



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS INTEGRALES DE LA COMPAÑÍA
DE TRANSPORTE DE CARGA PESADA “PENÍNSULA DE SANTA ELENA” DEL
CANTÓN LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: SANDRA PATRICIA TOMALÁ ESPINALES.

TUTORA: ECON. HERMELINDA COCHEA TOMALÁ

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS INTEGRALES DE LA COMPAÑÍA
DE TRANSPORTE DE CARGA PESADA “PENÍNSULA DE SANTA ELENA” DEL
CANTÓN LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: SANDRA PATRICIA TOMALÁ ESPINALES

TUTORA: ECON. HERMELINDA COCHEA TOMALÁ

LA LIBERTAD–ECUADOR

2013

La Libertad, 30 de Octubre 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor de la Tesis de Grado, **“CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS INTEGRALES DE LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE CARGA PESADA “PENÍNSULA DE SANTA ELENA” DEL CANTÓN LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014”** elaborado por la Srta. TOMALÁ ESPINALES SANDRA PATRICIA, egresada de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Econ. Hermelinda Cochea Tomalá.

TUTORA

DEDICATORIA

Primeramente quiero agradecer a Dios por guiarme siempre por el camino del bien. A mis padres Juanita Espinales P. y Heriberto Tomalá D. por apoyarme cada año de estudio por ser personas que constantemente estuvieron a mi lado en todos los momentos, en razones que sin ellos no hubiese pasado esta etapa de mi vida, porque ellos son mi base y fuerzas de superación.

A mis hermanos Juan, Katherine y Gabriel, que de una o de otra forma me apoyaron en mis decisiones. A la familia Espinales Pivaque por darme apoyo incondicional en todos los momentos. Con mi amor y cariños a las personas de mi vida que más amo.

SANDRA TOMALÁ ESPINALES.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a las personas que de una y de otra forma estuvieron a mi lado y me apoyaron en el transcurso de mi vida universitaria.

A la universidad Estatal Península de Santa Elena por darme la oportunidad de hacer crecer mis conocimientos por ayudarme hacer la profesional y a la vez a los docentes por enseñarme fortalecer en los estudios. Muchas gracias por todo lo vivido.

SANDRA TOMALÁ ESPINALES

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón , MSc.
DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Econ. Félix Tigrero González, MSc.
DIRECTOR DE ESCUELA
INGENIERÍA. COMERCIAL

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá
PROFESORA-TUTORA

Ing. Johnny Reyes De la Cruz, MSc
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS INTEGRALES DE LA
COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE CARGA PESADA “PENÍNSULA DE
SANTA ELENA” DEL CANTÓN LA LIBERTAD PROVINCIA
DE SANTA ELENA, AÑO 2014**

Autora: Sandra Patricia Tomalá Espinales

Tutora: Econ. Hermelinda Cochea Tomalá

RESUMEN

El servicio integral (lavador y lubricador) es una gran alternativa para las personas que conocen estos servicios, la gran demanda de vehículos pesados, semipesados y livianos contratan estos servicios para mantener en buen estado de sus unidades.

El presente proyecto tiene como objetivo posicionarse en el mercado como una empresa de servicios integrales (ofrecer los servicios de lavado completo, lavado express y lubricación para los diferentes tipo de vehículos existente en el mercado) de calidad reconocida a nivel cantonal mediante el desarrollo de estrategias y promociones a beneficios de los clientes garantizando la optimización de sus valores institucionales para el cumplimiento de las metas.

Para esto se determinó el posible mercado, mediante la realización de 298 encuestas en el cantón La Libertad. Los resultados del estudio de mercado demostraron que el precio cómodo, la calidad del servicio, tanto como el personal tienen buena aceptación estos tipos de servicio sin tener una ubicación céntrica. Considerando el precio de lavado completo en vehículo pesados \$35,00, lavado express \$25,00 y lubricación \$8,00, el precio de lavado completo en vehículo semipesados \$20,00 lavado express \$13,00, lubricación \$6,00 también el precio de lavado completo en vehículo livianos \$15,00, lavado express \$13,00 y lubricación \$12,00. Con la ejecución de una empresa de servicios integrales los propietarios de los vehículos pesados, semipesados y livianos tendrán un servicio de calidad.

La vida útil del proyecto es de quince años con una inversión de \$73,796.83 dividida para los activos fijos \$63,796.83 y un capital de trabajo de \$10,000. Considerando un préstamo de la compañía de transporte de carga pesada “Península de Santa Elena” con un interés del 11,23% a diez años su monto total es de \$82,000. El proyecto da como resultado un TIR del 39%, dándonos como conclusión que el proyecto es factible y aceptable para su debida toma de decisiones y ejecución.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE DE GRÁFICO	xiv
ÍNDICE DE IMÁGENES	xv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvi
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL	2
TEMA:	2
PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA.....	2
Delimitación de la problemática	3
Formulación del problema	4
Evaluación del problema.....	5
Sistematización del problema	5
Justificación del tema.....	6
Objetivo general.....	7
Objetivos específicos	7
Operacionalización de las variables	8
CAPÍTULO I.....	10
MARCO TEÓRICO	10
1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA.....	10
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	12
1.2.1 Análisis económico	16
1.2.1.1 PIB del sector	17
1.2.1.2 Inflación	18
1.3 ENTORNO SOCIAL	18
1.4 FACTOR TECNOLÓGICO	19

1.5 ANÁLISIS FODA.....	20
1.6 ENTORNO POLÍTICO LEGAL	22
1.6.1 Constitución de la República del Ecuador.	22
1.6.2 Ley de Gestión Ambiental	22
1.6.3 Plan del Buen Vivir.....	23
1.6.4 Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental.	26
1.6.5 Código Orgánico Territorial, Autonomía y Descentralización.....	26
1.6.6 Ley Orgánica de la Salud.	27
1.6.7 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	28
1.6.8 Normas ISO.....	29
1.7 ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO	29
CAPÍTULO II	31
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	31
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	31
2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	31
2.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN	32
2.3.1 Investigación descriptiva.....	32
2.3.2 Investigación exploratorio.....	33
2.3.3 Investigación Bibliográfica.	33
2.3.4 Investigación de campo.....	33
2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
2.4.1 Método de observación	34
2.4.2 Método inductivo	35
2.4.3 Método de análisis.....	35
2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	35
2.5.1 Fuentes primarias	36
2.5.1.1 Observación.....	36
2.5.1.2 Encuesta	36
2.5.2 Fuentes secundarias.....	37
2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	37
2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	37
2.7.1. Población.....	37

2.7.2 Muestra.....	38
2.8 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	40
CAPÍTULO III.....	41
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	41
3.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	41
3.2 CONCLUSIONES	69
3.3 RECOMENDACIONES	70
CAPÍTULO IV	71
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS INTEGRALES DE LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE CARGA PESADA “PENÍNSULA DE SANTA ELENA” DEL CANTÓN LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO, 2014.	71
4.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	71
4.1.1 Segmentación del mercado	73
4.1.1.1 Determinación de la población objetivo	74
4.1.1.2 Identificación de los clientes meta	74
4.1.2 Frecuencia de uso y compra.....	75
4.1.3 Proyección de la demanda.....	75
4.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA	76
4.2.1 Identificación de los competidores	76
4.2.2 Demanda insatisfecha.....	77
4.3 MARKETING MIX	78
4.3.1 Producto	78
4.3.1.1 Agua	79
4.3.1.2 Shampoo.....	79
4.3.1.3 Lavado completo.....	79
4.3.1.4 Pulverizada.....	80
4.3.1.5 Aceite quemado.....	80
4.3.1.6 Lavado express	80
4.3.1.7 Lubricación	81
4.3.1.8 Lubricación seca.....	81
4.3.1.9 Lubricación de proximidad	82

4.3.1.10 Lubricación hidrodinámica	82
4.3.1.11 Lubricación en el motor	82
4.3.2 Marca y logotipo.	83
4.3.3 Precio	83
4.3.3.1 Estrategias de precio	84
4.3.4 Identificación del canal óptimo.....	84
4.3.5. Promoción	85
4.3.5.1. Estrategias de servicio.....	85
4.3.5.2 Presupuesto de promoción	85
4.3.6 Estrategias competitivas.....	86
4.3.7 Proveedores	86
4.4 ESTUDIO TÉCNICO	87
4.4.1. Infraestructura de la empresa	87
4.4.2. Capacidad instalada.....	88
4.4.3 Ubicación del proyecto	88
4.4.4. Descripción de los procesos	89
4.4.5 Recursos de maquinaria, equipos y herramientas.	91
4.5 ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL	94
4.5.1 Marco legal.....	94
4.5.2 Acta de constitución.....	98
4.5.3 Misión	100
4.5.4 Visión	100
4.5.5 Objetivos	100
4.5.5.1 Objetivos generales	100
4.5.5.2 Objetivos específicos	101
4.5.6 Valores institucionales	101
4.5.7 Actividades de la empresa.....	102
4.5.7.1 Principales	102
4.5.7.2. Secundarias	102
4.5.8. Estructura orgánica administrativa.....	103
4.5.8.1 Organigrama estructural.....	104
4.5.8.2 Manual de funciones	104

4.6 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	106
4.6.1. Inversión inicial.....	106
4.6.1.1 Activos Fijos	107
4.6.1.2. Capital de trabajo	107
4.6.1.3. Resumen de inversión inicial	107
4.6.2. Financiamiento.....	108
4.6.2.1. Amortización de la deuda.....	108
4.6.2.2. Proyección de ventas.....	108
4.6.3. Proyección de costos de ventas	108
4.6.3.1. Costos variables	108
4.6.3.2. Costos fijos.....	109
4.6.4 Costos operativos proyectados.....	109
4.6.5 Depreciación	110
4.6.6 Estado de resultados proyectados.....	111
4.6.7 Flujo de caja proyectado	111
4.6.8 Evaluación financiera del flujo	111
4.6.7.1 Valor actual neto (Van).....	111
4.6.7.2 Tasa interna de retorno (TIR).....	112
4.6.7.3 Período de recuperación de la inversión del proyecto	112
4.7.7.4. Punto de equilibrio	112
4.7 ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO	112
4.7.1 Análisis de la evaluación ambiental.....	115
4.7.2. Análisis socio-económico del proyecto	116
CONCLUSIONES	117
RECOMENDACIONES	118
BIBLIOGRAFÍA	119
ANEXOS	121

ÍNDICE DE CUADRO

CUADRO # 1 Operalización de las variables	9
CUADRO # 2 Análisis Foda	21
CUADRO # 3 Análisis Foda el cantón la libertad.	21
CUADRO # 4 Población	38
CUADRO # 5 Cálculo de la muestra	39
CUADRO # 6 Fórmula de la Muestra	39
CUADRO # 7 Procedimiento de la Fórmula de la Muestra	39
CUADRO # 8 Muestra	39
CUADRO # 9 Identificación de los clientes metas.	74
CUADRO # 10 Números de vehículos matriculados en el cantón La Libertad... 75	75
CUADRO # 11 Análisis FODA de los servicios integrales	78
CUADRO # 12 Presupuesto de promoción.	86
CUADRO # 13 Maquinarias a utilizar en el proceso del servicio	91
CUADRO # 14 Elevadores de Autos	94
CUADRO # 15 Maquinarias.	94
CUADRO # 16 Valores institucionales.....	101
CUADRO # 17 Actividades de la empresa	102
CUADRO # 18 Actividades secundaria	102
CUADRO # 19 Volúmenes de agua.....	115

ÍNDICE DE TABLA

TABLA # 1 Con qué frecuencia acude	42
TABLA # 2 Toma en cuenta el espacio y equipamiento.....	43
TABLA # 3 Conocer el precio y el servicio	44
TABLA # 4 Personal tanto como el servicio.....	45
TABLA # 5 Determinar tiempo específico	46
TABLA # 6 Ubicación de la empresa	47
TABLA # 7 Considera importante el lubricante.....	48
TABLA # 8 Servicio rápido y puntualidad	49
TABLA # 9 La atención al cliente es fundamental	50
TABLA # 10 Tienen buena aceptación los servicios	51
TABLA # 11 Brindar otros servicios adicionales.....	52
TABLA # 12 El prestigio se debe a la calidad del servicio.....	53
TABLA # 13 Las empresas darán oportunidades al mercado	54
TABLA # 14 Los servicios integrales aporta al desarrollo	55
TABLA # 15 La demanda aporta para la creación de la empresa.....	56
TABLA # 16 Qué edad tiene	57
TABLA # 17 Cuál es su género.....	58
TABLA # 18 Nivel de instrucción.	59
TABLA # 19 Vehículo que posee	60
TABLA # 20 Lavadoras y lubricadoras cuál usted conoce	61
TABLA # 21 Lavado del vehículo	62
TABLA # 22 Para la lubricación del vehículo	63
TABLA # 23 Pago por el servicio	64
TABLA # 24 Factores para elegir una lavadora y lubricadora.....	65
TABLA # 25 Cuál utiliza más	66
TABLA # 26 Cada cuánto visitaría lo servicios integrales	67
TABLA # 27 La demanda aporta al desarrollo	68
TABLA # 37 Inversión inicial.....	106
TABLA # 38 Activos fijos tangibles	107

ÍNDICE DE GRÁFICO

GRÁFICO # 1 PIB del sector	17
GRÁFICO # 2 Inflación	18
GRÁFICO # 3 Con qué frecuencia acude	42
GRÁFICO # 4 Toma en cuenta el espacio y equipamiento.....	43
GRÁFICO # 5 Conocer el precio y el servicio	44
GRÁFICO # 6 Personal tanto como el servicio.....	45
GRÁFICO # 7 Determinar tiempo específico	46
GRÁFICO # 8 Ubicación de la empresa	47
GRÁFICO # 9 Considera importante el lubricante	48
GRÁFICO # 10 Servicio rápido y puntualidad	49
GRÁFICO # 11 La atención al cliente es fundamental	50
GRÁFICO # 12 Tienen buena aceptación los servicios	51
GRÁFICO # 13 Brindar otros servicios adicionales	52
GRÁFICO # 14 El prestigio se debe a la calidad del servicio.....	53
GRÁFICO # 15 Las empresas darán oportunidades al mercado	54
GRÁFICO # 16 Los servicios integrales aporta al desarrollo	55
GRÁFICO # 17 La demanda aporta para la creación de la empresa.....	56
GRÁFICO # 18 Qué edad tiene	57
GRÁFICO # 19 Cuál es su género.....	58
GRÁFICO # 20 Nivel de instrucción.	59
GRÁFICO # 21 Vehículo que posee.	60
GRÁFICO # 22 Lavadoras y lubricadoras cuál usted conoce	61
GRÁFICO # 23 Lavado del vehículo	62
GRÁFICO # 24 Para la lubricación del vehículo	63
GRÁFICO # 25 Pago por el servicio	64
GRÁFICO # 26 Factores para elegir una lavadora y lubricadora	65
GRÁFICO # 27 Cuál utiliza más.....	66
GRÁFICO # 28 Cada cuánto visitaría lo servicios integrales	67
GRÁFICO # 29 La demanda aporta al desarrollo	68

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN # 1 Lavado completo	79
IMAGEN # 2 Lavado express	80
IMAGEN # 3 Tipos de lubricantes	81
IMAGEN # 4 Lubricación seca	82
IMAGEN # 5 Marca y logotipo.	83
IMAGEN # 6 Canal óptimo	84
IMAGEN # 7 Infraestructura	87
IMAGEN # 8 Ubicación de la empresa de servicios integrales	88
IMAGEN # 9 Proceso del servicio de lavado vehículo	89
IMAGEN # 10 Proceso de lubricación de vehículos.	90
IMAGEN # 11 Organigrama.....	104
IMAGEN # 12 Sistema de trampa de aceite	114

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS # 1 Instrumento de investigación.....	122
ANEXOS # 2 Instrumento de investigación #2.....	124
ANEXOS # 3 Plan de acción.....	128
ANEXOS # 4 Plan de acción #2.....	129
ANEXOS # 5 Activos fijos	130
ANEXOS # 6 Capital de trabajo.....	131
ANEXOS # 7 Amortización del préstamo	131
ANEXOS # 8 Precios unitarios por servicios.....	132
ANEXOS # 9 Costo de ventas en dólares	133
ANEXOS # 10 CIF.....	134
ANEXOS # 11 Costo de mano de obra	134
ANEXOS # 12 Costo de venta por servicios.....	134
ANEXOS # 13 Sueldos y salarios de mano de obra.....	135
ANEXOS # 14 Depreciación.....	136
ANEXOS # 15 Estado de resultados proyectados en dólares.....	137
ANEXOS # 16 Flujo de efectivo en dólares.....	138
ANEXOS # 17 Inversión del proyecto en dólares.....	138
ANEXOS # 18 Recuperación del proyecto en dólares	139
ANEXOS # 19 Van y TIR.....	139
ANEXOS # 20 Punto de equilibrio	139
ANEXOS # 21 Información de la Compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”	140

INTRODUCCIÓN

En la actualidad las empresas se han convertido en unos de los pilares principales en el nivel socioeconómico con el fin del desarrollo productivo, y central del sector. Teniendo en cuenta que en muchos años atrás las empresa eran constituida empíricamente sin haber realizado ningún estudio previo que permita la viabilidad de la ejecución, pero en un mundo competitivo, donde cada vez se crea más empresas se ve la necesidad de implementar herramientas indispensables para aplicar en un negocio.

En la actualidad los propietarios de los vehículos de transporte buscan la manera de mantener en buen estado sus unidades pero se han encontrado con varios problemas, los servicios integrales como lavadoras y lubricadoras que existen en el medio no satisfacen sus necesidades debido a que poseen maquinarias obsoletas, utilizan lubricantes de mala calidad, y no les prestan la debida atención. Por estas razones, se va a diseñar la creación de una empresa mediante el estudio de mercado que viabilice los servicios integrales de la compañía de transporte de carga pesada “Península de Santa Elena” del cantón La Libertad provincia de Santa Elena.

El tema de creación de empresas ha sido ideado para la aplicación de técnicas de investigación que nos ayuden a recopilar datos de la demanda y recopilación de información del mercado para satisfacer necesidades humanas permitiéndonos conocer aspectos relevantes que implican la puesta en marcha del proyecto y la forma de la nueva empresa.

En función aquello se han tomado en consideración con un sumario donde se determinan cuatro capítulos. Primer capítulo que comprende el marco teórico que nos permite conocer datos de otros autores sobre la creación de empresas

El segundo capítulo está relacionado con la metodología de investigación que nos ayuda recopilar información mediante la aplicación de técnicas e instrumento de recolección de datos.

El tercer capítulo se refiere al análisis de los datos a través del uso de técnicas e instrumentos. El cuarto capítulo se refiere el desarrollo de la propuesta que en su determinado momento se efectuará.

MARCO CONTEXTUAL

TEMA: Creación de una empresa de servicios integrales de la compañía de transporte de carga pesada “Península de Santa Elena” del cantón La Libertad provincia de Santa Elena, año 2014.

PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

El país Ecuador tiene recursos naturales y humanos por el cual su enorme potencial representa al desarrollo, desafortunadamente la falta de ejecuciones de nuevas empresas ha sido un obstáculo para alcanzar un desarrollo económico y social la cual se requiere un país moderno y dinámico necesita una elevada tasa de creación de empresas para aprovechar con eficacia las nuevas oportunidades que brindan los cambios tecnológicos, de mercado, institucionales y sociales, y así sustituir a las empresas que han cumplido ya su ciclo de vida.

En el ámbito académico, en las últimas décadas ha crecido el interés por este tema tanto por lo que a la investigación como a la docencia se refiere.

(Veciana José María, 2008) Por tanto, la creación de empresas se va consolidando como área de conocimiento junto al marketing, las finanzas o la organización empresarial. La empresa encuentra su justificación de existencia y su legitimidad como organización social en su posibilidad y capacidad de producir bienes o prestar servicios útiles para satisfacer necesidades humanas. Una demografía empresarial vigorosa contribuye al crecimiento, la creación de empleo de calidad y la modernización de la economía. (pág. 9)

Ubicación del problema

La Libertad es un cantón que cuenta con un área de 25,6 km² es una ciudad ecuatoriana de la Provincia de Santa Elena cuenta con una población de 95.942 habitantes por los cuales el 45.700 son hombres y 50.242 son mujeres.

La ciudad es el centro económico, constituye el principal centro de actividades comerciales y de servicios de la provincia, alberga grandes organismos culturales, financieros, administrativos y comerciales.

La mayoría de su población se dedica a las actividades turísticas y comerciales.

Es muy rica en recursos naturales que pueden ser adecuadamente explotados tanto en actividades de transformación, como de comercialización de bienes y servicios.

Delimitación de la problemática

La gran demanda de transporte que enfrenta el cantón La Libertad ha hecho que los dueños busquen alternativas para mantener en buen estado sus vehículos ya sean pesados, semipesados o livianos, encontrándose con la dificultad de una mala atención en los lavados y lubricados de su vehículo, provocando inconformidad en ellos.

Otro de los problemas más relevante es el desempleo, por lo que las personas optan en adquirir un medio de transporte pero el mal uso de sus unidades los obliga a recurrir a las lavadoras y lubricadoras en donde no satisfacen sus necesidades ya que poseen maquinarias obsoletas, provocando insatisfacción en los choferes.

También el desconocimiento en el uso de maquinarias tecnológicas ha hecho que las máquinas no realicen en forma adecuada el proceso del trabajo, provocando desgaste en las piezas en las unidades de los propietarios. Por lo tanto, el desconocimiento en la utilización de los productos para actividades del lavado y lubricación de transportes han ocasionado que sus trabajos no duren por mucho tiempo, generando una pérdida de recursos económicos en los dueños.

La inexperiencia de las necesidades del cliente que estas lavadoras y lubricadoras prestan se debe a la poca capacitación de atención a los usuarios, provocando inconformidad en ellos ya que recurren a estos trabajos con el afán de una mejor atención.

Los vehículos de carga pesada, semipesados y livianos forman parte de la cadena de abastecimiento integral en la que se planifica, implementa y controla la eficiencia y la efectividad del flujo y el abastecimiento de los bienes.

Es necesario considerar al sector del transporte no como un elemento aislado, sino como un socio estratégico, ya que es parte de todo el sistema de la cadena de abastecimiento. El transporte tiene como objetivo satisfacer las necesidades de las organizaciones, de acceder rápida y eficientemente a distintos mercados.

Por esta razón, se ha considerado la creación de una empresa de servicios integrales como lavadora y lubricadora para los accionistas de la Compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena” que requieren invertir en un negocio rentable y a su vez ayudar al desarrollo económico y social del medio donde se desenvuelven, ayudando también a todos los propietarios de los vehículos, sean estos pesados, semipesados y livianos, a mantener en buen estado sus unidades a fin de brindar un servicio de calidad.

La creación de una empresa de servicios integrales es considerada como Lavadora y Lubricadora, con máquinas especializadas en cada uno de los servicios. Destacándose con servicios de calidad y personal calificado para los debidos procesos. Para lavada completa o express se utilizarán los compresores y agua (caliente), el engrase se lo realizará con espesante de shampoo y detergente para la extrema presión EP, y para la lubricación se utilizará lubricantes de calidad reconocidos por el cliente que mejoren el funcionamiento y de esta manera evita el desgaste de las piezas móviles, cubriendo el mercado exclusividad, cumplimiento, puntualidad para los medios de transporte.

Formulación del problema

¿Cómo incidirá los resultados producto del análisis financiero en la creación de una empresa de servicios integrales que posibilite el mejoramiento de los servicios de la compañía de transportes de carga pesada, semipesados y livianos?

Evaluación del problema

En la evaluación del problema se describe el porqué de los aspectos generales que se presenta en el problema de estudio.

- ❖ **Delimitado:** La necesidad de elaboración de la creación de una empresa de servicios integrales para la compañía de transporte de carga pesada “Península de Santa Elena” del cantón La Libertad provincia de Santa Elena.
- ❖ **Claro:** Es importante porque respondió a la necesidad de los clientes que tienen estos medios de transporte, en cuanto al conocimiento de experto del tema y aplicación de métodos de investigación.
- ❖ **Evidente:** Se refiere a la creación de una empresa de servicios integrales (lavadora y lubricadora) con el fin de satisfacer las necesidades de los dueños de dicho transporte.
- ❖ **Concreto:** La propuesta responde a la creación de una empresa de servicios integrales que brinde el servicio de calidad.
- ❖ **Relevante:** La creación de una empresa de servicios integrales se consideró también para los transportes pesados, semipesados y livianos sobre todo para cubrir el mercado dentro de la provincia de Santa Elena.
- ❖ **Original:** Se trata de la creación de una empresa de servicios integrales teniendo en claro hacia dónde quiere llegar la empresa.
- ❖ **Factible:** Daremos posible soluciones en un tiempo determinado y poderlas aplicar para el desarrollo de la propuesta.
- ❖ **Variables:** Analizar la creación de una empresa de servicios integrales reconoce las variables dependiente e independiente.

Sistematización del problema

- ❖ ¿Qué instrumentos teóricos se necesitará para analizar la creación de una empresa de servicios integrales?
- ❖ ¿Existen estudios de creación de una empresa de servicios integrales?
- ❖ ¿Qué estrategias se necesitará para el mejoramiento del mal proceso de los servicios integrales?

- ❖ ¿Qué se necesitará para la aplicación del mejoramiento de los servicios dirigidos a los clientes?
- ❖ ¿La creación de una empresa de servicios integrales mejorará el mal proceso de los servicios?

Justificación del tema

La gran demanda de transporte que existe en la actualidad ha hecho que las personas que tienen conocimiento de servicios integrales como de; lavadora y lubricadora, lo vean como un negocio muy rentable y atractivo, pues es un negocio que ha sido explotado de gran forma por cualquier persona que conozca este tipo de servicios.

La investigación se analizará para la creación de una empresa de servicios integrales (lavado y lubricado) de la compañía de transporte de carga pesada “Península de Santa Elena”.

También se enfocará en los transporte semipesados, livianos, mediante la utilización de las teorías y conceptos básicos de planeación, organización, dirección y evaluación, para encontrar explicaciones interna (servicio, desmotivación y rotación del recursos humanos) y situación actual del entorno (mercado, demanda y competencia, etc.) que afectan a la creación de la empresa.

Para alcanzar el cumplimiento de los objetivos de estudio se recurrió a las técnicas de investigación como instrumento fundamental para la recopilación de información otorgada por autores de libros.

A través de la aplicación de la observación y encuesta se buscó conocer y obtener los datos estadísticos, base de datos en la aceptación del servicio, el reconocimiento de las necesidades e interés de la población , motivación, procesos de planeación, organización , dirección y evaluación y que caracterizan y definen la creación de una empresa de servicios integrales.

De acuerdo con los objetivos de investigación, los resultados permitieron fundamentar el estudio de la creación de una empresa de servicios integrales para la compañía de transporte de carga pesada “Península de Santa Elena”, la cual será una empresa sostenible desde el punto de vista económico, social y ambiental con precios cómodos al cliente para crear y sostener un mercado que permitirá llegar a futuros clientes.

Objetivo general

Analizar la incidencia los resultados producto del análisis financiero en la creación de una empresa de servicios integrales que posibilite el mejoramiento de los servicios de la compañía de transportes de carga pesada, semipesados y livianos.

Objetivos específicos

- ❖ Determinar los fundamentos teóricos de diferentes criterios de expertos en el tema para el desarrollo de la creación de una empresa.

- ❖ Identificar las variables, dimensiones, indicadores, técnicas e instrumentos para la creación de una empresa que brinde los servicios integrales.

- ❖ Analizar el estado actual de los servicios integrales, considerando la participación de los involucrados en el cantón La Libertad.

- ❖ Establecer parámetros de los malos servicios para la creación de una empresa de servicios integrales.

- ❖ Diseñar la creación de una empresa de servicios integrales que permita el mejoramiento de los malos servicios.

Hipótesis

¿La incidencia de los resultados producto del análisis financiero en la creación de una empresa de servicios integrales contribuye el mejoramiento de los servicios de la compañía de transportes de carga pesada, semipesados y livianos?

Operacionalización de las variables

Se refiere a las variables cómo: las diferentes condiciones, cualidades características o modalidades que asumen los objetos en estudio desde el inicio de la investigación.

Constituyen la imagen inicial del concepto dado dentro del marco. A tal efecto, se establecen la siguiente variables e indicadores que se conceptualizan más adelante.

Otro elemento que se concretó en esta investigación fueron los indicadores.

Identificación de las variables:

Variable Dependiente: Servicios Integrales

Variable Independiente: Resultados producto del análisis financiero.

CUADRO # 1 Operalización de las variables

Variables	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Independiente: Resultados del análisis financiero.	Servicios	Procedimiento Organización	¿Cómo mejorará los servicios con la creación de una empresa de servicios integrales? ¿La creación de una empresa de servicios integrales cubrirá las necesidades de los clientes que requieren el servicio? ¿El precio de los servicios integrales se ajusta al nivel económico de los clientes? ¿La gran demanda de transporte que existe en el cantón La Libertad aporta a la creación de una empresa de servicios integrales?	Encuesta
	Necesidades	ventaja competitiva mejoramiento		
	Utilidad	Precio Ingresos		
	Demanda	Estadísticas Bienes y servicios		
Dependiente Servicios integrales	Calidad del Servicios	Productos (lavado y lubricación)	¿Considera usted que el prestigio de una empresa se debe a la calidad del servicio ¿Al momento de adquirir un servicio integral toma en cuenta el espacio y el equipamiento? ¿Al momento de adquirir los servicios integrales se fija en el personal tanto como en el servicio? ¿Cree un usted que la creación de una empresa de servicios integrales aporte al desarrollo de la comunidad?	Encuesta
La creación de nuevas empresas genera nuevos puestos de trabajo y contribuye al desarrollo de un sector.	Capacidad	Maquinarias Procesos		
	Bienestar	Estructura organizacional		
	Riquezas	Fuente de empleo		

Fuente: Operalización de las variables

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA

(Augsburgos, 2012) Sulzberger son los fundadores de la empresa “WESUMAT Autowas chanlagen GmbH” que fabricó el primer "sistema de lavado automático para automóviles" del mundo. El 8 de agosto de 1962, es decir, hace justo 50 años, estos dos empresarios de Augsburg solicitaron la patente de su invento, lo que supuso la primera piedra para un sector de servicios que en Alemania factura anualmente más de 1.300 millones de Euros.

La historia llena de éxitos empresariales de estos dos pioneros de Carwash sigue a lo largo de los años hasta el día de hoy. Una vez que «WESUMAT» se fusiona con el fabricante «California Kleindienst» en el año 2000 para constituir la actual «WashTec AG», la empresa madre de Exígele y Sulzberger representa actualmente una pieza clave de un proveedor total que lidera el sector de la tecnología de lavado de vehículos a escala mundial. No cabe duda que el primer auto lavado del mundo presentado en 1962 tiene otro aspecto que las máquinas actuales. Se trata de un sistema de dos cepillos que giraba alrededor del vehículo sobre raíles durante el proceso de lavado. No obstante, no pasó mucho tiempo hasta pasar a la siguiente etapa evolutiva.

La empresa «Kleindienst» ya creó en 1963 su primer puente de lavado provisto de tres cepillos que funcionaba eléctricamente, cuyo diseño básico sigue marcando hoy la apariencia de los sistemas de lavado. Por otra parte, en los años 60 se lanzan al mercado otros dos diseños conocidos hasta hoy para el lavado a máquina de coches. Es decir, «Kleindienst» presenta en 1964 su primer túnel de lavado y tres años más tarde hizo lo propio la empresa de Augsburg con su primer sistema de lavado automático para vehículos industriales.

Las mejoras en el ámbito de los túneles de lavado para turismos irán surgiendo en los años posteriores, que constan básicamente del equipamiento para los sistemas de lavado.

Pronto ya ofrecían sistemas de lavado con secador integrado y poco después se presentaron innovaciones como el lavado de ruedas y bajos o las primeras opciones disponibles para el cuidado de la pintura.

Desde entonces más bien se han ido introduciendo elementos técnicos concretos que perfeccionan y mejoran sustancialmente los resultados de lavado y secado en los puentes de lavado modernos. «WashTec» desarrolla SofTecs a comienzos del nuevo milenio, un novedoso material de lavado hecho de polietileno esponjoso que implica un auténtico salto cualitativo para los cuidados de la pintura frente a los cepillos de polietileno convencionales.

Es evidente que falta mucho tiempo hasta que termine la evolución del auto lavado que se inventó hace 50 años, algo que «WashTec» volverá a demostrar este mismo año. Con motivo del aniversario, esta empresa de Augsburgo ha proclamado el 2012 como el "año de las innovaciones de Carwash", y su intención es presentar una novedad cada mes hasta que comience "Automechanika", la feria líder del sector. Dichas novedades proporcionarán unos resultados aún más eficaces y rentables en el sector de lavado profesional de vehículos.

En 1938, con la expropiación petrolera, las compañías que importaban lubricantes no sufrieron cambios substanciales y continuaron haciéndolo parte de los lubricantes automotrices de todas las marcas se vendían en las gasolineras del país, sin embargo, transcurrió algún tiempo y teniendo más definido el rumbo que había de darse a la empresa que surgían, se decidió crear establecimientos que se dedicaran a brindar servicios de lavado, cambios de aceite y una revisión mecánica general.

Una técnica revolucionaria apareció en 1985 la cual se denominó “lavado de alta presión” que apareció en Alemania y en Suiza respectivamente. Hacia los años de 1987-88 aparece en Francia; y se sigue desarrollándose actualmente en España.

El procedimiento de Lavado de alta presión ha revolucionado el mercado.

El éxito radica en captar inversionistas privados atraídos por la rentabilidad financiera generada por los centros de lavado.

El lavado de alta presión se apoya en una idea de marketing más bien genial: no se vende un programa de lavado sino tiempo. Desde hace tiempo la evolución de los mercados a nivel mundial y nacional muestra una perspectiva muy favorable, propiciando a que se creen nuevas empresas en producción a los recursos disponibles.

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

(Veciana José María, 2008) Escribió que la creación de empresas es un tema de actualidad, no sólo en el ámbito académico sino también en el socioeconómico. La empresa encuentra su justificación de existencia y su legitimidad como organización social en su posibilidad y capacidad de producir bienes o prestar servicios útiles para satisfacer necesidades humanas.

Las empresas surgen para satisfacer las necesidades de los seres humanos, produciendo empleo y desarrollo e ingresos al país, alcanzan un ente social, que están conformadas por personas favoreciendo el progreso de cada sujeto.

Su factor principal es el humano en donde se rigen por las decisiones tomadas por cada individuo que la conforman. Las empresas tienen vida propia en donde se logra la armonía de cada persona, tanto socios, gerentes, administradores, empleados entre otros.

(Sabino, 2010) Las empresas de servicios son los que se dedican a la prestación de servicios, ofreciendo al consumidor medio satisficentes intangibles o incorpóreos a cambio de una compensación, generalmente de tipo económico tales son los servicios de transporte dedicados al traslado de personas a casos como servicios profesionales de un médico, abogado,

contador, entidades financieras, dedicados a recibir dinero en depósito, otorgar préstamo, efectuar descuento de documentos y otras operaciones financieras; instituciones aseguradoras, encargadas de prevenir los riesgos, acontecimientos inciertos que puedan incidir sobre la vida de las personas.

Las empresas de servicios son instituciones dedicadas a prestar diferentes tipos de servicios que hoy en día se requieren y que influyen en los diversos mercados existentes, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

Para la creación de empresa se requieren parámetros necesarios para la aplicación de las mismas en las cuales se describe lo siguiente:

La administración puede verse también como un proceso. Según Fayol, dicho proceso está compuesto por funciones básicas: planificación, organización, dirección, coordinación, control.

La administración es la principal actividad que marca una diferencia en el grado que las organizaciones les sirven a las personas que afectan.

El éxito que puede tener una organización al alcanzar sus objetivos, y también al satisfacer sus obligaciones sociales, depende, en gran medida, de sus gerentes.

Si los gerentes realizan debidamente su trabajo es probable que la organización alcance sus metas, ya que sobre ellos cae la responsabilidad de administrar todos los recursos con los cuales cuenta la empresa.

El proceso de administración se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa y dirigir y controlar sus actividades.

Sin embargo parece más exacto concebirlo como la esencia de la habilidad general para armonizar los esfuerzos individuales que se encaminan al cumplimiento de las metas del grupo.

La planificación es el procedimiento para establecer objetivos y un curso de acción adecuado para lograrlos. Proceso por el cual se obtiene una visión del futuro, en donde es posible determinar y lograr los objetivos, mediante la elección de un curso de acción.

Importancia de la planeación:

1. Propicia el desarrollo de la empresa.
2. Reduce al máximo los riesgos.
3. Maximiza el aprovechamiento de los recursos y tiempo.

El reconocimiento de la influencia de la planeación ayuda en mucho a aclarar los intentos de algunos estudiosos de la administración para distinguir entre formular la política (fijar las guías para pensar en la toma de decisiones) y la administración, o entre el director y el administrador o el supervisor.

La organización trata de determinar que recurso y que actividades se requieren para alcanzar los objetivos de la organización.

Luego se debe diseñar la forma de combinarla en grupo operativo, es decir, crear la estructura departamental de la empresa.

De la estructura establecida sigue la necesaria asignación de responsabilidades y la autoridad formal asignada a cada puesto. Podemos decir que el resultado a que se llegue con esta función es el establecimiento de una estructura organizativa.

Podemos decir que aunque la ciencia de la organización no se ha desarrollado todavía hasta un punto donde los principios sean leyes infalibles, hay un gran consenso entre los estudiosos de la administración respecto a cierto número de ellos. Estos principios son verdades de aplicación general, aunque su aplicabilidad no está tan rigurosa como para darles el carácter exacto de leyes de ciencia pura.

Dirección es la capacidad de influir en las personas para que contribuyan a las metas de la organización y del grupo. Implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales. Las relaciones y el tiempo son fundamentales para la tarea de dirección.

De hecho, la dirección llega al fondo de las relaciones de los gerentes con cada una de las personas que trabajan con ellos.

Los gerentes dirigen tratando de convencer a los demás de que se les unan para lograr el futuro que surge de los pasos de la planificación y la organización.

Los gerentes al establecer el ambiente adecuado, ayudan a sus empleados a hacer su mejor esfuerzo.

La dirección incluye motivación, enfoque de liderazgo, equipos y trabajo en equipo y comunicación.

Comprende la influencia del administrador en la realización de los planes, obteniendo una respuesta positiva de sus empleados mediante la comunicación, la supervisión y la motivación.

Controlar es comprobar que lo que se está haciendo si está de acuerdo con lo planeado, dirigido a los objetivos y a través de los programas propuestos.

Se debe controlar el manejo del dinero, el tiempo, la calidad el desempeño de los trabajadores, el mantenimiento, los inventarios etc.

El control debe aplicarse, preferentemente a las actividades excepcionales o representativas, a fin de reducir costos y tiempo, delimitando adecuadamente cuales funciones estratégicas requiere el control.

Concluyendo en lo que implica en una creación de empresa se tomará en cuenta las fuerzas de Porter.

(Michael Porter, 2008) Indica que es un modelo holístico desarrollado por Michael Porter, para analizar cualquier industria en términos de rentabilidad. La rivalidad con los competidores viene dada por cuatro elementos o fuerzas que combinadas crean una quinta fuerza: la rivalidad entre los competidores”.

Las cinco fuerzas quedarían configuradas como sigue:

1. (F1) Poder de negociación de los clientes.
2. (F2) Poder de negociación de los proveedores.
3. (F3) Amenaza de nuevos entrantes.
4. (F4) Amenaza de productos sustitutivos.
5. (F5) Rivalidad entre los competidores.

El mundo cada día va evolucionando, la sucesión de la mano de obra con la tecnología y la aparición de nuevos grupos económicos, ha incurrido en el ámbito de la generación de bienes y servicios.

El mercado está evaluado en unos 400 millones de lavados por año, de los cuales 160 millones se realizan automáticamente “en establecimientos especializados” mientras unos 240 millones se los efectúa manualmente, es decir, los propietarios de los vehículos lo realizan.

En el Ecuador cada vez cobra más fuerza el brindar buenos servicios integrales de (lavado lubricación), con el propósito de dar un buen aspecto al vehículo y alcanzar un servicio óptimo y confiable para no tener sorpresas desagradables, en la cual incurran gastos elevados de reparación, mantenimiento y subsistencia general.

1.2.1 Análisis económico

En la provincia de Santa Elena los tres municipios manejan anualmente 28 millones de dólares. Las principales fuentes de ingresos son las asignaciones del Estado y los impuestos. Este sector posee dos grandes falencias según sus autoridades: la atención a la salud y el alcantarillado. El cantón La Libertad es la ciudad y centro económico de la provincia, y uno de los principales del país.

Alberga grandes organismos culturales, financieros, administrativos y comerciales. Su economía se basa en la pesca, el turismo y el petróleo y sus recursos naturales son la agricultura, textilera, silvicultura, manufactura, elaborados, industria y el comercio.

En La Libertad existen dos importantes industrias, consideradas así por la magnitud de sus instalaciones: la refinería y la empresa eléctrica Península de Santa Elena.

El sector manufacturero, teóricamente está concentrado en un Zona Industrial por la ubicación de varias actividades: camal, fábrica de hielo, hormigonera, talleres de muebles, aserraderos, fábrica de bloques, etc.

El comercio formal, es el que posee un local permanente y ejerce el comercio como una forma de vida, se encuentra concentrado en las calles Guayaquil y 9 de Octubre (en esta observación no están considerados los comerciantes de abarrotes ni expendedores de productos agrícolas), 247 comerciantes formales están asentados en las dos principales vías y si le incorporamos los 364 informales ubicados en la calle Guayaquil, concentramos a 611 comerciantes.

Esto hace que La Libertad una verdadera colmena de actividades y de atracción no solo urbana sino también intercantonal.

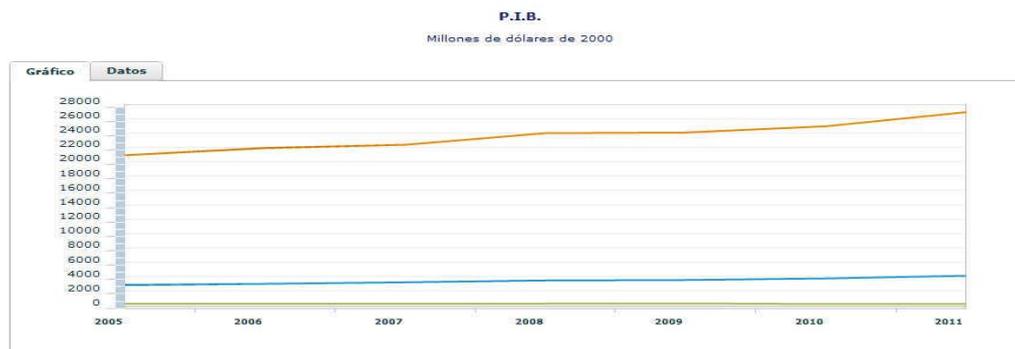
1.2.1.1 PIB del sector

El Producto Interno Bruto (PIB) es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. Su cálculo en términos globales y por ramas de actividad se deriva de la construcción de la Matriz Insumo-Producto, que describe los flujos de bienes y servicios en el aparato productivo, desde la óptica de los productores y de los utilizadores finales (Banco Central del Ecuador, 2012)

El producto interno bruto depende de la producción de bienes y servicios. En los últimos años ha sido irregular, ha sido provocado y afectado por sucesos como el déficit fiscal, inestabilidad jurídica existente, y su tendencia política.

Según el Banco Central del Ecuador, en el año 2012 creció en un 5,01%, superando las previsiones macroeconómicas publicadas en el año anterior en donde se plantea un posible crecimiento para el 2012 y 2013 de 4,85% y 3,98% respectivamente.

GRÁFICO # 1 PIB del sector



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

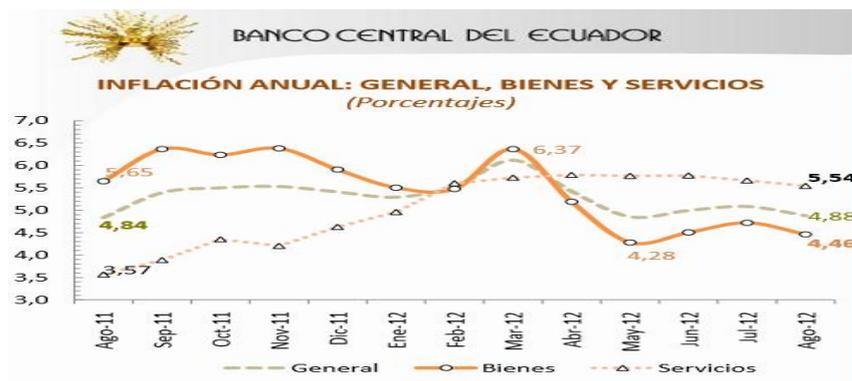
El producto interno bruto es el indicador que da a conocer la actividad económica dada en el país. Se considera la producción nacional y los servicios que tienen incidencia en dicho crecimiento, es decir que mientras más alta y más eficiente sea la productividad de dicho mercado, se aportará mayor incidencia en el crecimiento del producto interno bruto del país.

1.2.1.2 Inflación

En 2012, el 44% de la producción nacional se compone de bienes primarios, industriales y servicios de reducido valor agregado, mientras el otro 56% está compuesto por servicios de alto valor agregado. Por otro lado, el 72% de las exportaciones está constituido por bienes primarios, seguido por los bienes industrializados con el 21% y tan solo el 7% en servicios (Banco Central del Ecuador, 2012)

La inflación. En agosto del 2012 se redujo el ritmo de crecimiento de la inflación de bienes y en los servicios, estos últimos mantienen una ligera tendencia entre julio y agosto.

GRÁFICO # 2 Inflación



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Inflación es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes, servicios y factores productivos de una economía a largo del tiempo.

Otras definiciones la explican como el movimiento persistente en el alza del nivel general de precios o disminución del poder adquisitivo del dinero.

1.3 ENTORNO SOCIAL

Referido a las personas de la empresa ya señalamos la importancia que una empresa tiene socialmente por el mero hecho de existir y que diferentes personas trabajen en ella. Además cuando abordamos el tema de los proveedores también indicamos la

importancia económica a la hora de elegir proveedores locales. En este capítulo profundizaremos un poco más y analizaremos la interrelación que tiene o puede tener una empresa con su entorno más próximo.

Una empresa puede tener mucha importancia en la dinamización de su entorno próximo, aunque normalmente su influencia estará supeditada a sus posibilidades. Son numerosos los casos en los que la vida social, cultural y deportiva de un pueblo, barrio o ciudad ha estado o está condicionada por alguna empresa importante radicada ahí, de tal forma que incluso algunas se han convertido en emblema del propio lugar.

Lógicamente esto solo está al alcance de grandes empresas, pero a menor escala la mayoría podemos destinar algunos de nuestros recursos a fines sociales, culturales o deportivos de nuestro entorno. Desde el patrocinio de equipos hasta la organización de actos hay un gran abanico de actuaciones que pueden ser asumibles por una empresa y que pueden ayudar a la dinamización de su entorno.

Además muchas de estas actuaciones están fomentadas por la administración pública de tal manera que pueden reportar ventajas económicas, normalmente fiscales, para la empresa.

La construcción desde el principio de la historia ha estado ligada con la sociedad ya que es una de las actividades más practicadas e influyentes en la economía nacional, con lo cual con el trascurso de los años se han creado empresas que se han dedicado específicamente a la construcción generando plazas de trabajo, aumentando la población económicamente activa y reduciendo la tasa de desempleo.

1.4 FACTOR TECNOLÓGICO

La tecnología en Ecuador es bastante escasa la cual nos ha traído graves consecuencias con respecto al desarrollo, ya que la falta de esta no nos ha permitido avanzar de una manera óptima en el mercado competitivo a nivel mundial. Ecuador se encuentra en una notoria desventaja con los demás países, generando un gigantesco abismo entre nosotros y los demás países, como Estados Unidos; este abismo basado en la desventaja, y sobre todo en la dependencia de estos, ya que ellos nos brindan la tecnología que nosotros carecemos.

La falta de presupuesto de la provincia de Santa Elena para invertir en tecnología es lo que más agrava a nuestra situación, como por ejemplo la ciencia y la tecnología, en la cual no existe rubro para el desarrollo más aún, cuando se necesita el insumo de la investigación científica para la innovación a fin de ser más productivos y competitivos.

En general la falta de tecnología afectará a la producción de productos y desarrollo de negocio en la provincia de Santa Elena. Sin embargo, de nada sirven las políticas y equipamiento si no se da un uso adecuado y productivo de la tecnología.

Son pocos los habitantes del cantón La Libertad que cuenta con tecnología por ejemplo el internet fijo en sus casas pues no existía un proveedor de Internet fijo en la provincia. Sin embargo, esto ha venido cambiando con el uso de módems móviles.

Aún, la mayoría de usuarios lo hacen a través de cyber cafés o mediante conexión telefónica de compañías que han instalado modos de conexión con números de acceso de Salinas, también son raros los negocio o empresas que existe que tiene alguna maquina tecnológica.

1.5 ANÁLISIS FODA

(Edgar Ortigón, 2008) En el marco de la gestión estratégica en general, el cuadro integral (CMI) incorpora también herramientas metodológicas como el diagrama de causa y efecto, gráficos de control, análisis de Pareto (donde unas causas (20%) generan el 80% de los problemas), lluvia de ideas, técnicas Delphi y el análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas). De igual manera, en el FODA existen dos fuerzas tanto positivas como negativas (fortalezas y debilidades) y dos externas positivas y negativas respectivamente (oportunidades y amenazas). Por lo tanto, ambas metodológicas se combinan y se complementan en los análisis de competitividad y en el diseño de estrategias de gestión. Pág., 66

CUADRO # 2 Análisis Foda

FACTORES INTERNOS (Endógenos)	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES EXTERNOS (Exógenos)		
OPORTUNIDADES	EXTRATEGIAS FO	EXTRATEGIAS DO
	(Utilizar fortalezas para aprovechar oportunidades)	(Aprovechar oportunidades para reducir debilidades)
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
	(Utilizar fortalezas para neutralizar amenazas)	(Neutralizar amenazas reduciendo debilidades)

Fuente: Análisis Foda
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

CUADRO # 3 Análisis Foda el cantón la libertad.

FACTORES INTERNOS	FACTORES INTERNOS
Principales Fortalezas del Cantón <ul style="list-style-type: none"> ❖ Centro comercial, financiero, del transporte y de la integración provincia. ❖ Posee servicios de alcantarillado y agua potable. ❖ Ubicación geográfica privilegiada por su cercanía a Salinas y Guayaquil. ❖ Territorio pequeño que le permite al Municipio tener una visión clara del desarrollo, cantonal y asignar de manera pertinente los recurso 	Principales Debilidades del Cantón <ul style="list-style-type: none"> ❖ Alto índice de contaminación por transportación vehicular. ❖ Falta de programas de desarrollo turístico. ❖ Uso inadecuado del suelo: vía pública, vivienda y solares vacíos.
FACTOR EXTERNO	FACTOR EXTERNO
Principales Oportunidades del Cantón <ul style="list-style-type: none"> ❖ Aprovechar el desarrollo comercial ❖ Un segmento del comercio exterior ecuatoriano se podría realizar desde La Libertad. ❖ Aprovechar el potencial turístico de la Provincia de Santa Elena y el interés de operadores internacionales para dinamizar la economía en el Cantón de La Libertad. 	Principales Amenazas del Cantón <ul style="list-style-type: none"> ❖ Los fenómenos naturales como “El Niño”. ❖ Riesgo país y la crítica situación económica podría afectar a los negocios. ❖ Incertidumbre bancaria y financiera. ❖ Mayor cantidad de industrias pesqueras produciría daños ambientales.

Fuente: Análisis Foda del cantón
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

1.6 ENTORNO POLÍTICO LEGAL

El factor legal para toda acción económica o negocio es importante por lo que representa el correcto cumplimiento de las normas determinadas en la constitución y por ende en el gobierno nacional, aprueba establecer los lineamientos de trabajo y más aún tener la plena seguridad de invertir y estar preferido y amparado por la seguridad jurídica que debe ofrecer un gobierno.

1.6.1 Constitución de la República del Ecuador.

Título I: (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

En el numeral 7 del Artículo 3 se menciona que es un deber patrimonial defender el patrimonio natural y cultural del país.

Título II: Capítulo 2: (Ecuador, 2008)

Artículo 14 Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Título II: Capítulo 6: (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

En el numeral 27 del Artículo 66. El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza. De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador establece que es un deber primordial que a cada ciudadano se le garantice el pleno disfrute en un ambiente sano y equilibrado.

Por eso toda actividad que afecte al medio ambiente debe ejecutarse sin perjudicar a la naturaleza y a la sociedad para garantizar un ambiente sano, libre de contaminación y el derecho al buen vivir.

1.6.2 Ley de Gestión Ambiental

Título I: Ámbito y principios de la ley (Ambiental, 2010)

Art. 1.- La presente Ley establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los

sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia.

Art. 6.- El aprovechamiento racional de los recursos naturales no renovables en función de los intereses nacionales dentro del patrimonio de áreas naturales protegidas del Estado y en ecosistemas frágiles, tendrán lugar por excepción previo un estudio de factibilidad económico y de evaluación de impactos ambientales.

Título III: (Ambiental L. de., Instrumento de Gestión Ambiental, 2010)

Art. 19.- Las obras públicas, privadas o mixtas, y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio.

Para desarrollar un proyecto se debe garantizar que este no perjudique a la naturaleza y a los seres que habitan en ella. Serán calificados previamente a su ejecución.

Por eso los sectores que se sometan a esto deben acogerse a controles, obligaciones y responsabilidades, realizar estudios previos y la respectiva evaluación de impactos ambientales que dicha actividad vaya a ejecutar para así poder evitar sanciones según lo estipula la ley.

1.6.3 Plan del Buen Vivir

(Plan del Buen Vivir, 2010) Prevenir, controlar y mitigar la contaminación ambiental, como aporte para el mejoramiento de la calidad de vida, continúa siendo sumamente importante para garantizar el derecho humano a vivir en un ambiente sano, pilar fundamental en la sociedad del Buen Vivir.

Plan del buen vivir planificamos el futuro Prevenir, controlar y mitigar la contaminación ambiental en los procesos de extracción, producción, consumo y pos consumo

- a. Fomentar el uso de tecnologías limpias y la incorporación de enfoques de economía circular en las actividades de extracción, producción, consumo, y pos consumo, a fin de reducir la contaminación ambiental.
- b. Reforzar el marco normativo y la aplicación de los requisitos, obligaciones y condiciones necesarios para el otorgamiento de licencias ambientales para actividades industriales, extractivas y productivas, considerando los costos de reparación ambiental y social.
- c. Fortalecer los estándares de calidad técnicos y científicos de los estudios de impacto ambiental, para controlar y evaluar las actividades que generan impactos negativos en el entorno natural y social.

Impulsar la transformación de la matriz productiva.

Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios

- a. Fortalecer el sector servicios, para la creación y fomento de empleo inclusivo.
- b. Fomentar la generación de capacidades técnicas y de gestión en los servicios, para mejorar su prestación y contribuir a la transformación productiva.
- c. Articular la gestión de infraestructura de soporte para el fomento a la competitividad sistémica, en los servicios de logística y transporte aéreo, terrestre y marítimo, como ejes para potenciar el sector servicios.
- d. Promover espacios de desarrollo de las actividades de servicios ambientales, bajo esquemas de competitividad y productividad en su prestación, para la generación de mayor valor agregado.
- e. Promover espacios de desarrollo de las actividades de servicios de construcción, bajo esquemas de competitividad y productividad en su prestación, para la generación de mayor valor agregado.
- f. Fortalecer el marco institucional y regulatorio que permita una gestión de calidad y de control de poder de mercado en la prestación de servicios, para garantizar los derechos de los proveedores y de los consumidores.

(Plan del Buen Vivir, 2010)

Objetivo 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas oportunidades de empleo Dentro de una sociedad en la que los activos productivos se encuentran históricamente distribuidos de una forma desigual, el trabajo se constituye en el activo más importante de una persona para generar un ingreso que permita, a ella y a su familia, tener una vida digna.

Por lo tanto, un pilar importante de la concepción del trabajo digno son las oportunidades de empleo que este mercado ofrece para absorber la siempre creciente oferta de trabajo.

Estabilidad en el trabajo y seguridad social

La estabilidad laboral es un componente esencial del trabajo digno, ya que garantiza ingresos permanentes al trabajador, lo cual es importante para la satisfacción de sus necesidades y las del núcleo familiar.

Al mismo tiempo, la permanencia de los trabajadores debe ser también vista como un activo para las empresas, ya que implica contar con trabajadores con experiencia, integrados al proceso productivo y con un alto compromiso laboral.

Por lo tanto, la estabilidad laboral beneficia no solo al trabajador, sino también a la empresa y a su productividad.

Para la ejecución del proyecto hay tener en cuenta los artículos que establece la ley para dicha aplicación del servicio

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la

deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

1.6.4 Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental. (Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental, 2010)

Art. 1.- Queda prohibido expeler hacia la atmósfera o descargar en ella, sin sujetarse a las correspondientes normas técnicas y regulaciones, contaminantes que, a juicio de los Ministerios de Salud y del Ambiente, en sus respectivas áreas de competencia, puedan perjudicar la salud y vida humana, la flora, la fauna y los recursos o bienes del Estado o de particulares o constituir una molestia.

Art. 10.- Queda prohibido descargar, sin sujetarse a las correspondientes normas técnicas y regulaciones, cualquier tipo de contaminantes que puedan alterar la calidad del suelo y afectar a la salud humana, la flora, la fauna, los recursos naturales y otros bienes.

La ley de prevención y control de la contaminación ambiental establece las normas y regulaciones que están prohibidos por perjudicar la salud humana, la fauna y flora, con contaminantes o químicos que puedan alterar los recursos naturales y la calidad del suelo.

1.6.5 Código Orgánico Territorial, Autonomía y Descentralización (Descentralización, 2010)

Título III: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal

Art. 136.- Ejercicio de las competencias de gestión ambiental.-

De acuerdo con lo dispuesto en la Constitución, el ejercicio de la tutela estatal sobre el ambiente y la corresponsabilidad de la ciudadanía en su preservación, se articulará a través de un sistema nacional descentralizado de gestión ambiental, que

tendrá a su cargo la defensoría del ambiente y la naturaleza a través de la gestión concurrente y subsidiaria de las competencias de este sector, con sujeción a las políticas, regulaciones técnicas y control de la autoridad ambiental nacional, de conformidad con lo dispuesto en la ley.

Para otorgar licencias ambientales, los gobiernos autónomos descentralizados municipales podrán calificarse como autoridades ambientales de aplicación responsable en su cantón. En los cantones en los que el gobierno autónomo descentralizado municipal no se haya calificado, esta facultad le corresponderá al gobierno provincial. Los gobiernos autónomos descentralizados municipales establecerán, en forma progresiva, sistemas de gestión integral de desechos, a fin de eliminar los vertidos contaminantes en ríos, lagos, lagunas, quebradas, esteros o mar, aguas residuales provenientes de redes de alcantarillado, público o privado, así como eliminar el vertido en redes de alcantarillado. Las obras o proyectos que deberán obtener licencia ambiental son aquellas que causan graves impactos al ambiente, que entrañan riesgo ambiental y/o que atentan contra la salud y el bienestar de los seres humanos, de conformidad con la ley.

Esta ley manifiesta que el GAD municipal está encargado de la preservación, defensoría del ambiente. Así mismo manifiesta que los proyectos u obras que se vayan a ejecutar y que generen graves impactos ambientales deberán obtener sus respectivas licencias ambientales.

1.6.6 Ley Orgánica de la Salud. (Salud, 2010)

Art. 95.- La autoridad sanitaria nacional, en coordinación con el Ministerio de Ambiente, establecerá las normas básicas para la preservación del ambiente en materias relacionadas con la salud humana, las mismas que serán de cumplimiento obligatorio para todas las personas naturales, entidades públicas, privadas y comunitarias. El Estado, a través de los organismos competentes, y el sector privado están obligados a proporcionar a la población información adecuada y veraz respecto del impacto ambiental y sus consecuencias para la salud individual y colectiva.

1.6.7 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (Código Orgánico de la Producción, 2010)

Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

De la Promoción del Trabajo Productivo Digno

"Se entiende por salario básico la retribución económica mínima que debe recibir una persona por su trabajo de parte de su empleador, el cual forma parte de la remuneración y no incluye aquellos ingresos en dinero, especie o en servicio, que perciba por razón de trabajos extraordinarios y suplementarios, comisiones, participación en beneficios, los fondos de reserva, el porcentaje legal de utilidades, los viáticos o subsidios ocasionales, las remuneraciones adicionales, ni ninguna otra retribución que tenga carácter normal o convencional y todos aquellos que determine la Ley.

Art. 8.- Salario Digno.- El salario digno mensual es el que cubre al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora así como las de su familia, y corresponde al costo de la canasta básica familiar dividido para el número de perceptores del hogar.

El costo de la canasta básica familiar y el número de perceptores del hogar serán determinados por el organismo rector de las estadísticas y censos nacionales oficiales del país, de manera anual, lo cual servirá de base para la determinación del salario digno establecido por el Ministerio de Relaciones laborales.

Art. 9.- Componentes del Salario Digno.

Única y exclusivamente para fines de cálculo, para determinar si un trabajador recibe el salario digno mensual, se sumarán los siguientes componentes:

- a. El sueldo o salario mensual

- b. La decimotercera remuneración dividida para doce, cuyo período de cálculo y pago estará acorde a lo establecido en el Art. 111 del Código del Trabajo
- c. La decimocuarta remuneración dividida para doce, cuyo período de cálculo y pago estará acorde a lo señalado en el Art. 113 del Código del Trabajo
- d. Las comisiones variables que pague el empleador a los trabajadores que obedezcan a prácticas mercantiles legítimas y usuales
- e. El monto de la Participación del trabajador en utilidades de la empresa de conformidad con la Ley, divididas para doce
- f. Los beneficios adicionales percibidos en dinero por el trabajador por contratos colectivos, que no constituyan obligaciones legales, y las contribuciones voluntarias periódicas hechas en dinero por el empleador a sus trabajadores
- g. Los fondos de reserva; En caso de que el trabajador haya elaborado por un período menor a un año, el cálculo será proporcional al tiempo de trabajo.

La fórmula de cálculo aquí descrita, en ningún caso significa el pago mensual de la decimotercera, decimocuarta remuneración y de la participación del trabajador en las utilidades de conformidad con la Ley, cuyos montos seguirán percibiendo de modo íntegro los trabajadores y en las fechas previstas por la Ley.

1.6.8 Normas ISO

El requisito equivalente de la norma ISO 9001:2000, es el 5.4 Planificación que contempla Objetivos de la Calidad y Planificación del Sistema de Gestión de la calidad. A diferencia de la norma ISO 1400, la norma ISO 9001 no pide procedimientos para la planificación, por lo que ha sido necesario generar una aplicable únicamente para la gestión ambiental. La norma ISO 9001 a diferencia de la norma ISO 14001, no tiene requisitos específicos sobre el tema.

1.7 ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO

Ecuador se encuentra en el cuarto componente de producción, en la economía principal se diferencian tres tipos de recursos utilizados en el proceso de producción. La tierra encabeza la lista, su influencia va desde la calidad del suelo en un huerto hasta los minerales y bienes que se extraen de los lechos geológicos,

como el crudo de petróleo. Luego viene la mano de obra. Su aporte es evidente, pues, por más bondadosa que sea la tierra, si no movemos un dedo no comemos. El tercer factor es el capital. Aquí se encuentran las herramientas que se utilizan en el proceso de producción.

En base a esta clasificación, si tendríamos datos sobre la calidad de los recursos naturales, la mano de obra y el capital, sería posible prever la capacidad productiva de una nación. Su rol en la economía supera al de las reservas petroleras o a las características del suelo para crear plazas de empleo en el largo plazo.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación tiene como propósito principal formular un acercamiento a la creación de una empresa de servicios integrales de la compañía de transporte de carga pesada “Península de Santa Elena”. Es decir, se pretende conocer en profundidad cómo se desarrolla una empresa en función de servicios integrales sin cambiar las peculiaridades que esta situación o realidad posee y formular alineaciones que afirmen un mejor desarrollo de tan importante función.

Se utilizó la investigación cuantitativa y experimental que nos ayudó a medir la ejecución de las cantidades y cualidades y tener datos directamente con los hechos y situaciones del estudio de la misma. Además, se encuentran implícitas las líneas a seguir para obtener los resultados. En esta investigación se utilizará el método de observación para visualizar las diferentes problemáticas y poder describir las causas y consecuencias en la creación de una empresa de servicios integrales para la compañía de transporte de carga pesada “Península de Santa Elena”. Además se pretende trabajar con los propietarios de dichos medios de transporte incluyendo los semipesados y livianos.

Se aplicarán las técnicas como las encuestas para obtener más información del sector, así como también se basará el estudio en la participación de cada persona.

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la creación de una empresa tuvo apoyo de una investigación de tipo documental, y de campo, o diseño que incluyó ambas modalidades. De lo antes planteado, se llevó a cabo el diseño factible de creación de una empresa de servicios integrales (lavadora y lubricadora).

Primero se ejecutó el diagnóstico de la situación planteada; En segundo lugar, se planteó con fundamentos teóricos, se efectuaron tanto los procedimientos metodológicos así como las actividades y los recursos necesarios, para llevar a la ejecución. Asociado a esto, se realizó la factibilidad y la ejecución de la propuesta con su respectiva evaluación.

2.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Después de plantear la problemática y los objetivos, se establece en la presente investigación que es de carácter exploratorio y descriptivo, debido a que los estudios de esta índole buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos o cualquier otro fenómeno que pueda ser sometido a estudio y análisis. (Hernández. Fernández y Batista, 2010)

2.3.1 Investigación descriptiva

Identifica las características del universo de investigación, señala formas de conductas, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba asociación entre variables. Este tipo de investigación se basa en manifestar lo que aparece ya se ha encontrado con información primaria o secundaria, para descubrir lo que se investiga.

También consiste en relacionar una serie de cuestiones para posteriormente medirlas y describir lo que se está investigando, con el único fin de reunir información primaria y secundaria.

Este tipo de estudio se estableció en la investigación porque identifica elementos y características del problema que tienen dichas empresas que ofrecen servicios integrales y debido a los diferentes factores que tuvieron y los llevaron a tener esta dificultad. Así mismo, se detallará la demografía, el número de población y cuáles son las condiciones, ya que pretende investigar los gustos y preferencias de los consumidores para analizar no solamente la problemática, sino para pasar a la

acción con el fin de transformar la situación. La metodología a utilizarse para llevar a cabo el estudio es el método descriptivo, en razón que este nos permite obtener datos con los cuales podremos tomar decisiones para el correcto desenvolvimiento del tema.

2.3.2 Investigación exploratorio

(Rafael, 2009) Explica que los estudios exploratorios son de utilidad para mostrar con precisión las dimensiones de un fenómeno. Los estudios exploratorios son muy esenciales para estudiar el comportamiento, sobre todo en temas donde hay poca información y donde no muchos investigadores han indagado.

Este nivel de investigación consiste en responder a las causas de aquellos eventos que se encuentran en la descripción de un fenómeno y en qué condiciones se da el mismo. Se considera que la investigación es de tipo explicativo porque se sustentará el porqué de dicha problemática y como se llegó hasta esa situación del mal servicio. Se utilizara el método exploratorio con el cual se verificará los tipos de servicios que brindan las lavadoras y lubricadoras en el cantón La Libertad. También se verificara cuáles son las preferencias de los posibles consumidores.

2.3.3 Investigación Bibliográfica.

El presente desarrollo de la investigación de la creación de una empresa de servicios integral (lavadora y lubricadora) se apoyó con las consultas de algunos autores de libros y documentos existentes.

2.3.4. Investigación de campo.

(Rebeca, 2008) Se entiende por investigación de campo el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos,

interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo.

Los datos de interés se recogieron en forma directa de la realidad; en éste sentido se trata de investigaciones a partir de datos originales o primarios.

En la modalidad de investigación de campo, se utilizó generalmente la observación, encuestas, entre las más esenciales, sin dejar de descartar aquellas técnicas que nos permitieron afianzar las posibilidades de mejoramiento de la información para el tema.

2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

(Alvarez, 2008) El objeto de investigación establece el tipo de método que se ha de utilizar. El estudio que ocupa a la creación de una empresa de servicios integrales puede percibirse por las experiencias de expertos en el tema.

A continuación se hace referencia a procesos de conocimiento que se toman en cuenta para el diseño.

2.4.1 Método de observación

Se pudo afirmar que la observación es aquel proceso que permite obtener previamente los datos más importantes que se recogen al momento de obtener la información directa con los Servicios Integrales.

Con la aplicación del método de observación se logrará conseguir los resultados planteados en la investigación de tales servicios. Se logrará observar para conocer los posibles resultados de la investigación que se está realizando. Para eso se tuvo en cuenta las proposiciones teóricas referidas a los servicios integrales. Para eso se tiene que tener en claro el marco teórico en profundidad.

2.4.2 Método inductivo

El método inductivo nos ayuda a llegar a conclusiones que estén en relación con los servicios integrales. Permite que comencemos con la observación de los fenómenos o situaciones particulares que enmarcan el problema de estudio, obteniendo los resultados que se aplicarán en la base teórica sobre las observaciones, descripciones y explicaciones de la misma. Con el método inductivo se establece el porqué del mal proceso de los servicios para llegar a conclusiones generales de la ineficiencia de los servicios integrales.

Permite al investigador partir de la observación de fenómenos o situaciones particulares que enmarca el problema de investigación. Con este método se analizará casos particulares que se evaluarán para la toma de decisiones.

Se lo realizará mediante la recolección de datos, categorizando las variables observadas y por último emitiendo una hipótesis mediante observaciones realizadas anteriormente.

2.4.3 Método de análisis

Este método ayuda a conocer los elementos más simples y fáciles de conocer para ascender poco a poco gradualmente, al conocimiento de lo más complejo. Ya que se requiere entender la realidad de los servicios integrales que genera las empresas existente en dicho sector.

2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas e instrumentos de recolección son las estrategias que adoptan el investigador para responder así al problema planteado. Se refiere a dónde y cuándo se recopiló la información así como la amplitud de la información recopilada con fuentes primarias y secundarias.

2.5.1 Fuentes primarias

Son informaciones orales o escritas que son recopiladas directamente por el investigador a través de relatos o escritos transmitidos por los participantes en un suceso o acontecimiento. Las informaciones obtenidas para esta investigación se lograron a través de internet, documentos y libros escritos por personas o autores que realizaron investigaciones acerca del tema de los servicios integrales.

Se recopilaron y transcribieron informaciones, ya que estas investigaciones no se realizan tan solo para generar hechos, sino para generar comprensión de uno mismo y su contexto. Cabe recalcar que este trabajo es teórico y práctico ya que se obtendrá de escritos y directamente al objeto de estudio.

En este sentido en la web se puede encontrar un sin número informaciones pero cada investigador es dueño de su trabajo y es quien elige que investigar y que sector es apropiado para su trabajo.

2.5.1.1 Observación

Esta observación es mencionada porque determina la recolección de datos de los servicios integrales para resolver los problemas existentes en el tema. Este tipo de fuente permitirá que el investigador recopile información a través de diferentes técnicas. Estas informaciones son acontecimientos que se han observado y medido y se obtendrán directamente, es decir, de la participación de los propios ciudadanos y ciudadanas a investigar, acudiendo al lugar de los hechos.

Se realizarán mediante técnicas de observación que permiten captar la realidad que nos rodea, por encuestas que se harán por medio de formularios, fichas cuantitativas, fichas de recolección de datos y entrevistas que se realizarán con el fin de obtener datos mediante el diálogo. Las técnicas a utilizar son:

2.5.1.2 Encuesta

(Eyssautier de la Mora Maurice, 2009) Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas, cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Mediante esta técnica se podrá analizar y sustentar la investigación obteniendo la información para el desarrollo de la empresa.

Es la técnica más utilizada en el desarrollo de la investigación ya que nos permite el levantamiento de información y la recopilación de los datos concretos mediante los comportamientos, actuación y opiniones de las personas específicas que permiten una rápida tabulación y análisis de la investigación

La encuesta nos permite conocer los hechos y situaciones de las empresas que brindan estos servicios. También saber las actitudes y las opiniones de los individuos, expertos en el tema de los servicios integrales.

2.5.2 Fuentes secundarias

Es la información oral o escrita que es recopilada directamente por el investigador a través de relatos o escritos transmitidos por los participantes en un suceso o acontecimiento. La información de fuentes secundarias se recolectó información del servicio de rentas internas, Comisión de Tránsito de Santa Elena, todo lo cual nos ayudó a conocer cuántas empresas que brindan estos servicios integrales existen en el cantón La Libertad y de cuantos medios de transporte hay en movilización.

2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

En el estudio se utilizó la técnica de la encuesta, bajo la modalidad de cuestionario como instrumento de registro elaborado a partir de las realizadas.

El estudio de diagnóstico se lo realizará a través de encuesta, aplicados a los propietarios de los medios de transportes de carga pesada, livianos y semipesados, del cantón La Libertad y a los socios de la compañía de carga pesada “Península de Santa Elena”.

2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

2.7.1. Población

La demanda se estableció con los propietarios de los medios transportes ya sea de carga pesada, semipesados y livianos. Se buscaron datos estadísticos en la Comisión de Tránsito para obtener matriculado actualmente. Se consideró a los socios que conforman la compañía. Asimismo, una vez definida la población, se procedió a

seleccionar a los sujetos para obtener la información necesaria que permitió desarrollar el estudio, de manera que los resultados sean válidos y fiables.

CUADRO # 4 Población

ELEMENTO	Ni
Cientes	3.854
Socios	40
TOTAL	3.894

Fuente: Población

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

2.7.2 Muestra

(Alvarez, 2008) Existen dos tipos de muestra, la muestra probabilística y la no probabilística. La muestra probabilística considera aquellos elementos que tienen la misma posibilidad de ser elegidos. En cambio la no probabilística, se caracteriza no por la probabilidad sino más bien por las características de la investigación. La muestra no probabilístico se clasifica en: muestra por conveniencia, muestreo por criterio, muestreo por cuotas.

No requiere de fórmula sino más bien está en función de las características de la investigación.

De esto se deduce que la probabilística requiere de fórmula que viabilice la investigación. Se clasifica en muestreo aleatorio simple, muestreo aleatorio estratificado, muestreo sistemático, muestreo por conglomerados.

Para el cálculo de la muestra se estableció en función del muestreo probabilístico por muestreo aleatorio simple. Se utiliza en poblaciones que se caracterizan porque sus elementos presentan homogeneidad especialmente en las características que son de interés para el investigador.

Se consideró el número de la población de los transportes pesados, semipesados y livianos considerando la compañía de transporte de carga pesada “Península de Santa Elena” con un número de 3.894, con un porcentaje de 30 %, saliendo como población objetivo 1.168 como resultado de 298 encuestas.

CUADRO # 5 Cálculo de la muestra

N	Tamaño de la muestra	298
Z	Grado de confiabilidad	2,00
P	Probabilidad	0,50
Q	no probabilidad	0,50
E	error muestra	0,05
N	tamaño de la población	1.168,20

Fuente: Cálculo de la Muestra

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

CUADRO # 6 Fórmula de la Muestra

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2(N-1) + Z^2 P \times Q}$$

Fuente: Fórmula de la Muestra

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

CUADRO # 7 Procedimiento de la Fórmula de la Muestra

n: tamaño de la población	1.168
z: grado de confiabilidad	2=95%
P: Probabilidad	50
Q: No probabilidad	50
E: Error muestra	5%
N: Tamaño de la población	3.894
n= (2)2 .50.50.1168	
(5)2.(1168-1) + (2)2 .50.50	
n= $\frac{11680000}{39.175}$	298,14933

Fuente: Procedimiento de la Fórmula de la Muestra

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

CUADRO # 8 Muestra

ELEMENTO	Ni
Cientes y socios	1.168
TOTAL	1.168

Fuente: Muestra

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

2.8 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se desarrolló tomando en cuenta el siguiente procedimiento:

- ❖ Planteamiento del problema
- ❖ Revisión bibliográfica
- ❖ Definición de la población
- ❖ Selección de la muestra
- ❖ Consecución del sistema de variables
- ❖ Elaboración del instrumento
- ❖ Estudio de campo
- ❖ Proceso y análisis de datos
- ❖ Conclusiones y recomendaciones

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

3.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Para ello se procedió a realizar la entrega de los cuestionarios al transportista que tiene vehículos pesados, semipesados y livianos, considerando a los socios de la compañía.

Aunque no existieron inconvenientes por problemas del cuestionario puesto que lo hicieron en el tiempo establecido de diez a quince minutos, si existieron contratiempos por la dificultad de poder localizarlos y ser atendidos en el momento oportuno.

Ante esta situación, se tuvo que estar atento a las reuniones que tiene en cada semana los socios.

Concluida esta etapa, se procedió a la tabulación de la información en función de cada uno de los ítems, se elaboran tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas simples considerando los diferentes elementos de la muestra y categorías, las mismas que se realizaron en forma ascendente.

Con los datos de las tablas estadísticas, se elaboran gráficos de barras apiladas en porcentajes, por ser la más conveniente de acuerdo a las características de la información.

La información se desarrolló en función de los instrumentos y técnicas utilizados en la investigación. Para el análisis y procedimiento se utilizó el programa de cálculo de Excel debido a que es una de las más importante herramientas que cuenta con amplias capacidades gráficas, a fin de determinar el grado de concentración de las variables en estudio.(ver anexos 1 y anexo 2)

RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS SOCIOS

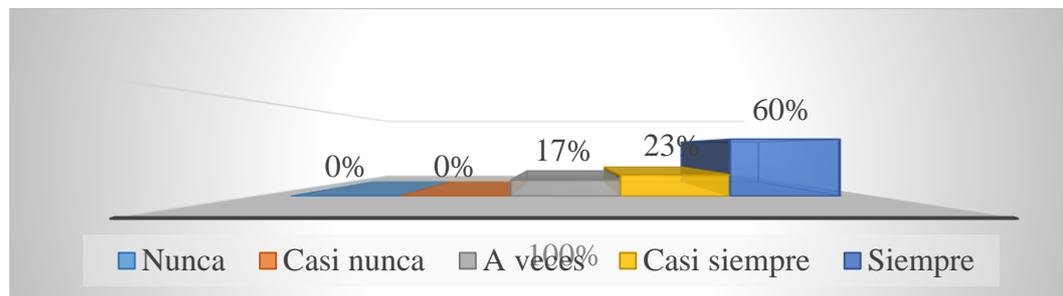
1. ¿Con qué frecuencia acude algún establecimiento que preste servicios integrales (lavadora y lubricadora)?.

TABLA # 1 Con qué frecuencia acude

ÍTEM	VALORACIÓN	SOCIOS	
		f	%
1	Nunca	0	0%
2	Casi nunca	0	0%
3	A veces	7	17%
4	Casi siempre	9	23%
5	Siempre	24	60%
TOTAL		40	100%

Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 3 Con qué frecuencia acude



Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Se pudo notar que la aplicación del instrumento de la encuesta, las personas que visitan las lavadoras y lubricadoras expresaron muchas inquietudes y satisfacciones. Tomando en cuenta los resultados de la mayoría de los porcentajes se considera que la visitas de los establecimientos que brinda servicios integrales son aceptables y concurrentes de los transportista que tiene vehículos ya sea pesados semipesados y livianos. Podemos recalcar que sus prestaciones de servicios son de 60% siempre, 23% casi siempre y 17% a veces, dando como análisis que dichas servicios son tomado en cuenta por parte de los transportistas del cantón La Libertad. Se podría decir que la ejecución de la empresa de servicios integrales en el mercado al que se está dirigiendo tendrá visitas aceptables.

2. ¿Usted al momento de adquirir un servicio integral (lavador y lubricador) toma en cuenta el espacio y el equipamiento?

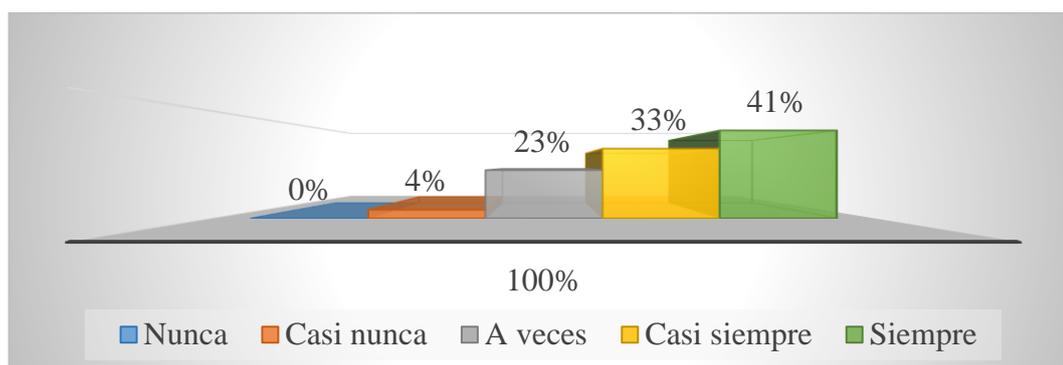
TABLA # 2 Toma en cuenta el espacio y equipamiento

ÍTEM	VALORACIÓN	SOCIOS	
		f	%
1	Nunca	0	0%
2	Casi nunca	2	4%
3	A veces	9	23%
4	Casi siempre	13	33%
5	Siempre	16	41%
TOTAL		40	100%

Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 4 Toma en cuenta el espacio y equipamiento



Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

De los clientes que adquieren los servicios integrales supieron recalcar que el espacio de una empresa es importante por razones que no todos tienen el mismo tipo de vehículos y analizaron que el equipamiento en una empresa es primordial porque considera que el tipo de maquinarias para el proceso del servicio es la que da la imagen y eficacia a la empresa, analizando los resultados el 41% de los transportista considera que siempre toma en cuenta el espacio y equipamiento, mientras que el 33% casi siempre esto es debido que algunos establecimientos sus maquinarias no son adecuadas dando que el cliente le interese más la terminación del servicio , el 23% a menudo porque los procesos de lo servicios son artesanales, y el 4% casi nunca ya que son en ocasiones que ellos mismo lavan sus vehículos.

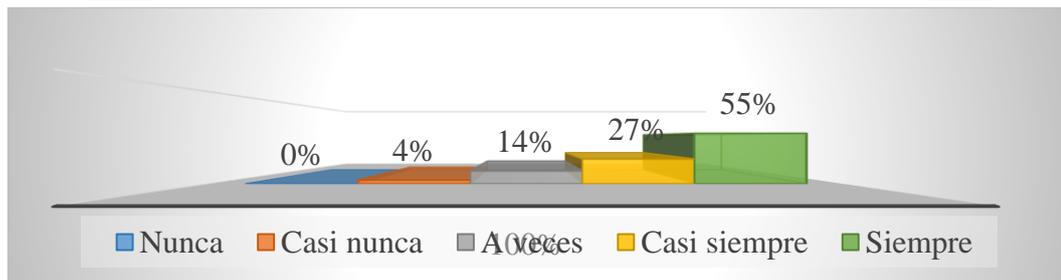
3. ¿Considera usted que es necesario conocer el precio del servicio antes de adquirirlo?

TABLA # 3 Conocer el precio y el servicio

ÍTEM	VALORACIÓN	SOCIOS	
		f	%
1	Nunca	0	0%
2	Casi nunca	1	4%
3	A veces	6	14%
4	Casi siempre	11	27%
5	Siempre	22	55%
TOTAL		40	100%

Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 5 Conocer el precio y el servicio



Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

En los resultados de los encuestado se pudo notar en las opiniones de los transportistas que al prestar los servicios integrales es importante saber el precio ya que no todos los establecimientos tienen el mismo precio porque hay lados más económicos y otros un poco más caros en la mayoría respondieron que siempre hay que saber cuánto va a costar el servicio que desea en esto el 55% considera que siempre es importante, mientras que el 27% casi siempre porque generalmente ya saben cuánto le va a constar el servicio y el 14% a veces, y el 4% casi nunca estos dos últimos resultados son de personas que su economía son aceptable y no necesariamente necesitan saber el precio. En conclusión se puede decir para que la empresa tenga buena aceptación se debe tener precio acorde al bolsillo de los transportista.

4. ¿Al adquirir un servicio integral (lavadora y lubricadora) se fija en el personal tanto como en el servicio?

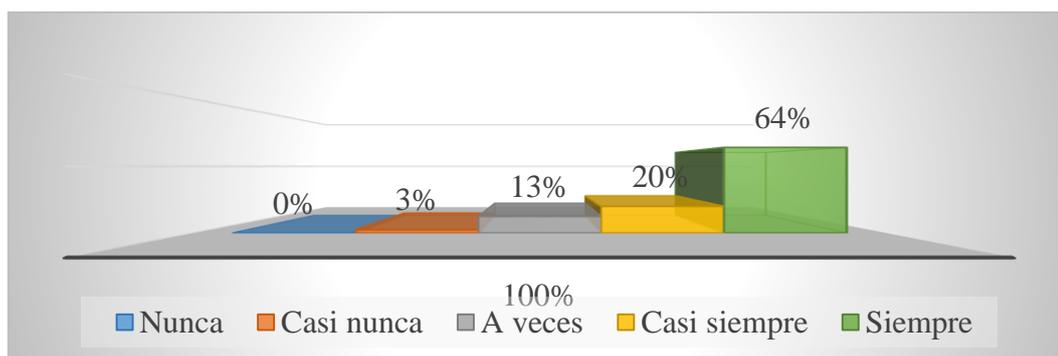
TABLA # 4 Personal tanto como el servicio

ÍTEM	VALORACIÓN	SOCIOS	
		f	%
1	Nunca	0	0%
2	Casi nunca	1	3%
3	A veces	5	13%
4	Casi siempre	8	20%
5	Siempre	26	64%
TOTAL		40	100%

Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 6 Personal tanto como el servicio



Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Los transportista de vehículos pesados semipesados y livianos dijeron su inquietudes y supieron recalcar que el personal tanto como la persona encargada en dar el proceso del servicio es fundamental ya que todo empresa necesita que el personal sepa que hace y como lo van hacer esto resalta el desempeño del trabajador y eficiencia y da como resultado un buen servicio, el 64% respondieron que siempre se fijan en el personal tanto como el servicio, el otro 20% casi siempre ya que hay veces que las personas encargada ya tiene confianza ,mientras el 13% a veces y el 3 % casi nunca por razones que más le interesa es el servicio terminado. Se puede decir que es fundamental que el personal que se va a contratar para realizar los servicios deben tener experiencia y conocimientos de lo que ejecutan y dependiendo del personal.

5. ¿Cree usted que la empresa de servicios integrales determinen un tiempo específico por cada servicio?

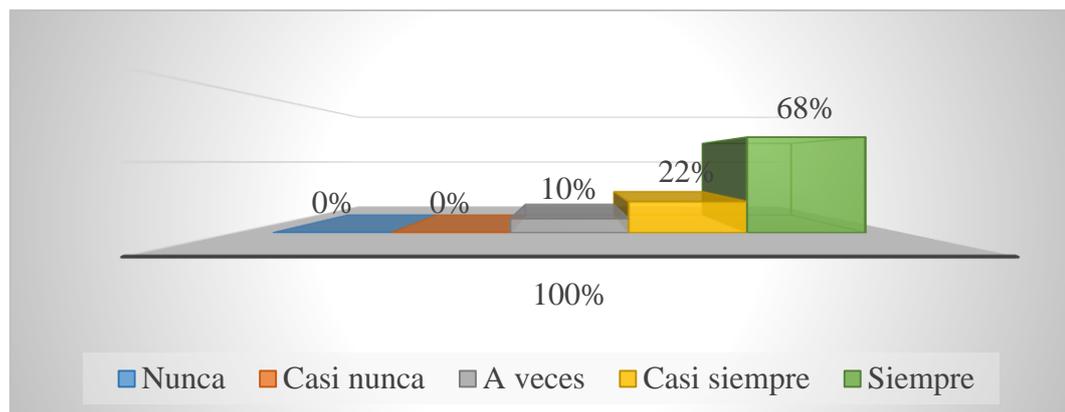
TABLA # 5 Determinar tiempo específico

ÍTEM	VALORACIÓN	SOCIOS	
		f	%
1	Nunca	0	0%
2	Casi nunca	0	0%
3	A veces	4	10%
4	Casi siempre	9	22%
5	Siempre	27	68%
TOTAL		40	100%

Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 7 Determinar tiempo específico



Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

En la siguiente pregunta se pudo analizar los criterios de los transportista donde expresaron que debería existir un tiempo determinado por cada servicio a pesar que para algunos más tiempo se demore más eficiente es el servicios mientras que otros opinan que no es necesario ya que para algunos si tiene apuro lo desea rápido donde resalta los resultados de encuesta que el 68% considera que siempre es necesario establecer un tiempo específico, otros el 22% casi siempre, mientras que el 10% a veces estos resultados varia en relación que no todos los establecimientos que prestan servicios integrales tienen el mismo número de personal que otros .

6. ¿La ubicación de la empresa de servicios integrales influye en el desarrollo de la misma?

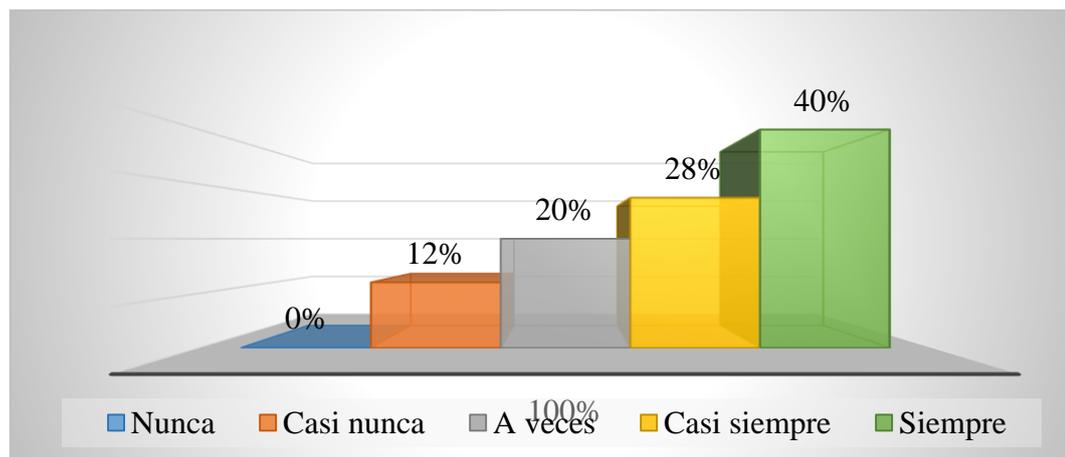
TABLA # 6 Ubicación de la empresa

ÍTEM	VALORACIÓN	SOCIOS	
		f	%
1	Nunca	0	0%
2	Casi nunca	5	12%
3	A veces	8	20%
4	Casi siempre	11	28%
5	Siempre	16	40%
TOTAL		40	100%

Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 8 Ubicación de la empresa



Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

En la aplicación de la encuesta las opiniones de los transportista se pudo analizar que la ubicación de empresa dependiendo de esto es aceptable si se encuentra en un lugar estratégico las visita para adquirir el servicio sería continuo, mientras que otros opinan que si es un lugar no tanto céntrico tendría buena aceptación, en cambio los demás supieron recalcar que no se debe en la ubicación casi porque si son recomendados por su servicio de calidad no existiría ninguna lejanía e ir al lugar donde se encuentre la empresa. Los resultados dados son que el 40% siempre considerando la ubicación de la empresa, el 28% casi siempre, mientras que el 20% a veces y un 12% casi nunca.

7. ¿Al momento de adquirir el servicio de lavado o lubricado considera importante el tipo del producto?

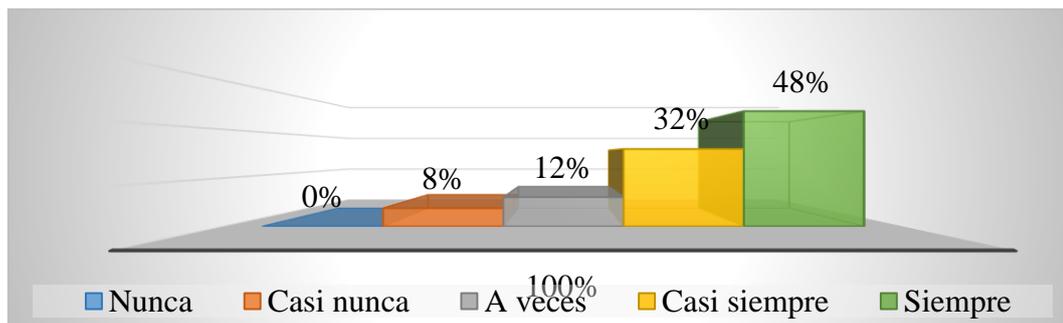
TABLA # 7 Considera importante el lubricante

ÍTEM	VALORACIÓN	SOCIOS	
		f	%
1	Nunca	0	0%
2	Casi nunca	3	8%
3	A veces	5	12%
4	Casi siempre	13	32%
5	Siempre	19	48%
TOTAL		40	100%

Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 9 Considera importante el lubricante



Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Se puede destacar que los transportista de vehículos pesados, semipesados y livianos brindaron sus opiniones que el tipo de producto que utilizan para la lubricación los escogen ellos dependiendo del alcance de su bolsillo y un buen lubricante hace que el vehículo no tenga un mayor desgaste y un mejor lavado hará que el vehículo dure limpio mucho más tiempo dados los resultados de los encuestados el 48% siempre toma en cuenta el producto que se utilizará para el servicio , el 32% casi siempre porque utilizan los lubricantes más económicos esto se debe que no siempre pueden comprar un producto más costoso, mientras que el 12% a veces, y el 8% casi nunca.

8. ¿Usted toma en cuenta el servicio rápido y la puntualidad del servicio?

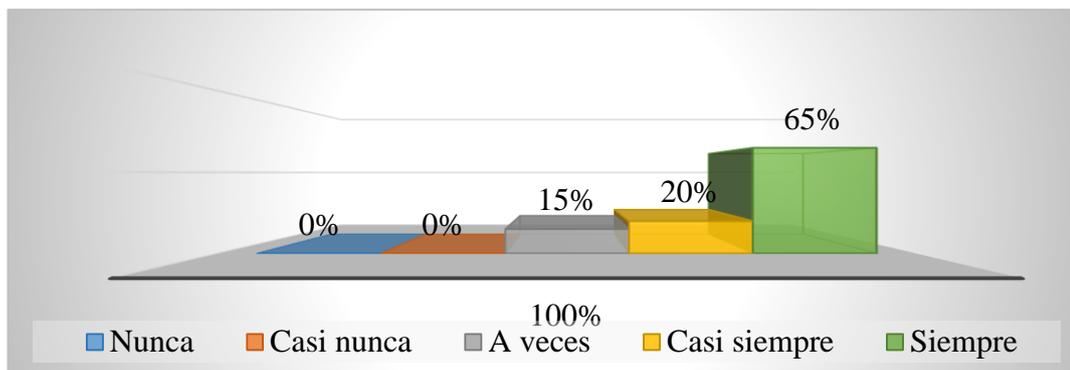
TABLA # 8 Servicio rápido y puntualidad

ÍTEM	VALORACIÓN	SOCIOS	
		F	%
1	Nunca	0	0%
2	Casi nunca	0	0%
3	A veces	6	15%
4	Casi siempre	8	20%
5	Siempre	26	65%
TOTAL		40	100%

Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 10 Servicio rápido y puntualidad



Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

En la aplicación de la encuestas se pudo comparar que los servicios integrales existentes su rapidez y puntualidad no son las mismas. Esto se debe a que un buen servicio rápido con eficiencia y eficacia es aceptable y ventajoso ya que para algunos a veces son de apuros mientras que otros ya saben las técnicas que utilizan el personal para tener el tiempo del servicio, mientras tanto la puntualidad es importante ya que ayuda a saber que la empresa es seria en la valoración del tiempo del cliente y eso hace que sigan la confianza entre cliente y empresa. Los resultados planteados se notó que el 65% siempre toma en cuenta el servicio rápido y la puntualidad, el 20% casi siempre esto es que algunos mucho más tiempo se demora más será el servicio dado, mientras que el 15% a veces, estos resultados últimos se debe a que hay personas que dejan su vehículo y después regresan.

9. ¿La atención al cliente es fundamental para las personas que adquieren los servicios integrales?

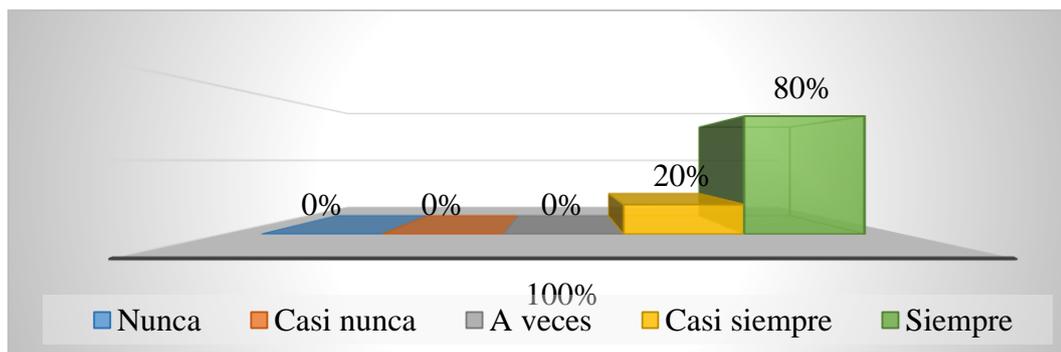
TABLA # 9 La atención al cliente es fundamental

ÍTEM	VALORACIÓN	SOCIOS	
		f	%
1	Nunca	0	0%
2	Casi nunca	0	0%
3	A veces	0	0%
4	Casi siempre	8	20%
5	Siempre	32	80%
TOTAL		40	100%

Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 11 La atención al cliente es fundamental



Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

En esta pregunta es donde se pudo notar la satisfacción del cliente y sus inquietudes para la mayoría de los encuestados supieron decir que el servicio al cliente es fundamental porque da a conocer la empresa y el interés hacia el cliente.

El 80% de los transportista de vehículos pesados, semipesados y livianos resaltaron que siempre toma en cuenta el servicio del cliente porque hace sentir que el cliente es parte de la empresa y bien atendido, mientras que el 20 % casi siempre ya que este resultado algunos son parte o familiares de estos establecimientos. Dando como conclusiones que la empresa que se brindará al mercado de los transportistas debe dar un bien servicio para que los futuros clientes se sienta buen atendidos y la recomiende esto ayudará que la empresa se desarrolle y tenga mayor conocimiento de parte de otros transportistas.

10. ¿Los servicios integrales (lavadora y lubricadora) tiene buena aceptación de las personas que tienen transporte?

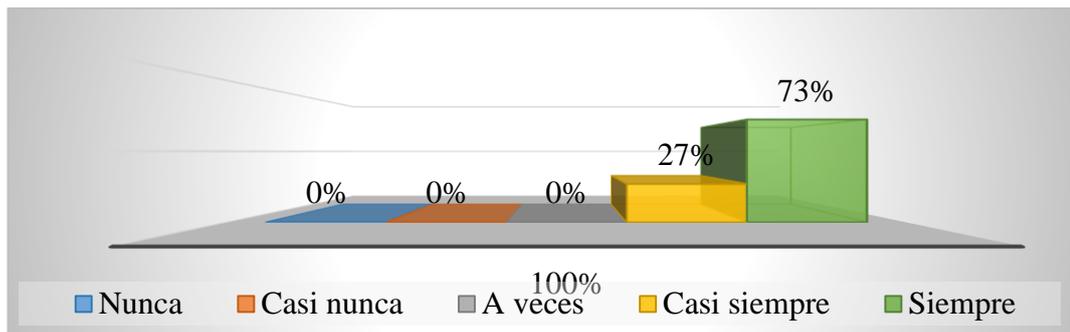
TABLA # 10 Tienen buena aceptación los servicios

ÍTEM	VALORACIÓN	SOCIOS	
		f	%
1	Nunca	0	0%
2	Casi nunca	0	0%
3	A veces	0	0%
4	Casi siempre	11	27%
5	Siempre	29	73%
TOTAL		40	100%

Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada "Península de Santa Elena".

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 12 Tienen buena aceptación los servicios



Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada "Península de Santa Elena".

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Considerando las opiniones de los encuestados se pudo saber que el transportista tiene buena aceptación de los servicios integrales ya que hacen que sus unidades se encuentren presentables y limpios pero hay que recalcar que no todos tienen las mismas opiniones.

El 73% de los encuestados nos supieron decir que siempre tiene aceptación de parte de ellos porque buscan estos servicios es para tener sus vehículos en buen estado, mientras que el 27% no casi siempre se tiene buena aceptación ya que para algunos lo hacen ellos mismo en sus hogares y son muy pocas las veces que adquieren el servicio. Por último se puede notar que si se ejecuta la empresa de servicios integrales si tendrá buena aceptación del transportista de vehículos pesados, semipesados y livianos

11. ¿Cree usted que brindar otros servicios adicionales (alineación de vehículo, mecánica) tendrá la misma aceptación?

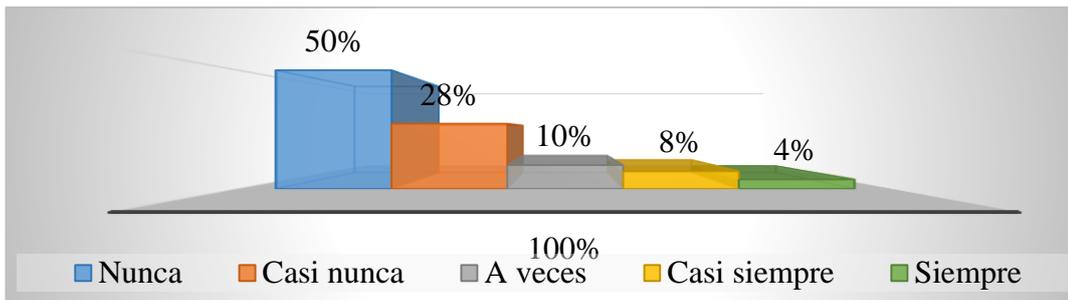
TABLA # 11 Brindar otros servicios adicionales

ÍTEM	VALORACIÓN	SOCIOS	
		f	%
1	Nunca	20	50%
2	Casi nunca	11	28%
3	A veces	4	10%
4	Casi siempre	3	8%
5	Siempre	2	4%
TOTAL		40	100%

Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 13 Brindar otros servicios adicionales



Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

En los resultados de esta pregunta se pudo notar que el resultado obtenido no era lo que uno esperaba, pero las opiniones de los clientes de estas empresas de servicios integrales recalcaron que dar servicios adicionales se demoraría mucho más tiempo ya que si ello busca estos servicios son para lavado y lubricado de sus vehículos que cada empresa que se debe destacar y orientar el servicio que desea brindar.

En la mayor parte de los encuestados el 4% de los transportista dice que siempre es favorable que una empresa de servicios integrales tenga servicios como alineación de vehículos o mecánica ya que si utilizarían los lavados y lubricación a la vez no sería un servicio puntual y no tendría los mismos resultados, mientras que el 8% consideran a casi siempre ya no sería mal que otorgue otros servicios, el 28% casi nunca ya que se orienta en otro tema y el 50% nunca para estos son los vehículos más pequeños.

12. ¿Considera usted que el prestigio de una empresa de servicio integrales se debe a la calidad del servicio?

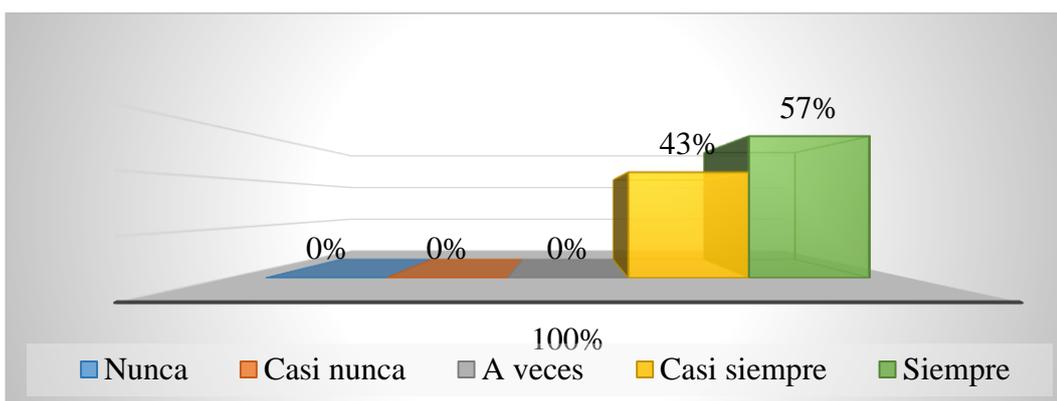
TABLA # 12 El prestigio se debe a la calidad del servicio

ÍTEM	VALORACIÓN	SOCIOS	
		f	%
1	Nunca	0	0%
2	Casi nunca	0	0%
3	A veces	0	0%
4	Casi siempre	17	43%
5	Siempre	23	57%
TOTAL		40	100%

Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 14 El prestigio se debe a la calidad del servicio



Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Es notable que las opiniones de los encuestados son fundamentales, supieron decir que toda empresa ya sea de diferente actividad económica el prestigio se debe a la calidad del servicio. El 57% de los encuestados cree que siempre el prestigio de la empresa se debe a la calidad del servicio dando que dichos clientes se encuentra satisfechos, el 43% casi siempre considera que el prestigio se debe a la calidad del servicio. Dándonos como conclusión que la empresa de servicios integrales se basará y se fundamentará en el servicio brindado al cliente esto nos hará que la empresa sea reconocida por los transportistas de los vehículos pesados, semipesados y livianos del cantón La Libertad.

13. ¿La creación de nuevas empresas de servicios integrales darán oportunidades al mercado que se está dirigiendo?

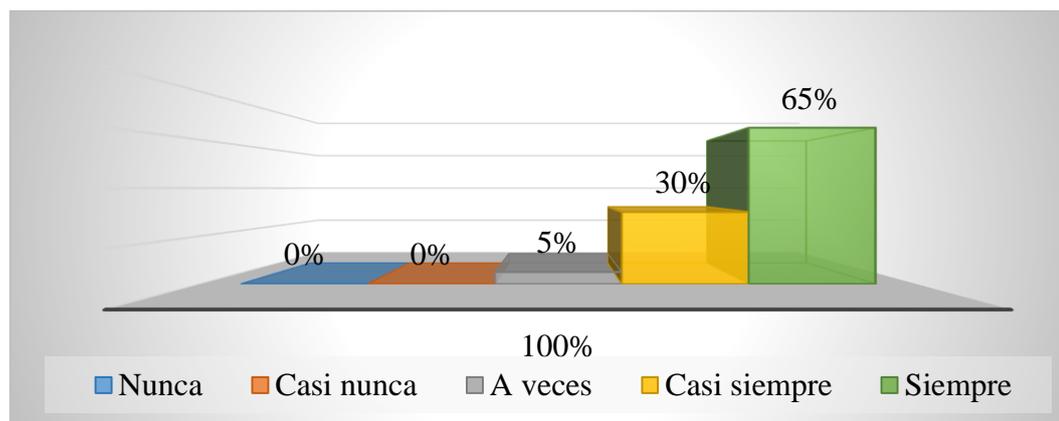
TABLA # 13 Las empresas darán oportunidades al mercado

ÍTEM	VALORACIÓN	SOCIOS	
		f	%
1	Nunca	0	0%
2	Casi nunca	0	0%
3	A veces	2	5%
4	Casi siempre	12	30%
5	Siempre	26	65%
TOTAL		40	100%

Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 15 Las empresas darán oportunidades al mercado



Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Tomando en cuenta los resultados de los encuestados de esta pregunta se pudo conocer que los dueños de los vehículos pesados, semipesados y livianos recalcaron con sus opiniones que las empresas o establecimientos de servicios integrales si dan oportunidades al mercado como los proveedores que venden lubricantes, los shampoo para el lavado y empleo a los que conocen los procesos de los servicios. Dando como respuesta que para la ejecución de empresa que es necesarios que estos servicios sean ventajosos para nuevas oportunidades al mercado y empleo.

14. ¿Cree usted que la creación de servicios integrales aporte al desarrollo de la comunidad?

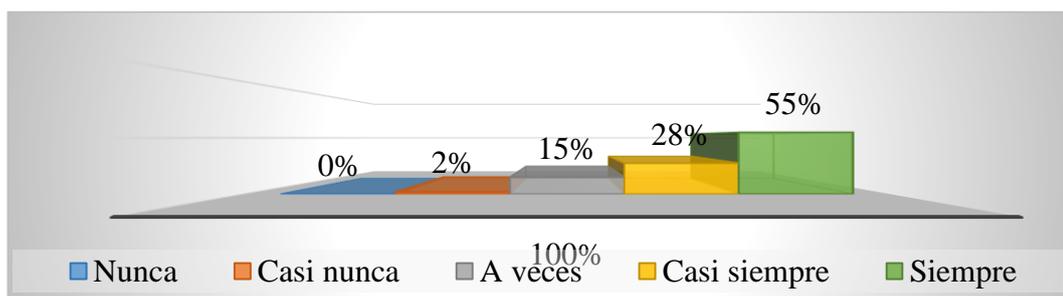
TABLA # 14 Los servicios integrales aporta al desarrollo

ÍTEM	VALORACIÓN	SOCIOS	
		f	%
1	Nunca	0	0%
2	Casi nunca	1	2%
3	A veces	6	15%
4	Casi siempre	11	28%
5	Siempre	22	55%
TOTAL		40	100%

Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada "Península de Santa Elena".

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 16 Los servicios integrales aporta al desarrollo



Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada "Península de Santa Elena".

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Se pudo saber que las opiniones de los propietarios de los vehículos pesados, semipesados y livianos supieron decir que estos tipos de empresa si aporta a la comunidad si no hay poca iniciativa e inversiones para que sean más amplia los establecimientos de servicios integrales, ya que harían conocer y crecer un poco más a la provincia de Santa Elena pero sin olvidar el impacto que estos servicios dan, para estos sería bueno tener sistemas adecuados para que la comunidad no sean los perjudicados .Dando como parámetros para la aplicación y ejecución de la empresa de servicios integrales debe tener en cuenta el impacto negativo que hará y para esto se implementara sistema de drenaje de las aguas de los lavados y los aceites, se contaran con personas encargadas para que ellos dirijan donde se pueden procesar estos residuos.

15. ¿La gran demanda de transporte que existe en el cantón La Libertad aporta para la creación de una empresa de servicios integrales?

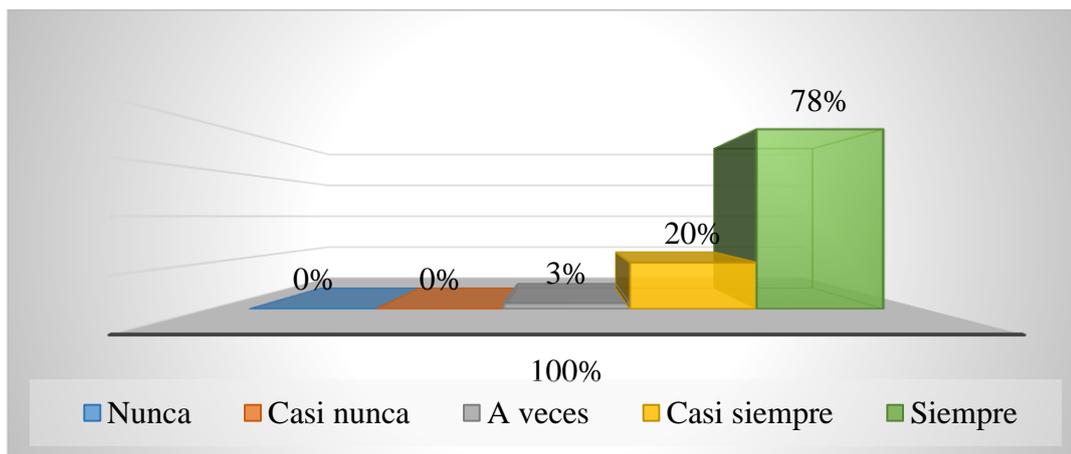
TABLA # 15 La demanda aporta para la creación de la empresa

ÍTEM	VALORACIÓN	SOCIOS	
		F	%
1	Nunca	0	0%
2	Casi nunca	0	0%
3	A veces	1	3%
4	Casi siempre	8	20%
5	Siempre	31	78%
TOTAL		40	100%

Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 17 La demanda aporta para la creación de la empresa



Fuente: Socios de la compañía de Transporte de Carga Pesada “Península de Santa Elena”.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Es notorio que existe gran demanda de transporte cada vez es más amplia los tipo de vehículos que existen en el cantón La Libertad y es donde los encuestados en sus tipo de actividad que se dedican tienen mucha competencia ya cada día se matriculan más carros para traslado de usuarios o mercancías.

Dándonos como buen resultado para la empresa que la demanda de vehículos que existe en el cantón La Libertad aporta para el desarrollo y ejecución de la empresa de servicios integrales.

**ENCUESTA A CLIENTES- PROPIETARIOS DE VEHÍCULOS PESADOS
SEMIPESADOS Y LIVIANOS.**

1. ¿Qué edad tiene?

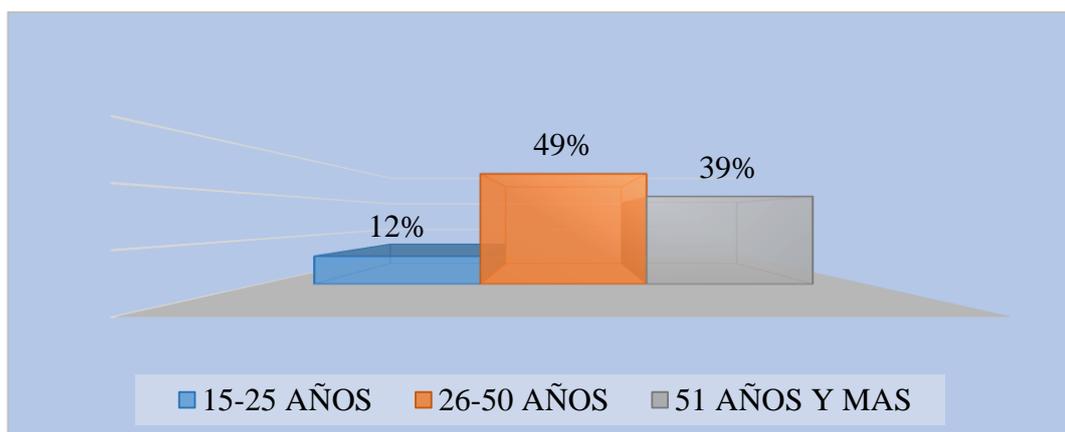
TABLA # 16 Qué edad tiene

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1	15-25 años	32	12%
	26-50 años	127	49%
	51 años y más	99	39%
	TOTAL	258	100%

Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 18 Qué edad tiene



Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Esta encuesta corresponde a los clientes factor principal para analizar la demanda donde se procederá observar y saber las inquietudes, necesidades y preferencias de los propietarios de los vehículos de carga pesada, semipesados y livianos donde se determinará las inquietudes y opiniones de tales personas.

Dándonos a saber que la empresa a ejecutar se tendrá personas que obtiene transportes pesados, semipesados y livianos donde se verá de diferentes edades de 15 años en adelante.

2. ¿Cuál es su género?

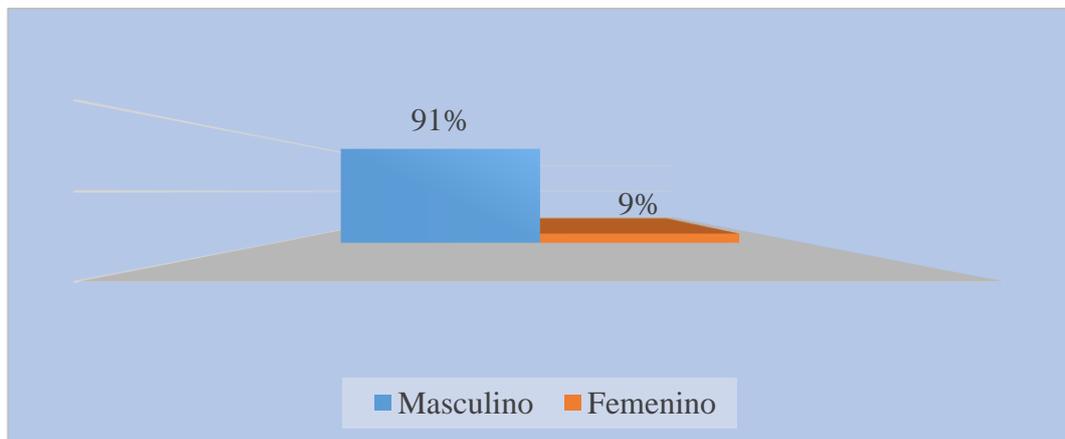
TABLA # 17 Cuál es su género.

ÍTEM	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
2	Masculino	235	91%
	Femenino	23	9%
	TOTAL	258	100%

Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 19 Cuál es su género



Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Considerando los siguientes resultados se podría observar que el género de las personas es importante ya que se sabrá cuántos hombres tienen vehículos o cuántas mujeres obtienen independientemente sus vehículos clasificándose por pesados semipesados y livianos.

Dando con los siguientes resultados de la encuesta el 91% son hombres y el 9% son mujeres como análisis que los hombres son los que más vehículos tienen en el cantón La Libertad.

Dando como conclusión que la empresa de servicios integrales que se caracteriza por lavado y lubricado de vehículos tendrá visitas constantes de hombres donde se destaca este género.

3. ¿Cuál es el nivel de instrucción formal?

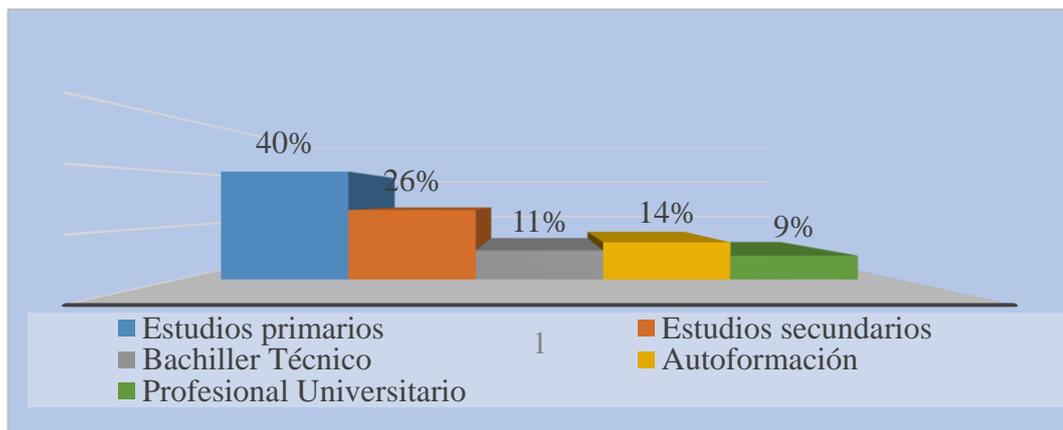
TABLA # 18 Nivel de instrucción.

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
3	Estudios primarios	104	40%
	Estudios secundarios	67	26%
	Bachiller Técnico	28	11%
	Autoformación	36	14%
	Profesional Universitario	23	9%
	TOTAL	258	100%

Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 20 Nivel de instrucción.



Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Con estas respuestas de cuáles son los estudios de los clientes sabremos cuántos transportista tienen matrícula por las instrucciones educativas sabiendo que no todos tienen el mismo nivel de educación. El 40% pertenece a nivel primario donde la mayoría se destaca por haber estudiado la primaria, el 26% la secundaria, el 11% son bachilleres técnicos, el 14% autoformación y el 9% son universitarios, estas respuestas dependen de las opiniones de algunas personas que obtienen vehículos pesados, semipesados y livianos otros son trabajadores de compañías y cooperativas.

4. ¿Qué tipo de vehículo posee?

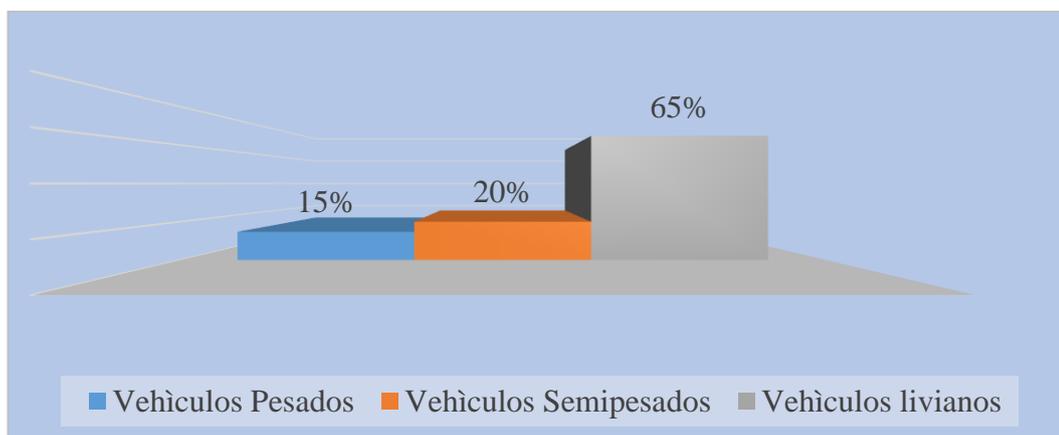
TABLA # 19 Vehículo que posee

ÍTEM	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA REELATIVA
4	Vehículos Pesados	38	15%
	Vehículos Semipesados	53	20%
	Vehículos livianos	167	65%
	TOTAL	258	100%

Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 21 Vehículo que posee.



Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Los propietarios de los vehículos pesados, semipesados y livianos supieron recalcar sus inquietudes y su tipo de vehículo que tiene.

Donde los resultados de los encuestados el 65% tienen vehículos livianos las cuales se clasifica en motos y taxis, el 20% tiene vehículos semipesados como camionetas y buses y el 15% son de carga pesada como camiones y volquetas.

Dando como análisis que la mayor parte de los vehículos son livianos donde es la mayor demanda de transporte que existe dentro del cantón La Libertad dando como conclusión que la empresa de servicios integrales tendrá visitas concurrentes de diferentes tipos de vehículos.

5. ¿De las lavadoras y lubricadoras cual usted conoce?

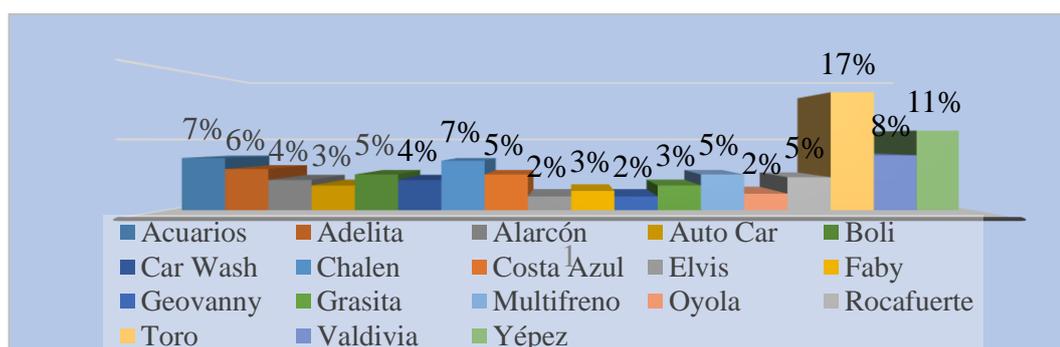
TABLA # 20 Lavadoras y lubricadoras cuál usted conoce

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
5	Acuarios	19	7%
	Adelita	15	6%
	Alarcón	11	4%
	Auto Car	9	3%
	Boli	13	5%
	Car Wash	11	4%
	Chalen	18	7%
	Costa Azul	13	5%
	Elvis	5	2%
	Faby	7	3%
	Geovanny	5	2%
	Grasita	9	3%
	Multifreno	13	5%
	Oyola	6	2%
	Rocafuerte	12	5%
	Toro	43	17%
	Valdivia	20	8%
	Yépez	29	11%
		TOTAL	258

Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 22 Lavadoras y lubricadoras cuál usted conoce



Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

En el análisis en tanto de las lavadoras más conocidas de parte de los propietarios de los vehículos, la lavadora y lubricadora Toro es la que más visita posee con un 17% la siguiente la de Yépez con un 11% al igual que la de Valdivia de 11%, Acuario con el 8% y Chalen tienen la misma participación de un 7%

6. ¿Cada cuánto lava su vehículo?

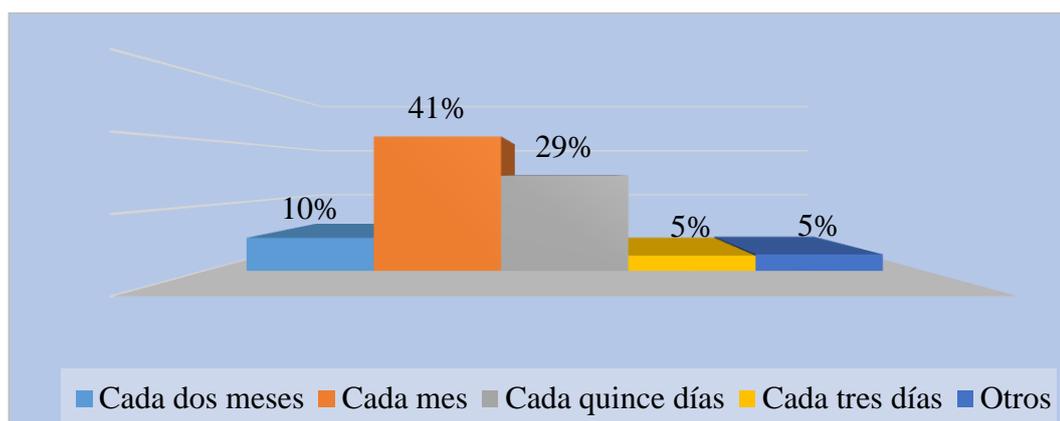
TABLA # 21 Lavado del vehículo

ÍTEM	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA REELATIVA
6	Cada dos meses	26	10%
	Cada mes	106	41%
	Cada quince días	75	29%
	Cada semana	26	10%
	Cada tres días	12	5%
	Otros	13	5%
	TOTAL	258	100%

Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 23 Lavado del vehículo



Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Los siguientes resultados son de las visitas de los propietarios de vehículos pesados, semipesados y livianos de cuantas veces van a los establecimientos de servicios integrales como las lavadoras y lubricadoras. Determinado los resultados de los encuestados el 10% visitan los servicios integrales cada dos meses, el 41% cada mes, cada quince días el 29%, el 10% los visitan cada semana, el 5% cada tres días estos resultados nos ayuda analizar de cuántas ventas del servicio y visita de los vehículos y se van a tener el 5% otros este son las personas que por recursos económico elaboran el lavado del vehículo ellos mismo.

7. ¿Qué producto utiliza para la lubricación de su vehículo?

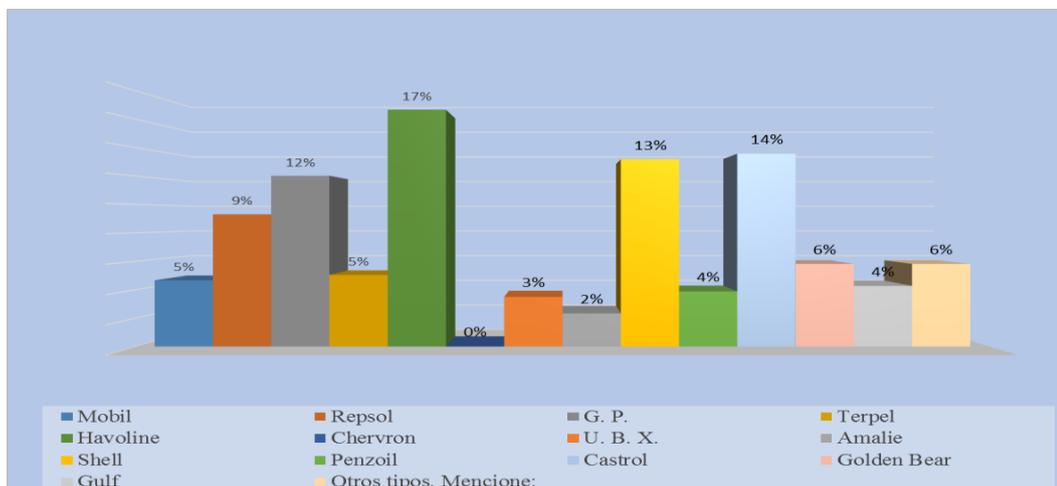
TABLA # 22 Para la lubricación del vehículo

ÍTEM	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
7	Mobil	12	5%
	Repsol	24	9%
	G. P.	31	12%
	Terpel	13	5%
	Havoline	43	17%
	Chervron	0	0%
	U. B. X.	9	3%
	Amalie	6	2%
	Shell	34	13%
	Pennzoil	10	4%
	Castrol	35	14%
	Golden Bear	15	6%
	Gulf	11	4%
	Otros tipos. Mencione:	15	6%
	TOTAL	258	100%

Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 24 Para la lubricación del vehículo



Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

En el resultado de esta pregunta se pudo saber que los lubricantes de Avelino el 17%, Shell 14%, G.P 12%, Repsol el 9% y Golden Bear 6% son los productos que más utilizan para la debida lubricación. Dando como conclusión que la empresa de servicios integrales se destacará por estos tipos de lubricantes.

8. ¿Cuánto está dispuesto pagar por el servicio?

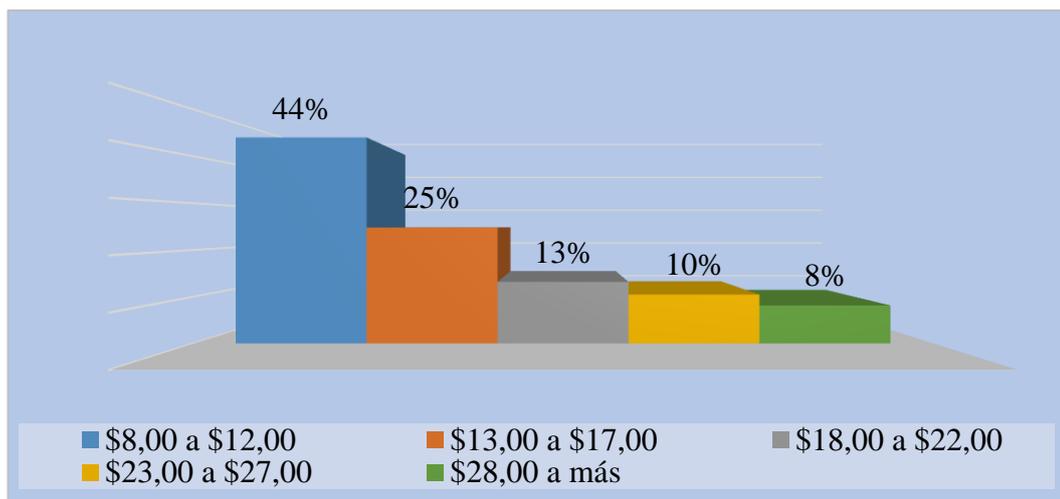
TABLA # 23 Pago por el servicio

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA REATIVA
8	\$8,00 a \$12,00	112	44%
	\$13,00 a \$17,00	64	25%
	\$18,00 a \$22,00	34	13%
	\$23,00 a \$27,00	27	10%
	\$28,00 a más	21	8%
	TOTAL	258	100%

Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 25 Pago por el servicio



Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

El 44% de los clientes pagan por los servicio de lavado y lubricado de \$8 a \$12, el 25% de \$13 a \$17, el 13% paga de \$18 a \$22, el 10% paga por el servicio de \$23 a \$27 y el 8% de \$28, hay que recalcar que los precios se determina por el tipo de vehículo.

Dando como conclusiones que las empresa de servicios integrales determinara los precios más cómodos para los clientes con el fin de que la empresa tenga aceptación y visitas por partes de los transportista.

9. ¿Cuáles de los siguientes factores toma usted en cuenta para elegir una lavadora y lubricadora?

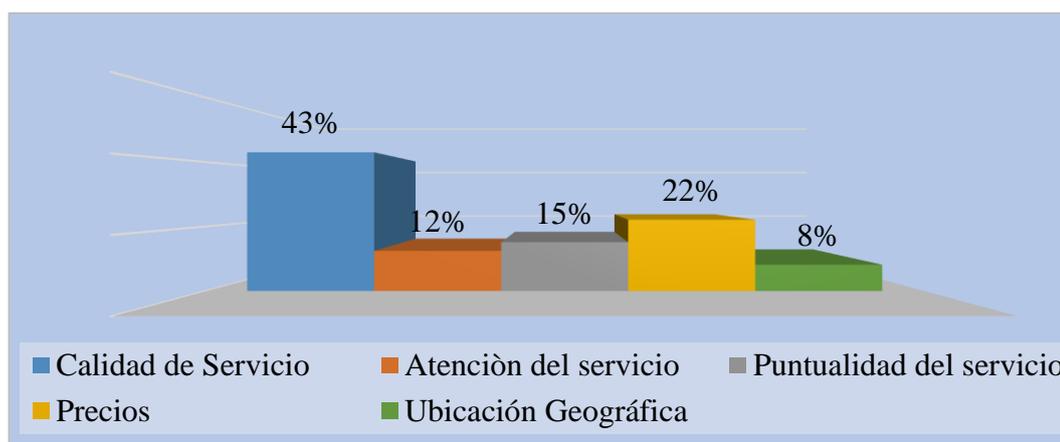
TABLA # 24 Factores para elegir una lavadora y lubricadora

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
9	Calidad de Servicio	109	43%
	Atención del servicio	32	12%
	Puntualidad del servicio	39	15%
	Precios	57	22%
	Ubicación Geográfica	21	8%
	TOTAL		258

Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 26 Factores para elegir una lavadora y lubricadora



Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Los resultados siguientes el 43% toma en cuenta la calidad del servicio ya que para ellos la terminación del servicio es primordial, el 22% considera que el precio también es importante ya que es más cómodo, el 15% la puntualidad del servicio porque algunas veces están contra tiempo, el 12% la atención al cliente porque es lo principal saber cómo atender al cliente y el 8% la ubicación este resultado depende porque algunas opiniones de los transportista considera que la ubicación depende del servicios eficientes porque si la empresa está lejos los transportista acude a ella debido a la calidad del servicio.

10. ¿Cuáles de estos servicios integrales utiliza más?

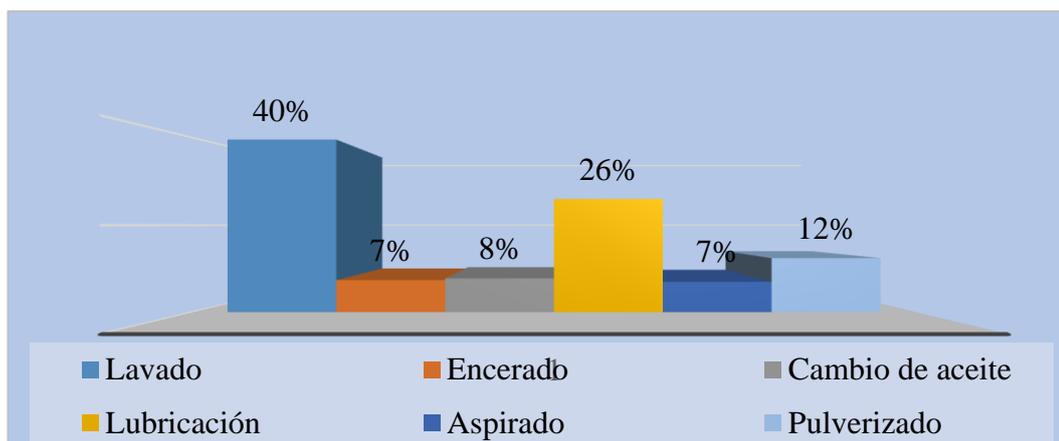
TABLA # 25 Cuál utiliza más

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
10	Lavado	102	40%
	Encerado	19	7%
	Cambio de aceite	20	8%
	Lubricación	67	26%
	Aspirado	18	7%
	Pulverizado	32	12%
	TOTAL		258

Fuente: Instrumento de investigación encuesta.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 27 Cuál utiliza más



Fuente: Establecimientos de servicios Integrales

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Dada las siguientes opiniones de los encuestados se pudo analizar que existen diferentes tipos de servicios tratándose de servicios integrales por los cuales hay algunos que más contrata los propietarios de los vehículos.

El 40% utilizan más el lavado de vehículos, el 26% la lubricación, el siguiente 12% la pulverización, el 8% cambio de aceite, el 7% el encerado y aspirado.

Dando como conclusión que la empresa de los servicios integrales se destacará por los servicios de lavado, lubricado, pulverizado, cambio de aceite pero se tendrá en cuenta que no todos los servicios tendrán las mismas aceptaciones ya que la empresa tendrá tres servicios más solicitados.

11. ¿Si existiera una empresa de servicios integrales cada cuánto la visitaría?

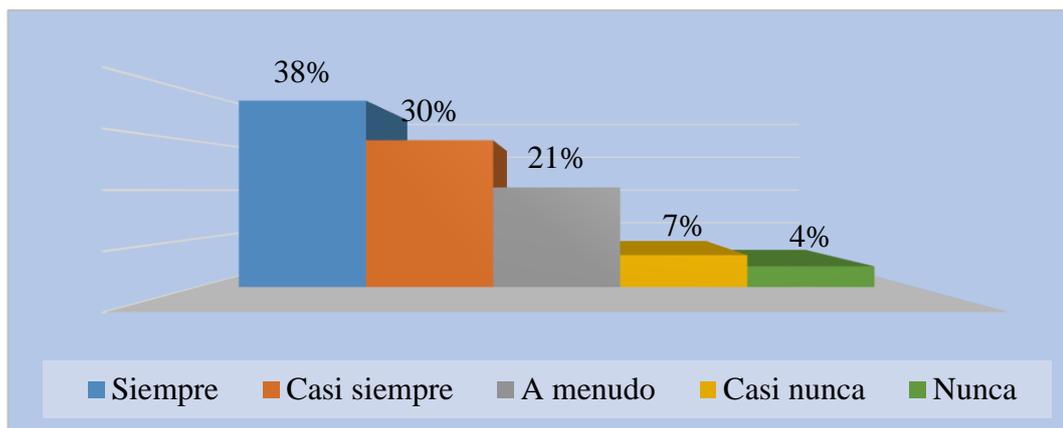
TABLA # 26 Cada cuánto visitaría lo servicios integrales

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
11	Siempre	99	38%
	Casi siempre	78	30%
	A menudo	53	21%
	Casi nunca	17	7%
	Nunca	11	4%
	TOTAL		258

Fuente: Establecimientos de servicios Integrales

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 28 Cada cuánto visitaría lo servicios integrales



Fuente: Establecimientos de servicios Integrales

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Esta pregunta analiza de cuantas visitas concurrente se tendrá en la empresa de servicios integrales si tendrá aceptación y cubrirá las necesidades de los clientes viendo los resultados el 38% siempre visitan los servicios integrales, el 30% casi siempre el 21% a menudo visitarían los servicios integrales, el 7% casi nunca y el 4% nunca.

Dando como conclusión que la empresa de servicios integrales como lavado y lubricado tendrá aceptación de los transportistas de vehículos pesados semipesados y livianos caracterizando que las visitas serán continuas.

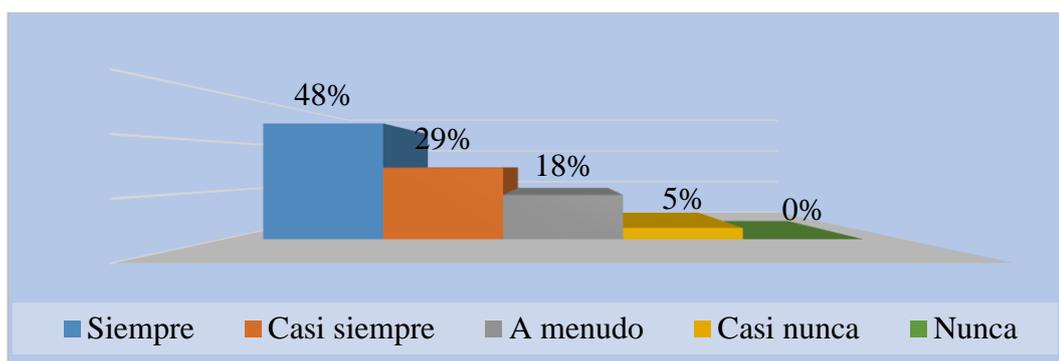
12. ¿La gran demanda que existe en cantón la libertad aporta al desarrollo de la misma?

TABLA # 27 La demanda aporta al desarrollo

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
12	Siempre	123	48%
	Casi siempre	76	29%
	A menudo	47	18%
	Casi nunca	12	5%
	Nunca	0	0%
	TOTAL		258

Fuente: Instrumento de investigación encuesta.
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

GRÁFICO # 29 La demanda aporta al desarrollo



Fuente: Instrumento de investigación encuesta.
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Hay que tomar en cuenta que la gran demanda de vehículos ya sea pesados, semipesados y livianos en sí de las opiniones de los encuestados clientes supieron dará conocer que el 48% siempre esta demanda si aportaría para el desarrollo de la comunidad, el 29% casi siempre por razones que se considera que estos servicio tendrá un impacto al ambiente, el 18% a menudo y el 5% nunca.

Dando como análisis que la demanda que hoy en día existe en ciertas razones aporta al desarrollo de la comunidad pero hay que tener en cuenta que los servicios integrales tendrá un sistema donde se desechará los residuos para un tiempo determinado no perjudique al ambiente. Pero hay que recalcar que no todos tienen las mismas opiniones.

3.2 CONCLUSIONES

- ❖ También se pudo concluir que la calidad del servicio es primordial tanto como el precio, la atención al cliente y la puntualidad del servicio, sabiendo que estas conclusiones se detecta que los servicios más utilizados por lo transportista son de lavado y lubricado
- ❖ De los encuestados supieron recalcar que toda empresa de servicios integrales debe tener determinado su precio dependiendo el tipo de vehículo, con un espacio establecido.
- ❖ También consideran que es primordial una empresa que cuente con las maquinarias necesarias para el debido proceso de los servicios para que sea puntual y rápida, logrando en sí que las piezas del vehículo se encuentren en buen estado.
- ❖ Sin razón alguna es bueno que se tenga un tiempo establecido por cada servicio, ya sea de lavado y lubricado, ya que no todos tienen paciencia en el momento de esperar más del tiempo que se toma por cada servicio.
- ❖ La ubicación de la empresa depende del servicio porque si la empresa se da a conocer por su prestigio no es tan necesario que este ubicado en un lugar céntrico.
- ❖ La gran parte de los clientes y socios considera que la lubricación que utiliza depende del producto de mayor calidad dando conocer que los lubricantes Shell, Havoline, G.P, Repsol y otros son los más utilizados.
- ❖ Una empresa se debe destacar por el servicio como el lavado de vehículo porque el servicio depende del personal capacitado para ejecutar el proceso.
- ❖ Otros servicios como pulverizado, encerado, cambio de aceite también no son adquiridos por los clientes. Tomando en cuenta las visitas que hacen los establecen más mensual y cada quincena se le hace más fácil.

3.3 RECOMENDACIONES

- ❖ En la aplicación del instrumento llamado encuesta los encuestados tales como los socios de la compañía de carga pesada “Península de Santa Elena” y clientes que en si son propietarios de los vehículos pesados, semipesados y livianos supieron expresar sus inquietudes y opiniones.
- ❖ Tomando en cuenta los resultados, las respuestas de algunos hacen visitas concurrentes a los establecimientos de servicios integrales de los cuales hombres y mujeres contratan estos servicios y por lo tanto tienen vehículos diferentes.
- ❖ Dando a conocer que para algunos el espacio del equipamiento es importante, también el personal, ya que algunos no tienen los conocimientos como deben, pero considerando que el precio de los servicios es cómodo para los clientes.
- ❖ Los propietarios toman en cuenta la puntualidad y la rapidez pero con un proceso eficaz tienen la buena aceptación de los mismos, tanto como oportunidades al mercado al que se está dirigiendo y desarrollo de la comunidad.
- ❖ Tomando en cuenta las opiniones que la mayor demanda están en los vehículos livianos, ya que son más económicos de adquirir y dependiendo del vehículo, se cancela el servicio, tomando en consideración que la competencia es evidente porque algunos tienen mucho tiempo.
- ❖ Establecidos en el mercado de servicios integrales la mayor parte de los transportistas tiene definido a cada cuanto contrata, los servicios, enfocándose también a los productos como lubricantes más utilizados.

CAPÍTULO IV

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS INTEGRALES DE LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE CARGA PESADA “PENÍNSULA DE SANTA ELENA” DEL CANTÓN LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO, 2014.

4.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En nuestro país la demanda de vehículos ya sea pesados, semipesados y livianos ha aumentado constantemente considerando en el sector automotriz y el industrial, donde las personas que conocen sobre los servicios integrales (lavado y lubricado) han visto un negocio favorable y rentable.

Dichos servicios han influido que genere crecimiento de lavados de vehículos y lubricado debido a sus diferentes lados y estando con diferentes precios con el fin de satisfacer las necesidades de los transportistas.

Mencionando también que la oferta de los servicios integrales se ha incrementado dando que el mercado de dicho servicios crea un mercado competitivo a la hora de brindar los servicios (lavado y lubricado).

En el país se comercializan 43 marcas de lubricantes para industrias y vehículos, según las versiones de las firmas que expenden estos productos. Las líneas de negocio de los aceites son para motores de gasolina, diésel, industriales, hidráulicos, grasas. Las tres marcas que más tiempo llevan en el mercado son Havoline, Shell, Castrol. Juntas suman más de 30 años. En la última década se han incorporado otras como YPF, Golden Bird, GP, Amalie.

Dada la amplia demanda que existe en el cantón La libertad que brinda los servicios integrales al mercado de los transportistas son cada vez exigente, los servicios que adquieren deben ser satisfactorios para ellos ya que su mayor preocupación es mantener en buen estado sus unidades o vehículos.

Es por eso que el proceso de producción del servicio de lavado y lubricación necesita sistemas eficientes para mantener en buen estado las piezas del vehículo dando con maquinarias que otorguen servicios con puntualidad, contando con personal especializados en los procesos de los servicios integrales, logrando que el servicio sea eficaz y de calidad con el fin de cubrir las necesidades y expectativas del cliente y del mercado.

En el transcurso de los años las ubicaciones y ejecuciones de los establecimientos que brindan servicios integrales ubicado en el cantón La Libertad por la demanda de los vehículos pesados, semipesados y livianos es evidente.

Se ha observado que no todos cuentan con los mismos procesos de calidad o no cuentan con permisos, por esta razón la planeación estratégica y marketing es embarcar los gustos y preferencia de los futuros clientes con el fin de llegar a las expectativas de los transportistas.

También para el análisis de la demanda es necesario saber el estudio de mercado que constituye una fuente de información primordial para la ejecución de proyectos de cualquier índole, puesto que mediante éste se estima la demanda, oferta y se realizan las proyecciones necesarias de los costos y definición de precios. Mediante éste se analiza la reacción del medio externo al producto de una empresa, examinándose las características de los consumidores, de la competencia y de los medios por los cuales el producto llega al consumidor final.

Por lo tanto constituye la base de la información que ayudará a la empresa a determinar sus necesidades en materia de adquisiciones y transformación, y conocer de manera general la industria en la cual se desarrolla.

Una de las marcas envasadas en el país es la de Petroecuador, que en conjunto con Pdvsa relanzaron el lubricante Petrocomercial el 24 de noviembre. El primer intento lo hicieron en el 2010, sin mayores éxitos.

El precio en el que se ubica el galón de aceite promedia los \$ 18,00 y varía según la calidad y el origen (nacional o importado). Sin este monto oscila según el valor en que se cotice el barril de crudo, que se cerró en \$ 86,73 (WTI). Teodoro Guayasamím, propietario de la lubricadora

Lo único que aplican las distribuidoras es promociones. Así, en lugar de entregar una docena de productos, dan uno más.

En el cantón La Libertad las lavadoras y lubricadoras utilizan diferentes tipos de lubricantes donde el precio es económico hasta más caro. Hay que tener en claro que no siempre existirá un número específico de los diferentes tipos de transporte. Cada año el aumento de la demanda, estará en aumento, más aun en tiempo de temporada donde los visitantes son aún más y más.

Es necesario considerar al sector del transporte no como un elemento aislado, sino hablar del chofer de servicio como un socio estratégico, ya que es parte de todo el sistema de la cadena de abastecimientos.

El transporte tiene como objetivo satisfacer las necesidades de las organizaciones, de acceder rápida y eficientemente a distintos mercados y organizaciones.

(INEC, 2010) Según datos del INEC recogidos en el Censo Económico del 2010, en el país existen 1.668 centros que se dedican al cambio de aceite y los servicios extras de lavado, engrasado, pulverizado de los vehículos.

Además, hay 1.510 centros que se dedican a la venta por unidades de lubricantes y refrigerantes para vehículos en sitios especializados.

Su ingreso promedio, según el INEC es \$ 58.914.

4.1.1 Segmentación del mercado

El segmento de mercado al que está dirigido el servicio será el de todos los propietarios de vehículos sean estos pesados, semipesados y livianos y a los socios de la compañía de transporte de carga pesada “Península de Santa Elena” que se encuentren dentro del cantón La Libertad.

❖ **Transporte de carga pesada:** Es la cadena de abastecimiento integral en la que planifica, implementa y controla la eficiencia y la efectividad del flujo y el almacenamiento de los bienes. Está dirigido por choferes o propietarios de los transporte como camiones, volquetas.

❖ **Semipesados:** A los choferes donde se generaliza la mayor cantidad de estos vehículos semipesados como buses, camionetas.

Livianos: A los propietarios y choferes de taxis y motos.

4.1.1.1 Determinación de la población objetivo

Para la ejecución de la empresa de servicios integrales de lavado y lubricación, se toma en cuenta la investigación del mercado que se aplicó y ejecutó en lugares donde los propietarios de vehículos pesados, semipesados y livianos adquieren estos servicios clasificándose cada vehículo por la cooperativa o compañía que pertenecen como:

- ❖ Cooperativas de taxis.
- ❖ Cooperativas de buses.
- ❖ Compañía de transporte de carga pesada.
- ❖ Propietarios de motos
- ❖ Compañía de volquetas.

4.1.1.2 Identificación de los clientes meta

Como mencionamos anteriormente, los clientes meta son los propietarios de la compañía de transporte de carga pesada “Península de Santa Elena” incluyendo los propietarios o personas que poseen los transportes pesados, semipesados y livianos.

CUADRO # 9 Identificación de los clientes metas.

Características	Transporte pesados	Semipesados	Livianos
Género	Hombres y Mujeres	Hombres y Mujeres	Hombres y Mujeres
Edad	30-50	26-49	15-25
Ingreso aproximado	\$ 1.000	\$ 600	\$ 400
Nacionalidad	Ecuatoriano	Ecuatoriano	Ecuatoriano
Geografía	Cantón La Libertad	Cantón La Libertad	Cantón La Libertad

Fuente: Identificación de los clientes Metas

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

4.1.2 Frecuencia de uso y compra

Para lograr la satisfacción de la clientela, la cual sería la de los dueños de los transportes pesados semipesados y livianos, tendríamos un seguimiento continuo del producto o servicio y la aceptación del mismo por los clientes.

- ❖ Oportunidades de ventas
- ❖ Nivel de satisfacción
- ❖ Eficiencia de producción
- ❖ Compras justo a tiempo

4.1.3 Proyección de la demanda

De acuerdo con las estadísticas presentadas por la Jefatura provincial basadas en la matriculación de los vehículos pesados, semipesados y livianos en el cantón La Libertad, existe un incremento considerable debido a que muchos de ellos son un medio de ingreso.

Teniendo en cuenta que en la provincia de Santa Elena recién se creó la Jefatura Provincial de Tránsito, hay ciertos vehículos que prestan sus servicios, pero que son matriculados en otros lugares, puesto que existen matrículas de hasta cuatro años de duración y esto ha dado cabida a que no se hayan matriculado en la Provincia. Para nuestro estudio se han considerado sólo los vehículos registrados dentro del cantón La Libertad y sobre esa base serán las debidas proyecciones.

CUADRO # 10 Números de vehículos matriculados en el cantón La Libertad.

Clasificación	Cantidad	Porcentaje
Pesados	599	16%
Semipesados	897	24%
Livianos	2.298	60%
Total	3.894	100%

Fuente: Jefatura Policial de la Provincia de Santa Elena
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales.

4.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

El objetivo del análisis de la oferta es medir las cantidades y las situaciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.

Para establecer la oferta se utilizan herramientas de proyección del mercado.

La oferta, al igual que la demanda, es función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. La investigación de campo tomó en cuenta todos estos factores, junto con el entorno económico en que se desarrollará el proyecto.

Para el análisis de oferta se analizará:

- ❖ Número de empresas que brinda los servicios integrales.
- ❖ Localización
- ❖ Capacidad instalada y utilizada
- ❖ Calidad y precio de los servicios
- ❖ Inversión fija y número de trabajadores para la empresa.

Como competencia se considera a los establecimiento que brindan el servicio de lavado de vehículos como un servicio adicional más no dominado a su actividad económica primordial, adicionalmente se localizan las lubricadoras que en su gran totalidad cuentan con fosas en lugar de elevadores y la lavadora utilizará elevadores como maquinaria para ofrecer un alto trabajo de calidad ya que admite una mejor limpieza del automotor. Para el análisis de la oferta establecemos las empresas que brindan servicios similares para instituir así una lista de posibles competidores (directos e indirectos) en el mercado ya que el éxito dependerá de la capacidad para lidiar con otras empresas.

4.2.1 Identificación de los competidores

Para definir los competidores se tomó en cuenta los establecimientos que brindan servicios integrales tales como los negocios que brinda lo mismo servicio pero que los realizan manualmente, considerando que dichos negocios no tienen permiso de funcionamiento y mucho menos permiso de la Superintendencia de Compañías.

Los competidores que existentes en el cantón La Libertad son los siguientes considerando la participación de mercado como la mayor competencia (ver tabla#27 y gráfico #23)

- Acuarios
- Toro
- Chalen
- Valdivia
- Yépez

4.2.2 Demanda insatisfecha

Aun cuando el mercado cuenta con una producción que cubre, cuantitativamente, la demanda de los clientes, no ocurre lo mismo cualitativamente, es decir que este análisis parte de la hipótesis de que el mercado no cubre totalmente las expectativas del consumidor o cliente, características que el servicio no deberá tener para ser realmente competitivo.

Mediante el estudio de mercado que se realizó se pudo observar la insatisfacción de los clientes de que no todo los establecimientos integrales brindan servicio de calidad, por el mal proceso que utilizan y debido a que existe un sin número de lavadoras y lubricadoras reconocidas en el cantón La Libertad que no cuentan con maquinarias especializadas para los servicios y con debida presión haciendo que se realice un trabajo de mala calidad y por ende no puedan satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

El fin de identificar el lugar donde los clientes o consumidores de los servicios integrales prestan los servicios y que lubricantes son lo más utilizados, finalmente se pretendió precisar las características de los clientes como por ejemplo género, y determinar la relación que existe entre estas variables y los propietarios de los vehículos pesados, semipesados y livianos.

CUADRO # 11 Análisis FODA de los servicios integrales

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Los lavados de vehículos pesados y semipesados, y livianos mantiene en buen estado las unidades. ❖ Los lubricantes ayudan a tener en buen estado las piezas del vehículo. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ La demanda que existe en el cantón La libertad aporta a la creación de una empresa de servicios integrales ❖ Conocer los principales gusto y preferencia de los clientes, para poder satisfacer sus necesidades.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ❖ No todos los servicios integrales tiene buen proceso en dichos servicios. ❖ Falta de contacto con nuevos proveedores. ❖ Contratación de nuevos empleados, considerando que se contratara persona con y sin experiencia. ❖ Existe mucha competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Las principales amenazas, son los lavadoras y lubricadoras quienes ya tienen una participación y aceptación considerable, entre ellos esta: Toro, Chalen y Valdivia.

Fuente: Análisis Foda de los Servicios Integrales

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

4.3 MARKETING MIX

Manifiesta a la empresa el propósito táctico, una vez que se identificó las necesidades y deseos de los clientes del mercado meta al cual se va a dirigir.

Su categoría reside en la interacción de todos los elementos del marketing mix, situados hacia la satisfacción de los consumidores de productos o servicios, con el fin de conseguir la maximización del valor económico de la empresa.

4.3.1 Producto

El servicio que brindará la empresa es de servicios integrales, es decir lavadora y lubricadora, utilizando máquinas especialistas en cada uno de los procesos para lavado completo y express. En este servicio se utilizarán los compresores para que generen fuerza para que el agua llegue a todos los rincones del vehículo.

El engrase se lo ejecutará con espesante de detergente y con aditivos para la extrema presión, y para la lubricación se utilizarán lubricantes de calidad y conocidos por los clientes que mejoren el funcionamiento y de esta manera evitar el deterioro de las piezas móviles

También se manipularán las medidas exactas del Shampoo ya que utilizar un poco más puede causar un daño al vehículo especialmente cuando este ha sido encerado.

4.3.1.1 Agua

Es la materia prima más importante para el servicio de lavado. Debe estar caliente a fin de que enjuague y limpie todo el desecho. También va seguido de presión. Existen máquinas especializadas con el propósito de que no se desperdicie el agua. Cabe reiterar que el éxito del servicio se debe a la presión con que salga el agua.

4.3.1.2 Shampoo

Es la materia prima que apoya al servicio de lavado y que sea de calidad, ayuda a conservar en buen estado el vehículo por la parte de afuera. Se utiliza con mucha previsión puesto que si no se usan las medidas correctas pueden producir daños al vehículo. Igualmente se utilizan aromatizantes para la completa satisfacción del cliente. El servicio que se prestará está clasificado en cinco importantes líneas que a continuación detallamos:

4.3.1.3 Lavado completo

Este servicio contiene todos los servicios que se ofrece como pulverizada, engrasada, lavado con un Shampoo especial y aspirado. El tiempo de duración es de aproximadamente dos horas tomando en cuenta el tipo de vehículo ya que los servicios están dirigido por pesados, semipesados y livianos.

IMAGEN # 1 Lavado completo



Fuente: Lavado completo
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

4.3.1.4 Pulverizada

Para el servicio de pulverizada se utiliza agua, Shampoo, cepillos de varios formatos, esponja y productos de limpieza del vehículo especialmente por la parte de abajo del vehículo que no contengan ácido. Principalmente se pulveriza la llanta con el spray, se deja que actúe durante 2 minutos y se frota con los cepillos de llantas de cerdas naturales específicos ya que son mecanismos para usar en llantas, después lavamos con abundante agua.

4.3.1.5 Aceite quemado

Este líquido es sacado de los vehículos que realizan los cambios de aceites, generalmente es desechado pero también es utilizado para pulverizar el vehículo por la parte de abajo. También puede ser comercializado al personal calificado debido a que ello le hace un tratado.

4.3.1.6 Lavado express

Este tipo de servicio es el más utilizado por muchos clientes, debido a que su precio es bajo y más cómodo en asimilación con el lavado completo. En este servicio se ejecuta un lavado rápido con un Shampoo especial a fin de satisfacer la necesidad del cliente, no incluye ningún otro servicio adicional.

IMAGEN # 2 Lavado express



Fuente: Lavado Express
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

4.3.1.7 Lubricación

La función fundamental de la lubricación en el motor es evitar el desgaste adelantado de las piezas móviles y para conseguirlo se utilizan aceites como lubricantes de calidad y más utilizados por los clientes. El aceite lubricante debe reconocer de formas diferentes cargas y presiones, con lo que es frecuente dividir el proceso de lubricación:

IMAGEN # 3 Tipos de lubricantes



Fuente: Tipos de Lubricantes
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

4.3.1.8 Lubricación seca

Este tipo de lubricación no debe tener aceite entre las partes o piezas móviles, por lo que es utilizado entre el cilindro y el pistón. El lubricante seco está elaborado sólo para mecanismos expuestos a contaminaciones sólidas abrasivas, ejercen formando una película sólida y seca que impide el contacto directo entre metales dando protección al deterioro.

El rápido secado de esta lubricación brinda ventajas inmediatas como es el rechazo de materiales como el polvo, arena y otros materiales ásperos que atacan las superficies metálicas. La película desarrollada tiene alta resistencia a la temperatura de hasta 410 °C, no se carboniza y resiste cargas de hasta 30.000 Kg / cm².

IMAGEN # 4 Lubricación seca.



Fuente: Lubricación seca
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

4.3.1.9 Lubricación de proximidad

Consiste en poner una resistente película de aceite sobre los picos respectivamente ásperos de las áreas de los cojinetes. Estos lubricantes tienen un punto de fusión correspondientemente bajo por lo que no es un procedimiento muy eficaz a altas temperaturas.

4.3.1.10 Lubricación hidrodinámica

Consiste en una película fina de aceite que aparta dos elementos como un eje apoyado en un cojinete circular. La lubricación hidrodinámica depende de la velocidad de movimiento del eje y de la carga que se ejecuta contra él, si la carga es grande y la velocidad baja es difícil impedir el contacto metal. Esta relación se puede evitar mediante la lubricación de proximidad.

4.3.1.11 Lubricación en el motor

Los elementos importantes, cigüeñal, pistones y bielas con movimientos de giro, lineal y relevado dentro del motor requieren de cuidado especial al igual que los componentes más críticos en donde es aplicado el lubricante. Los componentes principales como los elementos críticos se localizan sometidos a constante esfuerzo y requieren que su movimiento sea homogéneo, sin golpeteo. Sin el uso de apropiados lubricantes la alteración se convierte en excesiva y dañina para el movimiento del motor.

4.3.2 Marca y logotipo.

IMAGEN # 5 Marca y logotipo.



Fuente: Marca y Logotipo
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

4.3.3 Precio

El precio se ha determinado para cada servicio que se brindará como es el Lavado Express, Lavado Completo (Pulverizado, Engrasado) y Lubricado.

Se ha considerado en base al estudio de mercado y el estudio financiero. Es decir, se tomará en cuenta la competencia y los costos que incurren en cada uno de los servicios.

Será competitivo puesto que el servicio que se brindará estará acorde al precio establecido. En este caso se determinan tres productos principales como lavado completo, lavado express y lubricación (ver anexos #12).

- ❖ Precio de venta lavado completo (vehículos pesados) \$ 35,00
- ❖ Precio de venta lavado completo (vehículos semipesados) \$25,00
- ❖ Precio de venta lavado completo (vehículos livianos) \$8,00
- ❖ Precio de venta lavado express (vehículos pesados) \$20,00
- ❖ Precio de venta lavado express (vehículos semipesados) \$13,00
- ❖ Precio de venta lavado express (vehículos livianos) \$6,00
- ❖ Precio de venta lubricación (vehículos pesados) \$15,00
- ❖ Precio de venta lubricación (vehículos semipesados) \$13,00
- ❖ Precio de venta lubricación (vehículos livianos) \$12,00

4.3.3.1 Estrategias de precio

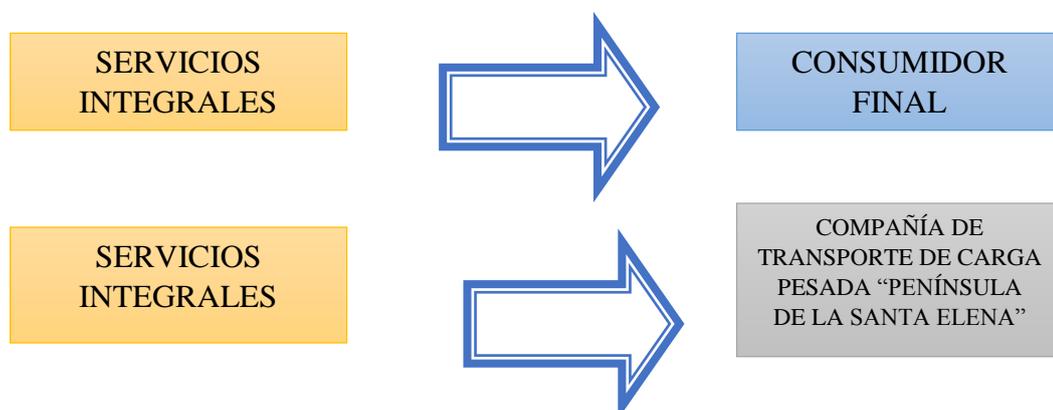
Los dos determinantes principales del precio son los costos de producción y la competencia. No resulta rentable y factible ofrecer un servicio inferior que los costó de producción pero es imposible hacerlo a un precio superior que los bienes similares.

- ❖ Se determinarán los gastos en materia prima para los procesos de los servicios y la mano de obra, agregando los porcentajes por los costos generales y las utilidades para establecer un correcto precio (ver anexos 8).
- ❖ El elemento principal del costo es el tiempo que utilizan los operarios, por tanto se formará un tiempo definido de cada operario en los vehículos máximo 2 horas, dependiendo de los obligaciones de la misma (ver anexos 11).
- ❖ El precio será determinado a base de la competencia y consideración al valor agregado que se da en el servicio de lavado de los vehículos.

4.3.4 Identificación del canal óptimo.

Los servicios están dirigidos directamente al consumidor final y a la compañía de transporte de carga “Península de Santa Elena”.

IMAGEN # 6 Canal óptimo



Fuente: Canal óptimo
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

4.3.5. Promoción

Como promoción se considera lo siguiente:

La publicidad

Se promocionará el producto a través de publicidad radial, tarjetas de presentación y volantes con el fin que los clientes conozca las cualidades y característica de los servicios integrales dando beneficios para el cuidado y limpieza de los transportes. Lo volantes tendrá el slogan y logotipo de la empresa con el fin de que se diferencien de la imagen de otras empresas existentes.

La promoción de ventas

El objetivo de la promoción de ventas es conseguir atraer a más clientes y fidelizar a la mayoría. Una de las promociones es que por los dos últimos números de la placa del vehículo ya sea pesados, semipesados y livianos, se harán un descuento especial en lo que se considere en el servicio de lavado.

4.3.5.1. Estrategias de servicio

- ❖ Realizará una limpieza total e integral con lavado, secado, aspirado, sean estos vehículos, pesados (Buses, Busetas y Cabezales), semipesados (camionetas y 4X4) y livianos (vehículos y motos), tanto particulares como públicos.
- ❖ Prestar un servicio de calidad, dando la seguridad que el cliente necesita, es decir, con la utilización de productos de calidad que permitan un eficiente mantenimiento y funcionamiento del vehículo.

4.3.5.2 Presupuesto de promoción

Se utilizarán los anuncios radiales, volantes para dar a conocer las promociones y tarjetas de presentaciones.

CUADRO # 12 Presupuesto de promoción.

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	2014
Radio	180,00
Volantes	25,00
Tarjetas de presentación	15,00
TOTAL	220,00

Fuente: Presupuesto de promoción
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

4.3.6 Estrategias competitivas

- ❖ Publicidad en los medios de comunicación (radio)
- ❖ Atender al cliente en orden de llegada, con puntualidad, eficacia y esmero.
- ❖ Contar con un espacio amplio para que los servicios se distingan en sus áreas y tipos de vehículos.
- ❖ Abrir un espacio donde los clientes tendrán una sala de espera hasta que salgan sus vehículos.
- ❖ Se dará a conocer los servicios por volantes. Se creará una base de datos donde se ingresará a los clientes para saber y premiar al cliente que tiene más fidelidad.
- ❖ Se utilizarán productos que se destaquen por su calidad y marca para que los clientes se sientan protegidos.

4.3.7 Proveedores

Los productos como los lubricantes se solicitarán a Guayaquil con plazo de 35 días a crédito y en la materia prima para los lavados se tendrá proveedores del cantón la libertad.

Proveedores de Guayaquil

- ❖ Conauto
- ❖ Codepartes
- ❖ Azende

Proveedores del cantón La Libertad

- ❖ “Químicos Guerreros”
- ❖ Insumos de limpieza “Pinocho”

4.4 ESTUDIO TÉCNICO

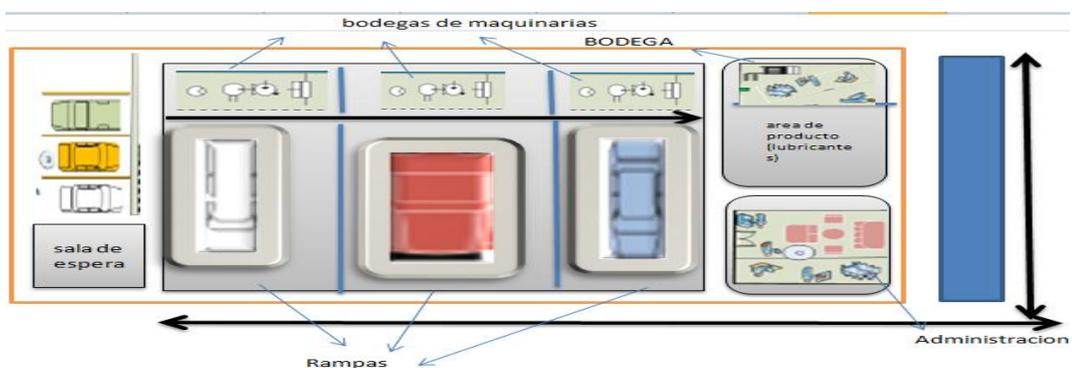
El estudio técnico tiene por propósito establecer los diferentes recursos con que se debe detallar para poder establecer la empresa, es decir los procesos como lavado, con maquinarias, terrenos, infraestructura, recurso humano y demás elementos para llevar a efecto la lavadora y lubricadora.

Los materiales de una empresa de servicios se encuentran formados por el sistema productivo de elaboración, sus edificios, sus terrenos y el equipo necesario para producir en las cantidades deseadas de los servicios. El tomar la decisión de dónde localizar la planta de operaciones es necesario saber la influencia que esto conlleva ya sea para el éxito o el fracaso de la operación de la empresa. Para el caso de la creación de una nueva empresa de servicios integrales para planear donde se va a localizar el sistema productivo se necesitará:

- Definir el servicio y productos.
- Seleccionar el equipo y el proceso adecuado del mismo.
- Determinar la infraestructura según los requisitos del proceso.

4.4.1. Infraestructura de la empresa

IMAGEN # 7 Infraestructura



Fuente: Infraestructura
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

4.4.2. Capacidad instalada

La superficie sugerida es de 500 metros cuadrados (de 10 x 50 metros), a fin de albergar tanto un área para oficinas como administración, sanitarios, área de los equipos de lavado y lubricado.

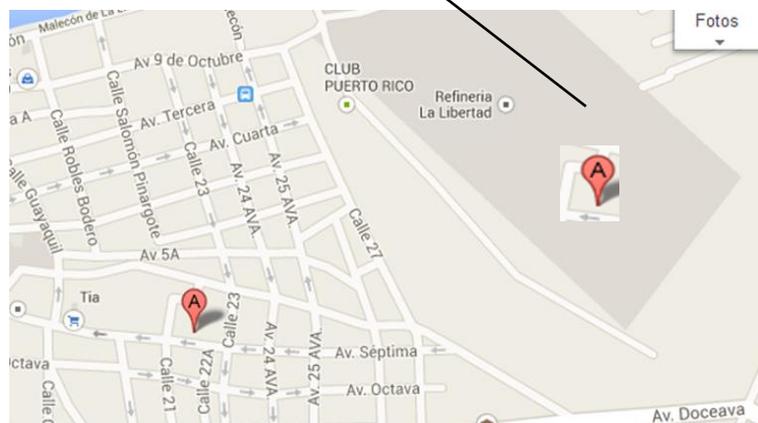
También se tendrá tres rampas divididas para el tipo de vehículo, tendrán un espacio para el estacionamiento de los vehículos para que esperen su turno y una sala de espera para los clientes.

4.4.3 Ubicación del proyecto

Macro localización

La empresa de servicios integrales se ubicará en el cantón La Libertad:

IMAGEN # 8 Ubicación de la empresa de servicios integrales



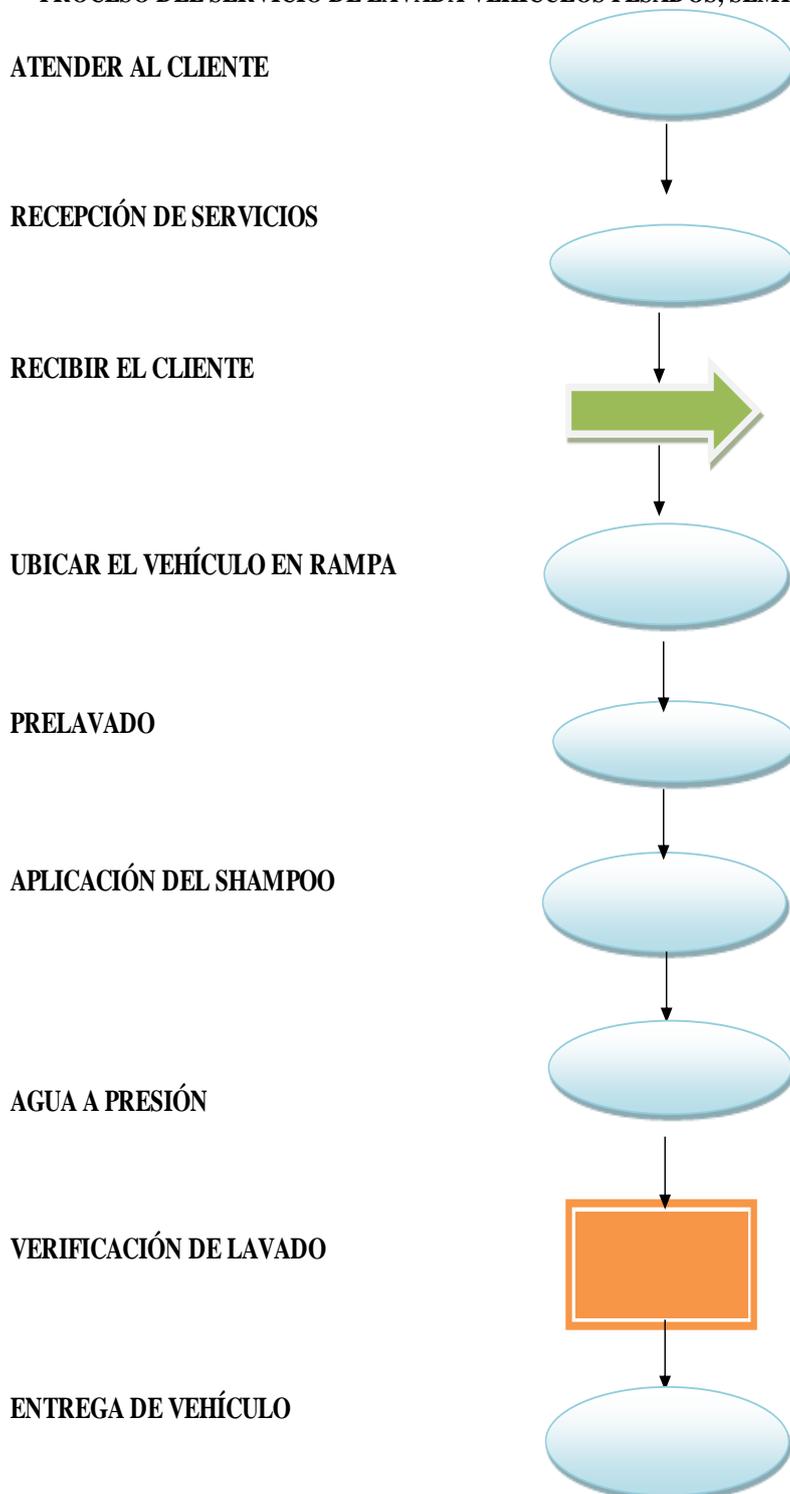
Fuente: Municipio La Libertad
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Hay que tener en cuenta que el mercado es amplio y que cada vez va a seguir creciendo, en este caso en la industria de los vehículos. Se ubicará la empresa vía a Cautivo frente a la refinería de La Libertad se escogió esta ubicación porque es el centro del comercio de la provincia de Santa Elena, además es aquí donde se encuentran los buses, compañías de carga pesada y los autos pequeños.

4.4.4. Descripción de los procesos

IMAGEN # 9 Proceso del servicio de lavado vehículo

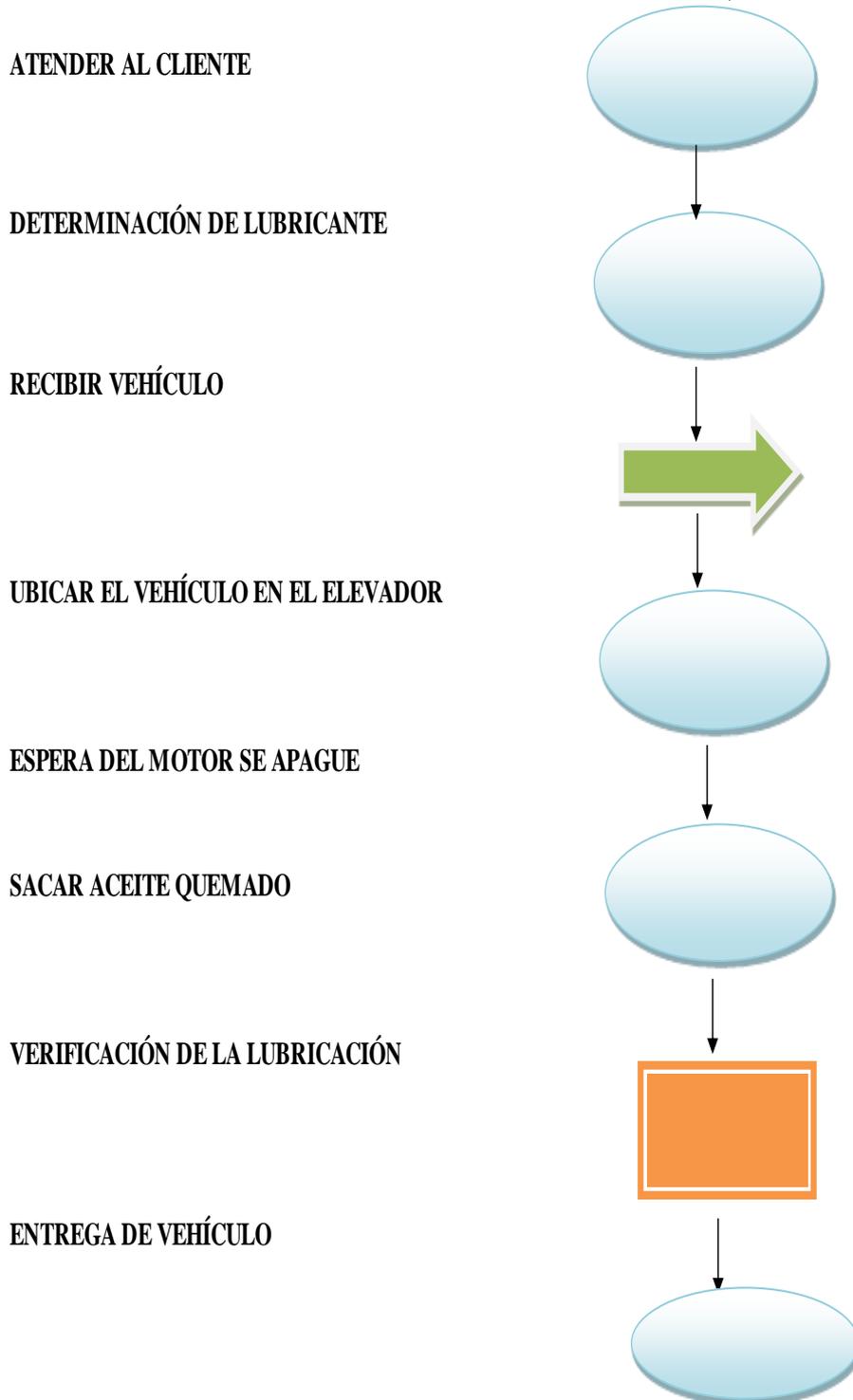
PROCESO DEL SERVICIO DE LAVADA VEHÍCULOS PESADOS, SEMIPESADOS Y LIVIANOS



Fuente: Procesos de lavados
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

IMAGEN # 10 Proceso de lubricación de vehículos.

PROCESO DEL SERVICIO DE LUBRICACIÓN A VEHÍCULOS PESADOS, SEMIPESADOS Y LIVIANO



Fuente: Procesos de lubricación
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

4.4.5 Recursos de maquinaria, equipos y herramientas.

CUADRO # 13 Maquinarias a utilizar en el proceso del servicio

Maquinaria	Características
<p>Engrasadora neumática. Engrasador neumático portátil, para balde de hasta 25 kg. Elementos que componen el engrasador: Se provee, con manguera de alta presión de 2 metros. De largo, válvula de control de alta, articulación "Z", lubricador con depósito y boquilla hidráulica.</p> 	<p>El motor neumático que moviliza a la bomba, está diseñado para una larga duración y exigencias de trabajo. La relación de compresión es de 1 en 40, es decir por cada kilogramo de aire entrante, se obtiene 40 kilogramos de presión de salida de bomba.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ El rango de presión de aire entrante, puede variar entre 4 y 8 Kg. /cm², dependiendo de la necesidad del operador. ❖ Otro elemento importante con que se provee, es un lubricador incorporado al equipo. Este lubricador hace que la vida útil del equipo se extienda por más tiempo. De todas manera la línea entrante de alimentación de aire debe venir desprovista de humedad, cuanto menos humedad se introduzca en el motor neumático, el equipo funcionará por mayor tiempo. ❖ La presión de trabajo es suficiente para lubricar ejes, mecanismos, etc. sin considerar casos especiales como ser ejes hidro entrantes que requieren de presiones

Fuente: Recursos de Maquinarias
 Elaborado por. Sandra Tomalá Espinales

<p style="text-align: center;">ACEITERAS NEUMÁTICAS Y MANUALES</p> 	<p>Aceitera manual 500 ML. Bozza, cuerpo tipo pera con poco regido y extensión flexible. Para el vaciado por aspiración y el llenado o la puesta a nivel de lubricante en diferenciales, transmisiones, cajas de cambio, filtros, etc. Se provee con caño rígido, de forma curva. Recubrimiento, en un fino acabado de pintura epoxi, color negro.</p>
<p style="text-align: center;">ACCESORIOS DE LUBRICACIÓN</p> 	<p>Bomba eléctrica de lubricación a aceite. Bomba accionada eléctricamente de C.C. 12V/24V tiene depósito incorporado. Estos tipos de bombas se aceptan absolutamente en el equipo de movimiento de tierras como las palas, los descargadores, los excavadores, los autobuses y los carros. Estas bombas tienen diversas bombas de émbolo que estén conectadas con el bloque secundario en el chasis.</p>
<p style="text-align: center;">COMPRESORES</p> 	<p>COMPR. 7.5HP 1PH 230V 175PSI 60gl 23cfm. Westward Compresor eléctrico de 7.5HP motor de 230V. 30Amp. Monofásico 60Hz. con tanque de 60GLN vertical, presión máx. 175 PSI caudal 23CFM a 90PSI. Los productos de aire comprimido de Evans están diseñados específicamente para proporcionar fiabilidad, rendimiento, durabilidad y un diseño de calidad. La gama de productos de Evans incluye un extenso rango de compresores de tornillo rotativo lubricados y exentos de aceite; compresores centrífugos exentos de aceite cuyo uso está extendido para aplicaciones de trabajo pesados; y una gran familia de compresores alternativos para multitud de aplicaciones.</p>

<p>ALINEADORA</p> 	<p>El Programa especial Spoiler, interviene automáticamente haciendo posible la medición cuando se trata de una carrocería especial o deportiva, gracias a un procedimiento práctico y sencillo. Banca de datos dinámica de altura del chasis: modifica automáticamente las especificaciones de alineación en función de la medida de la altura del chasis.</p>
<p>HIDROLAVADORA</p> 	<p>Hidrolavadoras trifásica de 250 Bares. Y 10 Litros/min. Con motor trifásico de 9.000 W y 1.450 RPM con protección térmica. De uso profesional con cigüeñal de 3 pistones cerámicos y aspiración de detergente. Montada sobre ruedas, con manómetro, manguera y lanza. Pesa 60 Kg., mide 48 x 68 x 80 cm.</p>
<p>HERRAMIENTAS</p>	<p>Llave de cadena 15" cap. 1/2" a 4"3/4 OTC Capacidad de 1/2" a 43/4" DE. (Capacidad= 333 libras/pie).Juego Dados y ACC 1/2 de 10-32MM 40PC. Juego Dados y ACC 1/2 DE 3/8 A 1"1/8 22PC STANLEY, Juego</p>

Fuente: Maquinarias en el procesos de los servicios

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

CUADRO # 14 Elevadores de Autos

Capacidad	3200 Kg.
Distancia entre postes	2.60 mts.
Operación	Electro hidráulica
Seguros	Electromecánico
Brazos	4 multiposiciones ajustables
Fijación	Taquetas expansivos en firme de concreto
Voltaje Requerido	110 Volts A.C

Fuente: Maquinarias en el procesos de los servicios

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales.

CUADRO # 15 Maquinarias.

MAQUINARIAS			
ARTÍCULO	CANTIDAD	V.UNITARIO	V.TOTAL
Engrasadoras Neumáticas	2	\$1.675,38	\$3.350,76
Aceiteras neumáticas y manuales	2	\$1.187,55	\$2.375,10
Accesorios de Lubricación	1	\$1.350,50	\$1.350,50
Compresores	2	\$3.177,97	\$6.355,94
Elevadores de autos	2	\$4.388,18	\$8.776,36
Alineadoras	2	\$3.572,00	\$7.144,00
Hidrolavadoras	3	\$1.350,00	\$4.050,00
Caja de Herramientas	1	\$1.456,00	\$1.456,00
Filtro regulador lubricado de aire aro	2	\$555,62	\$1.111,24
bomba para cisterna	1	\$2.246,37	\$2.246,37
TOTAL			\$38.216,27

Fuente: Maquinarias

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales.

4.5 ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.5.1 Marco legal

Entidades relaciones para la creación de empresa de servicios integrales:

Permiso sanitario de funcionamiento

Este permiso permite facultar el funcionamiento de establecimiento o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Se presentan los siguientes requisitos.

- ❖ El certificado de uso de suelo otorgado por el departamento de Gestión Urbana; en mecánicas, vulcanizadoras, aserradores, mecánicas industriales, bares, cantina lubricadora y cerrajerías.

Licencia ambiental

El documento siguiente es importante para este tipo de empresa que se desea ejecutar con el fin de tener un control al medio ambiente. Es emitido por la autoridad municipal encargada al medio ambiente suficiente en materia ambiental con el propósito de ejecutar la actividad o proyecto de acuerdo al Estudio Ambiental Final. Una vez emitida dicha documentación no estar para su vigencia y validez a ningún registro, requisito adicional o pago requerido por el municipio.

Requisitos:

- ❖ Carta dirigida al Director (a) de Medio Ambiente para tener información sobre los Términos de Referencia para la aprobación.
- ❖ El certificado de suelo
- ❖ El informe de Factibilidad de Uso de Suelo.
- ❖ Constancia del documento en los términos que fueron puestos en conocimiento de las personas.
- ❖ Presentación de los Términos de Referencia copia y original. Esto debe estar escrito y magnético.

Aprobación del Estudio de Impacto y Plan de Manejo Ambiental

- ❖ Carta dirigida al Director (a) de Medio Ambiente para tener el informe de aprobación.
- ❖ Informe de aprobación de los términos de referencia.
- ❖ Presentación de original y copia del Estudio Ambiental.
- ❖ Informa de Regulación.
- ❖ Informe de Factibilidad de Uso de Suelo.
- ❖ Informe del cuerpo de Bomberos.
- ❖ Certificado de servicios básicos (agua potable, energía eléctrica y alcantarillado)
- ❖ Planos de la infraestructura.

Para la obtención de la licencia ambiental una vez aprobada.

- ❖ Presentar al Director (a) del Medio Ambiente la solicitud para obtener la licencia ambiental y el costo del proyecto.
- ❖ El documento se debe presentar una copia del registro de la acción.
- ❖ La dirección de Medio Ambiente emite la orden de pago.
- ❖ Presentar la Garantía de Fiel Cumplimiento del Plan Anual de Manejo Ambiental.
- ❖ Presentar la Póliza de Seguro por daños ambientales.

Una vez presentada la documentación descrita anteriormente se emitirá la Resolución de la Licencia Ambiental y el Certificado de la Licencia.

Trámite y Legalización Requisitos para obtener un Permiso de Funcionamiento.

Los requisitos para poder obtener un permiso de funcionamiento en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón La Libertad, son diferentes, ya que, existen varios tipos de negocios. Por tal razón, los mismos van de acuerdo con cada uno de ellos, varía uno que otro requisito, a continuación se detalla: Supermercados, minimarket, despensas, tiendas y/o farmacias: restaurantes y/o ventas de comidas preparadas: hoteles, hostales, residencias y/o moteles: salas de eventos y/o recepciones: talleres industriales, vulcanizadoras, lubricadoras y/o lavadoras.

Permisos por primera vez:

- ❖ Copia de cédula de identidad
- ❖ Copia de papel de votación
- ❖ Planilla de un servicio básico
- ❖ Permiso de uso de suelo Balance del negocio (este requisito, solo, se solicita cuando un negocio lleva la contabilidad)
- ❖ RUC (este requisito, solo, se solicita cuando un negocio lleva la contabilidad)

- ❖ Permiso de funcionamiento de servicio sanitario. Para facultar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario.

Patentes municipales

El impuesto de patentes municipales grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial. Existen tres clases de personería:

- Patente personas naturales
- Patente jurídica nueva (empresa en constitución)
- Patente jurídica antigua.

Permiso de rotulación y publicidad exterior

Para colocar mensajes publicitarios (rótulos, letreros, etc.) en espacios públicos o inmuebles de propiedad privada antes se realiza visita al local o terreno, se efectúa con las tomas de fotos y dependiendo del servicio, sitio, mercadería e inversión será la cobranza de la publicidad.

Registro de establecimientos

Documento oficial de carácter administrativo que debe ser llenado por el regulado con la información referente a los de procesos de producción o de prestación de servicios; el cual deberá ser suscrito oficialmente por el representante legal de la actividad.

- ❖ Solicitar en la Coordinación Ambiental el formulario de registro de establecimiento (este documento debe estar firmado por el representante).
- ❖ Solicitar la copia del formulario y esperar la formalización del sello con la correspondiente firma del responsable de la Coordinación Ambiental.

Jefatura provincial de la salud.

Permisos de salud.

Dirección de higiene y salud municipal

Permiso sanitario.

Cuerpo de bombero

Permiso de funcionamiento.

Policía nacional

Permiso intendencia policial.

4.5.2 Acta de constitución

El proyecto para la creación de empresa de servicios integrales del cantón La Libertad se constituirá de acuerdo a las Leyes de la República del Ecuador.

Será una empresa de responsabilidad, y para su constitución se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Compañías. La base legal se registrará de acuerdo al contrato de constitución detallado a continuación:

“ESTATUTO DE LA EMPRESA DE SERVICIOS INTEGRALES “PENÍNSULA DE SANTA ELENA”. CAPÍTULO PRIMERO.- DE LA COMPAÑÍA, DENOMINACIÓN, DURACIÓN, NACIONALIDAD, DOMICILIO, OBJETO, TRANSFORMACIÓN, FUSIÓN Y ESCISIÓN.

ARTÍCULO PRIMERO.- La denominación de la empresa de servicios integrales “Península de Santa Elena”.

ARTÍCULO SEGUNDO.- DURACIÓN.- La empresa de servicios integrales tendrá un plazo de duración de diez años de duración contados a partir de la inscripción de la escritura pública de reactivación, aumento de capital y reforma de estatutos de la empresa de servicios integrales “Península de Santa Elena”.

Este plazo podrá prorrogarse por resolución adoptada por la Junta General de Socios.

ARTÍCULO TERCERO.- NACIONALIDAD Y DOMICILIO.- La empresa de nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal se establecerá en el cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena. Por decisión de la Junta General de Socios.

ARTÍCULO CUARTO.- OBJETO.- La empresa tendrá por objeto realizar toda clase de servicios como lavado completo, lavado express y lubricación de los vehículos pesados, semipesados y livianos en la cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.

ARTÍCULO QUINTO.- TRANSFORMACIÓN, FUSIÓN, Y ESCISIÓN.- La empresa podrá transformarse en otra o ser atendida en otras sociedades si así lo resolviere a la Junta General de Socios.

CAPÍTULO SEGUNDO.- DEL CAPITAL Y RESERVA.- ARTÍCULO SEXTO.- El Capital Social de la Compañía es de OCHENTA Y DOS MIL DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (\$ 82,000) el mismo que se encuentra suscrito y pagando en su totalidad.

ARTÍCULO SÉPTIMO.- En todo lo relativo a transferencia de participaciones regirá lo dispuesto sobre la materia en la Ley de Compañías.

ARTÍCULO OCTAVO.- Si la compañía de transporte de carga pesada “Península de Santa Elena” acordó aumentar el capital social de la empresa los socios tendrán derecho preferente para suscribirlo en proporción a sus participaciones.

ARTÍCULO NOVENO.- Sin perjuicio de mantener el fondo de reserva legal, la Junta General podrá establecer otro u otros fondos de reservas especiales

ARTÍCULO DÉCIMO.- Cualquier asunto que no estuviese contemplado en los estatutos y para cuya decisión no haya establecido la Ley, manera de solución, será resuelto por la empresa.

ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO.- Para aquello que no esté previsto en los estatutos se entenderá incorporados todos los preceptos contenidos en la Ley de Compañías, Código Civil y más Leyes pertinentes.

ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO.- Si vence el plazo correspondiente al ejercicio de las funciones establecidas en los estatutos, las personas designadas por la empresa para ser reemplazado en los estatutos

- ❖ Aprobar el presupuesto anual de la empresa
- ❖ Resolver sobre la apertura de representaciones dentro del país
- ❖ Resolver sobre cualquier asunto cuya resolución no esté prevista en los estatutos y ejercer las atribuciones de la Ley señala.

ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO.- El gerente podrá ser o no ser socio de la compañía y la duración de su cargo será de cinco años pudiendo ser indefinidamente reelegido;

ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO.-Son atribuciones del Gerente,

- ❖ Prescindir y convocar la Junta General
- ❖ Supervigilar la buena marcha de la empresa

4.5.3 Misión

La empresa de Servicios integrales “Península de Santa Elena”, tiene como misión ofrecer servicios de lavado y lubricado con un servicio calidad y calidez para los vehículos pesados, semipesados y livianos considerando las necesidades primordiales de los consumidores sin dejar de lado los valores de responsabilidad y puntualidad.

4.5.4 Visión

La empresa de servicios integrales “Península de Santa Elena” tiene como visión ser reconocida a nivel cantonal por sus servicios de calidad, responsabilidad y puntualidad en lavado y lubricado a los vehículos pesados, semipesados y livianos garantizando la atención eficaz a los clientes y el cumplimiento de sus objetivos.

4.5.5 Objetivos

4.5.5.1 Objetivos generales

Posicionarse en el mercado como una empresa de servicios integrales de calidad reconocida a nivel cantonal mediante el desarrollo de estrategias y promociones a beneficio de los clientes, garantizando la optimización de sus valores institucionales para el cumplimiento de las meta.

4.5.5.2 Objetivos específicos

- ❖ Desarrollar estrategias de publicidad, promociones en costos y beneficio de acuerdo a la demanda y la oferta que se requiere en el mercado.
- ❖ Maximizar la participación en el mercado empleado servicios de calidad para la fidelización de los clientes.
- ❖ Garantizar un servicio de calidad en el proceso de lavado y lubricado para la satisfacción a los clientes.
- ❖ Obtener el reconocimiento en el mercado por el servicio de calidad.

4.5.6 Valores institucionales

CUADRO # 16 Valores institucionales.

VALORES	DESCRIPCIÓN
Honestidad	Se realiza con la debida transparencia para alcanzar los propósitos misionales
Lealtad	Guardar con fidelidad respecto a la información de la entidad y en caso de conflicto de interés abastecer de opinar de los asuntos. Velar por el buen nombre de la empresa dentro fuera de ella.
Respecto	Implicará la comprensión y la aceptación de la condición inherente a las personas.
Tolerancia	Se valora a los demás por lo que es y aceptamos con respecto lo distinto, lo diferente y lo que no es igual a nosotros.
Responsabilidad institucional	Se cumplirán con excelencia y calidad de los objetivos y metas.
Responsabilidad	Se protegerá a la sociedad sobre los procesos de los servicios.
Responsabilidad ambiental	Se promoverá el cuidado del medio ambiente para garantizar la calidad de vida y se enfocara en la eficiencia en los procesos para lograr un nivel óptimo en los usos de los recursos.
Imparcialidad	Se actuará con imparcialidad tanto en la prestación del servicio como en las relaciones laborales. Sin tratar con privilegio ni discriminación.

Fuente: Valores Institucionales

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

4.5.7 Actividades de la empresa

4.5.7.1 Principales

CUADRO # 17 Actividades de la empresa

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
Espacio abiertos	Espacios destinados a las rampas, estacionamiento, disposición de desechos, etc.
Presencia de vehículos pesados, semipesados y livianos	Continuamente habrá la presencia de automotores.
Lavados y lubricación de vehículos	La actividad principal de la empresa son los lavados y lubricaciones de los vehículos.
Generación de ruidos	Generación de ruidos por la presencia de los vehículos pesados, semipesados y livianos y funcionamiento del compresor.
Generación de gases, polvo y partículas.	Por la presencia de vehículos pesados semipesados y livianos

Fuente: Actividades de la empresa primaria.

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

4.5.7.2. Secundarias

CUADRO # 18 Actividades secundaria

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
Generación de desechos sólidos	Producto de la actividad empresarial, se genera este tipo de desechos
Generación desechos líquidos domésticos.	Son desechos líquidos de baños, duchas, lavandería, producto del aseo personal y de las instalaciones
Almacenamiento y eliminación de desechos sólidos (papel, periódico, cartón)	Estos tipos de desechos son almacenados en lugares específicos y eliminados a través de los recolectores de basura
Almacenamiento y venta de desechos sólidos reutilizables (filtros, envases, latas etc.)	Este tipo de desechos son almacenados en lugares específicos y vendidos a personas que compran este tipo de producto.

Fuente: Actividades de la empresa

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

4.5.8. Estructura orgánica administrativa

La empresa de servicios integrales “Península de Santa Elena” se destacará por ser una empresa que brindará servicios de lavados y lubricación vehicular considerando los pesados, semipesados y livianos dentro del cantón La Libertad.

Considerando que es una inversión realizada por los accionista de la compañía de carga pesada “Península de Santa Elena” con el fin de satisfacer a los transportista o clientes de cantón. Siendo una empresa que iniciará al mercado por sus servicios cumplirá con los objetivos fundamentales incluyendo las estrategias que se desarrollen dando motivación al recurso humano para que el personal adquiera compromiso, lealtad y cumpla con las funciones a cabalidad.

Para la ejecución y desarrollo de la empresa se contará con un supervisor con el fin de que se encargue de los procesos de calidad de los servicios. Cada personal se encargará y tendrá autoridad y responsabilidad de sus actividades que realice con el propósito de obtener el éxito de la empresa

Antecedentes de la compañía de transporte de carga pesada “Península de Santa Elena” (Institución de apoyo)

La compañía de transporte de carga pesada Península de Santa Elena fue creada donde también comenzó sus actividades el 30 de julio del 2008. Inicialmente se dedica exclusivamente a prestar servicio de transporte. Al transcurrir los años fue adquiriendo más socios donde la adquisición de vehículos para la compañía fue más, ha llegado a prestar su servicio a varias empresas como de construcción, importación y comercialización.

También hay veces donde transporta mercaderías con el fin de lograr cumplir las necesidades de los clientes está conformada por 40 socios quienes se definen también con los choferes. Atiende el gerente un contador una secretaria, teniendo en cuenta también que es la parte de la cadena de abastecimiento integral en la que se planifica, implementa y controla la eficiencia y la efectividad del flujo y el abastecimiento de los bienes. (Ver información en anexos #21)

4.5.8.1 Organigrama estructural

IMAGEN # 11 Organigrama.



Fuente: Organigrama
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

4.5.8.2 Manual de funciones

Función general del administrador

El cargo general del administrador es dirigir, controlar y guiar al equipo de trabajo con el fin y propósito que se cumplan las reglas y políticas establecidas por la empresa, dando capacitaciones con la finalidad de crear un ambiente laboral, haciendo cumplir la misión, visión y objetivos establecidos.

Funciones específica del administrador

- ❖ Hacer cumplir la ley, en el contrato social, acuerdos legislativos, y contratos.
- ❖ Escoger los empleados de la empresa, así como determinar las funciones de cada uno con remuneraciones.
- ❖ Encargarse de las adquisiciones de maquinarias e inmuebles en caso de que están dañados.
- ❖ Elaborar los objetivos estratégicos y encargarse de que se cumplan.
- ❖ Controlar y dirigir.

- ❖ Resolver las dificultades que se presenten.
- ❖ Velar por los cumplimientos de los objetivos, promociones de la empresa.
- ❖ Promover el desarrollo intelectual, social, económico y ambiental.

Contador

- ❖ Mantener el inventario de las ventas de los lubricantes
- ❖ Llevar la contabilidad de la empresa.
- ❖ Mantener al día las declaraciones
- ❖ Llevar los registros de las ventas de los servicios

Jefe de ventas

- ❖ Realizar los respectivos pedidos de los lubricantes y aceite.
- ❖ Mantener reuniones con el administrador
- ❖ Asesorar a los consumidores de los lubricantes y aceites.
- ❖ Hacer los pedidos de los lubricantes y aceite.
- ❖ Guiar a los empleados
- ❖ Motivar a sus subordinados.

Supervisor

- ❖ Tomar las decisiones e inquietudes sobre las obra del servicio que desea el cliente.
- ❖ Supervisar los procesos del servicio con eficiencia y eficacia.
- ❖ Controlar la entrada y salida de los operarios.
- ❖ Promover el compromiso hacia la empresa
- ❖ Controlar y vigilar que las maquinarias sean utilizadas correctamente.

Operarios

- ❖ Serán los responsables de realizar el trabajo solicitado por el cliente.
- ❖ Son los únicos que podrán manipular los equipos y herramientas de trabajo con el fin de brindar un mejor servicio y que se cumplan las diferentes etapas del proceso de servicio.

- ❖ Brindar un servicio especializado de lavado exterior de los vehículos usando la maquinaria automática de lavado en el tiempo óptimo según especificaciones de la maquinaria.
- ❖ Garantizar el correcto funcionamiento de los servicios brindados al cliente, además de cuidar la calidad de atención e imagen por parte de todo el personal a su cargo. Asegurar que se cumplan las normas de higiene.
- ❖ Manejo y delegar funciones a empleados subalternos.

4.6 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

4.6.1. Inversión inicial

La inversión tiene como finalidad mostrar el monto a financiar para que posteriormente en un período determinado este pueda incrementarse.

La inversión total de la empresa es igual a \$73.796,80 (setenta y tres mil setecientos noventa y seis dólares americanos con ochenta centavos), donde la mayor proporción se encuentra en la inversión de activos fijos, siendo este valor para las maquinarias de \$ 63.796.80 (sesenta y tres mil setecientos noventa y seis dólares con ochenta centavos). Se toma en consideración un capital de trabajo o fondo de maniobra de \$10.000 (diez mil dólares americanos).

Dicho valor servirá para adquirir aquellos insumos o materias primas para el proceso de los servicios integrales. La inversión total en activos fijos de la creación de empresa de servicios integrales de (lavado y lubricación de vehículos) se muestra en la tabla siguiente, con su clasificación correspondiente, los detalles de aquellos bienes y sus respectivos valores a financiar. (Ver anexos #5 y anexos #6)

TABLA # 28 Inversión inicial

INVERSIÓN TOTAL	TOTAL	PORCENTAJES
Activos Fijos	63.796,80	86%
Capital de Trabajo	10.000,00	14%
TOTAL	73.796,80	100%

Fuente: Inversión Inicial

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

4.6.1.1 Activos Fijos

Nuestros activos fijos están proyectados para la construcción de la empresa, equipos tecnológicos y herramientas, equipos, muebles de oficina para todos los departamentos.

TABLA # 29 Activos fijos tangibles

ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	
MAQUINARIAS	38.216,27
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	941,53
MUEBLES DE OFICINA	1.695,00
EQUIPO DE OFICINA	2.944,00
INFRAESTRUTURA	20.000,00
TOTAL	63.796,80

Fuente: Activos fijos tangibles

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

4.6.1.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo está destinado a cubrir los costos y gastos que deben efectuar para los servicios que la empresa ofrece, considerando los rubros de los totales de costo de venta de \$130,764 (cientos treinta mil setecientos sesenta y cuatro dólares) se consideró la materia prima con los costos de ventas con el 86% dando un estimado para los proveedores de \$112,046 (cientos doce mil cuarenta y seis dólares) con treinta y cinco días de plazos y para los clientes los ingreso netos de \$230.063 (doscientos treinta mil sesenta y tres dólares).

El total estimado de activos circulante es de \$2.299,24 (dos mil doscientos noventa y nueve dólares con veinte y cuatro centavos) con una garantía del 10% dando como capital de trabajo \$10,000 (diez mil dólares americanos). (Ver anexos # 6)

4.6.1.3. Resumen de inversión inicial

La inversión inicial constituye los activos fijos más la capital de trabajo quedando así una inversión para el proyecto de \$73.796,80 (setecientos setenta y tres mil setecientos noventa y seis con ochenta centavos)

4.6.2. Financiamiento

4.6.2.1. Amortización de la deuda

Para la empresa de servicios integrales se tendrá un préstamo por la compañía de transporte de carga pesada “Península de Santa Elena” de \$82,000 (ochenta y dos mil dólares americanos) a diez años con un interés de 11,23%.

Para la amortización el dividendo es de \$14.058,28 (catorce mil cincuenta y ocho dólares con veinte y ocho centavos) por cada año variando con los intereses anuales.

Para el décimo año la deuda se termina de cancelar. (Ver anexos #7)

4.6.2.2. Proyección de ventas

Se consideró la demanda de los vehículos pesados, semipesados y livianos con una tasa de crecimiento por servicios del 7% por años considerando el total de precio de venta de cada servicio con un total de ingresos de \$230.063 (doscientos treinta mil sesenta y tres dólares). Se incluyó un IVA del 12% dando como resultado de \$257.670 (doscientos cincuenta y siete mil seiscientos setenta dólares) de ingresos brutos proyectado por quince años. (Ver anexos #15)

4.6.3. Proyección de costos de ventas

Los costos de ventas proyectados, incluidas las depreciaciones de maquinarias y herramientas e infraestructura depreciada con su año de vida y año de rescate, son de \$ 99.299 (noventa y nueve mil doscientos noventa y nueve) como resultado de utilidad bruta se detalla en anexos (ver anexos #15)

4.6.3.1. Costos variables

Para la fijación del precio unitario de los servicios, se tomó en consideración el agua Shampoo, detergente, brillo y aromatizantes para lavado completo pesados de \$0,76 (setenta y seis centavos) igualmente para lavado completo semipesados \$0,77 (setenta y siete centavos) y lavado completo livianos con \$0,76 (setenta y seis centavos). Para lavado express pesados un costo unitario de \$0,57 (cincuenta y

sietes centavos) para semipesados \$0,44 (cuarenta y cuatro centavos) y finalmente el costo unitario para lubricación de vehículo pesados \$6,12 (seis dólares con doce centavos) americanos con doce centavos para semipesados \$10,24 (diez dólares americano con veinte y cuatros centavos) y vehículo livianos \$9,24 (nueve dólares con veinte y cuatro centavos)

Dando como costo de venta para lavado completo pesados de \$19,30 (diecinueve dólares con treinta centavos), para lavado completo semipesados \$13,80 (trece dólares con ochenta centavos) y lavado completo livianos \$4,40 (cuatro dólares con cuarenta centavos) De la misma manera de lavado express pesados \$11,00 (once dólares) semipesados \$7,15 (siete dólares con quince centavos) y livianos \$3,30 (tres dólares con treinta centavos) y para el servicio de lubricación el costo de venta para pesados \$8,25 (ocho dólares con veinte cinco centavos) semipesados \$7,15 (siete dólares con quince) y livianos \$6,60 (seis dólares con sesenta centavos) (Ver anexos #8 anexo #9 y anexos #12)

4.6.3.2. Costos fijos

La mano de obra directa se encuentra relacionada al sueldo que perciben los 3 operarios y de ventas es de \$ 20.317,60 (veinte mil trescientos diecisiete dólares con sesenta centavos) anual, con la demanda de 22.975 la cual se estima un costo unitario de \$0,88, y para el cálculo de costos indirectos de fabricación \$3.852,00 (tres mil ochocientos cincuenta y dos dólares) anual incluyendo los activos fijos de \$39.276,27 (treinta y nueve mil doscientos setenta y seis dólares con veinte siete centavos). Dando un costo unitario de mano de obra de \$1,88 (ver anexos #10 y anexos #11)

4.6.4 Costos operativos proyectados

Para los costos operativos se tomó en consideración los sueldos y salarios en administración de \$27.805 (veinte y siete mil ochocientos cinco dólares) y de ventas de \$13.057 (trece mil cincuenta y siete dólares) considerando también los interés

del préstamo de \$9.209 (nueve mil doscientos nueve dólares) las depreciaciones de equipos de computación de \$889,00 (ochocientos ochenta y nueve mil dólares) equipo de oficina \$305,00 (trescientos cinco dólares) depreciación de muebles de oficina \$169,00 (ciento sesenta y nueve dólares) con una inflación de 5,12% dando como resultado de costo operativo de \$51.942 (cincuenta y un mil novecientos cuarenta y dos dólares) (Ver anexos #13 y anexos #15)

4.6.5 Depreciación

Se consideró los equipos de computación como computadoras con un valor en libro \$ 503,88 (quinientos tres dólares con ochenta y ocho centavos), impresora con un valor en libro de \$ 59,45 (cincuenta y nueve dólares con cuarenta y cinco centavos) equipo de oficina para archivadores de \$ 72,78 (setenta y dos dólares con setenta y ocho centavos) dispensador de agua \$ 51,68 (cincuenta y un dólares con sesenta y ocho centavos) ,cesto de basura \$ 7,38 (siete dólares con treinta y ocho centavos) estanterías metálicas \$ 74,00 (setenta y cuatro dólares) caja registradora \$ 260,17 (doscientos setenta dólares con diecisiete centavos) teléfonos \$ 130,08 (ciento treinta dólares con ocho centavos)

Maquinarias para engrasadora \$ 1.383,12 (mil trescientos ochenta y tres dólares con doces centavos) aceiteras neumáticas \$ 981,71 (novecientos ochenta y uno dólares con setenta y uno centavos) accesorios de lubricación \$ 1.116,41 (mil cientos dieciséis dólares con cuarenta y un centavos) compresores \$ 2.631,54 (dos mil seiscientos treinta y uno dólares con cincuenta centavos) elevadores de autos con un monto de \$ 3.653,16 (tres mil seiscientos cincuenta y tres dólares con dieciséis centavos) alineadoras \$ 2.975,67 (dos mil novecientos setenta y cinco dólares con sesenta y siete centavos).

Hidrolavadoras \$ 1.124,63 (mil cintos veinte y cuatros dólares con sesenta y tres centavos) filtro regular \$ 464,87 (cuatrocientos sesenta y cuatro dólares con ochenta y sietes centavos) para la bomba de cisterna \$ 1.885,70 (mil ochocientos ochenta y cinco dólares con setenta centavos)

Para muebles de oficina escritorios \$ 133,36 (cientos treinta y tres dólares con treinta y seis centavos) juego de sillas \$ 77,98 (setenta y siete dólares con noventa y ocho centavos) silla ejecutiva \$ 53,46 (cincuenta y tres dólares con cuarenta y seis centavos) dándome como total en libro \$ 38.760,63 (treinta y ocho mil setecientos sesenta dólares americano con sesenta y tres centavos). (Ver anexos #14)

4.6.6 Estado de resultados proyectados

Se tomó los totales de ingreso netos de precio de venta \$ 230.063 (doscientos treinta mil sesenta y tres dólares) y costo de ventas como \$130.764 (ciento treinta mil setecientos sesenta y cuatro dólares) dando como resultado una utilidad bruta de \$99.299 (noventa y nueve mil doscientos noventa y nueve dólares) y utilidades netas de \$26.165 (veinte seis mil ciento sesenta y cinco dólares) proyectados a 15 años (ver anexo #15)

4.6.7 Flujo de caja proyectado

Proyectado a quince años. Se consideran los ingresos brutos con un monto total de \$ 257.670 (doscientos cincuenta y siete mil seiscientos setenta dólares) los costos de producción de \$126.604 (cientos veinte y seis mil seiscientos cuatro dólares) con los costos operativos de \$50.584 (cincuenta mil quinientos ochenta y cuatro dólares). También el pago de participación a los trabajadores es de \$7.104 (siete mil cientos cuatro dólares) con una participación de 15% más los pagos de impuestos de \$41.696 (cuarenta un mil seiscientos noventa y seis centavos). Con los abonos de capital de \$4.850 (cuatro mil ochocientos cincuenta) dándonos como flujo de efectivo (cash flow) de \$26.832 (veinte seis mil ochocientos treinta y dos dólares) para el primer año y \$62.830 (sesenta y dos mil ochocientos treinta dólares) para el décimo quinto año. (Ver anexos # 16)

4.6.8 Evaluación financiera del flujo

4.6.7.1 Valor actual neto (Van)

El valor actual neto se estimó de un costo de capital de \$10.000 (diez mil dólares) en año uno, de \$26.832 (veinte seis mil ochocientos treinta y dos dólares) hasta el

año quince, de \$63.338 (sesenta y tres mil trescientos treinta y ocho dólares americano) considerando el año de recuperación de la inversión de \$73,797 (setenta y tres mil setecientos noventa y siete dólares).

Con un VAN (valor actual neto) de 156700,40 (ver anexos #19)

4.6.7.2 Tasa interna de retorno (TIR)

Se tomó del año cero de la recuperación del proyecto de \$73.797 (setenta y tres mil setecientos noventa dólares) hasta el quinto año de \$63.338 (setenta y tres mil trescientos treinta y ocho centavos) dando como resultado al proyecto para la creación de empresa de servicios integrales aceptado con el 39% de TIR. (Ver anexos #19)

4.6.7.3 Período de recuperación de la inversión del proyecto

Para la recuperación de equipo de computación se recupera cada tres años de \$294,00 (doscientos noventa y cuatro dólares) los muebles de oficina de \$94,00 (noventa y cuatro dólares), los equipos de oficina cada cinco años y las máquinas y herramientas cada diez años con \$3.822,00 (tres mil ochocientos veinte y dos dólares) .(ver anexos #17 y #18)

4.7.7.4. Punto de equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio se aplicó la fórmula del Método Índice del Margen de Contribución. (Ver anexos #20)

4.7 ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO

La actividad comercial de la empresa de servicios integrales, si no se realiza un control se generará un impacto negativo por los vehículos pesados, semipesados y livianos, por las generaciones de desechos sólidos, líquidos de productos de lavado y lubricación, polvos, gases, partículas y generación de ruido.

De la misma manera, la empresa de servicios integrales se calificará por los impactos positivos producto de la actividad de la empresa como fuentes de empleo,

eliminación de desechos reutilizables, líquidos y sólidos es decir actividades que mejoran al ambiente laboral.

Del análisis cualitativo de los efectos ambientales resultado de las etapas de operación y mantenimiento de la lavadora de vehículos; se indica las actividades impactantes de la empresa:

Impactos al medio físico

En el medio físico el agua es el factor más deteriorado pero para no perjudicar el agua donde desagua la alcantarilla se tendrá una división del agua y del aceite quemado.

El especialista de la prueba de agua nos evaluara cada año con el fin de tener un buen manejo y valoración a la materia prima (agua).

El suelo es otro de los factores que por los derrames de lubricantes tendrá un impacto negativo, el aire por la construcción y operación del proyecto se tendrán un impacto negativo. Antes de analizar el impacto del proyecto se tomó en cuenta que para la ejecución de la empresa de servicios integrales tendrá un impacto negativo y para esto se implementará a la empresa un sistema para tratar los residuos de las grasas y lubricantes.

Sistema de Trampa de grasas.

Con esta trampa se pretende evitar la obstrucción de las tuberías de las aguas residuales en el alcantarillado. Para esto se utilizara un tanque séptico separador de grasas. Esto consiste en un depósito diseñado para retener las grasas de tal manera que el material flotante ascienda y esté en el espejo de agua donde será recogido mientras el agua más clara sale del tanque a través de una rendija ubicada en la parte posterior.

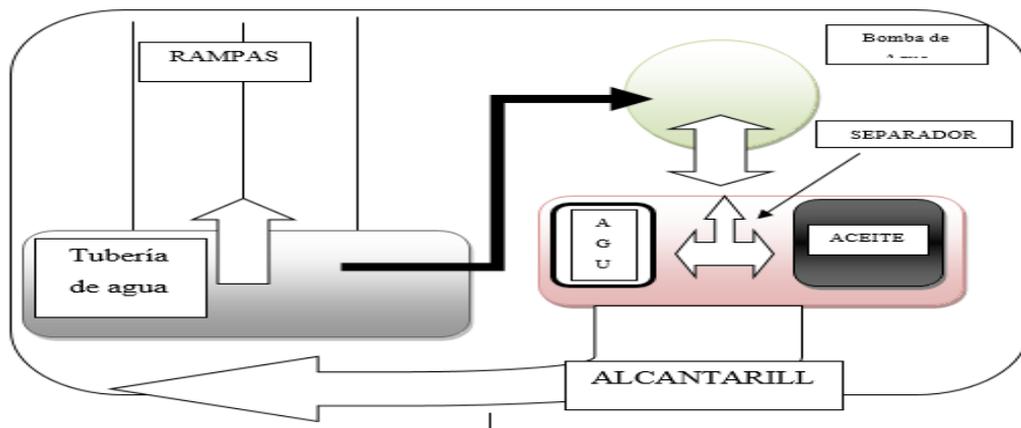
Esto se debe a que la trampa tendrá un diseño hidráulico y un tiempo de retención de 15 a 30 minutos con un tamaño de 2.8 m³ adecuados en función caudal o agua

residual. Es importante que la distancia de entrada y salida sea suficiente para permitir la separación por las sustancias más ligeras que tiene a flotar.

La entrada del agua residual al tanque se hace debajo a la superficie libre del agua y la salida por el fondo en el lado opuesto de la entrada. La limpieza debe hacerse cuando la trampa de grasas alcance de 75% de su capacidad de retención.

La trampa de grasas y aceites debe localizarse lo más cercana posible a la fuente productora. Si le prosiguen tratamientos como tanques sépticos o sedimentación primaria servirá para prevenir problemas de obstrucción, adherencia a piezas especiales, malos olores, acumulación de grasas en las unidades de tratamiento y de la misma manera si es dispuesta en el sistema de alcantarillado.

IMAGEN # 12 Sistema de trampa de aceite



Fuente: Sistema de Trampa de Aceite
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Parámetros de diseño. Este diseño se va caracterizar por el agua residual a tratar teniendo cuenta que la capacidad mínima de almacenamiento de grasa expresada en el caudal y 27 kilogramos de grasa debe ser de por lo menos una cuarta parte del caudal de diseño (caudal máximo horario) expresado en litros por minuto.

El tanque tendrá las siguientes características: 0.25 m² de área por cada litro por segundo con relación de ancho \ longitud de 1:4 hasta 1:18 con velocidad ascendente mínima de 4 mm/s. El diámetro de entrada debe ser de un mínimo de 50 mm y el de salida de por lo menos 100 m.m.

El extremo final del tubo de entrada debe estar sumergido por lo menos de 150 mm y el tubo de salida que haga la recolección debe localizarse por lo menos a 150 mm del fondo del tanque y con una sumergida de por lo menos 0.9 m.

CUADRO # 19 Volúmenes de agua

Tipo de fuente	Caudal (L/min)	Capacidad de retención de grasa (Kg)	Capacidad máxima recomendada (L)
Volumen de agua mayor de 115 litros	56	14	115
Volumen de agua mayor de 190 litros	92	23	240
Volumen de agua mayor de 190 y 378 litros	144	36	378

Fuente: Volúmenes de Agua

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

Dentro del medio socioeconómico el factor que se afectará es la salud laboral, ya que al estar directamente conectados con el agua, sufre de afecciones pulmonares y respiratorias que ocasionan daños y degeneración en la salud, y la seguridad. Se tendrá (gafas protectoras, guantes, mascarillas y auriculares) para no causar alguna enfermedad.

4.7.1 Análisis de la evaluación ambiental

Se aplicará el EIA estudio de Impacto Ambiental ya que es un proceso singular e innovador cuya operatividad y validez como instrumento para la protección y defensa del Medio Ambiental para verificar el cumplimiento de las políticas ambientales.

En la creación de una empresa de servicios integrales se registrará con este proceso para la búsqueda de alternativas y de creatividad para lograr alcanzar y reducir los impactos negativos hacia el medio ambiente que pueda ocasionar la empresa.

Se considera que la empresa no va ocasionar altos nivel de contaminación, son impactos bajos ya que se fundamentará y ejecutará de acuerdo a las normas ambientales.

La puesta en marcha de nuestra empresa tiene un impacto ambiental negativo y positivo si no se hacen las debidas correcciones:

- ❖ Realizar las debidas trampas para que el agua se vaya sin ninguna sustancia.
- ❖ Los aceites y grasas son comercializables.
- ❖ El consumo masivo del líquido vital también se convierte en un punto negativo si no se utilizan con máquinas a presión.

4.7.2. Análisis socio-económico del proyecto

- ❖ Fuente de empleo a nueve personas encargada en sus diferentes áreas.
- ❖ Incrementar los ingresos de la familia de los empleados.
- ❖ Reducirá el gasto mensual a los accionistas que se origina por el manteniendo de sus vehículos pesados.

CONCLUSIONES

- ❖ Con la elaboración de la creación de empresa de servicios integrales se ha comprobado la hipótesis, en razón que el proyecto es técnicamente factible y económicamente rentable.
- ❖ Los clientes encuestados buscan en una empresa el prestigio, la calidad de sus productos o servicios, precios que vayan acorde a su calidad y variedad del producto o servicio, en un entorno en el que se sientan bien atendidos y asesorados en la limpieza de sus vehículos, lo cual compromete a la empresa ofrecer un valor agregado al servicio que presta.
- ❖ Al realizar el estudio de mercado se determinó que la demanda es insatisfecha lo cual indica que la gran mayoría de los encuestados que viven en el cantón La Libertad, desean un servicio personalizado y exclusivo, exigiendo mayor calidad.
- ❖ Mediante la elaboración del estudio técnico se estableció que los servicios integrales “Península de Santa Elena” del cantón La Libertad, cuenta con tres trampas para los diferentes vehículos.
- ❖ La estructura administrativa estará conformada por un Administrador, un Contador, Auxiliar, 3 Operarios, Jefe de Producción como Supervisor, Jefe de Venta y un Vendedor, lo que nos garantizará que la empresa pueda desarrollar sus actividades sin ningún contratiempo.
- ❖ La utilidad que generará el proyecto es de \$26,165 en el primer año, además el VAN es de 156.6700, 40 que al ser positivo y superior a cero indica que el proyecto es factible.
- ❖ La tasa interna de retorno es del 39% comparado con el costo determina la rentabilidad que tendrá el inversionista si decide invertir en el proyecto.
- ❖ Con el cálculo del periodo de recuperación de la inversión se determinó que la inversión se recuperará en el décimo año.

RECOMENDACIONES

- ❖ Se recomienda poner en marcha el proyecto, en razón que es factible y rentable como lo determinan sus indicadores.
- ❖ Diversificar su publicidad y promoción de acuerdo a las necesidades del proyecto con el fin de aprovechar la demanda existente en el sector.
- ❖ Se recomienda establecer la empresa en la dirección antes mencionada en razón que los costos son menores y las vías de acceso son adecuadas para el funcionamiento del establecimiento, de acuerdo al estudio técnico
- ❖ Al obtener una utilidad favorable para los siguientes diez años valor neto positivo, se recomienda la ejecución del proyecto.
- ❖ Las instituciones deben realizarse un control minucioso sobre el buen uso de los materiales que se utilizara para brindar el servicio, debido a que de gran, parte de estos establecimientos no cuenta con una infraestructura.
- ❖ El estudio de mercado nos indica que el 30% de la población encuestada definitivamente le gustaría contar con un servicio de lavado y lubricación con las características presentadas en el proyecto
- ❖ Cumplir con los objetivos establecidos para alcanzar la rentabilidad y así superar las exigencias financieras.
- ❖ Mantener políticas organizacionales que satisfaga al cliente interno y al externo.
- ❖ Trabajar con productos conocidos por su marca y calidad para crear confianza y seguridad a los clientes.
- ❖ Realizar concursos para la calificación de proveedores, el proveedor que tenga la calificación más será el escogido, entre los parámetros de calificación que se tomaría en cuenta son los siguientes: calidad, precio, rapidez en la entrega, tiempo de entrega, tiempo en el mercado, prestigio entre las más importantes.

BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Alvarez. (2008). Método de Investigación. En Alvarez, Metodología de la Investigación. Bogota: Lemoine Edictor s.a.
- ❖ Alvarez, M. (2008). Metodología de la Investigación. México: Limusa s.a.
- ❖ Ambiental, L. d. (2010). Ámbito y Principio de la Ley. Ecuador.
- ❖ Augsburg. (2012). Sistema de lavado. En Augsburg, Sistema de lavado. Estados Unidos: Gmbh.
- ❖ Augsburg. (11 de 01 de 2012). google. Recuperado el 14 de 07 de 2013
- ❖ Banco Central del Ecuador. (2012). Inflación. Ecuador: B.C.E.
- ❖ Banco Central del Ecuador. (2012). Producto Interno Bruto. Ecuador: B.C.E.
- ❖ Código Orgánico de la Producción, C. e. (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión. Ecuador.
- ❖ Constitución de la República del Ecuador. (2008). De los Derechos a la Libertad. Ecuador.
- ❖ Constitución de la República del Ecuador. (2008). De los Principios Fundamentales. Ecuador.
- ❖ Descentralización, C. O. (2010). Código Orgánico de Organización Territorial y Descentralización. Ecuador.
- ❖ Ecuador, C. d. (2008). De los Derechos del Buen Vivir. Ecuador.
- ❖ Edgar Ortegón. (2008). Análisis Foda. En E. Ortegón, Manual de Propriedad y Decisión Estrategica (pág. 66). Santiago de Chile.
- ❖ Eyssautier de la Mora Maurice. (2009). Encuesta. En E. d. Maurice, Metodología de la Investigación de Desarrollo e Inteligencia. Bogota Colombia: quinta edición.
- ❖ Hernández. Fernández y Batista, D. (2010). Tipos de Investigación. En D. Hernández. Fernández y Batista, Método de la Investigación (pág. 47). España: Mc Graw Hill.
- ❖ INEC. (2010). Censo Económico. Ecuador.
- ❖ Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental. (2010). Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental. Ecuador.

- ❖ Michael Porter. (2008). Las cinco Fuerzas de Porter. En M. Porter, Las cinco Fuerzas de Porter. España: Adventure Works.
- ❖ Plan del Buen Vivir. (2010). Plan del Buen Vivir. Ecuador.
- ❖ Rafael, B. A. (2009). Investigación Exploratoria. En B. A. Rafael, Metodología de la Investigación. Madrid: La Muralla s.a 2da. Edición.
- ❖ Rebeca, L. (2008). Invaetigación de Campo. En L. Rebeca, Elaboración de Trabajo de Investigación. Venezuela: Alfa 1ra. Edición.
- ❖ Sabino. (2010). Creación de Empresa sobre los Servicios. En Sabino, Creación de Empresa sobre los Servicios (pág. España). Límites.
- ❖ Salud, L. O. (2010). Ley Orgánica de la Salud. Ecuador.
- ❖ Veciana José María. (2008). Creación de Empresa. En V. J. María, Creación de Empresa (pág. 9). España: Sin Límites.

ANEXOS

ANEXOS # 1 Instrumento de investigación

Instrumento dirigido a los propietarios de los establecimientos de servicio integrales, socio de la compañía de transporte de carga pesada “Península de Santa Elena” orientados a conocer el nivel de aceptación de los establecimientos de servicios integrales en el cantón La Libertad de la Provincia de Santa Elena.

El objetivo: Levantar información técnica que facilite el proceso de la creación por medio de la ficha técnica para determinar el nivel de aceptación en la Provincia de Santa Elena.

INSTRUCTIVO: Para contestar este instrumento sírvase marcar con una **X** el número que corresponda a la alternativa que crea conveniente tomando en cuenta los siguientes parámetros.

- 5 Siempre**
- 4 Casi siempre**
- 3 A veces**
- 2 Casi nunca**
- 1 Nunca**

Seleccione una sola alternativa. No olvide que de sus respuestas depende el éxito de nuestro estudio.

I. Información General

1. Condición del informante

Sexo: Hombre Mujer

Socios

II. Información Específica

ÁREAS E INDICADORES	1	2	3	4	5
1. ¿Con que frecuencia a visitado algún establecimiento que preste servicios integrales (lavadora y lubricadora)?					
2. ¿Usted al momento de adquirir un servicio integral (lavador y lubricador) toma en cuenta el espacio y el equipamiento?					

3. ¿Considera usted que es necesario el precio del servicio antes de adquirirlo?					
4. ¿Al adquirir los servicios integrales (lavadora y lubricadora) usted se fija en el personal tanto como el servicio?					
5. ¿Cree usted que la empresa de servicios integrales determine un tiempo específico por cada servicio?					
6. ¿La ubicación de la empresa influye en el desarrollo de la misma?					
7. ¿Al momento de adquirir el servicio considera importante el tipo del producto?					
8. ¿Usted toma en cuenta el servicio rápido y la puntualidad del servicio?					
9. ¿La aceptación al cliente es importante para las personas que adquieren los servicios integrales?					
10. ¿Los servicios integrales (lavadora y lubricadora) tiene buena aceptación de las personas que tienen transporte					
11. ¿Cree usted que brindar otros servicios adicionales (alineación de vehículos) tendrá la misma aceptación?					
12. ¿Considera usted que el prestigio de una empresa de servicio integral se debe a la calidad del servicio?					
13 ¿Cree usted que la creación de servicios integrales aporte al desarrollo de la comunidad?					
14 ¿La gran demanda de transporte que existe en el cantón La Libertad aporta para la creación de una empresa de servicios integrales?					

Fuente: Instrumento de Investigación

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

ANEXOS # 2 Instrumento de investigación #2

Instrumento dirigido a los propietarios de los vehículos pesados, semipesados y livianos.

El objetivo: obtener información fidedigna sobre los servicios integrales.

Instructivo: para contestar este instrumento sírvase marcar con una x el casillero que corresponda a la alternativa que se crea conveniente considerando los requerimientos siguientes; Seleccione una alternativa. No olvide que de sus repuestas depende del éxito de estudio.

1.- ¿Qué edad tiene?

15-25 años

26-50 años

51 años y más.

2.- ¿Cuál es su género?

Masculino

Femenino

3.- ¿Cuál es su nivel de instrucción formal?

Estudios primario

Estudios secundarios

Bachiller técnico

Autoformación

Profesional universitaria

4.- ¿Qué tipo de vehículo posees?

Vehículo pesados

Vehículo semipesados

Vehículo livianos

5.- ¿De las lavadoras y lubricadora cuál usted conoce?

Acuarios

Adelita

Alarcón

Auto car

Boli
Car wash
Chalen
Costa Azul
Elvia
Faby
Geovanny
Grasita
Multifreno
Oyola
Rocafuerte
Toro
Valdivia
Yépez

6.- ¿Cada cuánto lava su vehículo?

Cada dos meses
Cada mes
Cada quince días
Cada semana
Cada tres días
Otros	

7. ¿Qué producto utiliza para la lubricación de sus vehículos?

Móvil
Repsol
G.P
Terpel
Havoline
Chevron
U. B.X
Amaline

Shell
Penzoil
Castrol
Golden bear
Gulf

8.- ¿Cuánto está dispuesto pagar por el servicio?

\$8-12
\$13 a 17
\$18-22
\$23-27
\$28 a más

9.- ¿Cuáles de los siguientes factores toma en cuenta para elegir una lavadora y lubricadora?

Calidad del servicio
Atención del servicio
Puntualidad del servicio
Precios
Ubicación geográfica

9.- ¿Cuáles de estos servicios integrales utiliza más?

Lavado
Encerado
Cambio de aceite
Lubricación
Aspirado
Pulverización

10.- ¿Si existiera una empresa de servicios integrales cada cuánto la visitaría?

Siempre
Casi siempre
A menudo
Casi nunca
Nunca

11.- ¿La gran demanda que existe en el cantón La Libertad aporta para la creación de una empresa de servicios integrales?

Siempre

Casi siempre

A menudo

Casi nunca

Nunca

ANEXOS # 3 Plan de acción

PLAN DE ACCIÓN				
Problema Principal: Posibilidad del mejoramiento de los servicios integrales				
Fin del Proyecto: Posicionarse en el mercado como una empresa de servicios integrales de calidad reconocida a nivel cantonal mediante el desarrollo de estrategias		Indicadores: Base de datos de las lavadoras y lubricadoras existente en el cantón La Libertad		
Propósito del Proyecto: Posicionarse en el mercado como una empresa de servicios integrales		Indicadores: Números de clientes que prefieren los servicios integrales		
PROGRAMAS	OBJETIVOS	PROYECTOS	ACTIVIDADES	
G E S T I Ó N A D M I N I S T R A T I V A	Aumentar la participación en el mercado empleado servicios para fidelizar a los clientes	Analizar la demanda este análisis es conocer la demanda que existe en el cantón	Considerar las actividades por el orden de prioridad detallado la actividad a realizar	
		Segmentación de la demanda se trata de dirigir y a la empresa está dirigida a los transporte de carga pesada, semipesado, y liviana	Conocer los tipos de vehículos	
		Identificación de los clientes se toma en cuenta la investigación de mercado	Instrumento llamado encuesta	
	Garantizar un servicio de calidad en el proceso de lavado y lubricado		Identificación de los clientes metas	Encuesta se pudo clasificar estos puntos
			Proyección de la demanda se pudo conocer la cantidad exacta de los vehículos	Determinar el número de vehículos
	Desarrollar estrategias de publicidad, promociones, costo y beneficios de acuerdo a la demanda y a la oferta		Analizar la oferta con este conocer la demanda tales como las lavadoras y lubricadoras	Número de lavadoras y lubricadoras es decir competencia
			Demanda insatisfecha con la demanda se analizó los problemas que existe en los servicios integrales	Determinación de los problemas
			Marketing mix se destacara por los servicios de lavado completo, lavado express y lubricación	Aplicación de promociones, publicidad

Fuente: Plan de Acción

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

ANEXOS # 4 Plan de acción #2

PLAN DE ACCIÓN			
Problema Principal: Posibilidad del mejoramiento de los servicios integrales			
Fin del Proyecto: Posicionarse en el mercado como una empresa de servicios integrales de calidad reconocida a nivel cantonal mediante el desarrollo de estrategias		Indicadores: Base de datos de las lavadoras y lubricadoras existente en el cantón La Libertad	
Propósito del Proyecto: Posicionarse en el mercado como una empresa de servicios integrales		Indicadores: Números de clientes que prefieren los servicios integrales	
PROGRAMAS	OBJETIVOS	PROYECTOS	ACTIVIDADES
G E S T I Ó N F I N A N C I E R A	Máxima la participación en el mercado empleado servicios para fidelizar a los clientes	La empresa contará con una inversión de \$73.796,80 con un activos fijos de \$63.796,80 y un capital de trabajo \$10,000	Estudio financiero
		Activos fijos: Maquinarias, equipos de oficina, muebles de oficina, equipos de computación	Adquisición de los activos fijos
		Contará con un financiamiento de \$ 82,000	Financiamiento del proyecto
	Garantizar un servicio de calidad en el proceso de lavado y lubricado	Las ventas se han considerado la demanda del 7% de la tasa de los servicios	Proyección de ventas
		Para los costos operativos con un monto \$519,42	Número de empleados
	Desarrollar estrategias de publicidad, promociones, costo y beneficios de acuerdo a la demanda y a la oferta	Estado de resultado se define las utilidades que la empresa va a obtener en el primer año	Utilidades, recuperación de proyecto
		Flujo de efectivo los ingresos de venta con una participación 12,15%	Aplicación de la caja de efectivo
		TIR de 39% dando a saber que el proyecto es rentable y aceptable	Determinación de VAN Y TIR

Fuente: Plan de Acción

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales.

ANEXOS # 5 Activos fijos

DEPARTAMENTO	GRUPOS	ADQUISIÓN	DESCRIPCIÓN	CTO.ORIGINA	DEP.MENSUA L	MESES DE VIDA	DEP.ACUMU	VALOR EN LIBROS
Financiero	Equipos de computación	02/ene/2013	Computadora de Escritorio	\$ 695,00	\$ 19,31	11	\$ 216,87	\$ 478,13
Producción	Equipos de computación	02/ene/2013	Computadora de Escritorio	\$ 695,00	\$ 19,31	11	\$ 216,87	\$ 478,13
Ventas	Equipos de computación	02/ene/2013	Computadora de Escritorio	\$ 695,00	\$ 19,31	11	\$ 216,87	\$ 478,13
Administración	Equipos de computación	02/ene/2013	Computadora de Escritorio	\$ 695,00	\$ 19,31	11	\$ 216,87	\$ 478,13
Administración	Equipos de computación	02/ene/2013	Impresora Hewlett Packard 3050	\$ 82,00	\$ 2,28	11	\$ 25,59	\$ 56,41
Ventas	Equipos de computación	02/ene/2013	Impresora Hewlett Packard 3050	\$ 82,00	\$ 2,28	11	\$ 25,59	\$ 56,41
	Total Equipos de computación			\$ 2,944,00			\$ 0,00	\$ 2,944,00
Financiero	Equipos de oficina	02/ene/2013	Archivador	\$ 100,00	\$ 1,67	16	\$ 27,22	\$ 72,78
Producción	Equipos de oficina	02/ene/2013	Archivador	\$ 100,00	\$ 1,67	16	\$ 27,22	\$ 72,78
Ventas	Equipos de oficina	02/ene/2013	Archivador	\$ 100,00	\$ 1,67	16	\$ 27,22	\$ 72,78
Administración	Equipos de oficina	02/ene/2013	Archivador	\$ 100,00	\$ 1,67	16	\$ 27,22	\$ 72,78
Administración	Equipos de oficina	02/ene/2013	Archivador	\$ 100,00	\$ 1,67	16	\$ 27,22	\$ 72,78
Producción	Equipos de oficina	02/ene/2013	Extintor	\$ 65,00	\$ 1,08	16	\$ 17,48	\$ 47,52
Financiero	Equipos de oficina	02/ene/2013	Dispensador de agua	\$ 70,00	\$ 1,17	16	\$ 18,32	\$ 51,68
Producción	Equipos de oficina	02/ene/2013	Dispensador de agua	\$ 70,00	\$ 1,17	16	\$ 18,32	\$ 51,68
Ventas	Equipos de oficina	02/ene/2013	Dispensador de agua	\$ 70,00	\$ 1,17	16	\$ 18,32	\$ 51,68
Administración	Equipos de oficina	02/ene/2013	Dispensador de agua	\$ 70,00	\$ 1,17	16	\$ 18,32	\$ 51,68
Producción	Equipos de oficina	02/ene/2013	Cesto de basura	\$ 10,00	\$ 0,17	16	\$ 2,62	\$ 7,38
Producción	Equipos de oficina	02/ene/2013	Cesto de basura	\$ 10,00	\$ 0,17	16	\$ 2,62	\$ 7,38
Ventas	Equipos de oficina	02/ene/2013	Cesto de basura	\$ 10,00	\$ 0,17	16	\$ 2,62	\$ 7,38
Financiero	Equipos de oficina	02/ene/2013	Cesto de basura	\$ 10,00	\$ 0,17	16	\$ 2,62	\$ 7,38
Administración	Equipos de oficina	02/ene/2013	Cesto de basura	\$ 10,00	\$ 0,17	16	\$ 2,62	\$ 7,38
Producción (Bodega)	Equipos de oficina	02/ene/2013	Estaterías Metálicas Regulables Bode	\$ 100,00	\$ 1,67	16	\$ 26,00	\$ 74,00
Ventas	Equipos de oficina	02/ene/2013	Caja registradora	\$ 350,00	\$ 5,83	15	\$ 89,83	\$ 260,17
Administración	Equipos de oficina	02/ene/2013	Telefono ejecutivo KIT X 2	\$ 175,00	\$ 2,92	15	\$ 44,92	\$ 130,08
Financiero	Equipos de oficina	02/ene/2013	Telefono ejecutivo KIT X 2	\$ 175,00	\$ 2,92	15	\$ 44,92	\$ 130,08
	Total Equipos de oficina			\$ 1,695,00				
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Engrasadoras Neumáticas	\$ 1.675,38	\$ 13,96	21	\$ 292,26	\$ 1.383,12
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Engrasadoras Neumáticas	\$ 1.675,38	\$ 13,96	21	\$ 292,26	\$ 1.383,12
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Aceiteras neumáticas y manuales	\$ 1.187,55	\$ 9,90	21	\$ 205,84	\$ 981,71
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Aceiteras neumáticas y manuales	\$ 1.187,55	\$ 9,90	21	\$ 205,84	\$ 981,71
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Accesorios de Lubricación	\$ 1.350,50	\$ 11,25	21	\$ 234,09	\$ 1.116,41
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Compresores	\$ 3.177,97	\$ 26,48	21	\$ 550,85	\$ 2.627,12
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Compresores	\$ 3.177,97	\$ 26,48	21	\$ 546,43	\$ 2.631,54
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Elevadores de autos	\$ 4.388,18	\$ 36,57	20	\$ 735,02	\$ 3.653,16
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Elevadores de autos	\$ 4.388,18	\$ 36,57	20	\$ 735,02	\$ 3.653,16
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Alineadoras	\$ 3.572,00	\$ 29,77	20	\$ 596,33	\$ 2.975,67
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Alineadoras	\$ 3.572,00	\$ 29,77	20	\$ 596,33	\$ 2.975,67
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Hidrolavadoras	\$ 1.350,00	\$ 11,25	20	\$ 225,38	\$ 1.124,63
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Hidrolavadoras	\$ 1.350,00	\$ 11,25	20	\$ 225,38	\$ 1.124,63
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Hidrolavadoras	\$ 1.350,00	\$ 11,25	20	\$ 225,38	\$ 1.124,63
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Caja de Herramientas	\$ 1.456,00	\$ 12,13	20	\$ 237,81	\$ 1.218,19
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Filtro regulador lubricado de aire aro	\$ 555,62	\$ 4,63	20	\$ 90,75	\$ 464,87
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Filtro regulador lubricado de aire aro	\$ 555,62	\$ 4,63	20	\$ 90,75	\$ 464,87
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	bomba para cisterna	\$ 2.246,37	\$ 18,72	19	\$ 360,67	\$ 1.885,70
	Total MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS			\$ 38,216,27				
Administración	Muebles De Oficina	02/ene/2013	Escritorios	\$ 190,51	\$ 3,18	18	\$ 57,15	\$ 133,36
Ventas	Muebles De Oficina	02/ene/2013	Escritorios	\$ 190,51	\$ 3,18	18	\$ 57,15	\$ 133,36
Financiero	Muebles De Oficina	02/ene/2013	Escritorios	\$ 190,51	\$ 3,18	18	\$ 57,15	\$ 133,36
Administración	Muebles De Oficina	02/ene/2013	Juego de sillas x 6	\$ 110,00	\$ 1,83	17	\$ 32,02	\$ 77,98
Producción	Muebles De Oficina	02/ene/2013	Juego de sillas x 6	\$ 110,00	\$ 1,83	17	\$ 32,02	\$ 77,98
Financiero	Muebles De Oficina	02/ene/2013	Silla ejecutiva	\$ 75,00	\$ 1,25	17	\$ 21,54	\$ 53,46
Administración	Muebles De Oficina	02/ene/2013	Silla ejecutiva	\$ 75,00	\$ 1,25	17	\$ 21,54	\$ 53,46
	Total Muebles De Oficina			\$ 941,53				
	Total			\$ 43,796,80				
	Infraestructura	02/ene/2013	terreno	\$ 20,000,00				
	TOTAL GENERAL			\$ 63,796,80				\$ 0,00

Fuente Activo Fijos
Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

ANEXOS # 8 Precios unitarios por servicios

PRECIO UNITARIOS LAVADO COMPLETO					
Productos	U.	COSTO	VEH.PESADOS	VEH.SEMIPESADOS	VEH.LIVIANOS
Agua		0,50	0,50	0,5	0,5
Shampoo	onzas	0,07	0,07	0,07	0,07
Detergentes	onzas	0,08	0,08	0,08	0,08
Brillos	onzas	0,04	0,04	0,06	0,04
Aromatizantes	onzas	0,07	0,07	0,06	0,07
TOTAL			0,76	0,77	0,76

PRECIO UNITARIOS LAVADO EXPRES					
Productos	U.	COSTO	VEH.PESADOS	VEH.SEMIPESADOS	VEH.LIVIANOS
Agua		0,5	0,50	0,36	0,1
Shampoo	onzas	0,08	0,07	0,08	0,05
TOTAL			0,57	0,44	0,15

PRECIO UNITARIOS LUBRICACIÓN					
Productos	U.	COSTO	VEH.PESADOS	VEH.SEMIPESADOS	VEH.LIVIANOS
LUBRICANTES		0,5	6,12	10,24	9,24

Fuente: Precios unitarios por servicios

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

ANEXOS # 9 Costo de ventas en dólares

LAVADO COMPLETO PESADOS				
PRODUCTOS	U.	UNIDAD	PREC.UN	TOTAL
AGUA		32	0,5	16
SHAMPOO	ONZAS	2	0,07	0,14
DETERGENTE	ONZAS	3	0,08	0,24
BRILLO	ONZAS	2	0,04	0,08
AROMATIZANTE	ONZAS	1	0,07	0,07
TOTAL		40	0,76	16,53
LAVADO COMPLETO SEMIPESADOS				
PRODUCTOS	U.	UNIDAD	PREC.UN	TOTAL
AGUA		21	0,5	10,5
SHAMPOO	ONZAS	2	0,07	0,14
DETERGENTE	ONZAS	2	0,08	0,16
BRILLO	ONZAS	2	0,06	0,12
AROMATIZANTE	ONZAS	2	0,06	0,12
TOTAL		29		11,04
LAVADO COMPLETO LIVIANOS				
PRODUCTOS	U.	UNIDAD	PREC.UN	TOTAL
AGUA	M3	3	0,5	1,5
SHAMPOO	ONZAS	1	0,07	0,07
DETERGENTE	ONZAS	1	0,08	0,08
BRILLO	ONZAS	0	0,04	0
AROMATIZANTE	ONZAS	0	0,07	0
TOTAL		5		1,65
LAVADO EXPRESS PESADOS				
PRODUCTO	U.	UNIDAD	PREC.UN	TOTAL
AGUA	M3	16	0,5	8
SHAMPOO	ONZAS	3	0,08	0,24
TOTAL		19		8,24
LAVADO EXPRESS SEMIPESADOS				
PRODUCTO	U.	UNIDAD	PREC.UN	TOTAL
AGUA	M3	12	0,36	4,32
SHAMPOO	ONZAS	1	0,08	0,08
TOTAL		13		4,4
LAVADO EXPRESS LIVIANOS				
PRODUCTO	U.	UNIDAD	PREC.UN	TOTAL
AGUA	M3	5	0,1	0,5
SHAMPOO	ONZAS	1	0,05	0,05
TOTAL		6		0,55
LIBICACIÓN PESADOS				
PRODUCTO	U.	UNIDAD	PREC.UN	TOTAL
LUBRICANTE	LITRO	2	6,12	12,24
TOTAL				12,24
LUBRICACIÓN SEMIPESADOS				
PRODUCTO	U.	UNIDAD	PREC.UN	TOTAL
LUBRICANTE	LITRO	1	10,24	10,24
TOTAL				10,24
LUBRICACIÓN LIVIANOS				
PRODUCTO	U.	UNIDAD	PREC.UN	TOTAL
LUBRICANTE	LITRO	1	9,24	9,24
TOTAL				9,24

Fuente: Costo de ventas en dólares
 Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

ANEXOS # 10 CIF

Suministros y materiales	90,00	
Energía Eléctrica	86,00	
Agua potable	50,00	
Mantenimiento y reparación	40,00	
Transporte	30,00	
UTILES DE OFICINA	25,00	
	321,00	3852,00

Fuente: Costo indirecto de Fabricación

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

ANEXOS # 11 Costo de mano de obra

Sueldo y Salario		
20317,6	22975,22	0,884326562

Fuente: Costo de Mano de Obra

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

ANEXOS # 12 Costo de venta por servicios

MP	16,53	MP	11,04
MO	0,88	MO	0,88
CIF	1,88	CIF	1,88
CTO.LAV.COP.PESADO	19,3	CTO,VTA COMP SEM	13,80

MP	1,65	MP	8,24
MO	0,88	MO	0,88
CIF	1,88	CIF	1,88
CTO,VTA.LAV.COM.LIV	4,41	CTO,EXPRESS PES	11,00

MP	4,40	MP	0,55
MO	0,88	MO	0,88
CIF	1,88	CIF	1,88
CTO.LAV.EXPR.SEM	7,16	LAV.EXPRESS.LIV	3,31

MP	12,24	MP	10,24
		MO	0,88
MO	0,88	CIF	1,88
CIF	1,88	LUB.SEMIP	13,00
CTO.LUB.PES	15,00		

Fuente: Costo de venta por servicios

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

ANEXOS # 13 Sueldos y salarios de mano de obra

CARGO	CÓDIGO 1	NÓNIMA DE PAGO					PROVISIÓN DE BENEFICIOS SOCIALES							
		SUELDO	HORAS EXTRAS	TOTAL INGRESOS anual	APORTE (IESS) INDIVIDUAL	TOTAL A PAGAR	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE (IESS) PATRONAL	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Jefe Producción	OPERATIVO	600,00		800,00	56,10	743,90	50,00	24,33	33,33	66,67	72,90	247,23	1.047,23	12.566,80
Bodeguero	ADMINISTRATIVO	300,00		300,00	28,05	271,95	25,00	24,33	12,50	25,00	36,45	123,28	423,28	5.079,40
		900,00	0,00	1.100,00	84,15	1.015,85	75,00	48,67	45,83	91,67	109,35	370,52	1.470,52	17.646,20
Supervisor de venta	VENTAS	500,00		500,00	46,75	453,25	41,67	24,33	20,83	41,67	60,75	189,25	689,25	8.271,00
Asistente Contable	ADMINISTRATIVO	400,00		400,00	37,40	362,60	33,33	24,33	16,67	33,33	48,60	156,27	556,27	6.675,20
Contador	ADMINISTRATIVO	800,00		800,00	74,80	725,20	66,67	24,33	33,33	66,67	97,20	288,20	1.088,20	13.058,40
administrador	ADMINISTRATIVO	600,00		600,00	56,10	543,90	50,00	24,33	25,00	50,00	72,90	222,23	822,23	9.866,80
		2.300,00	0,00	2.300,00	215,05	2.084,95	191,67	97,33	95,83	191,67	279,45	855,95	3.155,95	37.871,40
Operario 1	OPERATIVO	300,00		300,00	28,05	271,95	25,00	24,33	12,50	25,00	36,45	123,28	423,28	5.079,40
Operario 2	OPERATIVO	300,00		300,00	28,05	271,95	25,00	24,33	12,50	25,00	36,45	123,28	423,28	5.079,40
Operario 3	OPERATIVO	300,00		300,00	28,05	271,95	25,00	24,33	12,50	25,00	36,45	123,28	423,28	5.079,40
Operario 4	OPERATIVO	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Operario 5	OPERATIVO	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Vendedores 1	VENTAS	300,00		300,00	28,05	271,95	25,00	24,33	12,50	25,00	36,45	123,28	423,28	5.079,40
		300,00	0,00	300,00	28,05	271,95	25,00	24,33	12,50	25,00	36,45	123,28	423,28	20.317,60
		3.500,00	0,00	3.700,00	327,25	3.372,75	291,67	170,33	154,17	308,33	425,25	1.349,75	5.049,75	75.835,20

Fuente: Sueldos y Salarios

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

ANEXOS # 14 Depreciación

DEPARTAMENTO	GRUPOS	ADQUISICIÓN	DESCRIPCIÓN	CTO.ORIGINA	DEP.MENSUA L
Financiero	Equipos de computación	02/ene/2013	Computadora de Escritorio	\$ 695,00	\$ 19,31
Producción	Equipos de computación	02/ene/2013	Computadora de Escritorio	\$ 695,00	\$ 19,31
Ventas	Equipos de computación	02/ene/2013	Computadora de Escritorio	\$ 695,00	\$ 19,31
Administración	Equipos de computación	02/ene/2013	Computadora de Escritorio	\$ 695,00	\$ 19,31
Administración	Equipos de computación	02/ene/2013	Impresora Hewlett Packard 3050	\$ 82,00	\$ 2,28
Ventas	Equipos de computación	02/ene/2013	Impresora Hewlett Packard 3050	\$ 82,00	\$ 2,28
	Total Equipos de computación			\$ 2.944,00	
Financiero	Equipos de oficina	02/ene/2013	Archivador	\$ 100,00	\$ 1,67
Producción	Equipos de oficina	02/ene/2013	Archivador	\$ 100,00	\$ 1,67
Ventas	Equipos de oficina	02/ene/2013	Archivador	\$ 100,00	\$ 1,67
Administración	Equipos de oficina	02/ene/2013	Archivador	\$ 100,00	\$ 1,67
Administración	Equipos de oficina	02/ene/2013	Archivador	\$ 100,00	\$ 1,67
Producción	Equipos de oficina	02/ene/2013	Extintor	\$ 65,00	\$ 1,08
Financiero	Equipos de oficina	02/ene/2013	Dispensador de agua	\$ 70,00	\$ 1,17
Producción	Equipos de oficina	02/ene/2013	Dispensador de agua	\$ 70,00	\$ 1,17
Ventas	Equipos de oficina	02/ene/2013	Dispensador de agua	\$ 70,00	\$ 1,17
Administración	Equipos de oficina	02/ene/2013	Dispensador de agua	\$ 70,00	\$ 1,17
Producción	Equipos de oficina	02/ene/2013	Cesto de basura	\$ 10,00	\$ 0,17
Producción	Equipos de oficina	02/ene/2013	Cesto de basura	\$ 10,00	\$ 0,17
Ventas	Equipos de oficina	02/ene/2013	Cesto de basura	\$ 10,00	\$ 0,17
Financiero	Equipos de oficina	02/ene/2013	Cesto de basura	\$ 10,00	\$ 0,17
Administración	Equipos de oficina	02/ene/2013	Cesto de basura	\$ 10,00	\$ 0,17
Producción (Bodega)	Equipos de oficina	02/ene/2013	Esteratijas Metálicas Regulables Bode	\$ 100,00	\$ 1,67
Ventas	Equipos de oficina	02/ene/2013	Caja registradora	\$ 350,00	\$ 5,83
Administración	Equipos de oficina	02/ene/2013	Telefono ejecutivo KIT X 2	\$ 175,00	\$ 2,92
Financiero	Equipos de oficina	02/ene/2013	Telefono ejecutivo KIT X 2	\$ 175,00	\$ 2,92
	Total Equipos de oficina			\$ 1.695,00	
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Engrasadoras Neumáticas	\$ 1.675,38	\$ 13,96
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Engrasadoras Neumáticas	\$ 1.675,38	\$ 13,96
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Aceiteras neumáticas y manuales	\$ 1.187,55	\$ 9,90
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Aceiteras neumáticas y manuales	\$ 1.187,55	\$ 9,90
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Accesorios de Lubricación	\$ 1.350,50	\$ 11,25
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Compresores	\$ 3.177,97	\$ 26,48
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Compresores	\$ 3.177,97	\$ 26,48
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Elevadores de autos	\$ 4.388,18	\$ 36,57
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Elevadores de autos	\$ 4.388,18	\$ 36,57
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Alineadoras	\$ 3.572,00	\$ 29,77
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Alineadoras	\$ 3.572,00	\$ 29,77
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Hidrolavadoras	\$ 1.350,00	\$ 11,25
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Hidrolavadoras	\$ 1.350,00	\$ 11,25
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Hidrolavadoras	\$ 1.350,00	\$ 11,25
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Caja de Herramientas	\$ 1.456,00	\$ 12,13
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Filtro regulador lubricado de aire aro	\$ 555,62	\$ 4,63
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	Filtro regulador lubricado de aire aro	\$ 555,62	\$ 4,63
Producción	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	02/ene/2013	bomba para cisterna	\$ 2.246,37	\$ 18,72
	Total MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS			\$ 38.216,27	
Administración	Muebles De Oficina	02/ene/2013	Escritorios	\$ 190,51	\$ 3,18
Ventas	Muebles De Oficina	02/ene/2013	Escritorios	\$ 190,51	\$ 3,18
Financiero	Muebles De Oficina	02/ene/2013	Escritorios	\$ 190,51	\$ 3,18
Administración	Muebles De Oficina	02/ene/2013	Juego de sillas x 6	\$ 110,00	\$ 1,83
Producción	Muebles De Oficina	02/ene/2013	Juego de sillas x 6	\$ 110,00	\$ 1,83
Financiero	Muebles De Oficina	02/ene/2013	Silla ejecutiva	\$ 75,00	\$ 1,25
Administración	Muebles De Oficina	02/ene/2013	Silla ejecutiva	\$ 75,00	\$ 1,25
	Total Muebles De Oficina			\$ 941,53	
	Total			\$ 43.796,80	
	Infraestructura	02/ene/2013	terreno	\$ 20.000,00	
	TOTAL GENERAL			\$ 63.796,80	

Fuente: Depreciación

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

ANEXOS # 15 Estado de resultados proyectados en dólares.

DEMANDA LAVADO COMPLETO LIVIANOS	2.257	2.370	2.488	2.613	2.743	2.881	3.025	3.176	3.335	3.501	3.676	3.860	4.053	4.256	4.469
DEMANDA LAVADO COMPLETO PESADOS	314	330	346	364	382	401	421	442	464	487	511	537	564	592	622
DEMANDA LAVADO COMPLETO SEMIPESADOS	1.119	1.175	1.233	1.295	1.360	1.428	1.499	1.574	1.653	1.735	1.822	1.913	2.009	2.109	2.215
DEMANDA LAVADO EXPRES LIVIANOS	12.659	13.292	13.956	14.654	15.387	16.156	16.964	17.812	18.703	19.638	20.620	21.651	22.733	23.870	25.063
DEMANDA LAVADO EXPRES PESADOS	1.701	1.786	1.875	1.969	2.067	2.171	2.279	2.393	2.513	2.639	2.771	2.909	3.055	3.207	3.368
DEMANDA LAVADO EXPRES SEMIPESADOS	3.140	3.297	3.462	3.635	3.817	4.008	4.208	4.418	4.639	4.871	5.115	5.371	5.639	5.921	6.217
DEMANDA LUBRICACIÓN LIVIANOS	1.276	1.339	1.406	1.477	1.551	1.628	1.710	1.795	1.885	1.979	2.078	2.182	2.291	2.405	2.526
DEMANDA LUBRICACIÓN PESADOS	157	165	173	182	191	200	210	221	232	244	256	269	282	296	311
DEMANDA LUBRICACIÓN SEMIPESADOS	353	371	389	409	429	451	473	497	522	548	575	604	634	666	699
ESTADO DE RESULTADO															
PRECIO LAVADO COMPLETO LIVIANOS	18.056	19.906	21.947	24.196	26.676	29.411	32.425	35.749	39.413	43.453	47.907	52.818	58.231	64.200	70.781
PRECIO LAVADO COMPLETO PESADOS	10.990	12.117	13.359	14.728	16.238	17.902	19.737	21.760	23.991	26.450	29.161	32.150	35.445	39.078	43.084
PRECIO LAVADO COMPLETO SEMIPESADOS	27.967	30.833	33.994	37.478	41.320	45.555	50.224	55.372	61.048	67.305	74.204	81.810	90.195	99.440	109.633
PRECIO LAVADO EXPRESS LIVIANOS	75.952	83.737	92.320	101.783	112.215	123.717	136.398	150.379	165.793	182.787	201.522	222.178	244.952	270.059	297.740
PRECIO LAVADO EXPRESS PESADOS	34.019	35.720	37.506	39.381	41.350	43.418	45.589	47.868	50.262	52.775	55.413	58.184	61.093	64.148	67.355
PRECIO LAVADO EXPRESS SEMIPESADOS	40.823	42.864	45.007	47.257	49.620	52.101	54.706	57.441	60.314	63.329	66.496	69.820	73.311	76.977	80.826
PRECIO LUBRIC. LIVIANOS	15.308	16.074	16.877	17.721	18.607	19.538	20.515	21.540	22.617	23.748	24.936	26.183	27.492	28.866	30.310
PRECIO LUBRIC. PESADOS	2.356	2.473	2.596	2.726	2.863	3.006	3.156	3.314	3.480	3.654	3.836	4.028	4.229	4.441	4.663
PRECIO LUBRIC. SEMIPESADOS	4.592	4.822	5.063	5.316	5.582	5.861	6.155	6.462	6.786	7.125	7.481	7.855	8.248	8.660	9.093
TOTAL DE INGRESOS NETOS	230.063	248.546	268.669	290.588	314.472	340.509	368.905	399.887	433.702	470.625	510.957	555.026	603.198	655.871	713.485
IVA	27.608	29.825	32.240	34.871	37.737	40.861	44.269	47.986	52.044	56.475	61.315	66.603	72.384	78.705	85.618
INGRESOS BRUTOS	257.670	278.371	300.909	325.458	352.208	381.370	413.174	447.873	485.747	527.101	572.271	621.629	675.581	734.575	799.104
COSTOS DE VENTAS															
COSTO LAVADO COMPLETO LIVIANOS	9.931	10.991	12.165	13.465	14.903	16.494	18.256	20.206	22.364	24.752	27.396	30.322	33.561	37.145	41.112
COSTOS LAVADO COMPLETO PESADOS	6.060	6.708	7.424	8.217	9.095	10.066	11.141	12.331	13.648	15.106	16.719	18.505	20.481	22.669	25.090
COSTOS LAVADO COMPLETO SEMIPESADOS	15.438	17.086	18.911	20.931	23.167	25.641	28.380	31.411	34.766	38.479	42.588	47.137	52.172	57.744	63.911
COSTOS LAVADO EXPRES LIVIANOS	41.773	46.235	51.173	56.639	62.688	69.383	76.794	84.996	94.074	104.121	115.242	127.551	141.174	156.252	172.940
COSTOS LAVADO EXPRES PESADOS	18.710	20.708	22.920	25.368	28.077	31.076	34.395	38.069	42.135	46.635	51.616	57.129	63.230	69.984	77.458
COSTOS LAVADO EXPRES SEMIPESADOS	22.452	24.850	27.504	30.441	33.693	37.291	41.274	45.683	50.562	55.962	61.939	68.554	75.876	83.980	92.950
COSTOS LUBRIC. LIVIANOS	8.419	9.319	10.314	11.416	12.635	13.984	15.478	17.131	18.961	20.986	23.227	25.708	28.454	31.493	34.856
COSTOS LUBRIC. PESADOS	1.295	1.434	1.587	1.756	1.944	2.151	2.381	2.636	2.917	3.229	3.573	3.955	4.377	4.845	5.362
COSTOS LUBRIC. SEMIPESADOS	2.526	2.796	3.094	3.425	3.790	4.195	4.643	5.139	5.688	6.296	6.968	7.712	8.536	9.448	10.457
DEPRECIACIÓN MAQUINARIAS	3.439	3.439	3.439	3.439	3.439	3.439	3.439	3.439	3.439	3.439	3.439	6.879	6.879	6.879	6.879
DEPRECIACIÓN INFRAESTRUTURA	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720
TOTAL COSTO DE VENTAS	130.764	144.286	159.252	175.817	194.151	214.443	236.902	261.760	289.273	319.725	356.868	394.172	435.460	481.157	531.736
UTILIDAD BRUTA	99.299	104.260	109.417	114.771	120.321	126.066	132.003	138.127	144.429	150.901	158.089	166.854	177.338	187.714	197.750
	126.604	140.126	155.093	171.657	189.991	210.283	232.743	257.601	285.114	315.565	349.269	386.573	427.861	473.558	524.137
	55%	56%	58%	59%	60%	62%	63%	64%	66%	67%	68%	70%	71%	72%	73%
COSTO OPERATIVOS															
GASTOS ADMINISTRATIVOS	27.805	29.309	30.895	32.566	34.328	36.185	38.143	40.206	42.382	44.674	47.091	49.639	52.324	55.155	58.139
GASTO DE VENTAS	13.570	14.305	15.078	15.894	16.754	17.660	18.616	19.623	20.685	21.804	22.983	24.227	25.537	26.919	28.375
INTERESES	9.209	8.664	8.058	7.384	6.635	5.801	4.874	3.843	2.695	1.419	0	0	0	0	0
DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	883	883	883	1.766	1.766	1.766	2.650	2.650	2.650	3.533	3.533	3.533	4.416	4.416	4.416
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA	305	305	305	305	305	610	610	610	610	610	915	915	915	915	915
DEPRECIACIÓN MUEBLES DE OFICINA	169	169	169	169	169	339	339	339	339	339	508	508	508	508	508
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	51.942	53.636	55.389	58.086	59.958	62.363	65.232	67.271	69.360	72.379	75.031	78.822	83.701	87.914	92.354
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	47.357	50.624	54.028	56.685	60.363	63.704	66.772	70.856	75.069	78.521	79.057	82.032	84.037	86.800	89.396
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	7.104	7.594	8.104	8.503	9.054	9.556	10.016	10.628	11.260	11.778	11.859	12.305	12.605	13.020	13.409
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	40.253	43.030	45.923	48.182	51.309	54.148	56.756	60.228	63.809	66.743	67.199	69.727	71.431	73.780	75.986
IMPUESTOS	14.089	15.061	16.073	16.864	17.958	18.952	19.865	21.080	22.333	23.360	23.520	24.405	25.001	25.823	26.595
UTILIDAD NETAS	26.165	27.970	29.850	31.318	33.351	35.196	36.891	39.148	41.476	43.383	43.679	45.323	46.430	47.957	49.391

Fuente: Estado de Resultado

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

ANEXOS # 16 Flujo de efectivo en dólares

FLUJO DE EFECTIVO																
CASH FLOW																
INGRESOS BRUTOS		257.670	278.371	300.909	325.458	352.208	381.370	413.174	447.873	485.747	527.101	572.271	621.629	675.581	734.575	799.104
COSTO DE PRODUCCIÓN		126.604	140.126	155.093	171.657	189.991	210.283	232.743	257.601	285.114	315.565	349.269	386.573	427.861	473.558	524.137
COSTO OPERATIVOS		50.584	52.278	54.032	55.845	57.717	59.647	61.633	63.672	65.762	67.897	70.075	73.866	77.862	82.074	86.514
PAGO DE PARTIC. DE TRABAJADORES		7.104	7.594	8.104	8.503	9.054	9.556	10.016	10.628	11.260	11.778	11.859	12.305	12.605	13.020	13.409
PAGO DE IMPUESTOS		41.696	44.886	48.314	51.734	55.695	59.813	64.133	69.066	74.377	79.835	84.834	91.008	97.385	104.527	112.213
ABONO DE CAPITAL		4.850	5.394	6.000	6.674	7.423	8.257	9.184	10.216	11.363	12.639	0	0	0	0	0
CASH FLOW		26.832	28.093	29.367	31.045	32.328	33.814	35.465	36.690	37.871	39.386	56.235	57.878	59.869	61.396	62.830

Fuente: Flujo de efectivo en dólares

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

ANEXOS # 17 Inversión del proyecto en dólares

CASH FREE																
INVERSIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	-2.944	0	0	-2.944	0	0	-2.944	0	0	-2.944	0	0	-2.944	0	0	0
INVERSIÓN VEHÍCULO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INVERSIÓN MUEBLES DE OFICINA	-942	0	0	0	0	-942	0	0	0	0	-942	0	0	0	0	0
INVERSIÓN EQUIPOS DE OFICINA	-1.695	0	0	0	0	-1.695	0	0	0	0	-1.695	0	0	0	0	0
INVERSIÓN MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	-38.216	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-38.216	0	0	0	0	0
INVERSIÓN INFRAESTRUCTURA	-20.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO	-10.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Inversión del proyecto en dólares

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

ANEXOS # 18 Recuperación del proyecto en dólares

RECUPERACIÓN DE EQUIPO DE COMP.		0	0	294	0	0	294	0	0	294	0	0	294	0	0	294	
RECUPERACIÓN VEHÍCULO		0															
RECUPERACIÓN MUEBLES DE OFICINA		0	0	0	0	94	0	0	0	0	94	0	0	0	0	94	
RECUPERACIÓN DE EQUIPO DE OFIC.		0	0	0	0	170	0	0	0	0	170	0	0	0	0	170	
RECUPERACIÓN DE MAQ. Y HERR		0	0	0	0	0	0	0	0	3.822	0	0	0	0	0	0	
FLUJO DE INVERSIÓN		-73.797	26.832	28.093	26.718	31.045	29.955	31.165	35.465	36.690	35.221	2.618	56.235	55.229	59.869	61.396	63.388

Fuente: Recuperación de Proyecto

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

ANEXOS # 19 Van y TIR

VAN	156700,40	
TIR	39%	
DECISIÓN DE INVERSIÓN	aceptar proyecto	

Fuente: Van y TIR

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

ANEXOS # 20 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO				
		LAVADO COMP.PES	LAV.COMP.SEMIP	LAV.COMP.LIVIANOS
PRECIO PROMEDIO		35,00	25,00	8,00
C.V PROMEDIO		19,30	13,80	4,40
CF		75.835,20	75.835,20	75.835,20
CANTIDAD DE EQ.		4.830,27	6.771,00	21.065,33
INGRESOS DE EQ.		169.059,36	169.275,00	168.522,67
		LAV. EXPRESS.PES	LAV.EXPRESS.SEMIP	LAV.EXPRESS.LIVIANOS
PRECIO PROMEDIO		20,00	13,00	6,00
C.V PROMEDIO		11,00	7,15	3,30
CF		75.835,20	75.835,20	75.835,20
CANTIDAD DE EQ.		8.426,13	12.963,28	28.087,11
INGRESOS DE EQ.		168.522,67	168.522,67	168.522,67
		LUBRICACIÓN.PES	LUBRICACIÓN.SEMI	LUBRICACIÓN.LIVIANOS
PRECIO PROMEDIO		15,00	13,00	12,00
C.V PROMEDIO		8,25	7,15	6,60
CF		75.835,20	75.835,20	75.835,20
CANTIDAD DE EQ.		11.234,84	12.963,28	14.043,56
INGRESOS DE EQ.		168.522,67	168.522,67	168.522,67

Fuente: Punto Equilibrio

Elaborado por: Sandra Tomalá Espinales

**ANEXOS # 21 Información de la Compañía de Transporte de Carga Pesada
“Península de Santa Elena”**

ANTECEDENTES

COMPañIA DE TRANSPORTE DE
CARGA PESADA "PENINSULA" S.A.



Responsabilidad y compromiso.

Compañía de Transportes de Carga Pesada Península de Santa Elena es la única organización existente dentro de la Provincia, anteriormente se realizaba este servicio de manera informal pero desde hace dos años se ha regulado, el desarrollo que ha tenido durante este lapso se fundamenta en su administración y estrategias de precios que ha mantenido.

La Cooperativa de Transporte de Carga Pesada Península de Santa Elena fue creada por la necesidad de regular el transporte de carga pesada en la Provincia de Santa Elena, siendo su domicilio en la Península de Santa Elena, Cantón La Libertad Barrio Abdón Calderón en la Calle 17 y Av. 26, aprobada mediante ACUERDO MINISTERIAL N° 0050, en junio del dos mil seis, a la fecha de su Constitución constó con un número de treinta y cinco socios fundadores. De acuerdo con la Ley de Cooperativas queda inscrita el dieciséis de mayo del dos mil siete en el Registro General de Cooperativas con Orden N° 7001.

Durante el lapso de un año se hicieron los respectivos trámites para obtener el permiso de operación, debido a la complejidad del trámite que se suscitó para obtener dicho permiso de operación o frecuencia el Abogado en libre ejercicio profesional sugirió la creación de la Compañía de Transportes de Carga Pesada Península de Santa Elena., tomando en consideración los socios las diferentes causas decidieron formar la compañía.

La Compañía de Transportes de Carga Pesada Península de Santa Elena se constituyó por escritura pública otorgada ante el Notario Primero del Cantón La Libertad el treinta de Julio del dos mil ocho, y fue aprobada por la superintendencia de Compañías, mediante Resolución 08.G.IJ. 0006800, cuyo objeto social de la

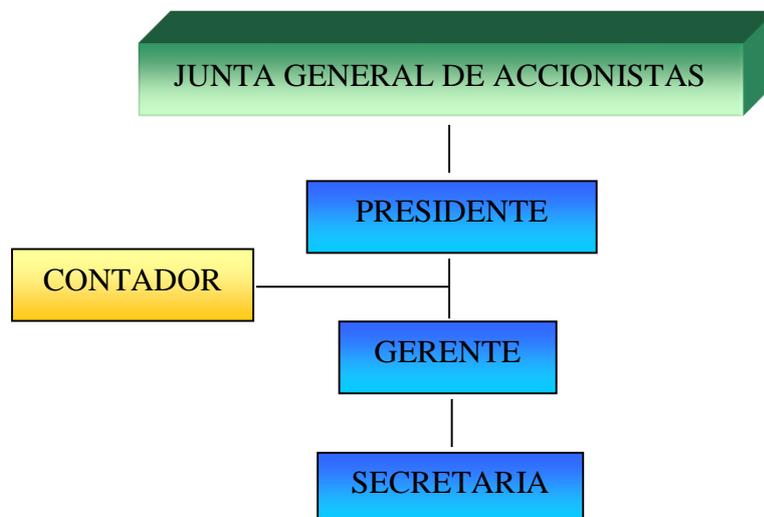
Compañía es la prestación permanente de Carga Pesada conforme a la autorización de los competentes organismos de tránsito.

Al momento de su constitución cuenta con treinta socios y treinta unidades debidamente equipadas, las mismas que tienen la capacidad de carga desde cinco toneladas hasta doce toneladas, cabe recalcar que los camiones son de furgón térmico y cajón de maderera dependiendo de los requerimientos de los clientes. El servicio que presta la compañía es la transportación de todo tipo de carga como:

- Cambio de Domicilio.
- Transportación de Larvas.
- Transportación de Mariscos.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Compañía de Transportes de Carga Pesada Península de Santa Elena. debido a la actividad comercial que se da en la Provincia de Santa Elena por poseer hermosas playas cuya riqueza marítima origina el sustento de la mayoría de sus habitantes los cuales también son comercializados en distintas ciudades de nuestro país para lo cual se necesita del servicio de transportación de carga pesada especializada, razón por la cual las distintas personas que realizan esta actividad de manera informal y sin control deciden constituir dicha compañía la cual está estructurada de la siguiente manera:



FILOSOFIA

Se distingue los valores que poseen cada uno de los miembros de la compañía, puesto que estamos seguros que mediante la responsabilidad y compromiso en nuestro trabajo, nos permite alcanzar la eficiencia y eficacia hallando así la calidad del servicio ofrecido, una de nuestras mayores ventajas competitivas, el cual satisface las necesidades de nuestros clientes, siendo ésta la clave del éxito organizacional.

VISIÓN

La Visión de la Compañía de Transporte de Carga Pesada Península de Santa Elena es ser reconocida a nivel nacional, por la responsabilidad, puntualidad y garantía, a través de la calidad del servicio prestado, garantizando la satisfacción de nuestros clientes. Promoviendo el desarrollo social.

MISIÓN

La Compañía de Transporte de Carga Pesada Península de Santa Elena tiene como misión brindar un servicio de calidad a nivel nacional, de acuerdo a las necesidades de los clientes. La responsabilidad y puntualidad son principios fundamentales que guían la actividad garantizando de esta manera la satisfacción.

OBJETIVOS GENERAL

Ser una compañía reconocida a nivel peninsular y nacional en la transportación de carga pesada, por la responsabilidad, puntualidad y garantía ofrecida en el servicio, mediante estrategias que nos permitan satisfacer en todos los aspectos las necesidades de los clientes.

POLÍTICAS INSTITUCIONALES

- Promover el crecimiento de la compañía, a través de una óptima administración de los recursos tanto humanos como materiales, que nos permita alcanzar la visión propuesta.

- Motivación a los accionistas para impulsar la adquisición de nuevas unidades para brindar un servicio de calidad y ser competitivo.
- Los servicios que presta la compañía dependerán de las necesidades de los clientes y se regirá conforme a las resoluciones de sus Estatutos y Reglamento Interno, Ley de Compañía, Ley de Tránsito y Transporte Terrestre, para garantizar la satisfacción del clientes.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La Compañía de Transporte de Carga Pesada Península de Santa Elena fue creada por la necesidad de regular el transporte de carga pesada en la Provincia de Santa Elena, siendo su domicilio en la Península de Santa Elena, Cantón La Libertad se constituyó por escritura pública otorgada ante el Notario Primero del Cantón La Libertad el treinta de Julio del dos mil ocho, y fue aprobada por la superintendencia de Compañías, mediante Resolución 08.G.IJ. 0006800, cuyo objeto social de la Compañía es la prestación permanente de Carga Pesada conforme a la autorización de los competentes organismos de tránsito.

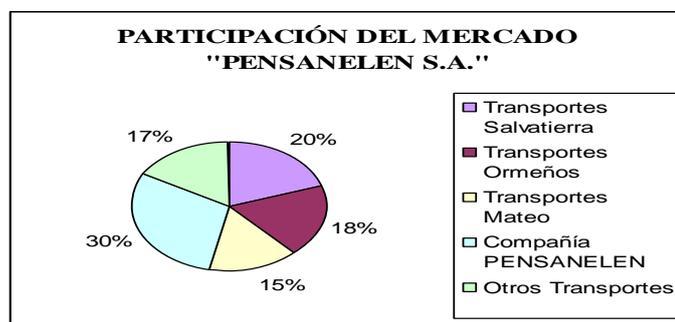
ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

El Transporte Pesado en el Ecuador constituye una parte primordial para el desarrollo sustentable, especialmente de quienes ejercen esta actividad. En la actualidad este tipo de transporte formal en la Península de Santa Elena se ve afectada por el transporte informal; que de alguna manera frena el desarrollo de quienes se encuentran establecidos bajo la Ley. La actividad que realiza este sector se basa en la transportación de todo tipo de mercadería desde la Península de Santa Elena a las diferentes partes del país.

La incursión al mercado de la competencia informal es una de nuestras principales barreras, sin embargo éstas son cada vez menores, debido a que mediante la obtención del Permiso de Operación se ha podido a controlar en gran parte a esta barrera.

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

A pesar que PENSANELEN S.A. no tiene mucho tiempo en el mercado se ha determinado mediante una investigación que posee el 30% de participación en el mercado razón que nos impulsa a trabajar en la imagen que se está proyectando, en el servicio ofrecido a través de la implementación del plan de publicidad que nos ayudará a alcanzar la visión propuesta.



MATRIZ FODA GENERAL

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES INTERNOS	1.- Personal responsable 2.- Unidades nuevas 3.- Precios competitivos 4.- Clientes leales. 5.- Cobertura nacional. 6.- Buena imagen corporativa 7.- Varios socios poseen laboratorios de larvas. 8.- Calidad de servicio. 9.- Trato excelente al cliente. 10.-Experiencia de directivos.	1.- No tiene mucho tiempo en el mercado. 2.- Mala ubicación geográfica 3.- Manejo de costos. 4.- Poca publicidad 5.- No cuentan con suficientes gavetas. 6.- Pocos vehículos 7.- Pocos programas de capacitación. 8.- No existen oficinas en otras provincias. 9.- Baja producción de ingresos. 10.-Falta de personal alternativo
FACTORES EXTERNOS		

<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Alianzas estratégicas. 2.-Financiamiento de unidades CFN. 3.-Provincia pesquera. 4.-Crecimiento de la demanda. 5.-Negociación con laboratorios. 6.- Mejoras a las vías de acceso. 7.- Mayor aceptación del servicio. 8.-Obtención de créditos para repuestos y herramientas. 9.-Expansión de mercado. 10.-Nuevas líneas de negocios. 	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Ofrecer precios competitivos para captar nuevos clientes y lograr el crecimiento de la demanda. F3-O4. 2.-Incrementar el número de nuevas unidades por medio del financiamiento de la CFN. F2-O2. 3.- Aprovechar el servicio legalizado y autorizado para mantener alianzas estratégicas. F5-O1. 4.-Aprovechar la buena imagen corporativa que posee la compañía para lograr una mayor aceptación del servicio ofrecido. F6-O7. 5.-Aprovechar la experiencia de los dirigentes de la compañía para realizar negociaciones con laboratorios. F10-O5. 6.-Buscar mejoras a las vías de acceso para brindar un servicio de calidad. F8-O6. 	<p>ESTRATEGIA DO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Aprovechar que no tiene mucho tiempo en el mercado para implementar un plan de publicidad que permita obtener una mayor aceptación del servicio. D1-O7. 2.-Reubicar geográficamente la compañía para expandir nuestro mercado. D2-O9. 3.-Establecer proyecciones de costos para captar alianzas estratégicas. D3-O1. 4.-Invertir en publicidad para captar nueva demanda. D4-O4. 5.-Obtener créditos para adquirir gavetas. D5-O8. 6.-Adquirir nuevas unidades a través de financiamiento de CFN. D6-O2. 7.-Invertir en programas de capacitación para aprovechar las oportunidad des que brinda la provincia, especialmente el sector pesquero. D7-O3.
<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Formación de nuevas compañías. 2.-Competencia informal. 3.-Inestabilidad política económica. 4.-Cambios climáticos. 5.-Nueva ley de tránsito. 6.-Incremento de precios. 7.- Inseguridad social. 8.-Veda pesquera. 	<p>ESTRATEGIA FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Aprovechar que poseemos personal responsable para evitar la formación de nuevas compañías. F1-A1 2.-Aprovechar que contamos con unidades nuevas para cumplir con la nueva ley de tránsito. F2-A5. 3.-Ofrecer precios competitivos para poder contrarrestar la competencia informal. F3-A2. 	<p>ESTRATEGIA DA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Adquirir nuevas unidades para poder sobrellevar los diferentes cambios climáticos. D6-A4. 2.-Reubicación geográfica para impedir la preferencia de otras compañías por parte de los clientes. D2-A9. 3.-Realizar anuncios publicitarios para disminuir la competencia informal. D4-A2. 4.-Desarrollar programas de capacitación para conocer

<p>9.- Preferencias de otra compañía por parte del cliente.</p> <p>10.- Inestabilidad de precios en los repuestos y accesorios del vehículo.</p>	<p>4.-Brindar un servicio de calidad a pesar de los cambios climáticos que puedan surgir. F8-A4.</p> <p>5.-Aprovechar la experiencia de los directivos para contrarrestar la inestabilidad política económica. F10-A3-</p>	<p>la nueva ley de tránsito. D7-A5.</p> <p>5.-Apertura de nuevas oficinas para generar fuentes de financiamiento para resolver la inestabilidad de precios en los accesorios y repuestos. D8-A10.</p> <p>Estabilidad social. D1-A7.</p>
--	--	---