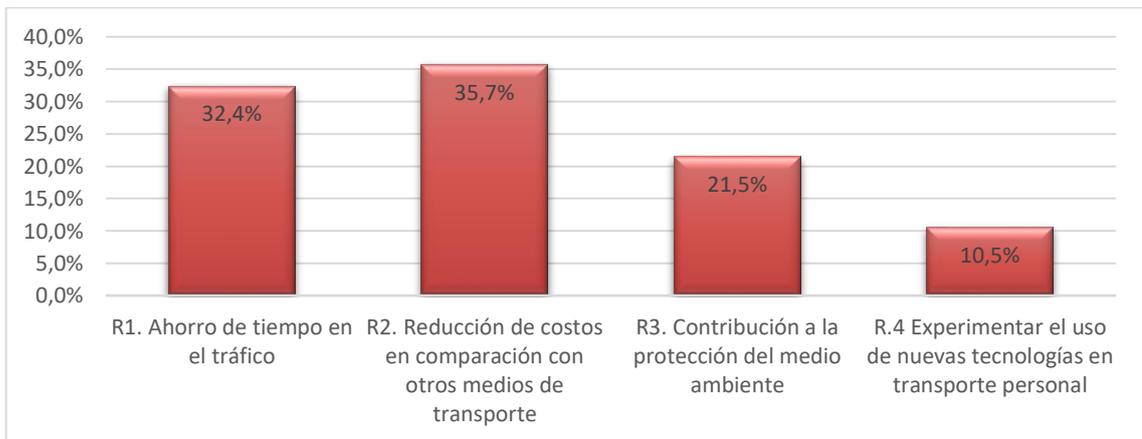


Ilustración 4-6: ¿Cuál es la principal razón por la que considerarías utilizar scooters eléctricos en Riobamba?

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

Los datos obtenidos nos arrojaron los siguientes niveles de importancia como: R1. 32,4%, R2. 35,7%, R3. 21,5% y por último R4. 10,5% evidenciando las diferencias significativas.

Interpretación:

Este gráfico nos permite visualizar las razones por las cuales los clientes potenciales decidieran usar transporte eléctrico personal teniendo como mayor participación R2 con un 35,7% siendo la principal razón para usar este tipo de vehículos eléctricos además se puede tomar en cuenta una segunda opción como R1. Con el 32,4% como una razón viable para el usuario.

Pregunta 7: ¿Consideras importante contribuir a la reducción de la contaminación ambiental al utilizar medios de transporte sostenibles como los scooters eléctricos?

Tabla 4-7: ¿Consideras importante contribuir a la reducción de la contaminación ambiental al utilizar medios de transporte sostenibles como los scooters eléctricos?

Detalle	Valor Absoluto	Valor Relativo
Sí, es muy importante para mí	321	83,8%
Talvez, no estoy seguro/a	55	14,4%
No, no considero que sea importante	7	1,8%
Total	383	100%

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

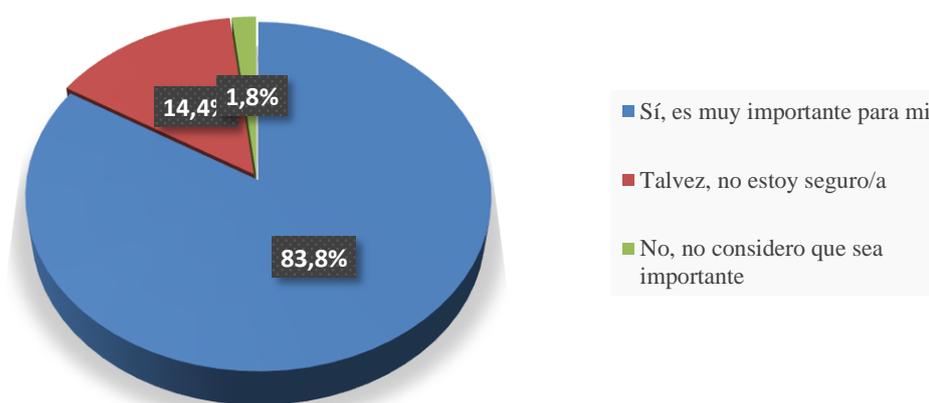


Ilustración 4-7: ¿Consideras importante contribuir a la reducción de la contaminación ambiental al utilizar medios de transporte sostenibles como los scooters eléctricos?

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

Los resultados de este apartado con respecto a la contribución en la reducción de la contaminación ambiental nos arrojan los siguientes datos de participación; Sí, es muy importante para mí. 83,8%, Talvez, no estoy seguro/a. 14,4%, y por último No, no considero que sea importante 1,8%.

Interpretación:

En base a los resultados obtenidos se puede visualizar el nivel de importancia de los scooters eléctricos como un transporte amigable para el medio ambiente, considerando como muy importante al 83,8% de los encuestados, con una participación significativa.

Pregunta 8: ¿Cuál de las siguientes opciones de potencia o autonomía preferirías en un scooter eléctrico?

Tabla 4-8: ¿Cuál de las siguientes opciones de potencia o autonomía preferirías en un scooter eléctrico?

Detalle	Valor Absoluto	Valor Relativo
P1. Baja potencia (500-800 vatios) con una autonomía adecuada para distancias cortas.	53	13,8%
P2. Media potencia (800-1000 vatios) con una autonomía moderada para distancias intermedias.	117	30,5%
P3. Alta potencia (1000-2000 etc. Vatios) con una mayor autonomía para distancias largas	172	44,9%
P4. No estoy seguro/a de qué potencia o autonomía sería más adecuada para mis necesidades	41	10,7%
Total	383	100%

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

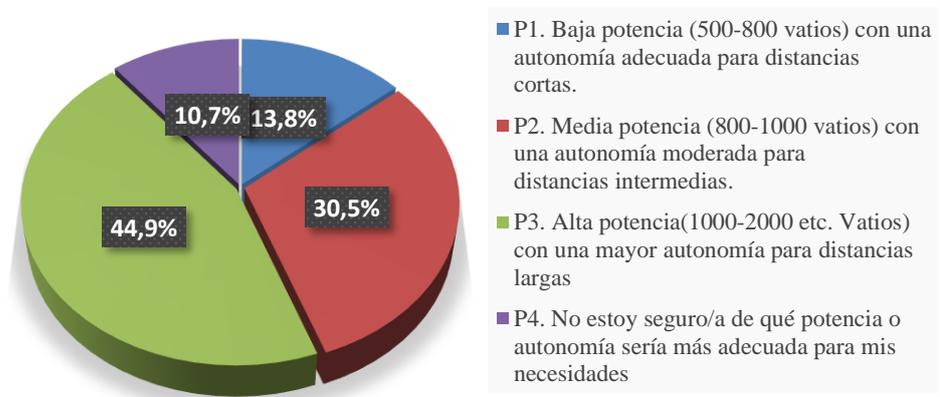


Ilustración 4-8: ¿Cuál de las siguientes opciones de potencia o autonomía preferirías en un scooter eléctrico?

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

Los resultados nos arrojaron el siguiente resultado como P1 con el 13,8%, P2. 30,5%, P3. 44,9% y por último P4. 10,7% datos obtenidos de la encuesta al a población.

Interpretación:

En base a los resultados se puede determinar que la población prefiere scooters eléctricos de alta potencia para distancias largas, con un nivel de participación del 44,9% este apartado nos permite visualizar las preferencias de los posibles clientes y adaptarse a ellos.

Pregunta 9: ¿Qué características adicionales considerarías importantes en un scooter eléctrico?
(Puedes seleccionar varias opciones)

Tabla 4-9: ¿Qué características adicionales considerarías importantes en un scooter eléctrico?

Detalle	Valor Absoluto	Valor Relativo
Mayor velocidad máxima	211	29,9%
Mayor capacidad de carga	226	32,1%
Diseños Innovadores (Deportivos y Modernos)	141	20,0%
Precios accesibles (Dependen de la potencia)	127	18,0%
Total	705	100%

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

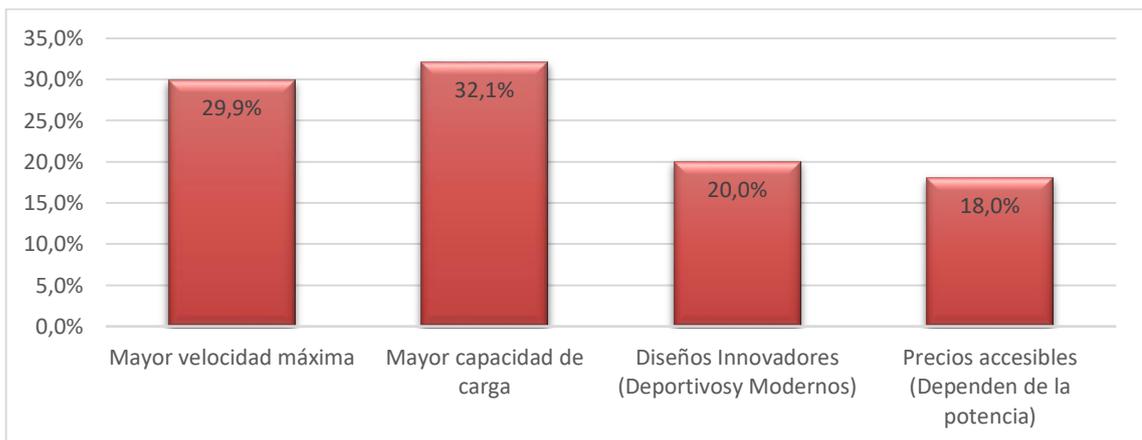


Ilustración 4-9: ¿Qué características adicionales considerarías importantes en un scooter eléctrico?

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

Los datos que se obtuvieron dieron los siguientes resultados con respecto a preferencias adicionales para los scooters eléctricos, Mayor velocidad máxima 29,9%, Mayor capacidad de carga 32,1%, Diseños Innovadores 20,0% y por último Precios accesibles 18,0%.

Interpretación:

En base a los datos obtenidos podemos determinar las principales preferencias adicionales que requieren los clientes potenciales como Mayor capacidad de carga con 32,1% además de Mayor velocidad máxima con 29,9% de participación.

Pregunta 10: ¿Considerarías comprar un scooter eléctrico para uso personal en Riobamba?

Tabla 4-10: ¿Considerarías comprar un scooter eléctrico para uso personal en Riobamba?

Detalle	Valor Absoluto	Valor Relativo
Sí, definitivamente	282	73,6%
Talvez, no estoy seguro/a	86	22,5%
No, no consideraría comprar uno	15	3,9%
Total	383	100%

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

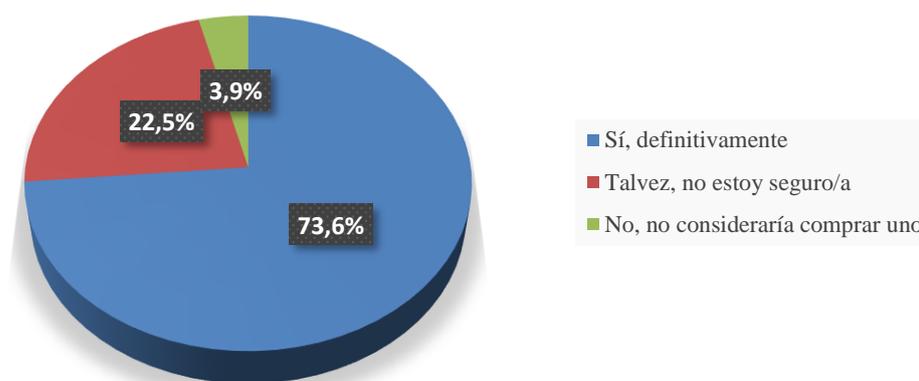


Ilustración 4-10: ¿Considerarías comprar un scooter eléctrico para uso personal en Riobamba?

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

La información obtenida nos arroja los siguientes resultados acerca de la adquisición o compra de estos vehículos eléctricos como: Sí, definitivamente 73,6%, Talvez, no estoy seguro/a 22,5% por último No, no consideraría comprar uno 3,9%.

Interpretación:

Este apartado nos permite determinar el nivel de consideración por parte de la población para la adquisición o comprar de estos vehículos, demostrando un nivel de interés, Si lo adquirieran definitivamente con el 73,6% demostrando la viabilidad de venta de estos medios de transporte eléctricos.

Pregunta 11: ¿Estaría interesado en adquirir un servicio de alquiler de scooter eléctricos en la ciudad de Riobamba como una opción de movilidad personal?

Tabla 4-11: ¿Estaría interesado en adquirir un servicio de alquiler de scooter eléctricos en la ciudad de Riobamba como una opción de movilidad personal?

Detalle	Valor Absoluto	Valor Relativo
Sí, definitivamente	286	74,7%
Talvez, no estoy seguro/a	90	23,5%
No, no estoy interesado/a	7	1,8%
Total	383	100%

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

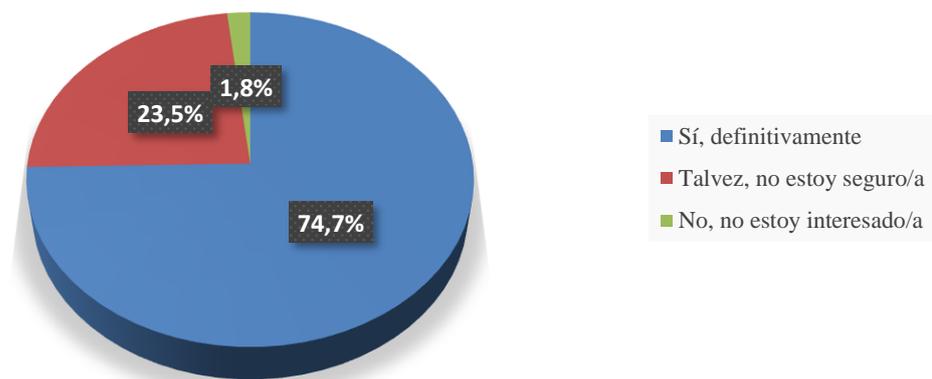


Ilustración 4-11: ¿Estaría interesado en adquirir un servicio de alquiler de scooter eléctricos en la ciudad de Riobamba como una opción de movilidad personal?

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

Por medio de las encuestas realizadas se obtuvieron los siguientes datos con respecto al nivel de interés de adquirir un servicio de alquiler a la población dándonos los siguientes resultados: Sí, definitivamente 74,7%, Talvez, no estoy seguro/a 23,5% y por último No, no estoy interesado/a 1,8%

Interpretación:

En base a los datos obtenidos podemos determinar el nivel de interés de la población, mostrando un mayor nivel de participación a la opción de Sí, definitivamente con el 74,7% demostrando una gran aceptación para la adquisición de servicios de alquiler de scooters eléctricos.

Pregunta 12: ¿Consideraría que para el uso del servicio de alquiler de Scooters eléctricos se implemente el uso de una membresía con todos los datos, condiciones y restricciones necesarias para la seguridad del servicio hacia el cliente y la empresa?

Tabla 4-12: ¿Consideraría que para el uso del servicio de alquiler de Scooters eléctricos se implemente el uso de una membresía con todos los datos, condiciones y restricciones necesarias para la seguridad del servicio hacia el cliente y la empresa?

Detalle	Valor Absoluto	Valor Relativo
Sí, definitivamente	308	80,4%
Talvez, no estoy seguro/a	68	17,8%
No, no lo considero necesario	7	1,8%
Total	383	100%

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

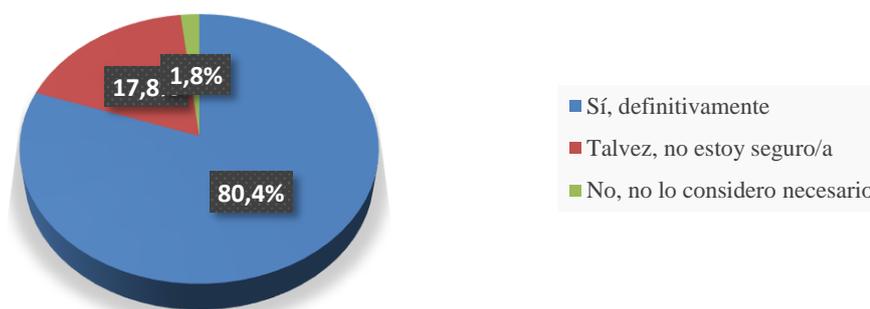


Ilustración 4-12: ¿Consideraría que para el uso del servicio de alquiler de Scooters eléctricos se implemente el uso de una membresía con todos los datos, condiciones y restricciones necesarias para la seguridad del servicio hacia el cliente y la empresa?

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

Con respecto a implementar una membresía para el uso de los servicios de alquiler se nos dio los siguientes datos: Sí, definitivamente 80,4%, Talvez, no estoy seguro/a 17,8% y por último No, no lo considero necesario 1,8%.

Interpretación:

En base a los resultados obtenidos podemos determinar que los encuestados consideran de gran importancia la implementación de una membresía para el uso del servicio de alquiler con un nivel de participación positiva de un 80,4%.

Pregunta 13: ¿Qué distancia promedio recorrerías en un viaje típico utilizando un scooter eléctrico en Riobamba?

Tabla 4-13: ¿Qué distancia promedio recorrerías en un viaje típico utilizando un scooter eléctrico en Riobamba?

Detalle	Valor Absoluto	Valor Relativo
Menos de 5 kilómetros	31	8,1%
Entre 5 y 10 kilómetros	66	17,2%
Entre 10 y 20 kilómetros	112	29,2%
Más de 20 kilómetros	138	36,0%
No estoy seguro/a	36	9,4%
Total	383	100%

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

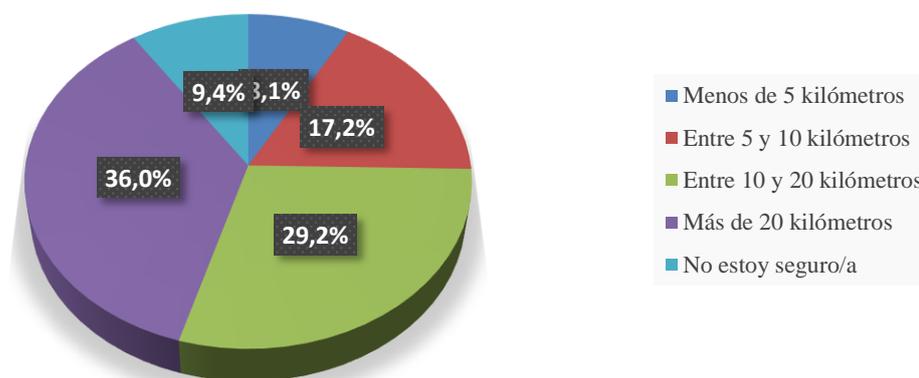


Ilustración 4-13: ¿Qué distancia promedio recorrerías en un viaje típico utilizando un scooter eléctrico en Riobamba?

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

Los datos arrojados no dieron la siguiente información con respecto a las distancias que recorrerían los usuarios que opten por la adquisición del vehículo o el servicio, teniendo estos resultados: Menos de 5 Kilómetros 8,1%, Entre 5 y 10 kilómetros 17,2%, Entre 10 y 20 kilómetros 29,2%, Mas de 20 kilómetros 36,0% y por último No estoy seguro/a con el 9,4%.

Interpretación:

Teniendo en cuenta estos datos se puede visualizar que los usuarios como promedio pretenden recorrer más de 20 kilómetros con estos vehículos en base al resultado del 36,0% con la mayor participación.

Pregunta 14: ¿Estarías dispuesto/a pagar un precio justo por el alquiler de scooters eléctricos a los siguientes valores por kilómetro recorrido?

Tabla 4-14: ¿Estarías dispuesto/a pagar un precio justo por el alquiler de scooters eléctricos a los siguientes valores por kilómetro recorrido?

Detalle	Valor Absoluto	Valor Relativo
\$0.15 por kilómetro	110	28,7%
\$0.20 por kilómetro	143	37,3%
\$0.25 por kilómetro	85	22,2%
\$0.30 por kilómetro	32	8,4%
No estaría dispuesto/a pagar por el alquiler de scooters eléctricos.	13	3,4%
Total	383	100%

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

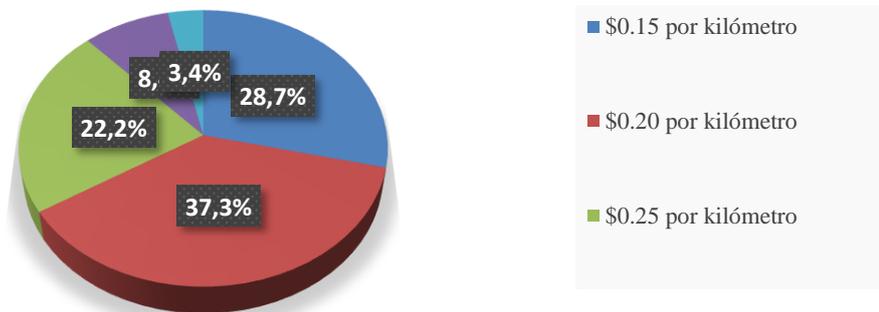


Ilustración 4-14: ¿Estarías dispuesto/a pagar un precio justo por el alquiler de scooters eléctricos a los siguientes valores por kilómetro recorrido?

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

Los datos obtenidos en la investigación con respecto al precio por el uso del servicio de alquiler fueron los siguientes en nivel de preferencia tales como: \$0,15 por kilómetro con el 28,7%, \$0,20 por kilómetro con el 37,3%, \$0,25 por kilómetro con el 22,2%, \$0,30 por kilómetro con el 8,4% y por último No estaría dispuesto/a a pagar por el alquiler de scooters eléctricos con el 3,4%.

Interpretación:

Este apartado nos permite visualizar las preferencias con enfoque a los pagos de los servicios de alquiler con respecto al kilometraje, por lo cual se estableció por mayoría el pago del \$0,20 por kilómetro con el 37,3% de participación significativa.

Pregunta 15: ¿Qué servicios adicionales valorarías al utilizar un servicio de alquiler de scooters eléctricos? (Puedes seleccionar varias opciones)

Tabla 4-15: ¿Qué servicios adicionales valorarías al utilizar un servicio de alquiler de scooters eléctricos?

Detalle	Valor Absoluto	Valor Relativo
A1. Plataforma en redes sociales o línea para reserva y pago de scooters eléctricos	135	19,0%
A2. Entrega de recolección de los scooters eléctricos en ubicaciones convenientes para los clientes	270	38,1%
A3. Atención y soporte al cliente durante el horario de operación	219	30,9%
A4. Promociones y recompensas para usuarios frecuentes	85	12,0%
Total	709	100%

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

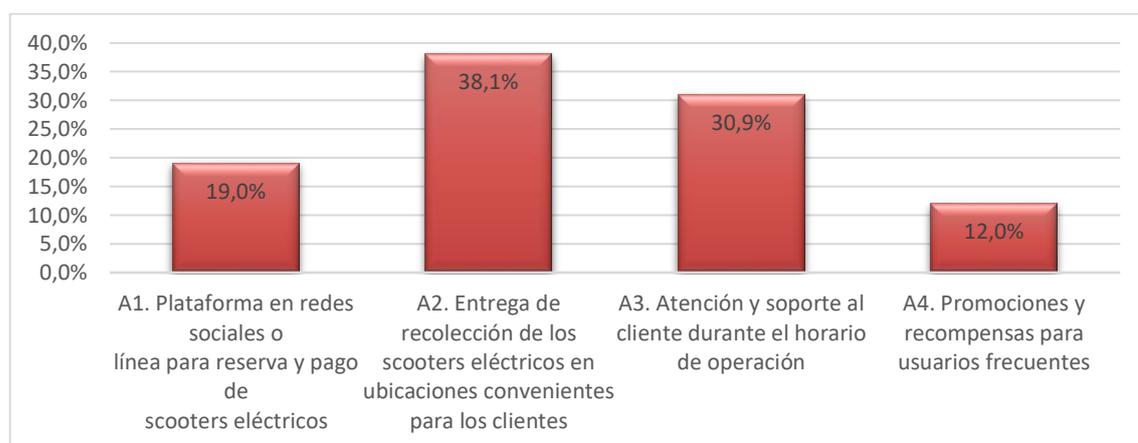


Ilustración 4-15: ¿Qué servicios adicionales valorarías al utilizar un servicio de alquiler de scooters eléctricos?

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

Con respecto a los servicios de alquiler se obtuvieron los siguientes resultados dando enfoque puntos adicionales para dicha actividad como: A1. Con el 19,0%, A2. Con el 38,1%, A3. Con el 30,9% y por último A4. Con el 12,0%.

Interpretación:

Para dar un valor agregado al servicio de alquiler y potencializar esta actividad se estableció puntos adicionales para el mismo, dándonos con mayor preferencia A2. Con el 38,1% de aceptación además de A3. Con el 30,9% que se tomaran en cuenta.

Pregunta 16: ¿Qué preocupaciones o desafíos considerarías importantes al utilizar un servicio de alquiler de scooters eléctricos en Riobamba? (Puedes elegir diferentes opciones)

Tabla 4-16: ¿Qué preocupaciones o desafíos considerarías importantes al utilizar un servicio de alquiler de scooters eléctricos en Riobamba?

Detalle	Valor Absoluto	Valor Relativo
C1. Disponibilidad y accesibilidad de diferentes scooters eléctricos	249	35,2%
C2. Entrega de equipamiento de protección y seguridad	234	33,1%
C3. Capacitación y Asesoría personalizada para el uso de estos vehículos	152	21,5%
C4. Carga y autonomía de las baterías de los scooters eléctricos	72	10,2%
Total	707	100%

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

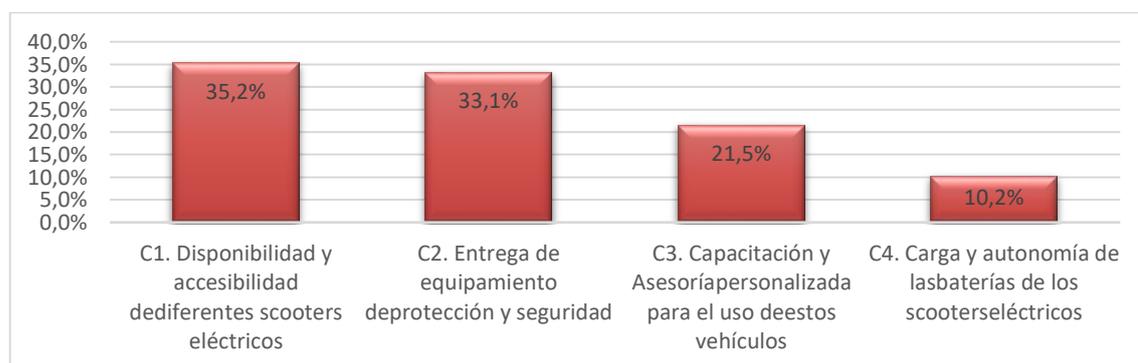


Ilustración 4-16: ¿Qué preocupaciones o desafíos considerarías importantes al utilizar un servicio de alquiler de scooters eléctricos en Riobamba?

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

Los resultados obtenidos de este apartado fueron las siguientes: C1. Con el 35,2%, C2. 33,1%, C3. Con el 21,5% y por último C4. Con el 10,2% de respuestas.

Interpretación:

Con este punto podemos visualizar la preocupación por parte de los clientes potenciales acerca del servicio de alquiler por lo cual son factores de implementación y mejora por esto se tomó en consideración el mayor nivel de preferencia como C1. Con el 35,2% vinculado a disponibilidad o abastecimiento para el uso de scooters, además de C2. Con el 33,1% con respecto a la seguridad del usuario en la vía.

Pregunta 17: ¿Cuál es tu nivel de interés general en el proyecto de alquiler y venta de scooters eléctricos en Riobamba?

Tabla 4-17: ¿Cuál es tu nivel de interés general en el proyecto de alquiler y venta de scooters eléctricos en Riobamba?

Detalle	Valor Absoluto	Valor Relativo
Muy interesado/a	250	65,3%
Interesado/a	91	23,8%
No estoy seguro/a	34	8,9%
No estoy interesado/a	8	2,1%
Total	383	100%

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

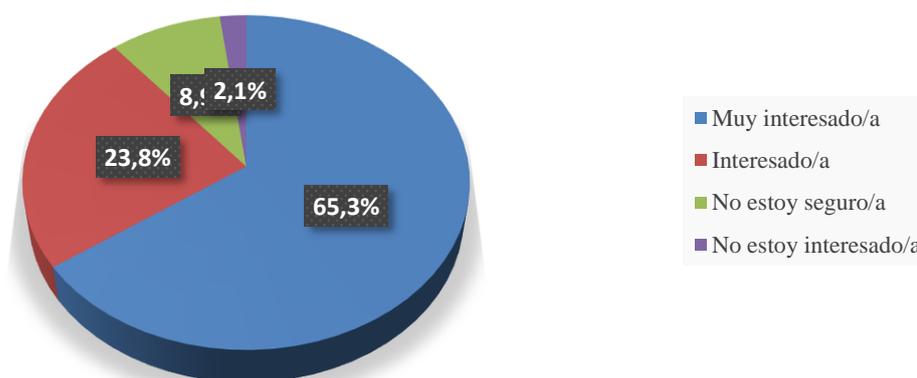


Ilustración 4-17: ¿Cuál es tu nivel de interés general en el proyecto de alquiler y venta de scooters eléctricos en Riobamba?

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

En base a la recolección de datos por parte de la investigación, dando enfoque de manera general a nivel de aceptación de proyecto se nos arrojaron los siguientes resultados: Muy interesado/a con el 65,3%, Interesado/a 23,8%, No estoy seguro/a 8,9% y por último no estoy interesado 2,1%.

Interpretación:

Este apartado nos permite visualizar el nivel de aceptación general del proyecto que se pretende implementar por lo cual considerando las respuestas con mayor participación se direccionara la investigación, por lo cual se estableció el punto de Muy interesado/a con el 65,3% dándonos la respuesta que el proyecto es viable con la significativa aceptación de la población.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1. Título

Plan de negocios para la creación una empresa de comercialización y prestación de servicios de alquiler de Scooters eléctricos en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, año 2023.

5.2. Objetivo propuesto

Diseñar un plan de negocios para la creación una empresa de comercialización y prestación de servicios de alquiler de Scooters eléctricos en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, año 2023.

5.3. Alcance del proyecto

La investigación y desarrollo del proyecto pretende impulsar el uso de medios de transporte eléctricos alternativos como una opción viable para el cliente, a su vez ayudar a la reducción en la contaminación ambiental, por ende, se analizará la situación con respecto a la adquisición de estos vehículos para la venta, comprar y prestación de servicios de alquiler con el objetivo de analizar la factibilidad de la creación de la empresa y sus proyecciones en la ciudad de Riobamba.

5.4. Estructura de la propuesta

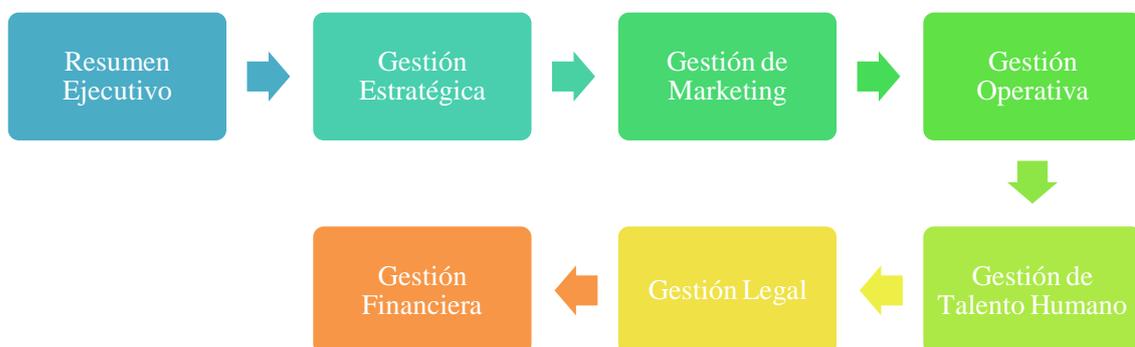


Ilustración 5-1: Estructura de la propuesta

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5. Plan de negocios

5.5.1. Resumen ejecutivo

El plan de negocios tiene como finalidad la creación de una nueva empresa de comercialización y prestación de servicios de alquiler de Scooters eléctricos en la ciudad de Riobamba. Por lo cual se realizó un estudio previo con el objetivo de poder determinar la viabilidad del proyecto y posicionarse en el mercado por ello se llevó una serie de procesos que nos permitieron conocer cada punto del desarrollo de la investigación, se planteó seguir un estructura definida que nos ayudara a solventar cada punto importante, donde se implementó estrategias con en fin de impulsar el desarrollo optimo del plan de negocios , como último se pudo demostrar que el proyecto es viable en el mercado dándonos un resultado de en el VAN es de \$ 106.152,21 TIR 61%, Periodo de Recuperación de la Inversión 2 años 4 meses y la Relación Beneficio Costo 1,63.

5.5.2. Gestión estratégica

5.5.2.1. Definición del negocio

La empresa “Volt Speed CIA. Limitada” tiene como objetivo la comercialización y prestación de servicios de scooters eléctricos, se destaca por su enfoque en ofrecer soluciones de movilidad sostenible y eficiente a sus clientes. Su principal propósito radica en proporcionar una alternativa de transporte ágil y respetuosa con el medio ambiente a través de la implementación de medios de movilidad alternativos. La compañía se encarga de adquirir, mantener y distribuir estos vehículos mediante la venta y prestación de servicios de alquiler o arrendamiento, brindando a los usuarios la conveniencia de utilizarlos para sus desplazamientos urbanos. En aras de asegurar la calidad y seguridad de los scooters eléctricos, la empresa se compromete con una visión más ecológica, contribuyendo así a la reducción de la huella de carbono en las ciudades.

5.5.2.2. Misión

Somos una empresa dedicada a la comercialización y prestación de servicios de alquiler de Scooters eléctricos de alta calidad. Nuestro objetivo es ofrecer una experiencia de movilidad urbana excepcional, promoviendo la sostenibilidad y eficiencia en el transporte además de mejorar la calidad de vida de las personas contribuyendo a la reducción de emisiones de gases de carbono.

5.5.2.3. *Visión*

Ser reconocidos como líderes en el mercado de scooters eléctricos en la ciudad de Riobamba, destacando por nuestra innovación y compromiso con la movilidad sostenible con el objetivo de ser la opción preferida de los usuarios, proporcionando soluciones de transporte eficientes y amigables con el medio ambiente.

5.5.2.4. *Valores corporativos*

Sostenibilidad: Promovemos la movilidad eléctrica como una opción respetuosa con el medio ambiente y comprometida con la preservación de recursos naturales.

Innovación: Impulsamos constantemente la mejora y adopción de nuevas tecnologías para brindar soluciones de movilidad más eficientes y avanzadas.

Seguridad: Priorizamos la integridad y bienestar de nuestros clientes, asegurando que nuestros scooters eléctricos cumplan con los más altos estándares de seguridad.

Excelencia: Buscamos la calidad en cada aspecto de nuestros servicios, desde la atención al cliente hasta el mantenimiento y despliegue de nuestros scooters eléctricos.

Compromiso social: Contribuimos activamente con la comunidad, promoviendo una movilidad sostenible y apoyando iniciativas que beneficien a la sociedad.

Accesibilidad: Nos esforzamos por ofrecer una opción de movilidad accesible para todos, facilitando el acceso a nuestros servicios en la ciudad.

Responsabilidad: Actuamos con responsabilidad y transparencia en todas nuestras operaciones, cumpliendo con las regulaciones y normativas vigentes.

Eficiencia: Optimizamos nuestros procesos para ofrecer un servicio ágil y eficiente, maximizando el valor para nuestros clientes.

5.5.2.5. Logo



Ilustración 5-2: Logo de la empresa

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.2.6. Slogan

“Acelera al futuro”

5.5.2.7. Objetivos estratégicos

Expandir la presencia en el mercado: Establecer una sólida presencia en el mercado local y ampliar gradualmente a otras ciudades, aumentando el número de puntos de alquiler de scooters eléctricos.

Innovar en tecnología y flota: Actualizar constantemente la flota de scooters eléctricos con modelos más avanzados y eficientes, ofreciendo a los clientes una experiencia de conducción mejorada.

Fomentar la conciencia ambiental: Llevar a cabo campañas de concientización sobre los beneficios de la movilidad eléctrica y la importancia de reducir la huella de carbono en la ciudad.

Brindar un servicio excepcional al cliente: Establecer un servicio al cliente de excelencia, proporcionando atención personalizada y resolviendo de manera proactiva cualquier inquietud o necesidad de los usuarios.

Establecer alianzas estratégicas: Colaborar con empresas locales, instituciones y organizaciones para promover el uso de scooters eléctricos como una opción de transporte sostenible.

Garantizar la seguridad: Implementar protocolos de seguridad rigurosos, incluyendo verificaciones periódicas de los scooters eléctricos y la capacitación adecuada para los usuarios.

Promover el uso de la membresía: Incentivar el uso de la membresía para los usuarios frecuentes, ofreciendo beneficios y descuentos exclusivos para fomentar la lealtad del cliente.

Medir y mejorar la eficiencia operativa: Establecer métricas de rendimiento para optimizar los procesos operativos y asegurar la eficiencia en la gestión de la flota de scooters eléctricos.

Contribuir al desarrollo sostenible de la ciudad: Colaborar con las autoridades locales para promover políticas y regulaciones que fomenten la adopción de medios de transporte eléctricos y la movilidad sostenible en la ciudad.

5.5.2.8. Análisis FODA

La empresa “Volt Speed CIA. LTDA” pretende realizar la adquisición de Scooters eléctricos para su debida venta a través de la comercialización de estos vehículos además de prestar servicios de alquiler como un medio de transporte alternativo para la ciudadanía de Riobamba por ellos se llevará a cabo un análisis FODA para poder evaluar así las los factores que influyen en el entorno de la empresa.

5.5.2.9. FODA

Tabla 5-1: FODA empresarial

FODA EMPRESARIAL "VOLT SPEED"		
	Fortalezas	Debilidades
Factores Internos	Adaptabilidad de mercado	Inexperiencia en el mercado
	Productos Tecnológicos	Marca sin posicionamiento
	Servicio de monitoreo	Dependencia de proveedores
	Publicidad Digital	Capacidad de financiamiento limitado
	Servicios Personalizados	Limitada Variedad de Modelos
	Oportunidades	Amenazas
Factores Externos	Crecimiento de la demanda	Cambios de Legislación
	Expansión a nuevas ubicaciones	Riesgos Operativos de servicio
	Colaboraciones estratégicas	Innovación Competitiva
	Concientización ambiental	Factores Económicos
	Bajos costos de operación	Seguridad Vial

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

Se determino los factores que influyen directamente en la empresa, ya que estos serán la clave principal para enfocarse en las mejoras y el desarrollo del proyecto así poder visualizar la viabilidad del negocio dentro del mercado donde se pretende insertarse, no obstante, el esquema

solo nos permite tomar características generales de fluctúan en el entorno del mercado, pero es una base importante que nos permitirá evaluar futuras decisiones.

5.5.2.10. Matriz de evaluación de factores

Tabla 5-2: Matriz de evaluación de factores

		OPORTUNIDADES					AMENAZAS						
		Crecimiento de la demanda	Expansión a nuevas ubicaciones	Colaboraciones estratégicas	Concientización ambiental	Bajos costos de operación	PROMEDIO	Cambios de Legislación	Riesgos Operativos de servicio	Innovación Competitiva	Factores Económicos	Seguridad Vial	PROMEDIO
FORTALEZAS	Adaptabilidad de mercado	6	5	6	5	4	5,20	6	4	5	5	4	4,8
	Productos Tecnológicos	5	3	4	5	3	4,00	3	4	5	3	3	3,6
	Servicio de monitoreo	6	6	6	5	5	5,60	4	5	5	5	4	4,6
	Publicidad Digital	6	4	5	5	3	4,60	2	2	4	2	2	2,4
	Servicios Personalizados	5	2	3	3	3	3,20	1	4	4	2	5	3,2
	PROMEDIO	5,60	4,00	4,80	4,60	3,60		3,20	3,80	4,60	3,40	3,60	
DEBILIDADES	Inexperiencia en el mercado	5	5	5	4	4	4,6	5	5	5	4	4	4,6
	Marca sin posicionamiento	4	5	5	3	4	4,2	2	3	6	3	3	3,4
	Dependencia de proveedores	5	4	5	2	4	4	4	4	5	3	2	3,6
	Capacidad de financiamiento limitado	5	6	5	3	5	4,8	3	4	5	5	3	4
	Limitada Variedad de	5	2	3	2	2	2,8	2	3	5	2	3	3
	PROMEDIO	4,8	4,4	4,6	2,8	3,8		3,2	3,8	5,2	3,4	3	

Realizador por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.2.11. Factores con mayor participación

Tabla 5-3: Factores con mayor participación

FACTORES CON MAYOR PARTICIPACION		
	Fortalezas	Debilidades
Factores Internos	Adaptabilidad de mercado	Inexperiencia en el mercado
	Servicio de monitoreo	Capacidad de Financiamiento limitado
	Oportunidades	Amenazas
Factores Externos	Crecimiento de la demanda	Innovación Competitiva
	Colaboraciones Estratégicas	Riesgos Operativos de servicio

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

Una vez determinado los resultados dentro los parámetros de evaluación de la matriz se identifica los factores con mayor participación dentro del entorno del mercado de la empresa por lo cual estas serán la base para poder tomar decisión con respecta a cada una, dependiendo de la situación en la que se encuentre, por lo cual se buscara mitigar, controlar o potenciar cada uno de estos factores.

5.5.3. *Gestión de marketing*

5.5.3.1. *Estudio de mercado*

El propósito del proyecto se centra principalmente en analizar la viabilidad del negocio para posicionarse en el mercado, por lo cual su evaluación se orienta en determinar la aceptación de la empresa en el entorno de la población objetiva por ello el proceso de estudio de mercado es uno de los más importantes de la investigación, donde se podrá visualizar si la idea es rentable gracias a la recolección de datos a través de medios como la investigación bibliográfica y las encuestas dirigidas a las personas que podrían mostrar interés en el proyecto tales como la Población económicamente activa del cantón Riobamba.

5.5.3.2. *Tamaño del mercado*

El tamaño del mercado se definirá por los clientes potenciales en entorno a la empresa, por lo cual se ha tomado la decisión de optar por la población económicamente activa, ya que estas cuentan con los medios monetarios para adquirir los productos y servicios que se ofertaran en el mercado por parte de la entidad, además de la accesibilidad de pago o cancelación de estos.

5.5.3.3. Segmentación

Tabla 5-4: Segmentación

Dimensión Geográfica		
Variable	Descripción	Total, PAE 2023
País	Ecuador	8.568.867
Provincia	Chimborazo	240.276
Cantón	Riobamba	125.550
Dimensión Demográfica		
Género	Mujeres	46.549
	Hombres	54.036
	TOTAL	125.550

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.3.4. Demanda Actual

Se realizó la recopilación de datos mediante las encuestas a 383 personas dentro de la categoría Población Económicamente Activa del cantón Riobamba, por ende, dentro de la pregunta número 17 sobre el nivel de interés general del proyecto acerca de la creación de una empresa de comercialización y prestación de servicios de alquiler de scooters eléctricos se obtuvo el 65,3% de personas muy interesadas en la ejecución del proyecto y personas interesadas con el 23,8% por lo cual nos da un resultado general del 89,1% de participación, teniendo en cuenta estos datos, podemos calcular la demanda actual con respecto al PEA de 125.550 dándonos un resultado de 111.865 personas como potenciales demandantes.

5.5.3.5. Proyección de la demanda

Se pretende abarcar la máxima demanda de clientes potenciales por lo cual se implementará una proyección de un periodo de 5 años para el presente plan de negocios por ende se usará los datos de los potenciales demandantes de 111.865 personas además se agregará la tasa de crecimiento poblacional otorgada por el INEC que es del 1.72% para el cálculo de la proyección.

Formula:

$$P = P0(1 + i)^n$$

P0 = Demanda actual

i = tasa de crecimiento anual

P0 = 9 958

i = 1.7%

$$P = 111.865(1 + 0.0172)^1 = \mathbf{113.789}$$

Tabla 5-5: Proyección de la demanda

Producto	Periodo	$(1 + i)^n$	Demanda Proyectada
Scooters Eléctricos	0		111.865
	1	1,02	113.789
	2	1,03	115.746
	3	1,05	117.737
	4	1,07	119.762
	5	1,09	121.822

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.3.6. Análisis de la oferta

Se determino la oferta en base a la pregunta número 4 de las encuestas que nos menciona lo siguiente ¿Estás familiarizado/a con los scooters eléctricos como una opción de transporte sostenible en Riobamba? Los resultados nos arrojaron que el 58,5% de personas que, si lo conocen, dándonos a entender que esto es por parte de la competencia en el mercado, por ello tomaremos la población económicamente activa de 125.550 para los cálculos pertinentes, dándonos el siguiente dato que es de 73.447.

5.5.3.7. Proyección de la oferta

Tabla 5-6: Proyección de la oferta

Producto	Periodo	$(1 + i)^n$	Oferta Proyectada
Scooters Eléctricos	0		73.447
	1	1,02	74.710
	2	1,03	75.995
	3	1,05	77.302
	4	1,07	78.632
	5	1,09	79.984

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.3.8. Demanda insatisfecha

Se determinará en este apartado la demanda insatisfecha en base a la relación de la demanda y la oferta proyectadas estos nos permitirán tener una visión general de las necesidades de los clientes potenciales y su crecimiento a través del tiempo para dar solución al abastecimiento del producto y servicio.

Tabla 5-7: Demanda insatisfecha

Producto	Periodo	Años	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
Scooters Eléctricos	1	2024	113.789	74.710	39.079
	2	2025	115.746	75.995	39.751
	3	2026	117.737	77.302	40.435
	4	2027	119.762	78.632	41.130
	5	2028	121.822	79.984	41.838

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.3.9. Clientes

Los potenciales clientes se establecerán en base a la población económicamente activa, que tenga la capacidad monetaria para adquirir los productos y servicios que ofertara la empresa además se estimara características mayoritarias que se obtuvieron en la encuesta con relación a los clientes.

Tabla 5-8: Clientes potenciales

Clientes					
Segmento	Detalle	Valor relativo mayor	Suma	PAE	Potencialidad
Edad	18 a 26 años	48,30%	67,90%	125550	85248
	27 a 35 años	19,60%			
Género	Hombre	43,30%	87,70%	125551	54364
	Mujeres	44,40%			55745
Ingresos	Fijos	50,40%	100,00%	125552	63278
	Variables	49,60%			62274
Adquisición del producto	Sí, definitivamente	73,60%	73,60%	125553	92407
Adquisición del servicio	Sí, definitivamente	74,70%	74,70%	125554	93789

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.3.10. Ventaja competitiva

En base a la recolección de información sobre las preferencias de los clientes potenciales se determinó características adicionales para el producto y servicio ofertado, otorgando así un valor agregado significativo, para atraer aún más clientes al negocio y diferenciarnos de la competencia.

Tabla 5-9: Ventaja competitiva

Ventaja Competitiva				
Producto				
Valor Agregado	Detalle			
Alta potencia	1000 wts	Carga 11 horas	Duración 80 km máx.	Velocidad 45 km máx.
	1500 wts	Carga 8 horas	Duración 70 km máx.	Velocidad 50 km máx.
	2000 wts	Carga 10 horas	Duración 80 km máx.	Velocidad 63 km máx.
	2200 wst	Carga 6 horas	Duración 100 km máx.	Velocidad 70km máx.
Servicio				
Valor Agregado	Detalle			
Abastecimiento	Entrega	Domicilio y Local físico	Horario de 9 am - 16 pm	Revisión Técnica del scooter
	Recolección	Punto de preferencia del cliente	Horario de 10 am - 18 pm	
Atención y soporte al cliente	Horario de operación de 9 am a 18 pm	Servicio de alquiler	Solución en tiempo real	Redes sociales o vía telefónica
		Compra del producto	Revisión Técnica	Local físico
Equipamiento de seguridad	Casco	Termoplástico de alta resistencia.	Visor en color transparente	Casco integral
GPS	Batería 55 mAh	Precisión 5-10 metros	Chip GPS	Sistema en tiempo real

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.3.11. *Producto*

La empresa “Volt Speed” pretende comercializar con transportes de micromovilidad como los denominados Scooters Eléctricos de alta potencia para uso objetivo de la población con una opción amigable con el medio ambiente y se especificara sus características a continuación:

Tabla 5-10: Ficha técnica Scooter eléctrico 1000W

FICHA TÉCNICA	
	
Peso:	28 kg
Velocidad máxima:	45km/h
Batería:	Iones de Litio, 60V 21AH
Motor:	1.000W nominales con potencia máxima de 1.300W
Tiempo de carga:	11 horas
Rango por carga:	80 a 110 km
Suspensión:	Frontal y posterior de un solo brazo
Luces:	Led integradas frontal y trasera
Frenos:	Delantero de tambor y posterior de disco
Llantas:	neumáticas de 10 pulgadas
Dimensiones:	Abierto: 120*58*128cm Cerrado: 120*58*58 cm
Estructura	Estructura: Aluminio 6061 T6
Carga máxima:	Carga máxima: 120 kg
Adiciones:	Display de LCD Para controlar funciones con iluminación

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Tabla 5-11: Ficha Técnica Scooter 1500W

FICHA TÉCNICA	
	
Motor:	1500W
Batería:	De plomo ácido 72V 22Ah
Velocidad:	50Km/h
Autonomía:	70Km/h
Seguridad:	Sistema de alarma y 2 juegos de llaves
Marchas:	Tres marchas (primera 30Km/h, segunda 45Km/h, tercera 50Km/h)
Carga:	Tiempo de carga 8 horas a 110V cargador inteligente
Subidas:	Subida en pendientes (12°)
Sistema de frenos	Frenos disco en las dos ruedas
Neumáticos	Llantas 90/90 – 10(F/R)
Carga máxima:	150Kg

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Tabla 5-12: Ficha técnica Scooter 2000W

FICHA TÉCNICA	
	
Potencia Motor (Watts Nominal):	2000 W
Potencia Motor (Watts Máximo):	3000 W
Torque máximo:	130 N.m
Potencia batería:	72V/35.5AH
Tipo de batería:	Plomo ácido, tecnología de grafeno.
Batería extraíble:	No
Vida útil batería:	500 – 600 ciclos (cargar y descargar la batería es equivalente a un ciclo)
Tipo de tomacorriente:	220 V/60 Hz
Tiempo de carga:	6 – 8 horas (con cargador rápido), de 8 – 10 horas en promedio (cuando la batería se encuentra al 50% aprox.), de 10 – 12 horas en promedio (cuando la batería se encuentra al 20% aprox).
Velocidad máxima:	63 km/h
Autonomía:	70 – 80 km (velocidad media, terreno plano, conductor de 65 kg, batería nueva con 100% de carga, temperatura 25°C – 35°C)
Carga máxima (kg):	150 kg

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Tabla 5-13: Ficha técnica Scooter 2200W

FICHA TÉCNICA	
	
Modelo:	Z6 "Puma"
Motor:	2200W
Batería:	Batería de litio de 72v40ah
Velocidad máxima	A 70 Km/h
Luces:	luces led, direccionales frontales y posteriores
Pantalla:	Panel digital
Seguridad:	Alarma
Sistema móvil:	Frenos de disco, suspensión delantera y trasera,
Sistemas adicionales:	Bluetooth y sistema de sonido
Autonomía:	100 km

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Tabla 5-14: Ficha técnica casco

FICHA TÉCNICA	
	
Modelo:	Casco Ich 3110DV Abatible firenze
Coraza:	Fabricada en ABS (Acrilonitrilo butadieno estireno) Termoplástico de alta resistencia.
Interior:	Fabricado en EPS (Poliestireno expandido de alta densidad).
Acolchado:	Compuesto por textiles y espumas antialérgicas, fibra sintética
Visor:	Fabricado en policarbonato. Mecanismo de fácil liberación.
Ventilación:	Entradas de aire frontales superiores y frontal Inferior
Sistema de retención:	Hebilla micrométrica
Peso:	1,340gm ± 50
Norma:	DOT FMVSS No. 218 (USA)

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Tabla 5-15: Ficha técnica GPS

FICHA TÉCNICA	
	
Modelo:	G18
Nombre:	Rastreador GPS UBI
Dimensión del dispositivo:	85 mm (largo) * 24 mm (ancho) * 14 mm (alto)
Peso del dispositivo:	28g
Precisión GPS:	Los 5-10m
Entrada de voltaje:	9-90v
Batería de respaldo:	55 mAh
Sensibilidad GPS:	-148dBm
Temperatura de funcionamiento:	-25 C – 75 C
Chip de GPS:	MTK

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.3.12. Servicio

La empresa brindará servicios de alquiler a la población para la movilización ágil dentro de la ciudad de Riobamba, este servicio contará con características adicionales para el cliente y así potenciar el uso de estos vehículos de micromovilidad, en base a las preferencias del cliente mediante los datos que se obtuvieron de la investigación de campo, por lo cual se establecerá a detalle cada servicio que se ofertará a los clientes potenciales.

Tabla 5-16: Servicios de la empresa

Servicios de la empresa "Volt Speed"	
Servicios	Detalle
Membresía	El servicio de alquiler de scooter eléctricos tendrá un protocolo de seguridad, en beneficio del cliente y la empresa, para poder acceder al servicio de alquiler se deberá otorgar información verídica personal, y se firmara un contrato de prestación de servicios, donde se establecerá toda la condiciones y restricción del servicio, el cual tendrá un costo mínimo y se le otorgara un documento físico que lo abala.
Alquiler	El servicio prestará el uso de diferente scooter eléctricos para la movilización en la ciudad, este tendrá un costo mínimo por kilómetro recorrido además se deberá entregar el producto antes de la hora de cierre de operaciones.
Soporte	Este servicio estará activo dentro de las horas de operaciones para dar solución a cualquier incertidumbre acerca del servicio y la compra de scooter, este se hará mediante redes social o vía telefónica, además de ofrecer el mismo soporte en el local físico.
Entrega y recepción	El servicio será exclusivo, para la entrega de los scooters en base a la comprar del mismo o para el servicio de alquiler, este servicio también se usará para la recolección de los scooters antes de la hora de cierre de operaciones.
Equipamiento de seguridad	Para el uso de Scooter eléctricos se entregará aditamentos de seguridad al cliente, el cual contará con la entrega de casco, para la compra del producto también se otorgará este producto.
GPS	Este servicio será implementado para el alquiler de scooter eléctricos para la seguridad del producto que se establecen en las condiciones antes del contrato, servirá para localización de los scooters y poder realizar un monitoreo certero para la recolección finalizando el servicio de alquiler al cliente, además se brindará la venta del mismo.

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.3.13. Precio

Tabla 5-17: Precio de los productos y servicio

ARTÍCULO	DESCRIPCIÓN	PRECIO DE MERCADO
	-Inokim OX SUPER -Potencia 1000W -Autonomía 80Km -Velocidad 45 Km	Venta \$2199 U
		Alquiler 0,20 por Km
	-TAILG Runner -Potencia 1500W -Autonomía 70Km -Velocidad 50 Km	Venta \$1475 U
		Alquiler 0,30 por Km
	-R12 Max -Potencia 2000W -Autonomía 80Km -Velocidad 63 Km	Venta \$1660 U
		Alquiler 0,35 por Km
	-Z6 "Puma" -Potencia 2200W -Autonomía 100Km -Velocidad 70 Km	Venta \$2250 U
		Alquiler 0,40 por Km

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Tabla 5-18: Precio de los productos y servicio

ARTÍCULO	DESCRIPCIÓN	PRECIO DE MERCADO
	<p>-Casco Ich 3110DV Abatible firenze -Fabricada en ABS (Acrilonitrilo butadieno estireno) termoplástico de alta resistencia.</p>	<p>Venta: \$39 U</p>
		<p>Alquiler: Entrega exclusiva</p>
	<p>-Rastreador GPS UBI -Precisión de 5-10m -Voltaje: 9-90v -Ubicación en tiempo real</p>	<p>Venta \$40 U</p>
		<p>Alquiler Incorporado en el sistema de los scooters</p>

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.3.14. Estrategia de precios

Tabla 5-19: Estrategias del precio del producto

ESTRATEGIAS DE PRECIO DEL PRODUCTO	
Estrategia: Posicionamiento del producto en el mercado	
Objetivo	Establecer precios competitivos para la venta de scooters eléctricos de alta potencia, resaltando diseños modernos y la opción de incluir GPS integrado según la preferencia del cliente.
Técnicas	<p>Personalización de Opciones: Ofreceremos a los clientes la opción de adquirir el scooter eléctrico de alta potencia con o sin GPS integrado, brindando flexibilidad para satisfacer sus preferencias individuales.</p> <p>Diferenciación por Diseño: Destacaremos los diseños modernos y atractivos de nuestros scooters como una característica distintiva que atraerá a los consumidores.</p> <p>Paquetes de Valor Agregado: Crearemos paquetes que incluyan accesorios opcionales, como cascos y otros elementos, para añadir valor a la compra.</p>
Desarrollo	<p>Definición de Precios: El Departamento Financiero determinará los precios de los scooters eléctricos en función de sus características y opciones, como el GPS integrado.</p> <p>Personalización de Opciones: El equipo de Ventas asesorará a los clientes sobre las opciones disponibles y los beneficios de incluir el GPS integrado.</p> <p>Campañas de Diseño: El Departamento de Marketing creará campañas que resalten los diseños modernos y personalizables de los scooters, así como los paquetes de valor.</p>
Responsable	<p>Gerente General: Aprobación final de los precios y estrategia de valor para la venta de scooters.</p> <p>Departamento Financiero: Cálculo y ajuste de los precios en función de las características y opciones seleccionadas.</p> <p>Departamento comercial: Asesoramiento a los clientes sobre las opciones de personalización y los beneficios.</p> <p>Departamento de Marketing: Diseño y ejecución de campañas de promoción que resalten el diseño moderno y las opciones personalizables.</p>

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Tabla 5-20: Estrategia de precio del servicio

ESTRATEGIAS DE PRECIO DEL SERVICIO	
Estrategia: “Ride Plus” posicionamiento del servicio de alquiler en el mercado	
Objetivo	Establecer tarifas de alquiler de scooters eléctricos que reflejen la potencia del vehículo, brindando opciones personalizadas y competitivas a los usuarios.
Técnicas	<p>Tarifas Segmentadas: Implementaremos un sistema de tarifas diferenciadas basado en la potencia del scooter eléctrico. Las tarifas por kilómetro se ajustarán proporcionalmente al rendimiento y la potencia del vehículo.</p> <p>Promociones y Descuentos: Introduciremos promociones especiales y descuentos para clientes habituales, incentivando la fidelidad y la repetición de uso.</p> <p>Estrategia de No Competencia: Dado que no hay competidores en el mercado de alquiler de scooters en el área, no se realizará un estudio de mercado exhaustivo.</p>
Desarrollo	<p>Definición de Tarifas: El Departamento Financiero establecerá las tarifas de alquiler de base en la potencia de los scooters, asegurando un equilibrio entre precios atractivos y rentabilidad.</p> <p>Promociones Personalizadas: El Departamento de Marketing diseñará promociones y descuentos adaptados a las necesidades de los usuarios frecuentes, promoviendo su lealtad.</p> <p>Monitoreo y Ajustes: El Departamento Comercial supervisará el rendimiento de la estrategia de precios y realizará ajustes según las tendencias y la retroalimentación de los clientes.</p>
Responsable	<p>Gerente general: Aprobación y alineación estratégica de las tarifas segmentadas y promociones.</p> <p>Departamento Financiero: Cálculo y ajuste de las tarifas de alquiler en función de la potencia de los scooters.</p> <p>Departamento de Marketing: Diseño y ejecución de promociones y descuentos personalizados para clientes.</p> <p>Departamento Comercial: Supervisión del rendimiento de la estrategia y toma de decisiones en base a los datos recolectados.</p>

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.3.15. Formas de pago

En base a los servicios y productos ofertados por la empresa se implementarán formas de pago preferenciales para los clientes, así poder atraer a un mayor número de personas interesadas en adquirir estos servicios por lo cual se establecerán diferentes tipos de pago a continuación:

Tabla 5-21: Formas de pago

FORMAS DE PAGO		
Tipo	Detalle	Parámetros
Efectivo	Pagos totales o parciales directos en caja bajo responsabilidad del asesor.	Límite de \$10.000 por seguridad del cliente
Deposito	Pagos totales o parciales directos a la cuenta de la empresa.	No hay monto límite, presentar los documentos de respaldo del deposito
Transferencia	Pagos totales o parciales, tomando en cuenta diferentes entidades financieras para la facilidad de pago.	Límite del monto establecido por las entidades financieras
Crédito	Pagos totales o parciales, mediante cuotas establecidas, o pago total con tarjeta de crédito de preferencia.	Tarjeta de crédito de preferencia o pagos a cuotas hasta 24 meses más intereses por mora.
Débito	Pagos totales o parciales, tomando en cuenta diferentes entidades financieras para la facilidad de pago.	No hay monto límite, capacidad de pago del cliente y restricciones de su entidad financiera.

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.3.16. Plaza

En base al tipo de empresa y sus operaciones dentro del mercado los canales de distribución se establecerán como punto de partida los proveedores que abastecerán de mercaderías a la entidad como intermediario así brindando sus servicios para la distribución del producto y por último llegando al consumidor final, por lo cual se establecerá una estructura visual con respecto a este apartado.

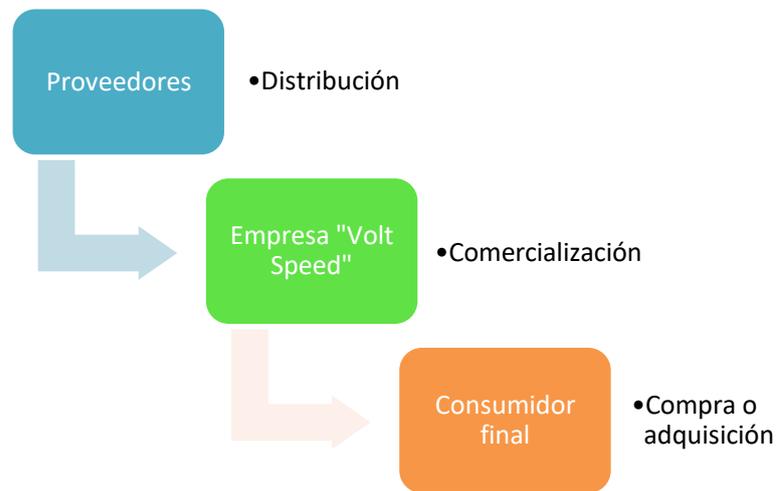


Ilustración 5-3: Estructura de distribución

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.3.17. Proveedores potenciales

Existen diferentes entidades en el mercado nacional que distribuyen scooters eléctricos tanto como empresas o tiendas que tienen acogida y presencia en este sector por lo cual se considera como posibles proveedores a las siguientes empresas:

Tabla 5-22: Proveedores potenciales

PROVEEDORES POTENCIALES			
Empresa	Tipo	Ubicación	Logo
Movecuador (Move e)	Local Físico y digital	Isla San Cristóbal N43-63 y Tomás de Berlanga (Sector Plaza de Toros) Quito, Ecuador	
Cespa S.A En movimiento	Local Físico y digital	Av. 6 de diciembre N24-48 y Foch esq. Quito - Ecuador	
GreenLine Vehículos eléctricos	Local Físico y digital	Calle 3 Herradura 3 NE - Sauses 1 - Guayaquil	
Green for Speed	Local Físico y digital	Centro Comercial El Bosque Isla en Paseo del Bosque, Puerta 2 Av. Del Parque S/N y, Alonso De	

		Torres esquina, Quito	
GPS-SESOTEC	Local Físico y digital	Quito Sur (El Pintado), Guayaquil (La alborada)	
Tienda Biker Quito	Local Físico y digital	Alfredo Escudero s21-66 y, Quito 170606, Ecuador.	

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.3.18. Promoción

En este apartado se generará estrategias para impulsar el uso de scooter eléctricos como una opción sostenible de transporte, a través de medios digitales, como redes sociales, publicidad en radio y televisión, además de eventos de concientización y promoción de descuentos, beneficios, servicios adicionales.

Tabla 5-23: Estrategia de promoción

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	
Estrategia: Promover la marca por medios digitales y tradiciones en base a la oferta	
Objetivo	Fomentar el uso sostenible de transporte y promover la marca Volt Speed como líder en soluciones de movilidad eléctrica en la ciudad de Riobamba.
Técnicas	<p>Campañas en Redes Sociales: Crear contenido atractivo y educativo sobre los beneficios de los scooters eléctricos, promociones especiales y novedades. Utilizar plataformas como Facebook, Instagram, WhatsApp Tik Tok y YouTube.</p> <p>Alianzas Locales: Establecer colaboraciones con comercios locales para ofrecer descuentos especiales a los usuarios de Volt Speed.</p> <p>Eventos de Concientización: Organizar eventos en espacios públicos para demostrar los beneficios ambientales y económicos de los scooters eléctricos.</p> <p>Programa de Referidos: Incentivar a los usuarios a referir a amigos y familiares a través de descuentos o beneficios.</p> <p>Descuentos Especiales: Ofrecer descuentos a grupos específicos, como estudiantes, jubilados o trabajadores de empresas aliadas.</p>

Desarrollo	<p>Crear un calendario de publicaciones para las redes sociales con contenido informativo y promocional.</p> <p>Identificar y contactar a comercios locales interesados en participar en la alianza.</p> <p>Planificar y coordinar eventos de concientización en parques y plazas de la ciudad.</p> <p>Establecer porcentajes de descuento para grupos específicos y comunicarlo a través de los canales de promoción.</p>
Responsable	<p>Departamento de Marketing: Encargado de planificar y ejecutar las campañas en redes sociales, así como coordinar eventos y alianzas.</p> <p>Departamento Comercial: Encargado de establecer y gestionar las alianzas con comercios locales.</p> <p>Gerente General: Supervisar y aprobar los descuentos y promociones especiales.</p> <p>Departamento comercial: Implementar el programa de referidos y aplicar los descuentos aprobados.</p>

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.3.19. *Modelo Canvas*

El Modelo Canvas emerge como un recurso valioso en la gestión de marketing para la empresa Volt Speed. Esta herramienta provee una visión comprensiva y estructurada de los elementos críticos del negocio. En el contexto del marketing, el Modelo Canvas facilita la identificación de segmentos de mercado, la creación de propuestas de valor atractivas, la selección de canales de distribución eficientes, el cultivo de relaciones sólidas con los clientes y la generación de flujos de ingresos sostenibles. Además, permite la asignación inteligente de recursos para iniciativas de marketing, la exploración de alianzas estratégicas y el control de costos asociados.

Tabla 5-24: Modelos Canvas de la empresa Volt Speed

MODELO CANVAS EMPRESA VOLT SPEED				
Socios clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmentación de clientes
Proveedores. Entidades financieras. Personal capacitado. Propietario del	Atención al cliente. Asesoría al cliente. Publicidad digital. Programas en espacios públicos. Facilidad	Venta y alquiler de Scooters eléctricos de alta potencia y excelente calidad	Atención profesional. Edificación confortable. Beneficios y promociones.	Población económicamente activa del cantón Riobamba

terreno y edificación. Socio de financiamiento	de pagos. Publicidad tradicional. Monitoreo GPS. Soporte técnico. Entrega y recolección de scooters		Eficiencia en atención	
	Recursos clave		Canales	
	Equipos tecnológicos. Disponibilidad de scooters eléctricos. Vehículo de recolección y entrega. Membresía		Facebook. Instagram. Tik Tok. WhatsApp. YouTube. Radio y televisión. Telefónica	
Estructura de costos		Fuente de ingresos		
Costos de venta y compra. Costos administrativos. Gastos emergentes. Costos fijo y variables. Gastos legales		Venta de Scooters eléctricos. Alquiler de Scooters eléctricos. Venta de artículos adicionales. Membresía de servicio de alquiler. Soporte Técnico.		

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.4. *Gestión operativa*

La gestión operativa juega un papel fundamental en la realización eficiente de las actividades diarias. Esta función abarca la planificación, supervisión y optimización de los procesos internos para asegurar el logro efectivo de los objetivos estratégicos. Desde la adquisición y control de inventarios hasta la coordinación de los recursos humanos y la logística de entrega, la gestión operativa abarca un espectro amplio de responsabilidades. Su objetivo primordial es mantener altos estándares de calidad en los servicios y productos ofrecidos, asegurando así la satisfacción del cliente y la maximización de los beneficios. La implementación de sistemas y tecnologías eficientes, además de la mejora continua de los procedimientos, son claves para lograr una gestión operativa exitosa.

5.5.4.1. *Objetivos de operación*

Para el funcionamiento óptimo de todas las operaciones de la empresa se establecerán objetivos a alcanzar por lo cual se evaluará aspectos importantes de cada proceso como:

- Capacidad horaria de prestación de servicio
- Ubicación del negocio
- Costos de adquisición del producto
- Precio de alquiler del servicio
- Proceso de comercialización
- Proceso de servicios de alquiler
- Materiales y recursos necesarios

5.5.4.2. Capacidad horaria de prestación de servicios

Los horarios de operación de la empresa se establecerán de lunes a sábado con un horario de trabajo de 8 horas diarias, exceptuando la hora de descanso por lo cual el inicio diario se dará desde las 9:00 Am hasta las 18:00 Pm este lapso de tiempo serán las necesarias para sus actividades diarias.

Tabla 5-25: Capacidad horaria de prestación de servicios

Horas de trabajo de lunes a viernes	8 horas
Horas semanales	40 horas
Días laborables entre semana	5 días
Días de descanso sábado y domingo	2 días
Días laborables al mes	20 días
Horas mensuales	160 horas

Realizado por: Mamallacta, J. M

Se estableció 20 días al mes que debe trabajar el personal dentro de la empresa, tomando en cuenta lo impuesto con el código de trabajo donde se estipulas que se deberá realizar 8 horas diarias de modo que este no exceda las 40 horas semanales entonces el personal tendrá 2 días de descanso de sábado y domingo por lo cual el máximo de horas mensuales es de 160 horas.

Tabla 5-26: Días de descanso obligatorio 2023

DÍAS DE DESCANSO OBLIGATORIOS ECUADOR 2023		
FESTIVIDAD	MES	DÍA
02 año nuevo	Enero	Domingo 01 de enero se traslada al lunes 2 de enero
20-21 Carnaval	Febrero	Lunes - martes
07 viernes Santo	Abril	Viernes
01 Dia de trabajo	Mayo	Lunes
26 batalla de Pichincha	Mayo	Miércoles 24 de mayo se traslada al viernes 26 de mayo

11 primer grito de independencia	Agosto	Jueves 10 de agosto se traslada al viernes 11 de agosto
09 independencia de Guayaquil	Octubre	Lunes
02 Dia de difuntos	Noviembre	Jueves
03 independencia de Cuenca	Noviembre	Viernes
25 Navidad	Diciembre	Lunes

Fuente: Calendario de feriados nacionales 2023-2025

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Los feriados establecidos por el estado ecuatoriano son de 11 días de descanso obligatorio dentro del periodo de cada año además de esto se debe tomar en cuentas los feriados locales los cuales corresponder a la provincia de Chimborazo y son las siguientes; fundación de Riobamba 21 de abril e independencia de Riobamba 11 de noviembre dándonos un total de 13 días de descanso para el sector de trabajadores de la provincia de Chimborazo cantón Riobamba.

Teniendo como base los datos obtenidos podemos determinar los días y las horas operativas que tendrá la empresa en lapso de 1 años, además de poder visualizar las horas de servicio ofertado por lo cual se procederá a calcular los días laborables y horas.

$$\text{Días laborables año} = \text{Días laborables mensuales} * 12 \text{ meses} - \text{días festivos}$$

$$\text{Días laborables año} = 20 * 12 - 13$$

$$\text{Días laborables año} = 227$$

$$\text{Horas laborables} = \text{días laborables} * \text{horas de trabajo}$$

$$HL = 227 \text{ días} * 8 \text{ horas}$$

$$HL = 1816 \text{ horas}$$

5.5.4.3. Localización de la empresa

La empresa se establecerá en un punto de la ciudad de Riobamba, teniendo en cuenta el rango de edad con mayor participación en las encuestas fue de la población joven de entre 18 a 24 años quienes tienen un mayor conocimiento de este tipo de transporte de micromovilidad urbana, estos pueden ser clientes potenciales para el servicio de alquiler y compra de estos vehículos, por lo cual se optó por ubicarse cerca de un institución de educación superior quienes diariamente circulan población joven de diferentes provincias y población originaria de Riobamba esto podría ayudar en la propagación de conocimiento colectivo de la marca.

5.5.4.4. Macro localización

Teniendo como base los estudios pertinentes que se realizaron, la macro localización se establecerá en el cantón Riobamba ya que es uno de los sectores con mayor población de la provincia de Chimborazo además de contar con áreas urbanas y rurales.

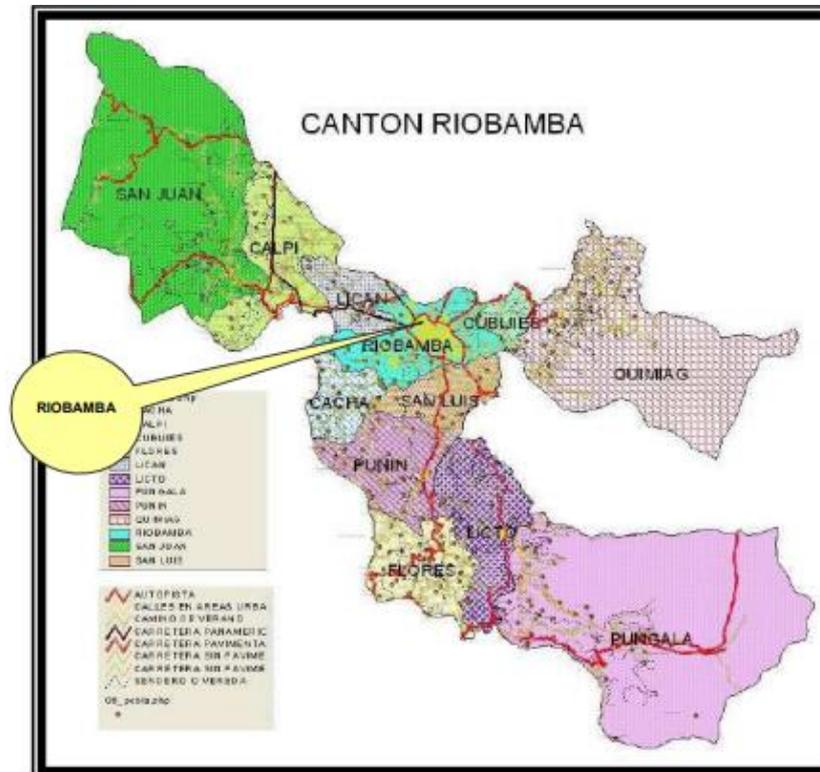


Ilustración 5-4: Mapa del cantón Riobamba

Fuente: Alcaldía de Riobamba. (2011).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.4.5. Micro localización

La empresa “Volt Speed CIA. LTDA.” Se establecerá entre las calles Av. 11 de noviembre y José de Villamil dentro del sector de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo donde realizará todas sus operaciones de comercialización y prestación de servicios a la población.

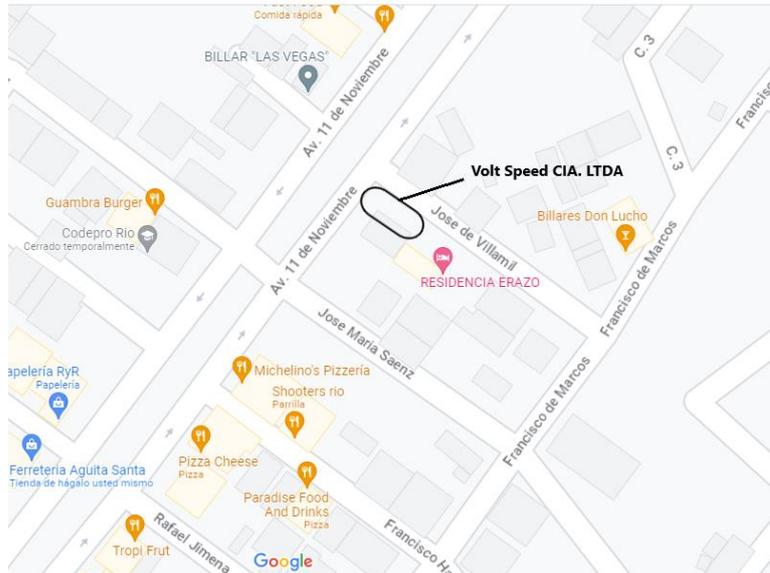


Ilustración 5-5: Mapa de micro localización

Fuente: Google Maps. 2023

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.4.6. *Infraestructura del negocio*

La empresa Volt Speed se establecerá en un conjunto de locales comerciales de arriendo, el cual ocupara 2 secciones del mismo, uno para labores de atención al cliente, presentación del producto y servicio y el otro servirá como almacén de mercadería de los scooters eléctricos, estos ocuparan una dimensión de 56 m² y se usaran 2 locales para sus funciones operativas, aquí se establecerán todos los departamentos que gestionan las actividades diarias del negocio para su óptimo funcionamiento por lo cual el local comercial está sujeta a la gestión de arriendos, sin infraestructura propia, por lo cual se generó un plano estructural de la empresa, para dar una visualización de como estará compuesto sus oficinas con las dimensiones ya establecidas en el terreno y sección de los locales, el valor por la prestación de estos locales comerciales es de \$200 por cada local comercial, al usar 2 de estas infraestructuras el valor asciende a \$400 mensuales.

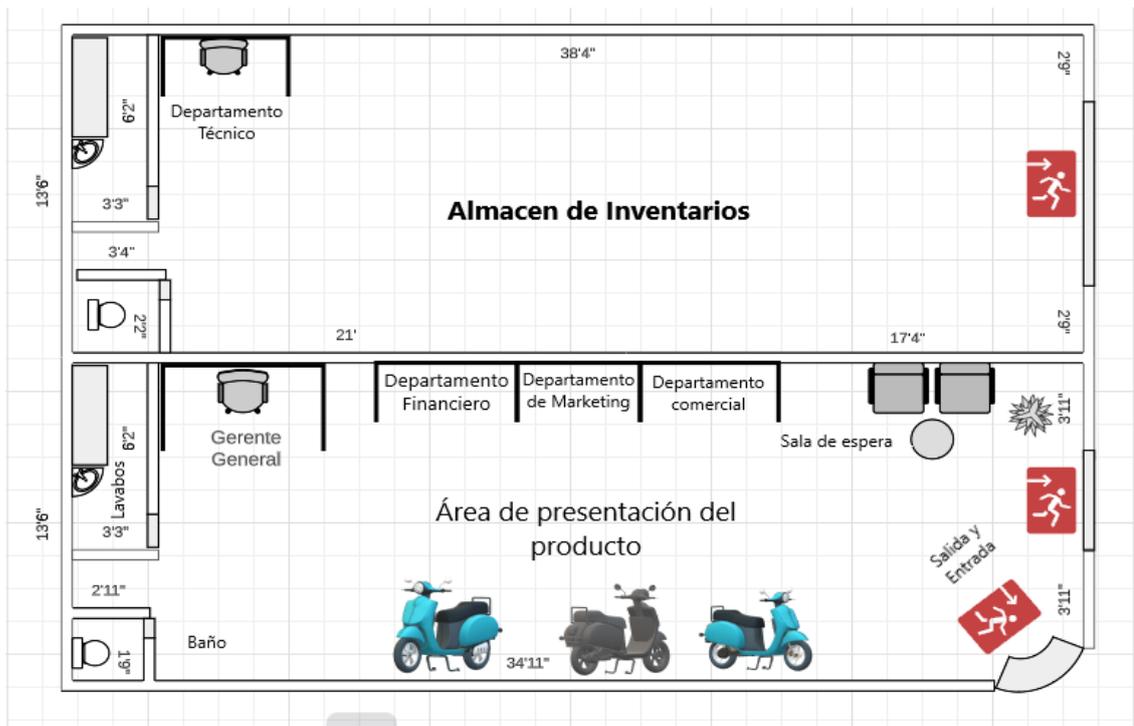


Ilustración 5-6: Infraestructura del negocio

Realizador por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.4.7. Costo de adquisición del producto

El margen de ganancias brutas por parte de los proveedores es del 25% c/u de venta de los scooters eléctricos por lo cual usaremos este dato para calcular el valor de compra de los proveedores potenciales en base a los precios del mercado.

Tabla 5-27: Costo de adquisición del producto

Precio de adquisición del producto para comercialización					
Producto	Potencia	Precio del mercado por unidad	Margen de ganancias brutas promedio por unidad del Proveedor	Valor de las ganancias brutas	Precio de Proveedor por unidad
Inokim OX SUPER	1000W	\$2.199,00	25%	\$549,75	\$1.649,25
TAILG Runner	1500W	\$1.475,00	25%	\$368,75	\$1.106,25
R12 Max	2000W	\$1.660,00	25%	\$415,00	\$1.245,00
Z6 "Puma"	2200W	\$2.250,00	25%	\$562,50	\$1.687,50

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Tabla 5-28: Costo de adquisición de productos adicionales

Precio de adquisición del producto para comercialización					
Producto	Detalle	Precio del mercado por unidad	Margen de ganancias brutas promedio por Unidad del Proveedor	Valor de las ganancias brutas	Precio de Proveedor
Casco Ich 3110DV Abatible firenze	Termoplástico de alta resistencia.	\$39,00	25%	\$9,75	\$29,25
Rastreador GPS UBI	Ubicación en tiempo real	\$40,00	25%	\$10,00	\$30,00

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.4.8. Precios del servicio de alquiler

En base a la información que se obtuvo de las encuestas con respecto a las preferencias del cliente, se determinó implementar scooter de alta potencia debido a que la mayor parte de la población indicaba que su recorrido habitual para este tipo de movilidad sería más de 20 km por lo cual se hará un estimado de la relación precio por kilómetro recorrido con una carga de 100% de capacidad de la batería.

Tabla 29-5: Precio del servicio de alquiler

Precio del servicio de alquiler				
Producto	Potencia	Autonomía máxima (Kilómetros)	Velocidad máxima	Precio de alquiler por kilómetro
Inokim OX SUPER	1000W	45	Velocidad 45 km máx.	\$0,20
TAILG Runner	1500W	80	Velocidad 65 km máx.	\$0,30
R12 Max	2000W	100	Velocidad 80 km máx.	\$0,35
Z6 "Puma"	2200W	100	Velocidad 85km máx.	\$0,40

Realizador por: Mamallacta, J. 2023.

Tabla 5-30: Precio por Kilómetro recorrido

Precio por Kilómetro recorrido				
Promedio mínimo recorrido por persona (Kilómetros)	Promedio máximo recorrido por persona (Kilómetros)	Precio mínimo promedio	Precio máximo promedio	Precio por la autonomía máxima
25	40	\$5,00	\$8,00	\$9,00
25	40	\$7,50	\$12,00	\$24,00
25	40	\$8,75	\$14,00	\$35,00
25	40	\$10,00	\$16,00	\$40,00

Realizador por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.4.9. *Proceso de comercialización*

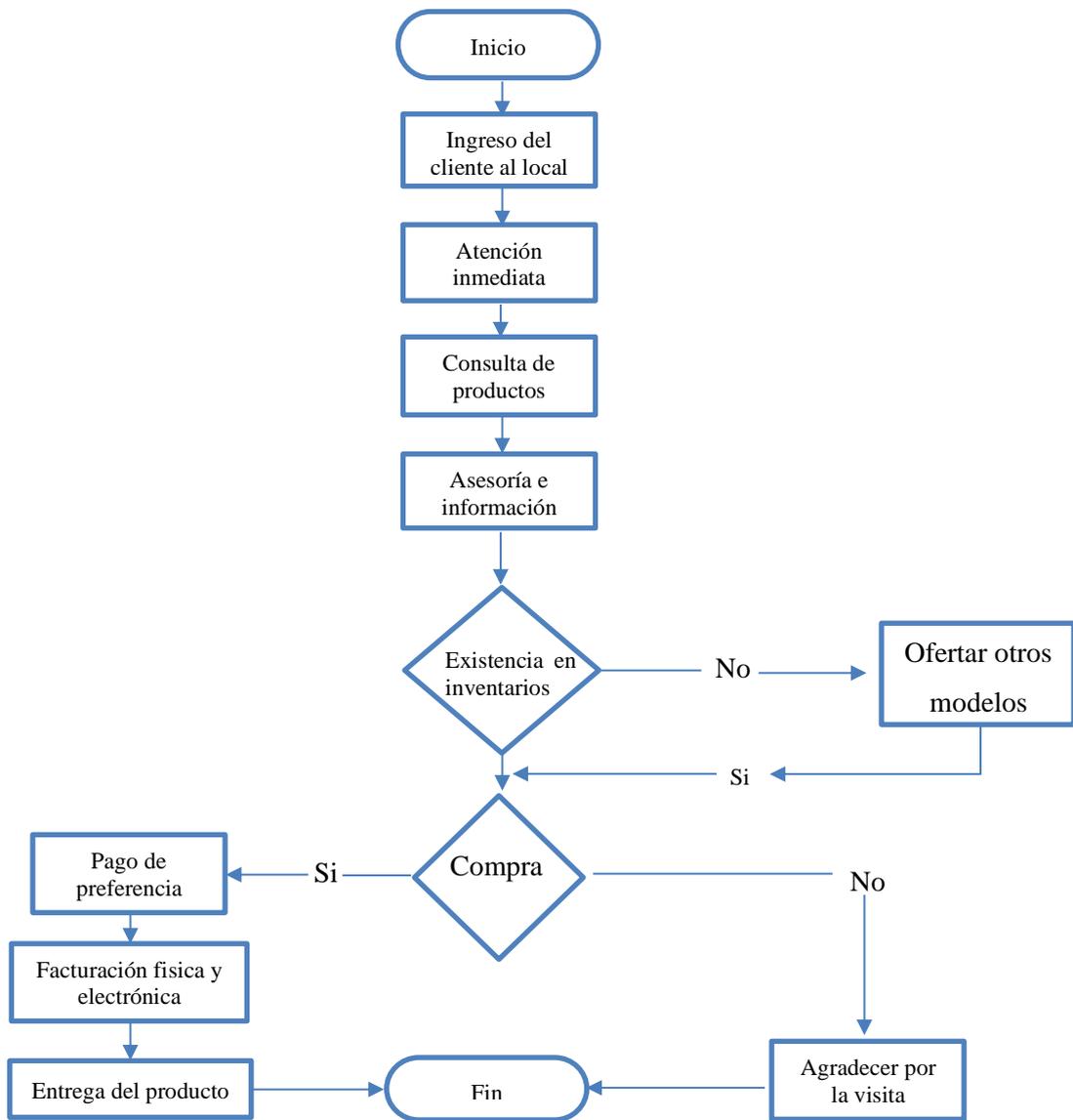


Ilustración 5-7: Proceso de comercialización

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.4.10. Proceso de prestación de servicios de alquiler

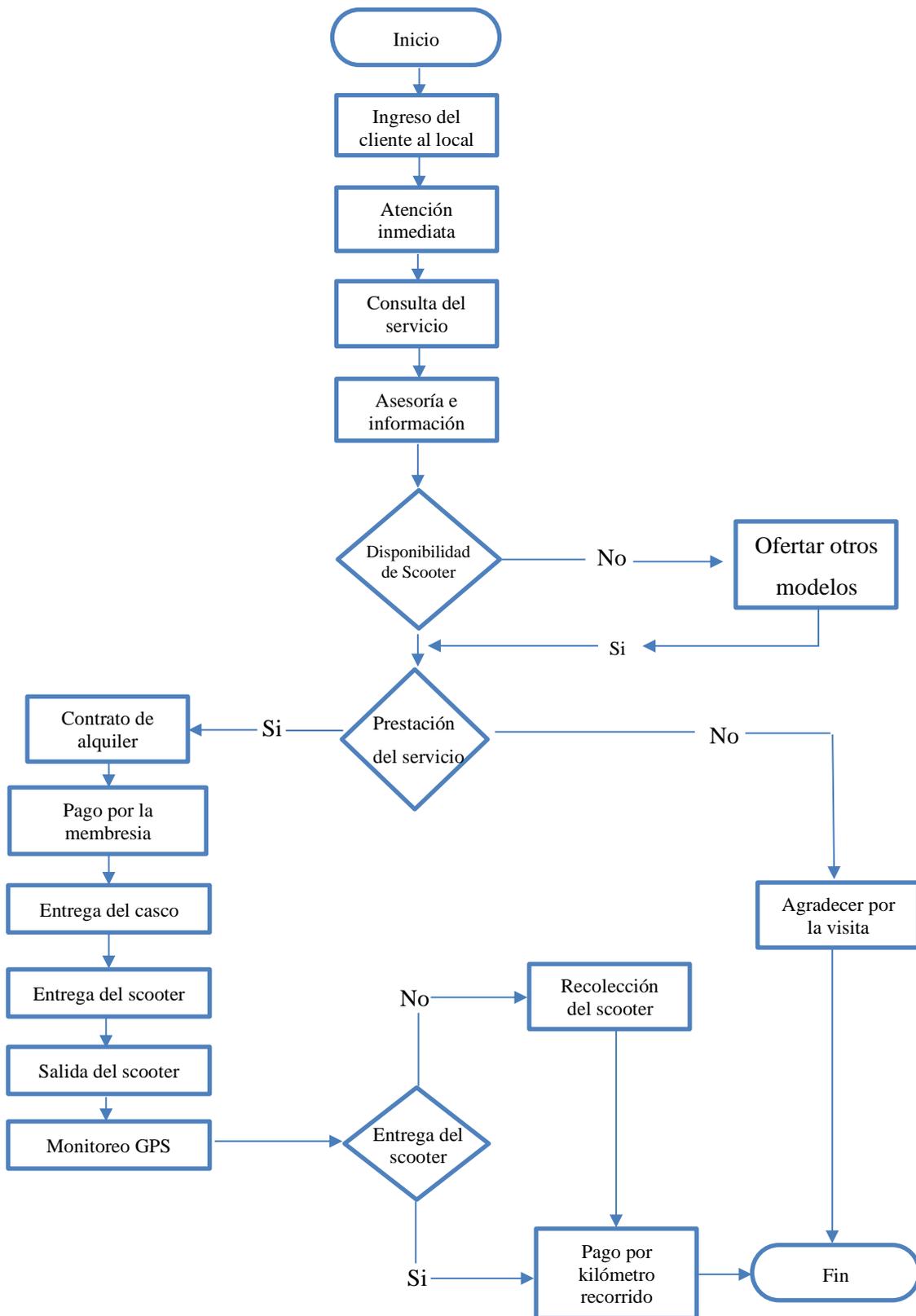


Ilustración 5-8: Proceso de presentación de servicios de alquiler

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.4.11. *Materiales y recursos necesarios*

Para las funciones operativas diarias de la empresa se necesitan recursos para el óptimo funcionamiento de cada actividad que se lleve en entorno del negocio, por lo cual se establecerán todos los materiales que necesite la empresa para su desempeño diario y poder tener un desarrollo adecuado de todos los departamentos de la empresa.

5.5.4.12. *Recursos humanos*

Para la dirección y funcionamiento de cada departamento se necesitar talento humano capacitado para gestionar todas las actividades que se involucren en el negocio.

Tabla 5-31: Remuneración mensual

Remuneración Mensual				
Cargo	Cantidad	Sueldo	Aportación Mensual IESS (9,45%)	Líquido a pagar
Gerente General	1	\$600,00	\$56,70	\$543,30
Contador	1	\$550,00	\$51,98	\$498,03
Mercadólogo	1	\$475,00	\$44,89	\$430,11
Jefe de ventas	1	\$475,00	\$44,89	\$430,11
Vendedor	1	\$450,00	\$42,53	\$407,48
Auxiliar de compras	1	\$450,00	\$42,53	\$407,48
Auxiliar de bodegas	1	\$450,00	\$42,53	\$407,48
TOTAL	7	\$3.450,00	\$326,03	\$3.123,98

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.4.13. *Equipo de computo*

Este equipo será exclusivo para las operaciones de cada departamento y así poder gestionar todas las funciones de manera eficiente por medio de la tecnología.

Tabla 5-32: Equipo de computo

Equipo de computo				
ITEM	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Impresora multifuncional	Impresora Canon G3110 Mfp Pixma 2315C004Ab 1.2 Pul Wifi 8Ppm 5Ppmc Tinta Gi190	1	\$232,50	\$232,50
Computadora todo en uno	COP. QUASAD AIO INTEL 12AVA CEL.G-6900 8GB 500GB SSD WC USB-3.0 KEY-MOUSE 23.8Inch BLACK WIN-ORIGINA	4	\$497,48	\$1.989,92
TOTAL		5	\$729,98	\$2.222,42

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.4.14. *Muebles y enseres*

Tabla 5-33: Muebles y enseres

Muebles y enseres				
ITEM	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Escritorio	Escritorio Marinella Sepia	4	\$183,20	\$732,80
Sillas de oficina	Silla de Oficina Torino	4	\$111,20	\$444,80
Sillas	Silla Ratán Corsa Pica Beige	4	\$17,58	\$70,32
Sillón de espera	Sillón Deco Ratán Café Oscuro	2	\$96,00	\$192,00
Mesa	Mesa Deco Ratán Café Camel	1	\$23,00	\$23,00
TOTAL		15	\$430,98	\$1.462,92

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.4.15. *Equipos de oficina*

Tabla 5-34: Equipos de oficina

Equipos de oficina				
ITEM	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Teléfono	Teléfono Alámbrico Panasonic KX-TS500	4	\$20,00	\$80,00
Dispensador de agua	Dispensador de agua 2 llaves blanco SMC	1	\$169,00	\$169,00
TOTAL		5	\$189,00	\$249,00

Realizador por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.4.16. *Útiles de oficina*

Tabla 5-35: Útiles de oficina

Útiles de oficina				
ITEM	Cantidad	Precio unitario	Precio total	
Caja de grapas	4	\$0,15	\$0,60	
Etiquetas adhesivas	4	\$0,60	\$2,40	
Caja de clip	4	\$0,25	\$1,00	
Resaltadores	4	\$0,50	\$2,00	
Estilete	4	\$0,60	\$2,40	
Sacapuntas	4	\$0,25	\$1,00	
Regla	4	\$0,50	\$2,00	
Caja de papel bond	2	\$23,90	\$47,80	
Caja de esferos color azul	1	\$4,50	\$4,50	
Caja de esferos color rojo	1	\$4,50	\$4,50	
Caja de lápices HB	1	\$1,70	\$1,70	
TOTAL	33	\$37,45	\$69,90	

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.4.17. *Material de limpieza*

Tabla 5-36: Material de limpieza

Material de Limpieza			
ITEM	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Basurero	4	\$3,50	\$14,00
Fundas de basura	4	\$1,00	\$4,00
Papel higiénico	4	\$1,00	\$4,00
Jabón liquido	4	\$2,60	\$10,40
Cloro	4	\$0,80	\$3,20
Trapeador	1	\$1,80	\$1,80
Recogedor	1	\$1,00	\$1,00
Escoba	1	\$1,50	\$1,50
TOTAL	23	\$13,20	\$39,90

Realizador por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.4.18. *Material técnico*

Tabla 5-37: Herramientas

Herramientas			
ITEM	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Flexometro Negro-Amar Evtools	2	\$1,39	\$2,78
Alicate Multiuso Stanley	2	\$5,99	\$11,98
Juego De Destornilladores Workpro	1	\$13,99	\$13,99
Juego Llaves Combinadas Stanley	1	\$27,99	\$27,99
Martillo Mango De Madera Stanley	2	\$5,99	\$11,98
Llaves Torx Pro Juego go 8pzas Stanley	1	\$13,99	\$13,99
TOTAL	9	\$69,34	\$82,71

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.4.19. *Vehículos*

Tabla 5-38: Vehículos

Vehículos				
ITEM	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Camioneta Chevrolet	LUV D-MAX CD OPTIMA TM 2.4 4X2	1	\$15.200,00	\$15.200,00
TOTAL		1	\$15.200,00	\$15.200,00

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.5. Gestión de talento humano

Para el funcionamiento óptimo de las operaciones que se realizaron en el entorno al negocio se empleara insertar Talento humano especializado para las actividades que se llevaron a cabo. El personal es un pilar fundamental para el óptimo funcionamiento y desarrollo de nuestra empresa. Cada miembro del equipo juega un papel clave en el logro de nuestros objetivos y en el cumplimiento de nuestra misión como Volt Speed. Reconocemos que cada persona aporta habilidades únicas, conocimientos especializados y un compromiso inigualable que contribuye a la excelencia en nuestros servicios.

5.5.5.1. Organigrama estructural

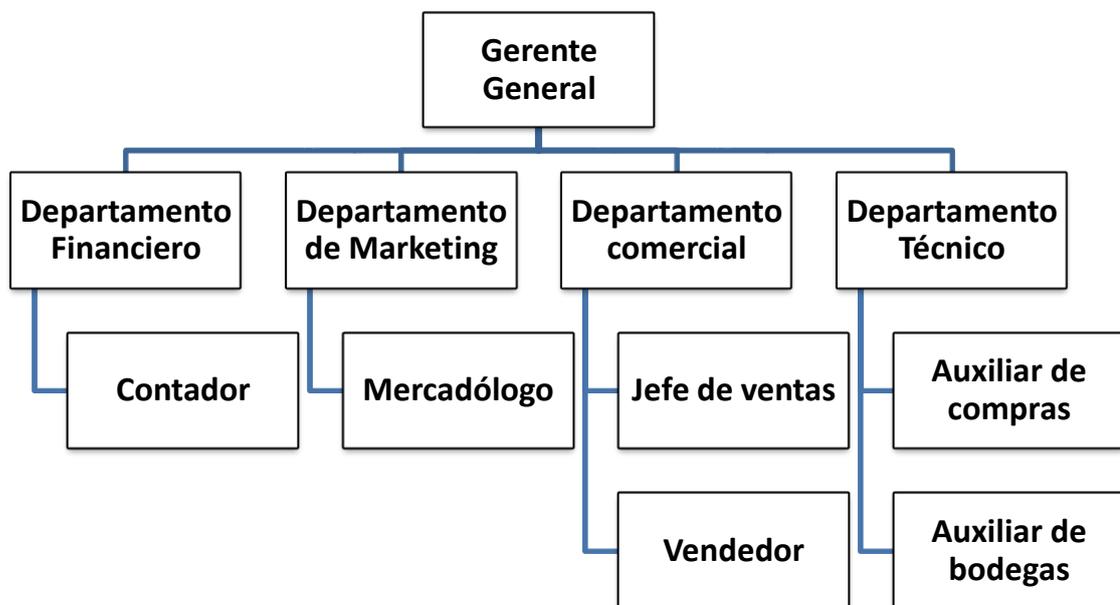


Ilustración 5-9: Organigrama estructural

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.5.2. Organigrama funcional

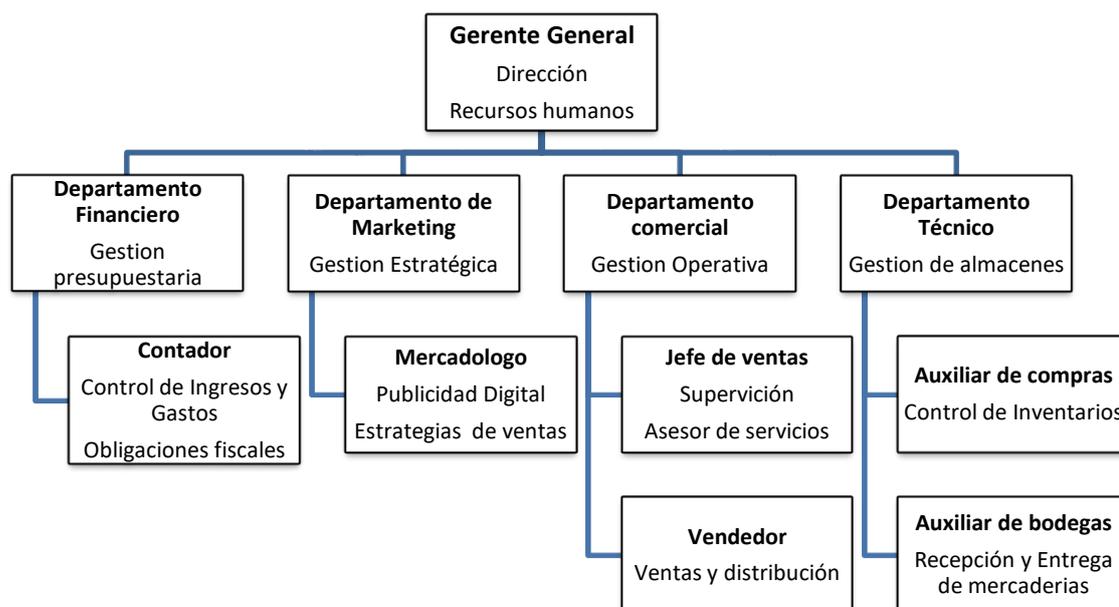


Ilustración 5-10: Organigrama funcional

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.5.3. Reclutamiento

El reclutamiento de personal es un elemento esencial para el óptimo funcionamiento de nuestra empresa. Buscamos contar con un equipo altamente capacitado y comprometido que comparta nuestros valores y visión. Es fundamental identificar perfiles que se ajusten a las necesidades de cada puesto, y para ello, realizamos un proceso de selección exhaustivo.

5.5.5.4. Proceso de reclutamiento

Tabla 5-39: Proceso de reclutamiento

RECLUTAMIENTO		
Etapa del Proceso de Reclutamiento	Actividades a Realizar	Responsable
Identificación de Perfiles	- Definir los requisitos y competencias para los puestos vacantes.	Departamento Financiero
	- Elaborar la descripción del puesto y perfil del candidato ideal.	
	- Validar la descripción del puesto con el área solicitante.	
Búsqueda de Candidatos	- Publicar las ofertas de empleo en portales de empleo, redes sociales y otros canales.	Departamento de Marketing
	- Realizar búsqueda en bases de datos de candidatos.	

Evaluación de Candidatos	- Analizar currículums y seleccionar los candidatos que cumplan con los requisitos.	Gerente General
	- Realizar entrevistas telefónicas o virtuales para preseleccionar candidatos.	
	- Aplicar pruebas técnicas o psicométricas según sea necesario.	
	- Realizar entrevistas presenciales con candidatos preseleccionados.	
Selección Final de Candidatos	- Evaluar los resultados de las entrevistas y pruebas.	Gerente General
	- Seleccionar al candidato más adecuado para cada posición.	
Oferta de Empleo	- Realizar la oferta de empleo al candidato seleccionado.	Departamento Financiero
	- Negociar y acordar las condiciones laborales y salariales.	
	- Coordinar la firma del contrato laboral.	
Incorporación del Nuevo Empleado	- Realizar el proceso de inducción y capacitación del nuevo empleado.	Departamento Comercial

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.5.5. Descripción de los puestos de trabajo

En este apartado se detallará cada punto importante sobre las funciones de cada puesto de trabajo para así poder encontrar el personal calificado, que estará a cargo de las actividades operativas de la empresa buscando así el desarrollo y crecimiento empresarial.

5.5.5.6. Manual de funciones

Tabla 5-40: Manual de funciones Gerente general

MANUAL DE FUNCIONES			
CÓDIGO	002P	Sede	Riobamba
GERENTE GENERAL			
<p>Es el encargado de la gestión y dirección de la organización, planificando el crecimiento a corto y largo plazo. Representa a la empresa y establece políticas que rigen su funcionamiento. Presenta informes financieros y programas de trabajo y cumple con otras responsabilidades necesarias para el buen desempeño de la empresa.</p>			
Perfil del Puesto			
<p>Preparación Académica: Título de tercer nivel o cuarto nivel con conocimientos en administración, economía y finanzas</p> <p>Experiencia Laboral: Mínimo 2 años de experiencia en puesto similares</p> <p>Género: Masculino o femenino.</p> <p>Competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Liderazgo · Orientación a Resultados · Visión Estratégica · Capacidad de Adaptación · Capacidad Analítica 			
Funciones determinadas			
<ul style="list-style-type: none"> · Diseñar y ejecutar planes estratégicos para alcanzar los objetivos de crecimiento y posicionamiento en el mercado de scooters eléctricos. · Dirigir y supervisar el funcionamiento diario de la empresa, asegurando la eficiencia y calidad en la prestación de servicios de alquiler de scooters eléctricos. · Planificar y gestionar el equipo de trabajo, incluyendo la selección, capacitación y motivación del personal para asegurar un rendimiento óptimo. · Representar a la organización ante entidades externas, manteniendo relaciones efectivas y estratégicas con proveedores, clientes y otras instituciones relevantes para el éxito del negocio. 			
Realizado por: CONTADOR		Aprobado por: GERENTE GENERAL	

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Tabla 5-41: Manual de funciones del contador

MANUAL DE FUNCIONES			
CÓDIGO	003P	Sede	Riobamba
DEPARTAMENTO FINANCIERO			
<p>Responsable de la gestión y control de los recursos económicos de la organización. Su función principal es asegurar la salud financiera mediante el análisis de estados financieros, administración de activos y pasivos, y la implementación de políticas contables. Trabaja en colaboración con otras áreas para brindar información relevante y apoyar decisiones estratégicas, contribuyendo al crecimiento y sostenibilidad del negocio.</p>			
Perfil del Puesto de Contador			
<p>Preparación Académica: Título de tercer nivel con conocimiento en Contabilidad y Finanzas</p> <p>Experiencia Laboral: Mínimo 2 años de experiencia en puesto similares</p> <p>Género: Masculino o femenino.</p> <p>Competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Conocimientos Contables · Precisión y Detalle · Gestión Tributaria · Adaptabilidad · Ética Profesional 			
Funciones determinadas			
<ul style="list-style-type: none"> · Registrar y clasificar de manera precisa y oportuna todas las transacciones financieras de la empresa. · Preparar estados financieros, como el balance general y estado de resultados, reflejando la situación económica de la empresa. · Calcular y presentar declaraciones de impuestos, asegurando el cumplimiento de las obligaciones tributarias. · Realizar revisiones y auditorías internas para verificar la exactitud y cumplimiento de las políticas contables y financieras establecidas. 			
Realizado por: CONTADOR		Aprobado por: GERENTE GENERAL	

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Tabla 5-42: Manual de funciones del mercadólogo

MANUAL DE FUNCIONES			
CÓDIGO	004P	Sede	Riobamba
DEPARTAMENTO DE MARKETING			
<p>Responsable de la gestión y control de los recursos económicos de la organización. Su función principal es asegurar la salud financiera mediante el análisis de estados financieros, administración de activos y pasivos, y la implementación de políticas contables. Trabaja en colaboración con otras áreas para brindar información relevante y apoyar decisiones estratégicas, contribuyendo al crecimiento y sostenibilidad del negocio.</p>			
Perfil del Puesto de Mercadólogo			
<p>Preparación Académica: Título de tercer nivel con conocimiento en Marketing y Mercadotecnia.</p> <p>Experiencia Laboral: Mínimo 1 año de experiencia en puesto similares</p> <p>Género: Masculino o femenino.</p> <p>Competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Creatividad · Gestión de Proyectos · Análisis de Mercado · Gestión de Redes Sociales · Pensamiento Estratégico 			
Funciones determinadas			
<ul style="list-style-type: none"> · Desarrollar estrategias y planes de marketing para promover los servicios de alquiler de scooters eléctricos y aumentar la visibilidad y participación en el mercado. · Generar contenido creativo y relevante para campañas publicitarias, redes sociales y material promocional, transmitiendo el mensaje de la empresa de manera efectiva. · Realizar análisis periódicos del desempeño de las estrategias de marketing, evaluando el retorno de inversión y ajustando las acciones según los resultados obtenidos. · Administrar el presupuesto asignado al departamento de marketing, asegurando una asignación adecuada de recursos para cada iniciativa. 			
Realizado por: CONTADOR		Aprobado por: GERENTE GENERAL	

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Tabla 5-43: Manual de funciones del jefe de ventas

MANUAL DE FUNCIONES			
CÓDIGO	005P	Sede	Riobamba
DEPARTAMENTO COMERCIAL			
<p>Es responsable de impulsar las ventas y el crecimiento de la empresa a través de estrategias de marketing y ventas efectivas. Su objetivo es promover los servicios de alquiler de scooters eléctricos, identificar oportunidades de negocio y cerrar acuerdos comerciales exitosos. Trabaja en la gestión de clientes, prospección de nuevos mercados y atención personalizada para asegurar la satisfacción y fidelización de los clientes. Colabora estrechamente con el equipo de marketing para una comunicación consistente y eficiente con el mercado objetivo.</p>			
Perfil del Puesto de jefe de Ventas			
<p>Preparación Académica: Título de tercer nivel o Tecnólogo con conocimientos en Administración o afines</p> <p>Experiencia Laboral: Mínimo 1 año de experiencia en puesto similares</p> <p>Género: Masculino o femenino.</p> <p>Competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Habilidades de Comunicación · Negociación · Liderazgo · Conocimiento del Producto · Análisis de Mercado 			
Funciones determinadas			
<ul style="list-style-type: none"> · Dirigir y supervisar al equipo de ventas, brindando orientación y apoyo para alcanzar los objetivos comerciales establecidos. · Diseñar estrategias de ventas efectivas, enfocadas en la captación de nuevos clientes y la fidelización de los existentes. · Establecer metas de ventas mensuales, trimestrales y anuales, monitoreando el progreso y tomando medidas correctivas cuando sea necesario. · Realizar informes de ventas y presentar resultados a la dirección de la empresa, proporcionando información para la toma de decisiones estratégicas. 			
Realizado por: CONTADOR		Aprobado por: GERENTE GENERAL	

Realizador por: Mamallacta, J. 2023.

Tabla 5-44: Manual de funciones del vendedor

MANUAL DE FUNCIONES			
CÓDIGO	006P	Sede	Riobamba
DEPARTAMENTO COMERCIAL			
<p>Es responsable de impulsar las ventas y el crecimiento de la empresa a través de estrategias de marketing y ventas efectivas. Su objetivo es promover los servicios de alquiler de scooters eléctricos, identificar oportunidades de negocio y cerrar acuerdos comerciales exitosos. Trabaja en la gestión de clientes, prospección de nuevos mercados y atención personalizada para asegurar la satisfacción y fidelización de los clientes. Colabora estrechamente con el equipo de marketing para una comunicación consistente y eficiente con el mercado objetivo.</p>			
Perfil del Puesto de Vendedor			
<p>Preparación Académica: Tecnólogo o bachiller con conocimientos en ventas o afines Experiencia Laboral: Mínimo 1 año de experiencia en puesto similares Género: Masculino o femenino.</p>			
<p>Competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Orientación al Cliente · Negociación · Habilidades de Comunicación · Conocimiento del Producto · Proactividad 			
Funciones determinadas			
<ul style="list-style-type: none"> · Presentar y promocionar los servicios de alquiler de scooters eléctricos a los clientes de manera persuasiva. · Brindar información y asesoramiento sobre los beneficios y características del servicio ofrecido. · Negociar condiciones y precios con los clientes, buscando alcanzar acuerdos comerciales favorables. · Realizar seguimiento a los clientes potenciales y cerrar ventas efectivas. 			
Realizado por: CONTADOR		Aprobado por: GERENTE GENERAL	

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Tabla 5-45: Manual de funciones del auxiliar de compras

MANUAL DE FUNCIONES			
CÓDIGO	007P	Sede	Riobamba
DEPARTAMENTO TÉCNICO			
<p>Es responsable de garantizar el óptimo funcionamiento y mantenimiento de los scooters eléctricos de la empresa. Su objetivo es asegurar que los vehículos estén en condiciones seguras y eficientes para su uso por parte de los clientes. Este departamento realiza inspecciones periódicas, diagnósticos y reparaciones en caso de fallas, así como el seguimiento de los protocolos de seguridad establecidos. Además, se encarga de mantener un inventario adecuado de repuestos y componentes para asegurar la disponibilidad de los mismos en caso de requerirse.</p>			
Perfil del Puesto de Auxiliar de Compras			
<p>Preparación Académica: Tecnólogo o bachiller con conocimientos en control de inventarios</p> <p>Experiencia Laboral: Mínimo 1 año de experiencia en puesto similares</p> <p>Género: Masculino o femenino.</p> <p>Competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Organización · Trabajo en equipo · Conocimiento de proveedores · Conocimiento del Producto · Atención al detalle 			
Funciones determinadas			
<ul style="list-style-type: none"> · Realizar el registro y control de las existencias de inventario de la empresa, asegurando la precisión y actualización de los datos. · Gestionar el proceso de compras, solicitando cotizaciones a proveedores, evaluando ofertas y negociando condiciones comerciales. · Verificar la disponibilidad de productos y repuestos necesarios para mantener el inventario adecuado y cumplir con la demanda de los clientes. · Elaborar reportes y análisis sobre el estado de inventarios, proponiendo medidas correctivas en caso de desbalances o excesos. 			
Realizado por: CONTADOR		Aprobado por: GERENTE GENERAL	

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Tabla 5-46: Manual de funciones del auxiliar de bodegas

MANUAL DE FUNCIONES			
CÓDIGO	007P	Sede	Riobamba
DEPARTAMENTO TÉCNICO			
<p>Es responsable de garantizar el óptimo funcionamiento y mantenimiento de los scooters eléctricos de la empresa. Su objetivo es asegurar que los vehículos estén en condiciones seguras y eficientes para su uso por parte de los clientes. Este departamento realiza inspecciones periódicas, diagnósticos y reparaciones en caso de fallas, así como el seguimiento de los protocolos de seguridad establecidos. Además, se encarga de mantener un inventario adecuado de repuestos y componentes para asegurar la disponibilidad de los mismos en caso de requerirse por último se encarga de la recolección y entrega.</p>			
Perfil del Puesto de Auxiliar de Bodegas			
<p>Preparación Académica: Tecnólogo o bachiller con conocimientos en inventarios</p> <p>Experiencia Laboral: Mínimo 1 año de experiencia en puesto similares</p> <p>Género: Masculino o femenino.</p> <p>Competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Organización · Trabajo en equipo · Conocimiento de proveedores · Conocimiento del Producto · Atención al detalle 			
Funciones determinadas			
<ul style="list-style-type: none"> · Familiaridad con los procedimientos y técnicas para el control y conteo de existencias. · Capacidad para mantener el orden y la disposición adecuada de los productos en la bodega. · Aptitud para manejar cargas y moverse dentro de la bodega de manera segura y eficiente. · Capacidad para realizar cálculos precisos y mantener registros exactos de las entradas y salidas de productos. 			
Realizado por: CONTADOR		Aprobado por: GERENTE GENERAL	

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

5.5.5.7. *Remuneraciones y compensaciones*

Las remuneraciones y compensación estarán acuerdo a las leyes vigentes actuales impuestas en el territorio ecuatoriano por parte del ministerio del trabajo, cada puesto de trabajo tendrá su remuneración o pago por los servicios prestados por el personal, a su vez se definirá el monto o valor que se deberá cancelar a cada empleado dependiendo de su cargo y actividades a realizar dentro del horario laboral o fuera de este como horas extras.

5.5.6. *Gestión legal*

En este apartado se determinará los necesario para el funcionamiento de la empresa, todo estará en base a la leyes o normativas que se rigen en el territorio ecuatoriano por los diferentes órganos controladores del estado, por lo cual se detallara cada punto importante la creación y funcionamiento de la empresa.

5.5.6.1. *Personería jurídica*

En base a lo que nos establece el Código Civil ecuatoriano libro 1 vigente en el Art. 564.- “Se llama persona jurídica una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente.” (Comisión de Legislación y Codificación, 2005, pág. 41)

5.5.6.2. *Requisitos para el otorgamiento de personería jurídica*

Artículo 12 del Reglamento para el Otorgamiento de Personalidad Jurídica a las Organizaciones Sociales. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2023)

- Acta de Asamblea General Constitutiva
- Estatuto
- Declaración Juramentada, ante Notario
- Solicitud dirigida al Ministro de Cultura y Patrimonio y acompañada únicamente de los documentos (originales) descritos en los numerales precedente. (2023)

5.5.6.3. *Registró Único de Contribuyentes*

En base a la Ley del Registro Único de Contribuyentes, RUC capítulo 1 nos establece en el Art. 3.-

DE LA INSCRIPCION OBLIGATORIA. - Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes. (Comisión de Legislación y Codificación, 2016, pág. 1)

5.5.6.4. *Sociedades*

De acuerdo con la Ley de Régimen Tributario Interno ecuatoriano no establece en el Art. 98.-

Definición de sociedad.- Para efectos de esta Ley el término sociedad comprende la persona jurídica; la sociedad de hecho; el fideicomiso mercantil y los patrimonios independientes o autónomos dotados o no de personería jurídica, salvo los constituidos por las Instituciones del Estado siempre y cuando los beneficiarios sean dichas instituciones; el consorcio de empresas, la compañía tenedora de acciones que consolide sus estados financieros con sus subsidiarias o afiliadas; el fondo de inversión o cualquier entidad que, aunque carente de personería jurídica, constituya una unidad económica o un patrimonio independiente de los de sus miembros. (Comisión de Legislación y Codificación, 2018, pág. 106)

5.5.6.5. *Tipo de empresa*

La empresa se establecerá como Responsabilidad limitada con 2 socios iniciales, además que su objetivo de financiamiento a futuro es cautivar a inversores potenciales o socios que formen parte de la empresa y solo respondan a su capital aportado por medio de la realización del plan de negocios, por lo cual se acogerá a la ley de compañías donde se nos establece en el Art. 92.-

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.

Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. (Comisión de Legislación y Codificación, 2017, pág. 23)

5.5.6.6. Constitución

De acuerdo a la Ley de Compañías Sección VI no establece lo siguiente en el Art. 146.-

La compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes en el SRI. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo. (Comisión de Legislación y Codificación, 2017, pág. 36)

5.5.6.7. Condicionamiento del productos o servicio

Con respecto a la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad nos establece en su Art. 31.-

Previamente a la comercialización de productos nacionales e importados sujetos a reglamentación técnica, deberá demostrarse su cumplimiento a través del certificado de conformidad expedido por un organismo de certificación acreditado en el país, o por aquellos que se hayan emitido en relación a los acuerdos vigentes de reconocimiento mutuo con el país. (Congreso Nacional, 2021, pág. 11)

5.5.6.8. Legislación vial

De acuerdo a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial se establece en las disposiciones generales lo siguiente con respecto a la micromovilidad:

TRIGÉSIMA TERCERA. - Las regulaciones referentes al uso de scooters eléctricos y otros medios de transporte terrestre que corresponden a micromovilidad serán regulados por los Gobiernos Autónomos Descentralizados mediante Ordenanzas que se expidan para el efecto. (La Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, 2021, pág. 99)

CUADRAGÉSIMA. - Dentro del término de ciento ochenta (180) días siguientes a la entrada en vigencia de la presente Ley, los Gobiernos Autónomos Descentralizados desarrollarán las Ordenanzas locales que regulan la circulación de los medios de transporte como scooters eléctricos y otros que corresponden a la micromovilidad. (La Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, 2021, pág. 114)

5.5.7. Gestión financiera

Para lograr determinar el estudio económico dentro del proyecto se enfoca como objetivo inspeccionar la información conseguida dentro del estudio de mercado y las cotizaciones para así lograr estructurar de forma correcta las inversiones que requerimos para desarrollar la investigación lo cual permite conocer los estados de resultados y las proyecciones para los años venideros con un enfoque que permitirá inspeccionar las diferencias alternativas de financiamiento para poder demostrar que el proyecto es viable y rentable en base a los índices financieros para tener mayor claridad de los ingresos y egresos de dinero.

5.5.7.1. Inversiones iniciales

Para el análisis de los costos y gastos del proyecto de investigación nos permite inspeccionar cada uno de los costos y gastos que se deben ocupar en el aspecto en el proceso de comercialización de los Scooter Eléctrico y el alquiler de los mismos siendo estos los aspectos directos y clasificados en cada uno de las áreas que determina las necesidades del proyecto, así como los costos de inversión de comercialización de los productos de la empresa para eso se analizan los siguientes.

5.5.7.2. Inversión fija

Tabla 5-47: Inversión fija

Descripción	Valor Total
Remodelación de oficina	\$ 7.554,50
Maquinaria y equipos (producción)	\$ 380,00
Muebles y enseres	\$ 2.182,92
Equipo de computo	\$ 2.222,42
Útiles de oficina	\$ 69,90
Vehículo	\$ 15.200,00
TOTAL INVERSIONES FIJAS	\$ 27.609,74

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Las Inversiones Fijas dentro de la comercialización de Scooter Eléctrico dentro de la empresa se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año con la finalidad de a abastecer las condiciones oportunas y necesarias para que la empresa realice sus actividades diarias la inversión en activos fijos se recupera mediante el mecanismo de depreciación Todos los activos que componen la Inversión fija deben ser valorizados mediante licitaciones o cotizaciones que sean evidenciados en proforma entregados por los proveedores de equipos, maquinarias, muebles, enseres, para esta estudio el proyecto asciende a \$ 27.609,74 de acuerdo a la tabla anterior

5.5.7.3. *Inversión diferida*

Tabla 5-48: Inversión diferida

Descripción	Valor Total
Patente	\$ 150,00
Marca	\$ 400,00
Capacitación	\$ 600,00
Permiso bomberos (año 2020)	\$ 200,00
Instalación de equipos	\$ 1.000,00
TOTAL INVERSIONES DIFERIDAS	\$ 2.350,00

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Estas inversiones diferidas se realizan con el inicio de funcionamiento de la organización y los requisitos estipulados en los bienes y servicios intangibles que son indispensables para la implementación de la empresa, pero no intervienen directamente en la comercialización y arriendo de los Scooter Eléctrico y estos están sujetas a amortización y se recuperan a largo plazo. lo cual dan como resultado de \$ 2.350,00 para la construcción de la empresa

5.5.7.4. *Capital de trabajo*

Tabla 5-49: Capital de trabajo

Descripción	Valor Total
MATERIALES	\$ 68.256,00
Costo Materia Prima	\$ 68.256,00
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 20.706,30
MOD	\$ 20.706,30
COSTOS INDIRECTOS	\$ 47.779,32
CIF	\$ 47.779,32
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2.100,00
Gerente General	\$ 600,00
Contador	\$ 550,00
Mercadólogo	\$ 475,00

Jefe de ventas	\$ 475,00
GASTOS DE PUBLICITARIOS	\$ 100,00
Redes sociales	\$ 0,00
Valla Publicitaria	\$ 100,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 138.941,62

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

El capital de trabajo para la comercialización y alquiler de Scooter Eléctrico es la diferencia entre los activos y las obligaciones que contrae la empresa, para mantener un correcto equilibrio y gestión para que la salud financiera sean las más adecuadas mosto dentro de la investigación asciende a \$ 138.941,62 dólares, con lo cual iniciara la empresa sus actividades y poder pagar las obligaciones que contraiga en los primeros días de funcionamiento y permita que la empresa funcione de manera correcta.

5.5.7.5. Resumen de la inversión

Tabla 5-50: Resumen de la inversión

Rubro	Valor
Inversión Fija	\$ 27.609,74
Inversión Diferida	\$ 2.350,00
Capital de Trabajo	\$ 138.941,62
INVERSIÓN TOTAL	\$ 168.901,36

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

El resumen de inversiones del proyecto de investigación asciende a \$ 168.901,36 lo cual costara poner en marcha el proyecto para que de esta forma sea lo más adecuado en base a los estudios realizados.

5.5.7.6. Financiamiento

Tabla 5-51: Financiamiento

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
Capital Propio	\$ 50.670	30%
Capital de Terceros	\$ 118.231	70%
TOTAL	\$ 168.901	100%

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

El financiamiento para poder aplicar en el desarrollo de la empresa asciende a \$ 168.901 para lo cual dentro de la inversión está dividida en capital propio de \$ 50.670 lo que equivale a 30% y \$

118.231 lo que será desarrollado a una institución financiera el cual equivale a 70%, por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro de forma correcta contrayendo mecanismo y estrategias de comercialización y alquiler de Scooter Eléctrico.

Tabla 5-52: Tabla de amortización

Préstamo:	\$ 118.231
Tasa Interés:	11,26%
Plazo:	5

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Período	Pago Capital	Pago Interés	Cuota	Saldo
0				\$ 118.230,95
1	\$ 18.886,47	\$ 13.312,81	\$ 32.199,28	\$ 99.344,48
2	\$ 21.013,09	\$ 11.186,19	\$ 32.199,28	\$ 78.331,39
3	\$ 23.379,16	\$ 8.820,11	\$ 32.199,28	\$ 54.952,23
4	\$ 26.011,66	\$ 6.187,62	\$ 32.199,28	\$ 28.940,57
5	\$ 28.940,57	\$ 3.258,71	\$ 32.199,28	\$ 0,00

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

La tabla de amortización del préstamo esta ejecuta anualmente debido al deuda que contrae la empresa con la institución financiera y esta reflejan el costo de capital con una deuda de \$ 118.231. El más importante es el interés que se paga sobre las deudas con bancos o con terceros en este caso es de 11,26% de tasa de interés que mantiene el BanEcuador donde se realiza el crédito denominado Microcrédito

5.5.7.7. *Costos de ventas*

Tabla 5-53: Costos de ventas

Tasa de Inflación: -0,22%

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 68.256,00	\$ 68.337,91	\$ 68.337,91	\$ 68.337,91	\$ 68.337,91
Costo Materia Prima	\$ 68.256,00	\$ 68.337,91	\$ 68.337,91	\$ 68.337,91	\$ 68.337,91
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 20.706,30	\$ 20.731,15	\$ 20.756,02	\$ 20.780,93	\$ 20.805,87
MOD	\$ 20.706,30	\$ 20.731,15	\$ 20.756,02	\$ 20.780,93	\$ 20.805,87
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 47.695,32	\$ 47.752,55	\$ 47.752,55	\$ 47.752,55	\$ 47.752,55
CIF	\$ 47.695,32	\$ 47.752,55	\$ 47.752,55	\$ 47.752,55	\$ 47.752,55
DEPRECIACIONES	\$ 3.754,76				
DEPRECIACIONES EQUIPOS	\$ 3.754,76	\$ 3.754,76	\$ 3.754,76	\$ 3.754,76	\$ 3.754,76
TOTAL	\$ 140.412,38	\$ 140.576,37	\$ 140.601,24	\$ 140.626,15	\$ 140.651,09

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Los objetivos de analizar los costos es determinar cada uno de las cuentas que intervienen para la comercialización de los productos para ello se analiza 0.12% de tasa de inflación siendo esto lo más importantes debido que este cálculo da a conocer correctamente los costos de venta par a poder planificar cualquier tipo de negocio dando un monto al primer año de \$ 140.412,38 y el quinto \$ 140.651,09 incrementando de acorde a la inflación y políticas de estado que se mantienen.

5.5.7.8. *Gastos administrativos*

Los gastos administrativos se analizan los que están directa o indirectamente para ellos se analiza el rol de pagos donde se estipula salarios oportunos de acorde a lo que especifica los salarios de los servicios generales se incluyen en esta rúbrica y se muestra a continuación.

Tabla 5-54: Rol de pagos

	FONDOS DE RESERVA:		8,33%	luego de un año de servicio							
ROL DE PAGOS											
CARGO	SALARIO BASICO	TOTAL ANUAL BASICO	APORTE IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL ANUAL 1	PROMEDIO MENSUAL	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Gerente General	\$600,00	\$ 7.200,00	\$ 802,80	\$ 600,00	\$ 450,00	9.052,80	\$ 817,24	\$ 9.870,04	\$ 10.687,28	\$ 11.504,52	\$ 12.321,77
Contador	\$550,00	\$ 6.600,00	\$ 735,90	\$ 550,00	\$ 450,00	8.335,90	\$ 752,52	\$ 9.088,42	\$ 9.840,95	\$ 10.593,47	\$ 11.345,99
Mercadólogo	\$475,00	\$ 5.700,00	\$ 635,55	\$ 475,00	\$ 450,00	7.260,55	\$ 655,45	\$ 7.916,00	\$ 8.571,44	\$ 9.226,89	\$ 9.882,33
Jefe de ventas	\$475,00	\$ 5.700,00	\$ 635,55	\$ 475,00	\$ 450,00	7.260,55	\$ 655,45	\$ 7.916,00	\$ 8.571,44	\$ 9.226,89	\$ 9.882,33
Vendedor	\$450,00	\$ 5.400,00	\$ 602,10	\$ 450,00	\$ 450,00	6.902,10	\$ 623,09	\$ 7.525,19	\$ 8.148,27	\$ 8.771,36	\$ 9.394,45
Auxiliar de compras	\$450,00	\$ 5.400,00	\$ 602,10	\$ 450,00	\$ 450,00	6.902,10	\$ 623,09	\$ 7.525,19	\$ 8.148,27	\$ 8.771,36	\$ 9.394,45
Auxiliar de bodegas	\$450,00	\$ 5.400,00	\$ 602,10	\$ 450,00	\$ 450,00	6.902,10	\$ 623,09	\$ 7.525,19	\$ 8.148,27	\$ 8.771,36	\$ 9.394,45

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

La mano de obra es lo primordial dentro de la empresa por esta razón esta debe contar con personal adecuado e idóneo en los puestos de trabajo de las áreas administrativas y operativas lo cual asciende al primer año es un monto de \$ 5.974,83 para determinar este valor se toma en cuenta el sueldo mensual, fondos de reserva, aporte patronal, XIII, XIV, se observa que la proyección va aumentando ya que cada año el sueldo básico unificado aumenta por ende los beneficios de cada trabajador aumentara

Tabla 5-55: Gastos administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	9052,80	9870,04	10687,28	11504,52	12321,77
Contador	8335,90	9088,42	9840,95	10593,47	11345,99
Mercadólogo	7260,55	7916,00	8571,44	9226,89	9882,33
Jefe de ventas	7260,55	7916,00	8571,44	9226,89	9882,33
Gastos administrativos varios	0,00	7525,19	8148,27	8771,36	9394,45
TOTAL	\$ 31.909,80	\$ 42.315,64	\$ 45.819,39	\$ 49.323,13	\$ 52.826,88

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Los gastos administrativos son directamente los que tiene la empresa y no está relacionado con las actividades operativas, usualmente se incluyen los gastos de selección y reclutamiento de personal en los cuales se puede decir que para el primer año se toma el pago de básicos anual con todos los beneficios de ley, para lo cual en el año 2 se incrementa de acuerdo a la inflación y las políticas establecidas en el Ecuador.

5.5.7.9. Gasto de ventas

Tabla 5-56: Gasto de venta

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Redes sociales	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Valla Publicitaria	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
TOTAL	\$ 100,00				

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

El gasto de publicidad se desarrolla en basa la publicidad que se ejecuta dentro de la empresa en el caso se realizara en las redes sociales el monto no se estipula debido que se paga la cuenta de internet y está incluido allí al igual que las vallas publicitarias en el centro de la ciudad para dar a conocer nuestro servicio.

5.5.7.10. Gastos financieros

Tabla 5-57: Gastos financieros

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses del Préstamo	\$ 13.312,81	\$ 11.186,19	\$ 8.820,11	\$ 6.187,62	\$ 3.258,71
TOTAL	\$ 13.312,81	\$ 11.186,19	\$ 8.820,11	\$ 6.187,62	\$ 3.258,71

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Los gastos financieros más comunes es el tipo de interés pagado por las deudas a la institución financiera lo que permite pagar el monto acordado y a su vez la tasa de interés puede variar dependiendo del tipo de financiación elegido y la solvencia del prestatario que se realiza dentro de la institución financiera que es el Ban Ecuador.

5.5.7.11. Ingresos

Tabla 5-58: Ingresos

Productos	Precio Unitario	Proyección Ingresos (Demanda Insatisfecha)				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Scooters Inokim OX SUPER	2199,00	17	17	17	18	18
		\$36.631,11	\$37.261,01	\$37.902,17	\$38.553,63	\$39.217,28
Scooters TAILG Runner	1474,00	17	17	17	18	18
		\$24.554,00	\$24.976,23	\$25.406,00	\$25.842,68	\$26.287,53
Scooters R12 Max	1660,00	17	17	17	18	18
		\$27.652,40	\$28.127,91	\$28.611,91	\$29.103,70	\$29.604,68
ScootersZ6 “Puma”	2250,00	17	17	17	18	18
		\$37.480,67	\$38.125,18	\$38.781,21	\$39.447,78	\$39.447,78
Alquiler	por Km					
Scooters Inokim OX SUPER	9,00	51	52	52	53	54
		\$22.824,51	\$23.216,99	\$23.616,49	\$24.022,41	\$24.435,93
Scooters TAILG Runner	24,00	51	52	52	53	54
		\$60.865,35	\$61.911,98	\$62.977,31	\$64.059,77	\$65.162,48
Scooters R12 Max	35,00	51	52	52	53	54
		\$88.761,96	\$90.288,31	\$91.841,91	\$93.420,50	\$95.028,61
ScootersZ6 “Puma”	40,00	51	52	52	53	54
		\$101.442,25	\$103.186,64	\$104.962,18	\$106.766,28	\$108.604,13
TOTAL		\$ 400.212,25	\$ 407.094,27	\$ 414.099,19	\$ 421.216,76	\$ 427.788,42

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Se determina que los ingresos por la venta y alquiler de cada Scooter Eléctrico se obtiene multiplicando la demanda insatisfecha a la cual se analiza que una familia no pueden comprar los Scooter Eléctrico y estos integrantes son de 4 y se procede a obtén un 4% de acogida de mercado con lo que tenemos la

multiplicación de las ventas al igual que el alquiler se considera según los datos de aceptación de la pregunta de la encuesta lo cual se muestra para cada año un incremento en el mismo como se puede ver en la tabla anterior.

5.5.7.12. Estado de resultados

Tabla 5-59: Estado de resultados

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	\$ 400.212,25	\$ 407.094,27	\$ 414.099,19	\$ 421.216,76	\$ 427.788,42
- Costo de Producción	-\$ 140.412,38	-\$ 140.576,37	-\$ 140.601,24	-\$ 140.626,15	-\$ 140.651,09
= Utilidad Bruta	\$ 259.799,87	\$ 266.517,90	\$ 273.497,94	\$ 280.590,61	\$ 287.137,33
- Gastos de Administración	-\$ 31.909,80	-\$ 42.315,64	-\$ 45.819,39	-\$ 49.323,13	-\$ 52.826,88
- Gastos de Ventas	-\$ 100,00	-\$ 100,00	-\$ 100,00	-\$ 100,00	-\$ 100,00
- Gastos Financieros	-\$ 13.312,81	-\$ 11.186,19	-\$ 8.820,11	-\$ 6.187,62	-\$ 3.258,71
= Utilidad antes de Impuestos	\$ 214.477,26	\$ 212.916,07	\$ 218.758,44	\$ 224.979,85	\$ 230.951,75
- 15% Participación Trabajadores	-\$ 32.171,59	-\$ 31.937,41	-\$ 32.813,77	-\$ 33.746,98	-\$ 34.642,76
- Impuesto a la Renta	-\$ 53.619,32	-\$ 53.229,02	-\$ 54.689,61	-\$ 56.244,96	-\$ 57.737,94
= Utilidad Neta	\$ 128.686,36	\$ 127.749,64	\$ 131.255,06	\$ 134.987,91	\$ 138.571,05

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

El estado de resultados, dentro el proyecto ayuda a determinar las pérdidas y ganancias, donde se analiza cada uno de los ingreso y gastos detalladamente que ha generado la empresa durante un período de tiempo en el proyecto se puede evidenciar que es factible por ser mayor las ventas sobre los costos como se evidencia en las tablas anteriores en base a la tasa de crecimiento y la inflación incrementada para cada año de vida útil del proyecto lo cual se evidencia en el primer año de \$ 128.686,36 y el quinto año un monto de \$ 138.571,05 que demuestra un incremento paulatino en benéfico de la empresa

5.5.7.13. Balance general

Tabla 5-60: Balance general

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 138.941,62	\$ 252.966,26	\$ 363.927,57	\$ 476.028,23	\$ 589.229,24	\$ 703.084,47
Caja	\$ 138.941,62	\$ 252.966,26	\$ 363.927,57	\$ 476.028,23	\$ 589.229,24	\$ 703.084,47
ACTIVO FIJO	\$ 25.496,72	\$ 21.741,96	\$ 17.987,21	\$ 14.232,45	\$ 10.477,70	\$ 6.722,94
REMODELACIÓN DE OFICINA	\$ 7.554,50	\$ 7.554,50	\$ 7.554,50	\$ 7.554,50	\$ 7.554,50	\$ 7.554,50
MAQUINARIA Y EQUIPOS (PRODUCCIÓN)	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00
Muebles y Enseres	\$ 69,90	\$ 69,90	\$ 69,90	\$ 69,90	\$ 69,90	\$ 69,90
Equipo de computo	\$ 2.222,42	\$ 2.222,42	\$ 2.222,42	\$ 2.222,42	\$ 2.222,42	\$ 2.222,42
UTILES DE OFICINA	\$ 69,90	\$ 69,90	\$ 69,90	\$ 69,90	\$ 69,90	\$ 69,90
VEHICULO	\$ 15.200,00	\$ 15.200,00	\$ 15.200,00	\$ 15.200,00	\$ 15.200,00	\$ 15.200,00
- Depreciaciones	\$ 0,00	-\$ 3.754,76	-\$ 7.509,51	-\$ 11.264,27	-\$ 15.019,02	-\$ 18.773,78
ACTIVO DIFERIDO	\$ 2.350,00	\$ 1.880,00	\$ 1.410,00	\$ 940,00	\$ 470,00	\$ 0,00
Gastos diferidos	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00
- Amortizaciones	\$ 0,00	-\$ 470,00	-\$ 940,00	-\$ 1.410,00	-\$ 1.880,00	-\$ 2.350,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 166.788,34	\$ 276.588,23	\$ 383.324,78	\$ 491.200,68	\$ 600.176,94	\$ 709.807,41
PASIVO	\$ 118.230,95	\$ 99.344,48	\$ 78.331,39	\$ 54.952,23	\$ 28.940,57	\$ 0,00
Corriente	\$ 18.886,47	\$ 21.013,09	\$ 23.379,16	\$ 26.011,66	\$ 28.940,57	\$ 0,00
No Corriente	\$ 99.344,48	\$ 78.331,39	\$ 54.952,23	\$ 28.940,57	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 48.557,39	\$ 177.243,75	\$ 304.993,39	\$ 436.248,45	\$ 571.236,37	\$ 709.807,41
Capital	\$ 48.557,39	\$ 48.557,39	\$ 48.557,39	\$ 48.557,39	\$ 48.557,39	\$ 48.557,39
Resultados del Ejercicio	\$ 0,00	\$ 128.686,36	\$ 127.749,64	\$ 131.255,06	\$ 134.987,91	\$ 138.571,05
Resultados Acumulados	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 128.686,36	\$ 256.436,00	\$ 387.691,07	\$ 522.678,98
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 166.788,34	\$ 276.588,23	\$ 383.324,78	\$ 491.200,68	\$ 600.176,94	\$ 709.807,41

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

El balance general muestra la situación patrimonial de la empresa tiene en la actualidad en base a cada año lo cual nos ayuda a entender la estructura financiera que la compone de activos, pasivos y patrimonio siendo estos los recursos con los que cuenta y la manera en que están siendo aprovechados en un periodo determinado de tiempo conformado por un documento que muestra la empresa en un monto determinado.

5.5.7.14. Flujo neto del efectivo

Tabla 5-61: Flujo neto del efectivo

RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas		\$ 400.212,25	\$ 407.094,27	\$ 414.099,19	\$ 421.216,76	\$ 427.788,42
- Costo de Producción		-\$ 140.412,38	-\$ 140.576,37	-\$ 140.601,24	-\$ 140.626,15	-\$ 140.651,09
= Utilidad Bruta		\$ 259.799,87	\$ 266.517,90	\$ 273.497,94	\$ 280.590,61	\$ 287.137,33
- Gastos de Administración		-\$ 31.909,80	-\$ 42.315,64	-\$ 45.819,39	-\$ 49.323,13	-\$ 52.826,88
- Gastos de Ventas		-\$ 100,00	-\$ 100,00	-\$ 100,00	-\$ 100,00	-\$ 100,00
- Gastos Financieros (Intereses)		-\$ 13.312,81	-\$ 11.186,19	-\$ 8.820,11	-\$ 6.187,62	-\$ 3.258,71
= Utilidad antes de Impuestos		\$ 214.477,26	\$ 212.916,07	\$ 218.758,44	\$ 224.979,85	\$ 230.951,75
- 15% Participación Trabajadores		-\$ 32.171,59	-\$ 31.937,41	-\$ 32.813,77	-\$ 33.746,98	-\$ 34.642,76
- Impuesto a la Renta		-\$ 53.619,32	-\$ 53.229,02	-\$ 54.689,61	-\$ 56.244,96	-\$ 57.737,94
= Utilidad Neta		\$ 128.686,36	\$ 127.749,64	\$ 131.255,06	\$ 134.987,91	\$ 138.571,05
+ Depreciaciones		\$ 3.754,76	\$ 3.754,76	\$ 3.754,76	\$ 3.754,76	\$ 3.754,76
+ Amortizaciones		\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00
- Pago Préstamo (Capital)		-\$ 18.886,47	-\$ 21.013,09	-\$ 23.379,16	-\$ 26.011,66	-\$ 28.940,57
+ Valor de Salvamento						\$ 1.281,46
- Inversiones						
Fija	-\$ 27.609,74					
Diferida	-\$ 2.350,00					
Capital de Trabajo	-\$ 138.941,62					
= Flujo Neto de Efectivo	-\$ 168.901,36	\$ 114.024,64	\$ 110.961,31	\$ 112.100,66	\$ 113.201,01	\$ 115.136,69

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

El flujo neto de efectivo describe los movimientos de efectivo (ingresos y gastos) en un periodo determinado, en este caso 5 años ya que es proyectado y se evidencia un crecimiento demostrando que la empresa puede proporcionar una información vital acerca de todos los balances debe abastecer acerca de un período de un año lo que determina un control efectivo del movimiento de dinero.

5.5.7.15. Punto de equilibrio

Punto de equilibrio año 1-año 2

Tabla 5-62: Punto de equilibrio año 1- año 2

RUBROS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES								
Costos de Producción		\$ 140.412,38		\$ 140.576,37		\$ 140.601,24		\$ 140.626,15		\$ 140.651,09
Gastos Administrativos	\$ 31.909,80		\$ 42.315,64		\$ 45.819,39		\$ 49.323,13		\$ 52.826,88	
Gastos de Ventas		\$ 100,00		\$ 100,00		\$ 100,00		\$ 100,00		\$ 100,00
Gastos Financieros	\$ 13.312,81		\$ 11.186,19		\$ 8.820,11		\$ 6.187,62		\$ 3.258,71	
TOTALES	\$ 45.222,61	\$ 140.512,38	\$ 53.501,83	\$ 140.676,37	\$ 54.639,50	\$ 140.701,24	\$ 55.510,75	\$ 140.726,15	\$ 56.085,59	\$ 140.751,09
Ventas		\$ 400.212,25		\$ 407.094,27		\$ 414.099,19		\$ 421.216,76		\$ 427.788,42
Punto de Equilibrio		\$ 69.690,60		\$ 81.752,35		\$ 82.759,12		\$ 83.361,29		\$ 83.587,61
PE sobre Ventas (%)		17%		20%		20%		20%		20%

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

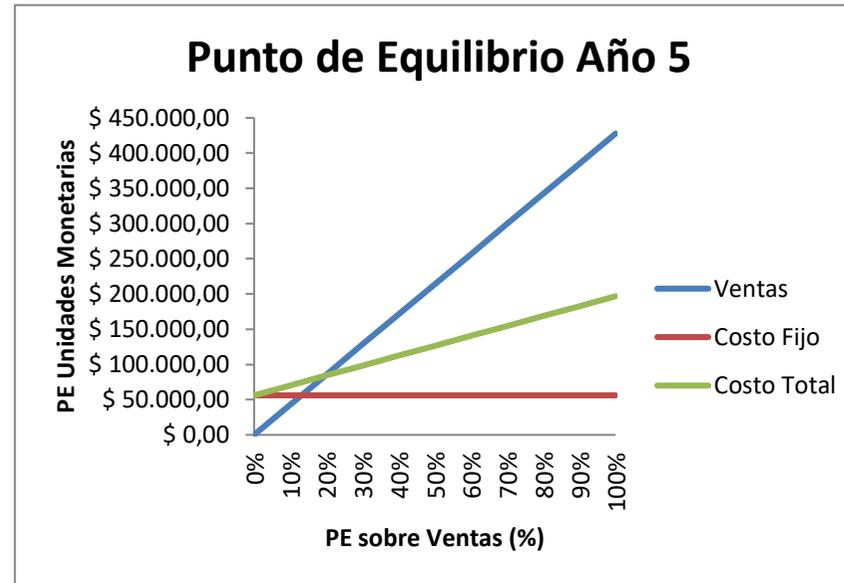
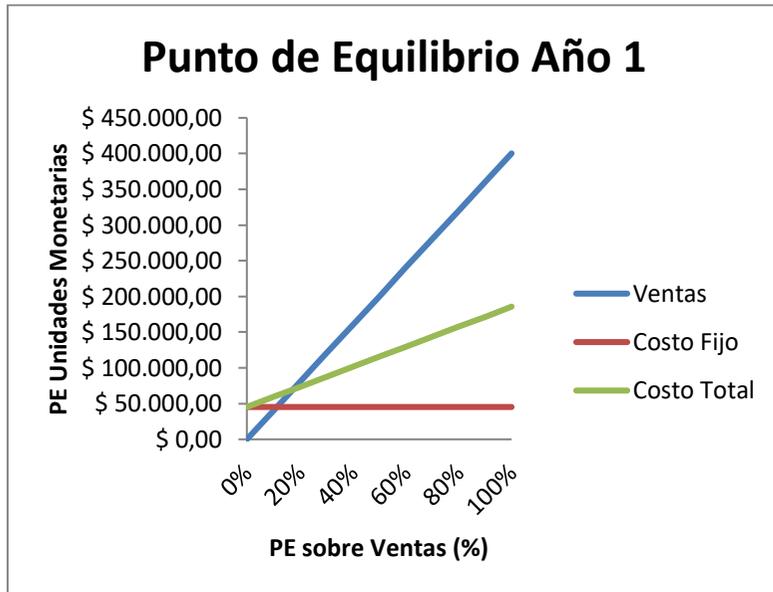


Ilustración 5-11: Punto de equilibrio año 1 al 5

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Análisis:

Como se muestra en la tabla anterior del punto de equilibrio la empresa desarrolla en base a los datos del estado de resultados de cada uno de los años proyectados de esta manera se obtiene el punto de equilibrio en el que permitirá al gerente conocer cuál es la cantidad de dinero que se debe mantener en cada periodo y las unidades que debe vender cada año para poder mantenerse estable en el nivel económico

5.5.8. Evaluación económica -financiera

El estudio de evaluación económica - financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto para ver si la inversión propuesta será económica rentable en base a los datos analizados anteriormente y de esta manera demostrar que se puede aplicar directamente los beneficios de inversión en dicho proyecto.

5.5.8.1. Valor Actual Neto

Tabla 5-63: Determinación de tasa de descuento

	Estructura de financiamiento	% Banco Central	Ponderación
Capital propio	30%	7,05%	2,12%
Crédito	70%	11,26%	7,88%
Riesgo de Inversión			20%
total			30%

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

Mediante la tabla anterior se puede ver el cálculo estimado de cuanto es nuestra tasa de descuento siendo de 30% considerado el crédito que es de 70% y el capital de 30% siendo aporte de los socios para ello se considerando un riesgo de inversión de 20% debido que este proyecto mantiene riesgo que afecta directamente a la empresa y la inversión que se realizara.

Tabla 5-64: Valor actual neto

TASA DE DESCUENTO: 30%

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 168.901,36	1,000000	-\$ 168.901,36	-\$ 168.901,36
1	\$ 114.024,64	0,769249	\$ 87.713,29	-\$ 81.188,07
2	\$ 110.961,31	0,591743	\$ 65.660,61	-\$ 15.527,46
3	\$ 112.100,66	0,455198	\$ 51.027,96	\$ 35.500,49
4	\$ 113.201,01	0,350160	\$ 39.638,48	\$ 75.138,97
5	\$ 115.136,69	0,269360	\$ 31.013,24	\$ 106.152,21

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

$$VAN = (-)Inversión Inicial + \frac{FNA \text{ año } 1}{(1+i)^1} \dots \dots \frac{FNA \text{ año } n}{(1+i)^n}$$

VAN= \$ 106.152,21

Al desarrollar el cálculo del VAN se evidencia que es mayor a 0 lo que demuestra que la inversión es viable desde el punto de vista económico – financiero debido que el VAN es de \$ 106.152,21 como se evidencia en la tabla anterior podemos deducir que se cumple una de las características para aceptar que el proyecto es rentable y cumple con esta condición lo cual este plan de negocios es viable y este puede ser aplicado de forma directa.

5.5.8.2. Tasa Interna de Retorno

$$TIR = i1 + (i2 - i1) \frac{VAN 1}{VAN 1 - VAN 2}$$

TIR= 60,59%

La TIR dentro del análisis de la venta y alquiler de Scooter Eléctrico al ser mayor a la tasa de descuento, la inversión es rentable desde el punto de vista técnico y los cálculos realizados donde se tomó los valores del flujo neto del Efectivo de los 5 años que se realizó la proyección y se procede aplicar el cálculo lo cual determinan un porcentaje de 60,59% de TIR

5.5.8.3. Periodo de Recuperación de la Inversión

Tabla 5-65: Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 168.901,36	1,000000	-\$ 168.901,36	-\$ 168.901,36
1	\$ 114.024,64	0,769249	\$ 87.713,29	-\$ 81.188,07
2	\$ 110.961,31	0,591743	\$ 65.660,61	-\$ 15.527,46
3	\$ 112.100,66	0,455198	\$ 51.027,96	\$ 35.500,49
4	\$ 113.201,01	0,350160	\$ 39.638,48	\$ 75.138,97
5	\$ 115.136,69	0,269360	\$ 31.013,24	\$ 106.152,21

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

$$PRI = \text{Año Últ. Neg. FNE Act. y Acum.} \wedge \left\{ \left(\frac{\text{Último Negativo FNE Act. y Acum.}}{\text{FNE Actualizado del año siguiente}} \right) * 12 \right\}$$

$$PRI = 2 \wedge \{ | - 15.527,46 / 51.027,96 | * 12 \}$$

$$PRI = 2,4$$

PRI= 2 años, 4 meses

El periodo de recuperación de la inversión dentro de proyecto de investigación es inferir a los cinco años de vida útil esto será en los 2 años 4 meses lo que se puede considerar que es rentable desde el punto de vista económico -financiero y es beneficio para la empresa por las estrategias planteadas.

5.5.8.4. Relación Beneficio Costo

Tabla 5-66: Relación beneficio costo

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	-\$ 168.901,36	\$ 0,00	-\$ 168.901,36
1	0,769249	\$ 114.024,64		\$ 87.713,29	\$ 0,00
2	0,591743	\$ 110.961,31		\$ 65.660,61	\$ 0,00
3	0,455198	\$ 112.100,66		\$ 51.027,96	\$ 0,00
4	0,350160	\$ 113.201,01		\$ 39.638,48	\$ 0,00
5	0,269360	\$ 115.136,69		\$ 31.013,24	\$ 0,00
				\$ 275.053,57	

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Mamallacta, J. 2023.

$$RB/C = \frac{\text{SUMA DE INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{SUMA DE EGRESOS ACTUALIZADOS} + \text{INVERSIÓN}}$$

$$RB/C = \frac{\$ 275.053,57}{0,00 + 168.901,36}$$

$$RB/C = 1.63$$

R B/C= \$1,63

El proyecto al ser analizado y considerado los costos y gastos dentro de la inversión se determina que la Relación Beneficio Costo de 1,63 es decir mayor a 1, por lo que significa que he por cada \$ 1 invertido se gana 0,63 centavos y esto se evidencia las estrategias planeadas las cual serán favorables para que la inversión sea de forma directa esto hace que la inversión será segura y se podrá obtener beneficio alguno para poder salvaguardar la integridad de la empresa.

CONCLUSIONES

- Al realizar el análisis directo de la fundamentación teórica sirve de guía para poder desarrollar el plan de negocios para la implementación de una empresa de alquiler de Scooters eléctricos y analizar cada una de las facetas que ayuden a solventar la investigación de forma directa
- Se desarrolla el estudio de mercado en base al análisis del entorno lo que permite observar a la competencia y los precios para poder establecer la comercialización y alquiler de Scooters eléctricos en la ciudad de Riobamba lo que determina una aceptación favorable para implantar la idea de negocio
- Se analiza cada uno de los costos y gastos que son indispensables para la implantación del plan de negocios con estrategias en cada una de las facetas esto ayuda a solventar una visión tanto administrativa como financiera donde se determina que el proyecto es viable debido a que el VAN es de \$ 106.152,21 TIR 61%, Periodo de Recuperación de la Inversión 2 años 4 meses y la Relación Beneficio Costo 1,63 lo que se determina al aplicar la investigación

RECOMENDACIONES

- Se recomienda analizar las fuentes teóricas que aclarezca a la investigación y pueda plantear una guía directa que solvente el plan de negocios por lo cual determina una secuencia de pasos que se debe aplicar en base al estudio
- Se encomienda a todos los involucrados con el estudio del plan de negocios establecer estrategias en base al entorno considerando que este es cambiante y se debe enfrentar a varias adversidades como opciones que solventen llegar al cliente de forma oportuna sin que exista falencias de la comercialización y alquiler de Scooters eléctricos
- Se recomienda aplicar a la presente investigación un enfoque directo del manejo empresarial con ideas innovadoras para llegar al cliente, estos son de forma clara debido que se plantearon en base al entorno y los gustos del cliente demostrando que los costos y gastos son menores que las ventas lo cual el inversionista puede invertir su dinero de forma segura

BIBLIOGRAFÍA

1. Agila, M., Vizueta, S., & Tello, G. (15 de Diciembre de 2018). *La elaboración de un Plan de negocios como alternativa para el desarrollo empresarial*. Recuperado de: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p01.pdf>
2. Aguilar, J., Feijo, L., Luyo, A., et al. (2021). *Plan de negocio de fabricación y comercialización de bicicletas de fibra de carbono printing 3D - proyecto Vélo*. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/11354/3279>
3. Andrango, B. (2020). *Plan de negocios para la creación de una empresa importadora de motores y baterías eléctricas desde China para ensamblar y comercializar motocicletas eléctricas en la ciudad de Quito*. (Tesis de pregrado, Universidad de las Américas). Recuperado de: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/12494>
4. Baque, L., Viteri, D., Álvarez, L. & Izquierdo, A. (2020). *Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones*. Recuperado de: <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-120.pdf>
5. Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik, A. (2015). *Guían práctica para la elaboración de un Plan de negocio*. Recuperado de: <https://www.jica.go.jp/spanish/index.html>
6. Carrera, C., Vaca, Á., & Rodas, R. (2019). *Plan de negocios*. Recuperado de: <http://142.93.18.15:8080/jspui/handle/123456789/468>
7. Comisión de Legislación y Codificación. (21 de Agosto de 2018). *CES Consejo de Educación Superior*. Recuperado de: <https://www.ces.gob.ec/lotaip/2018/Agosto/Anexos-litera2/LEY%20DE%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO,%20LRTI.pdf>
8. Comisión de Legislación y Codificación. (29 de Diciembre de 2017). *Portal de Compras Públicas*. Recuperado de: https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf
9. Comisión de Legislación y Codificación. (20 de Mayo de 2016). *Regulaciones*. Recuperado de: <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/ley%20del%20ruc.pdf>
10. Comisión de Legislación y Codificación. (10 de Mayo de 2005). *Registro Civil*. Recuperado de: https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Codificacion_del_Codigo_Civil.pdf
11. Congreso Nacional. (29 de Noviembre de 2021). *Servicio Ecuatoriano de Normalización*. Recuperado de: https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2023-04/Documento_Ley-Sistema-Ecuatoriano-Calidad_0.pdf

12. Cosío, J. (2011). *Los proyectos y los planes de negocios*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941231003>
13. Galindo, C. (2011). *Formulación y evaluación de planes de negocio*. Colombia: Ediciones de la U.
14. Garzozi, R., Messina, M., Moncada, C., et al. (2014). *Planes de Negocios para emprendedores*. Recuperado de: http://www.emprenur.edu.uy/sites/default/files/publicaciones/small_plan_de_negocios_para_emprendedores_cc_by-sa_3.0.pdf
15. Greg, D. (2008). *Cómo preparar un plan de negocios exitoso*. México: McGraw-Hill Interamericana.
16. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL.
17. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2018). *El Plan De Negocios y la Gestión Operativa*. Recuperado de: <https://gestionparticipativa.pe.iica.int/getattachment/326bb94b-496a-4fbc-9602-b1b6c82b0a72/Planes-de-negocios-y-la-gestion-operativa.aspx>
18. Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2022). *Anuario de estadística de transporte, 2021*. Recuperado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/ESTRA_2021/2021_BOLETIN_ESTRA.pdf
19. La Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial. (10 de Agosto de 2021). *Agencia Nacional de Tránsito*. Recuperado de: https://www.ant.gob.ec/wp-admin/admin-ajax.php?juwpfisadmin=false&action=wpfd&task=file.download&wpfd_category_id=469&wpfd_file_id=7531
20. Martínez, R. (2016). *Servicio al cliente interno: todos somos clientes y todos tenemos clientes*. Colombia: Ediciones de la U.
21. Ministerio de Cultura y Patrimonio. (17 de Julio de 2023). *Portal único de trámites ciudadanos*. Recuperado de: <https://www.gob.ec/mc/tramites/obtencion-personalidad-juridica-fundaciones-corporaciones-culturales>
22. Montiel, H. (2014). *De la idea de negocio a la alerta empresarial: precursores del plan de negocios*. México: Grupo Editorial Patria. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/40380?page=3>
23. Mordor Intelligence. (2022). *Mercado de scooters y motocicletas eléctricas: crecimiento, tendencias, impacto de Covid-19 y pronóstico (2023 - 2028)*. Recuperado de: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/electric-scooter-and->

ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTA

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSemtrvIQju9ePPP8uVcfA1BKb26lS_EBeWoTNhQfj35B5n2TQ/viewform



esPOCH | Carrera de Finanzas

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE ALQUILER DE SCOOTERS ELÉCTRICOS EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2023."

Objetivo:

El objetivo de esta encuesta es recopilar información y opiniones de la población de Riobamba sobre el plan de negocios para la creación de una empresa que se dedique a la comercialización, alquiler y venta de Scooters eléctricos. La finalidad es evaluar la viabilidad y el nivel de aceptación de este tipo de servicios en la ciudad, así como conocer las preferencias, necesidades y expectativas de los potenciales usuarios.

Indicaciones:

- A continuación, encontrarás una serie de preguntas de opción múltiple. Por favor, selecciona la opción que -mejor represente tu opinión o preferencia.
- Si ninguna de las opciones presentadas coincide con tu respuesta, selecciona la opción que más se acerque a ella.
- Es importante responder todas las preguntas para obtener una visión completa de tus percepciones.
- Tus respuestas son confidenciales y se utilizarán únicamente con fines de investigación y desarrollo del proyecto.
- Agradecemos sinceramente tu participación y tus respuestas honestas, las cuales nos ayudarán a mejorar nuestros servicios y adaptarlos a tus necesidades.

¡Muchas gracias por dedicar unos minutos de tu tiempo para completar esta encuesta!

Edad *

Escribir solo el número ejemplo: (23)

Tu respuesta

Genero *

- Masculino
- Femenino
- Otros

¿Qué tipos de ingresos percibe? *

- Fijos (Sueldo o remuneración)
- Variables (Trabajos ocasionales)

¿Estás familiarizado/a con los scooters eléctricos como una opción de transporte sostenible en Riobamba? *

- Sí, los conozco.
- No, no los conozco.

¿Te interesaría utilizar scooters eléctricos como medio de transporte en tus desplazamientos diarios en Riobamba? *

- Sí, definitivamente.
- Tal vez, no estoy seguro/a.
- No, no me interesaría.

¿Cuál es la principal razón por la que considerarías utilizar scooters eléctricos en Riobamba? (Puedes seleccionar varias opciones) *

- Ahorro de tiempo en el tráfico.
- Reducción de costos en comparación con otros medios de transporte.
- Contribución a la protección del medio ambiente.
- Experimentar el uso de nuevas tecnologías en transporte personal.

¿Consideras importante contribuir a la reducción de la contaminación ambiental *
al utilizar medios de transporte sostenibles como los scooters eléctricos?

- Sí, es muy importante para mí.
- Tal vez, no estoy seguro/a.
- No, no considero que sea importante.

¿Cuál de las siguientes opciones de potencia o autonomía preferirías en un *
scooter eléctrico?

- Baja potencia (500-800 vatios) con una autonomía adecuada para distancias cortas.
- Media potencia (800-1000 vatios) con una autonomía moderada para distancias intermedias.
- Alta potencia (1000-2000 etc. vatios) con una mayor autonomía para distancias largas.
- No estoy seguro/a de qué potencia o autonomía sería más adecuada para mis necesidades.

¿Qué características adicionales considerarías importantes en un scooter *
eléctrico? (Puedes seleccionar varias opciones)

- Mayor velocidad máxima.
- Mayor capacidad de carga.
- Diseños innovadores (Deportivos y Modernos).
- Precios accesibles (Dependen de la potencia)

¿Considerarías comprar un scooter eléctrico para uso personal en Riobamba? *

- Sí, definitivamente.
- Tal vez, no estoy seguro/a.
- No, no consideraría comprar uno.

¿Estaría interesado en adquirir un servicio de alquiler de scooter eléctricos en la ciudad de Riobamba como una opción de movilidad personal? *

- Sí, definitivamente.
- Tal vez, no estoy seguro/a.
- No, no estoy interesado/a.

¿Consideraría que para el uso del servicio de alquiler de Scooters eléctricos se implemente el uso de una membresía con todos los datos, condiciones y restricciones necesarias para la seguridad del servicio hacia el cliente y la empresa? *

- Sí, definitivamente.
- Tal vez, no estoy seguro/a.
- No, no lo considero necesario.

¿Qué distancia promedio recorrerías en un viaje típico utilizando un scooter eléctrico en Riobamba? *

- Menos de 5 kilómetros.
- Entre 5 y 10 kilómetros.
- Entre 10 y 20 kilómetros.
- Más de 20 kilómetros.
- No estoy seguro/a.

¿Estarías dispuesto/a pagar un precio justo por el alquiler de scooters eléctricos a los siguientes valores por kilómetro recorrido? *

- \$0.15 por kilómetro.
- \$0.20 por kilómetro.
- \$0.25 por kilómetro.
- \$0.30 por kilómetro.
- No estaría dispuesto/a pagar por el alquiler de scooters eléctricos.

¿Qué servicios adicionales valorarías al utilizar un servicio de alquiler de scooters eléctricos? (Puedes seleccionar varias opciones) *

- Plataforma en redes sociales o línea para reserva y pago de scooters eléctricos.
- Entrega y recolección de los scooters eléctricos en ubicaciones convenientes para los clientes.
- Atención y soporte al cliente durante el horario de operación.
- Promociones y recompensas para usuarios frecuentes.

¿Qué preocupaciones o desafíos considerarías importantes al utilizar un servicio de alquiler de scooters eléctricos en Riobamba? (Puedes elegir diferentes opciones) *

- Disponibilidad y accesibilidad de diferentes scooters eléctricos.
- Entrega de equipamiento de protección y seguridad.
- Capacitación y Asesoría personalizada para el uso de estos vehículos.
- Carga y autonomía de las baterías de los scooters eléctricos.

¿Cuál es tu nivel de interés general en el proyecto de alquiler y venta de scooters eléctricos en Riobamba? *

- Muy interesado/a.
- Interesado/a.
- No estoy seguro/a.
- No estoy interesado/a.



esPOCH

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 06 / 12 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: JOFFRE EDUARDO MAMALLACTA AGUINDA
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADO EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT.



2132-DBRA-UPT-2023