



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA ELECTROMECAÁNICA
“HERMANO GREGORIO” DEL CANTÓN PLAYAS,
PROVINCIA DEL GUAYAS”.
AÑO 2015.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: GUILLERMO JAVIER BARCIA MERO

TUTOR: ING. WASHINGTON PERERO VERA, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA ELECTROMECAÁNICA
“HERMANO GREGORIO” DEL CANTÓN PLAYAS,
PROVINCIA DEL GUAYAS”.
AÑO 2015.**

TRABAJO DE TITULACIÓN
Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: GUILLERMO JAVIER BARCIA MERO

TUTOR: ING. WASHINGTON PERERO VERA, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

La Libertad, diciembre del 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA ELECTROMECAÁNICA “HERMANO GREGORIO” DEL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS”**. AÑO 2015, elaborado por el Sr. **GUILLERMO JAVIER BARCIA MERO**, egresado de la Carrera de Desarrollo Empresarial, Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Ing. Washington Perero Vera, MSc.
TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de titulación o Graduación **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA ELECTROMECAÁNICA “HERMANO GREGORIO” DEL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS”**. AÑO 2015, elaborado por el suscrito, declaro que los datos, análisis, estructuras, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La libertad, diciembre del 2014,

Atentamente

.....

Guillermo Javier Barcia Mero
C.C 092573180-4

DEDICATORIA

Mi trabajo de titulación está dedicado a DIOS, por otorgarme la vida, la fortaleza, sabiduría y la salud para lograr esta meta de ser un profesional a mis padres, mi esposa y mi hijo por que fueron mi inspiración por seguir adelante, brindándome su apoyo incondicional, su comprensión y sus consejos en los momentos cuando más lo necesitaba.

Guillermo

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar un profundo agradecimiento a mi familia por darme ejemplos dignos de superación y entrega, quienes me han apoyado con mucha responsabilidad y esmero impulsándome en comenzar y terminar una carrera profesional.

De manera muy especial a las autoridades, coordinadores y tutores de la Universidad Estatal Península de Santa Elena

Guillermo

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. José Villao Viteri, MBA.
DECANO DE FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CPA. Mariela Reyes Tómalá, MSc.
DIRECTORA DE LA CARRERA
DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Ing. Washington Perero Vera, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Econ. Hugo Alvares Plúa, MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

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

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA ELECTROMECAÁNICA
“HERMANO GREGORIO” DEL CANTÓN PLAYAS,
PROVINCIA DEL GUAYAS”.
AÑO 2015.**

Autor: Sr. Guillermo Javier Barcia Mero

Tutor: Ing. Washington Perero Vera, MSc.

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo primordial proponer un plan de negocio para la empresa Electromecánica “Hermano Gregorio” del cantón Playas Provincia del Guayas, cuya finalidad fue de implementar un nuevo sistema Tecnológico como un escáner automotriz que detecta las falencias reales de todos tipos de autos cuya finalidad es de satisfacer las necesidades de los actuales clientes, cubriendo sus expectativas mostrando una variedad en sus productos. El sustento económico de toda empresa comercial con fines de lucro es la compra y venta de repuestos eléctricos y brindar un eficiente servicio, se ha sustentado teóricamente la importancia y los componentes que integran un plan de negocios que permite a la empresa mantener el control oportuno de las estrategias que se requieren para la distribución y comercialización de los productos, al igual que los instrumentos de investigación utilizados para recolectar información y formular un diagnostico general precisando los problemas diagnosticados en la empresa el estudio se lo realizó a los clientes, proveedores, empleados y directivos con la finalidad de conocer sus comportamientos dentro de la empresa mediante la aplicación de los instrumentos de investigación tales como entrevistas y encuestas en el cual los resultados obtenidos fue la aceptabilidad de la implementación de un nuevo sistema tecnológico en la electromecánica, además de la inexistencia de un organigrama por ende los empleados desconocen sus funciones y muchos de estos no se encuentran en sus puestos de trabajos correspondientes de acuerdo a sus perfiles, competencias y habilidades. Con el diseño del plan de negocio creado para la incrementación de un nuevo sistema tecnológico empresarial, además de mejorar la administración actual de la empresa cuya finalidad es de brindar una atención eficiente y de calidad a los clientes tratando de satisfacer las necesidades de los mismos. Con la puesta en marcha de la propuesta los primeros beneficiarios serán los clientes y los trabajadores logrando una buena administración de sus recursos, una estabilidad económica y laboral para los involucrados en la empresa electromecánica, generando más fuente de trabajo en nuestra localidad.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
TRIBUNAL DE GRADO	vi
RESUMEN	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xviii
ÍNDICE DE CUADROS	xviii
ÍNDICE DE FIGURAS	xix
ÍNDICE DE ANEXOS	xx
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL	2
Tema.....	2
Planteamiento del Problema.....	2
Situación Actual.....	2
Situación Futura.	4
Formulación del Problema.	5
Evaluación del Problema.....	6
Justificación.....	7
Justificación Metodológica.	7

Justificación Práctica.....	8
Objetivos.	9
Objetivo General.	9
Objetivos Específicos.....	9
Hipótesis.....	10
Operacionalización de las variables.	10
CAPÍTULO I	13
MARCO TEÓRICO	13
1.1 ANTECEDENTES.....	13
1.2. PLAN DE NEGOCIO.	15
1.2.1. Concepto de Plan de Negocio.	15
1.2.2. Importancia del Plan de Negocio.	16
1.2.3. Proyección Estratégica.	19
1.2.3.1. Misión.	20
1.2.3.2. Visión.	21
1.2.3.3. Objetivos.	21
1.2.3.4. Ventajas competitivas.	22
1.2.4. Mercado.....	23
1.2.4.1. Publicidad.....	25
1.2.4.2. Marca.....	26
1.2.4.3. Fijación y Políticas de Precio.....	27
1.2.4.4. Oferta.....	28
1.2.4.5. Demanda.	28
1.2.5. Organización.	29
1.2.5.1. Estructura Organizacional.....	29

1.2.5.2.	Descripción y Perfil de Puesto.	30
1.2.5.3.	Capacitación Del Personal.	31
1.2.5.4.	Relaciones de trabajo.	31
1.2.5.5.	Clima Organizacional.....	32
1.2.5.6.	Ambiente Laboral.....	32
1.2.6.	Finanzas.....	33
1.2.6.1.	Balance General.	33
1.2.6.2.	Estado de Resultados.....	35
1.2.6.3.	Flujo de Efectivo.	36
1.2.6.4.	Razones Financieras.....	38
1.2.6.5.	Tasa Interna de Retorno (TIR).	40
1.2.6.6.	Valor Presente Neto (VPN) o Valor Actual Neto (VAN).....	40
1.3.	CALIDAD DEL SERVICIO.....	41
1.3.1.	Análisis F.O.D.A.....	44
1.3.2.	Estrategias.	45
1.3.2.1.	Producto.	46
1.3.2.2.	Plaza.	46
1.3.2.3.	Promoción.	47
1.3.2.4.	Precio.....	47
1.3.3.	Canales de distribución.	48
1.3.3.1.	Canal De Distribución.- Directo (Productores – Minoristas - Consumidores).	48
1.3.4.	Talento Humano.....	49
1.3.4.1.	Proveedores.	49
1.3.4.2.	Clientes.....	49

1.4.	CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR VIGENTE 2008.....	50
1.4.1.	Plan Nacional de Desarrollo 2007 – 2015.....	52
1.4.2.	Plan del Buen Vivir 2009-2013.....	53
1.4.3.	Ley de Fomento Artesanal.	54
	CAPÍTULO II.....	56
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	56
2.1.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.	56
2.2.	MODALIDADES DE INVESTIGACIÓN.	56
2.3.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.	57
2.3.1.	Por el propósito.	57
2.3.2.	Por el Nivel.	58
2.3.3.	Por el Lugar.....	59
2.4.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	60
2.4.1.	Método Deductivo.....	60
2.4.2.	Método Estadístico.....	60
2.5.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	60
2.5.1.	Entrevista.....	61
2.5.2.	Encuesta.	61
2.6.	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.	62
2.6.1.	Guía de entrevista.....	62
2.6.2.	Cuestionario.	62
2.7.	POBLACION Y MUESTRA.....	63
2.7.1.	Población.....	63
2.7.2.	Muestreo.....	64
2.8.	PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTOS DE LOS DATOS.....	65

2.8.1.	Procedimiento.	65
2.8.2.	Procesamiento.	66
CAPÍTULO III		67
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.		67
3.1	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADO DE LAS ENTREVISTAS.	67
3.2.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.....	72
3.3.	CONCLUSIONES	82
3.4.	RECOMENDACIONES	83
CAPÍTULO IV		84
“PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA ELECTROMECAÁNICA “HERMANO GREGORIO” DEL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS”		84
4.1.	PRESENTACIÓN.....	84
4.2.	JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	85
4.3.	PROYECCIÓN ESTRATÉGICA.....	86
4.3.1.	Misión.	86
4.3.2.	Visión.....	86
4.3.3.	Objetivos.	86
4.3.3.1.	Objetivos General.....	86
4.3.3.2.	Objetivos Estratégicos.....	86
4.4.	DESCRIPCION DE LOS PRODUCTOS.....	87
4.4.1.	Productos.....	87
4.4.2.	Servicios.....	88
4.5.	ANÁLISIS DE OPORTUNIDAD.	89

4.6.	ANÁLISIS DE COMPETENCIA.....	89
4.7.	ESTRATEGIAS.....	90
4.8.	ESTUDIO DE MERCADO.	92
4.9.	ATENCIÓN CON CALIDAD.....	93
4.10.	ESTRATEGIAS DE VENTAS.....	94
4.10.1.	Localización de las Instalaciones.	97
4.10.2.	Tamaño de las Instalaciones.....	97
4.10.3.	Perfil del personal necesario.	99
4.11	TALENTOS HUMANOS.	101
4.11.1.	Incorporación del Talento Humano.	101
4.11.2.	Elección de medios de incorporación del personal.	102
4.12.	ESTUDIO FINANCIERO.	105
4.12.1.	Inversión.....	105
4.12.1.1.	Estructura de financiamiento.....	106
4.12.1.2.	Activos Fijos.	107
4.12.1.3.	Equipo de computación.....	107
4.12.1.4.	Edificio.....	107
4.12.1.5.	Muebles y enseres.	108
4.12.1.6.	Equipo de oficina.	108
4.12.1.7.	Equipos.....	109
4.12.1.8.	Materiales y Accesorios.	109
4.12.1.9.	Suministros de Oficina.....	110
4.12.1.10.	Depreciaciones.	111
4.12.2.	Estados Financieros.....	112
4.12.3	Presupuestos.....	113

4.12.4.	Presupuesto de Gasto de Ventas.	114
4.12.5.	Presupuestos de Gastos Generales.	114
4.12.6.	Materia Prima.....	115
4.12.7.	Ingresos.	116
4.12.7.1.	Ingresos proyectados.....	116
4.12.7.2.	Balance general.....	117
4.12.7.3.	Estado de resultado Integral.....	118
4.12.7.4.	Balance de Flujo de Efectivo.	119
4.12.7.5.	Amortización.....	120
4.12.8	Razones Financieras.....	120
4.12.8.1.	Razones de Rentabilidad.....	120
4.12.9.	Indicadores financieros	122
4.12.9.1.	Análisis del Van	122
4.12.9.2	Análisis del Tir.....	122
4.12.9.3	Retorno de la Inversión	122
	CONCLUSIONES	124
	RECOMENDACIONES	125
	BIBLIOGRAFÍA	126
	ANEXOS	131

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. Tiempo de mantenimiento de Vehículo.....	75
TABLA 2. Modificación de Infraestructura.....	72
TABLA 3. Reparación de Vehículo.....	73
TABLA 4. Servicio Habitual	74
TABLA 5. Escáner automotriz para Vehículos	76
TABLA 6. Implementación de Escáner Automotriz.....	77
TABLA 7. Mejorar actividades y servicios	78
TABLA 8. Diagnostico Computarizado	79
TABLA 9. Optimizar Recursos.....	80
TABLA 10. Herramientas Tecnológicas.....	81
TABLA 11. Inversión Inicial	107
TABLA 12. Plan de Financiamiento.....	108
TABLA 13. Equipo de Computación.....	109
TABLA 14. Edificio.....	110
TABLA 15. Muebles y Enseres.....	110
TABLA 16. Equipo de Oficina.....	111
TABLA 17. Equipo.....	111
TABLA 18. Materiales y accesorios.....	112
TABLA 19. Suministro	112
TABLA 20. Depreciaciones de Activos.....	113
TABLA 21. Balance Inicial	114
TABLA 22. Presupuestos.....	115
TABLA 23. Presupuesto de Gasto de Venta.....	116
TABLA 24. Gastos Generales.....	116
TABLA 25. Materia Prima directa.....	117
TABLA 26. Materia Prima Indirecta.....	117
TABLA 27. Ingreso por ventas y servicios.....	118
TABLA 28. Ingresos Proyectados.....	118
TABLA 29. Balance General Proyectado.....	119

TABLA 30. Estado de Resultado.....	120
TABLA 31. Balance de Flujo de Efectivo.....	121
TABLA 32. Amortización.....	122
TABLA 33. Retorno de la Inversión.....	124

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. Tiempo de mantenimiento de vehículo	75
GRÁFICO 2. Modificación de Infraestructura	723
GRÁFICO 3. Reparación de Vehículo.....	73
GRÁFICO 4. Servicio Habitual	74
GRÁFICO 5. Escáner automotriz para vehículos	76
GRÁFICO 6. Implementación de Escáner Automotriz	77
GRÁFICO 7. Mejorar actividades y Servicios	78
GRÁFICO 8. Diagnostico Computarizado	79
GRÁFICO 9. Optimizar Tiempo.....	80
GRÁFICO 10. Herramientas Tecnológicas	81

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1. Plan de Negocio	11
CUADRO 2. Calidad de Servicio.	12
CUADRO 3. Modelo de Plan de Negocio	17
CUADRO 4. Estructura del Balance General	34
CUADRO 5. Estructura del Estado de Resultado.....	36
CUADRO 6. Estructura de Estado de Flujo de Efectivo	37
CUADRO 7. Capacidad de pago de la empresa a corto plazo.....	39
CUADRO 8. Población.....	63
CUADRO 9. Muestra.....	64
CUADRO 10. Vehículos en el cantón Playas	94
CUADRO 11. Plan De Ventas Del La Empresa “Hno Gregorio”	95
CUADRO 12. Plan de Accion.....	125

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.	Variación de Productos	87
FIGURA 2.	Cambio de repuestos a vehículos	88
FIGURA 3.	Nuevo Servicio a implementarse.....	91
FIGURA 4.	Brindar mejor atención al cliente	93
FIGURA 5.	Flujograma de procesos de Operación	96
FIGURA 6.	Localización de las instalaciones	97
FIGURA 7.	Tamaño de las Instalaciones.....	97
FIGURA 8.	Tiempo de producción u operación:.....	98
FIGURA 9.	Organigrama Funcional.....	98
FIGURA 10	Formato de Selección del personal.....	106

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Matriz de Consistencia.....	131
ANEXO 2 Carta Aval de la empresa "Hermano Gregorio".....	132
ANEXO 3 Modelo de encuesta.....	133
ANEXO 4 Modelo de entrevista.....	134
ANEXO 5 Empresa electromecánica Hno. Gregorio ..	135

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como finalidad estructurar y plantear un plan de negocio pues es una herramienta que permite ejecutar un proceso de planeación que contribuye a concretar las estrategias; el mismo que tiene el aval del propietario de la empresa y la predisposición de sus colaboradores a continuación se detallará los capítulos que lo conforman:

El primer capítulo, hace referencia al marco teórico que contiene las consultas bibliográficas de diferentes autores; donde se fundamenta este trabajo de investigación, la importancia, el modelo a seguir, y los componentes que integran un plan de negocio contemplando los aspectos legales.

El segundo capítulo, presenta la metodología de investigación aplicada en el proyecto; tal como el diseño, las modalidades, los tipos, los métodos, las técnicas, los instrumentos, determinación de la población y muestra del trabajo de investigación

El tercer capítulo, se ubican los análisis e interpretación de los resultados recolectados por medio de los instrumentos de investigación, puesto que se aplicó entrevista para los directivos de la empresa mientras que la encuesta se la realizó a los empleados y clientes en base a estos resultados se determinan conclusiones y se proponen recomendaciones que serán empleados de beneficio para la empresa.

El cuarto capítulo, se establece la propuesta del Plan de Negocio para la Empresa Electromecánica “Hermano Gregorio”, basado en los resultados del trabajo de campo, buscando aprovechar al máximo los recursos de la organización planteando las estrategias como del nuevo sistema tecnológico empresarial.

MARCO CONTEXTUAL

Tema.

“Incidencia del Plan de Negocio con la Implementación de un nuevo sistema Tecnológico para la Empresa Electromecánica “Hermano Gregorio” del cantón Playas, Provincia del Guayas”, año 2015.

Planteamiento del Problema.

Situación Actual.

La problemática se encuentra en el taller ubicada en la calle Profesor Carlos Paredes y Av. Quince de Agosto del Barrio Central del cantón Playas de La Provincia del Guayas, pues el propietario de la empresa electromecánica “Hermano Gregorio” manifiesta que en su lugar de trabajo no existe tecnología como para atender inconvenientes de vehículos actuales, en el cual utilizan un sistema moderno de inyección electrónica.

Es notorio observar en épocas de temporada como turistas o visitantes de nuestro balneario único en la provincia del Guayas no encuentran un local donde puedan dar solución con ayuda de servicio técnico acompañado de herramientas tecnológicas, la estructura de sus vehículos no son solo mecánicas, sino que tienen adaptado una computadora incorporada al sistema y sensores electrónicos.

Una de las necesidades del propietario de la empresa electromecánica es adquirir este tipo de herramienta o equipo computarizado en su local, el cual no había dado importancia porque en el medio que nos rodea los vehículos son construidos, pues

los avances de la tecnología ya que esta ha invadido no solo a este tipo de trabajo sino a todas las profesiones en el mundo, pero en esta clase de empresa poco son los que las están utilizando por el alto costo en adquirirla y como saberla manejar el equipo tecnológico.

En el mercado el contraste entre funcionalidad y precio es muy definido, pues un escáner con todas las funciones para el acceso a la computadora del automóvil. Tiene un valor elevado de algunos miles de dólares, pero no se descarta la posibilidad de obtenerlo a través de fuentes de financiamiento.

Un problema más que presentan los equipos de diagnóstico (escáner) es el funcionamiento del equipo, el trabajo que realiza y la información que proporciona al usarlo porque la mayoría de éstos están diseñados para interactuar con la computadora del automóvil y no con el usuario, la información obtenida debe ser referenciada a los manuales del vehículo para entender el tipo de falla que se está reportando en el sistema.

Los fabricantes de vehículos tenían que comenzar en saber que cuando falla el sistema se prende un foco de color rojo o anaranjado, definir un solo código de fallas compuesto de letras y números para la fácil lectura e interpretación en cualquier marca de automóvil, ante la falta de herramientas tecnológicas se puede pronosticar una falta de confianza de parte de propios y turistas ante los profesionales en la rama de electromecánica que tienen sus empresa activos en el cantón Playas.

Esto empujaría serios inconvenientes en el futuro pues la tecnología va cada vez abarcando más campos que no solo afectan a la transportación terrestre sino que también a otros medios como marítimo y aéreo. La falta de tecnología en el futuro podría desencadenar el cierre de estos locales

Situación Futura.

Con los conocimientos adquiridos en electromecánica, es posible implementar un escáner automotriz el cual sea capaz de acceder a todas las funciones del vehículo todo esto pensando en el usuario del sistema se basa en un dispositivo micro controlador y una pantalla gráfica de tipo táctil.

El sistema debe tener comunicación con la computadora del automóvil, además de necesitar un intérprete de códigos, para poder enviar la información al dispositivo micro controlador.

Para que éste mismo pueda manejar los datos para desplegarlos en forma sencilla en la pantalla grafica para que el usuario pueda interactuar fácilmente con el sistema de diagnóstico del revisado se podría buscar una capacitación dirigida al propietario y operarios de la empresa “Hermano Gregorio” para que cada uno conozca el nexos de su profesión con los avances de la tecnología.

Las herramientas para el diagnóstico que se ajustan a las necesidades y posibilidades de cada usuario. En el mercado existen principalmente tres tipos de herramientas, cada una con sus ventajas y desventajas la más usada en el mercado es la de 12 voltios mientras que la menos usada es la de 24 voltios porque la demanda es poco.

Las herramientas son: lectores de códigos, escáner automotriz y herramientas basadas en Computadoras. Los lectores de código son simples herramientas que solo funcionan en los primeros 4 modos, utilizan el modo 1 y 2 para saber cuántos códigos de falla se presentan, el modo 3 permite acceso a la base de datos de la PCM, permitiendo conocer el valor del código para ser consultado en un manual, posteriormente pueden ser eliminados mediante el uso del modo 4.

Siendo éste su única utilidad, representa la principal desventaja, no se puede conocer el estado de los sensores para determinar específicamente de dónde provino la falla. El tamaño reducido, sencillez y precio representan las principales ventajas.

La segunda herramienta es el escáner automotriz portátil y con una interfaz amigable representa un alto costo, pero es muy confiable. No sólo opera en los 4 modos como lector de códigos.

Formulación del Problema.

¿De qué manera incide el Plan de Negocio en la calidad de servicio para el Desarrollo de las Herramientas Tecnológicas en la empresa “Electromecánica Hermano” Gregorio del cantón Playas, Provincia del Guayas, año 2015?

Sistematización del Problema.

¿Son necesarias las herramientas tecnológicas en todas las profesiones?

¿Son necesarias las herramientas tecnológicas en una microempresa de electromecánica?

¿Es importante que el propietario de una microempresa conozca de las herramientas tecnológicas?

¿Cómo se realizara la implementación de herramientas tecnológicas para la microempresa “Hermano Gregorio”?

¿Cuál es la fuente de financiamiento a la que se va recurrir para la implementación de las herramientas tecnológicas para la empresa Hermano Gregorio?

¿Cómo se determinara la capacidad de demanda que puede ser atendida con la implementación del nuevo sistema tecnológico?

¿Qué factores del entorno incidirán en la posición competitiva de la Empresa Tecnológica “Hermano Gregorio”?

Evaluación del Problema.

Delimitación.- Es factible realizar el plan de negocios para que la empresa teniendo años en el mercado trazándose objetivos bien definidos y los beneficios que se logren sean en equipo siendo los empleados una parte del todo de la empresa, los clientes de igual manera y se sientan comprometidos con la empresa por la calidad de sus productos y servicios.

Evidente.- La empresa en todo este tiempo en marcha a evolucionado de manera provechosos pero es notable que si necesita un plan de negocios que contribuya al mejoramiento de su estructura organizacional, su plan de marketing, el plasmar objetivos a corto, mediano, largo plazo y que los procesos se lleven a cabo de manera ordenada.

Concreto.- Esta herramienta que es muy importante en el manejo de su empresa con procesos, políticas y controles internos para ayudarla a crecer paulatinamente acorde con el mercado globalizado en que vivimos y con ello optimice recursos y brinde una calidad de servicio mejor en bien de los suyos y de la comunidad en general.

Relevante.- El plan de negocios es una herramienta empresarial que contribuye al buen desempeño de las actividades a realizarse en la empresa, y con ello nos permite atraer inversionistas, garantizarnos financieramente cuando requerimos del apoyo de los bancos para implementar un nuevo proyecto.

Identificable.- Para las soluciones de alternativas se trata de alguna situación en concreto que en el momento logre solucionar con opciones distintas para algún cambio de mejoramiento en la organización donde se aporta beneficios a la empresa y para quienes laboran en ella.

Variable.- La realización de las labores cotidianas debe ser acorde a lo estipulado en forma escrita y para esto es menester implementar un plan de negocios para mejorar la estructura de los procesos en las tareas que se realizan en la Empresa de servicio Hermano Gregorio en el cantón Playas.

Justificación.

El proyecto lo implementamos porque en el cantón Playas no contamos con ningunas empresas que brinde servicio con herramientas o equipo tecnológico, es una molestia para los dueños de automóviles movilizar su vehículo dañado a la ciudad de Guayaquil para que le den una solución del problema.

Justificación Metodológica.

El plan de negocio o plan de empresa es una declaración formal de los objetivos de negocio, recogidos por escrito en un documento, que desarrolla, sistematiza e integra las actividades, estrategias de negocio, análisis de la situación del mercado y otros estudios.

Que son necesarios para que una idea de negocio se convierta en una empresa viable, y en el cual se recoge la idea de rentabilidad del negocio, el organigrama de la organización, la estructura de capital, la evaluación financiera, las fuentes de financiación, el personal necesario junto con su método de selección.

En los últimos años los automóviles han pasado de ser solo un medio de transporten eficiente y económico, ahora que cuentan con inyección electrónica permitiendo así que se haya convertido en una herramienta de trabajo y que actualmente este clasificado como uno de los medio de transporte más utilizados en la provincia ya que es importante en la sociedad económicamente activa.

Más dentro de la población que actualmente utiliza automóviles como medio de transporte en el cantón Playas encontramos que el 25% son mujeres y el 75% son hombre. La gran mayoría de los propietarios de los automóviles se encuentran en un rango de ingreso entre 1 y 2 salarios mínimo vitales.

Así podemos concluir que los automotores se siguen posesionando como la aliada de los ciudadanos de menores y medianos ingresos, quienes han encontrado en estos vehículos una solución para trabajos como medios de transporte, y a su vez generando nuevas fuentes de empleo mejorando su calidad de vida.

Debido a que en la ciudad de Playas actualmente no existe una microempresa de electromecánico enfocada a la atención de automotores con inyección electrónica para otorgar beneficio a una población potencial que a la hora de utilizar los servicios de mantenimiento al vehículo se sientas seguras y cómodas, obteniendo así un servicio integral en las mejores condiciones de seguridad.

Justificación Práctica.

Por este motivo mencionados anteriormente se plantea una justificación practica con la necesidad de realizar un estudio de mercado basado en la factibilidad de la

innovación de una microempresa de electromecánica en la ciudad de Playas con el fin a de aprovechar las ventajas que da el mercado gracias a su ubicación estratégica como corredor vial del centro de Playas.

Existe un crecimiento empresarial y demográficos importante que le permite el desarrollo de actividades ligadas a esta industria en constante crecimiento, y también otorga beneficios a una población que a la hora de utilizar nuestro servicio de mantenimiento de vehículo sea una forma de dar solución a esa necesidad y de contribuir de manera segura a la movilidad de la ciudad y estabilizar una economía.

Objetivos.

Objetivo General.

Proponer un Plan de Negocio en base a un estudio de mercado y financiero para mejorar la Calidad de Servicio con el Desarrollo de las Herramientas Tecnológicas en la empresa Electromecánica “Hermano Gregorio” del cantón Playas, Provincia del Guayas.

Objetivos Específicos.

- ✚ Establecer teóricamente el plan de negocios, fundamento de fuentes bibliográficas para la implementación de un nuevo sistema Tecnológico en la Empresa Electromecánica “Hermanos Gregorio”.

- ✚ Definir la importancia del modelo de Plan de Negocio para la implementación de un nuevo sistema Tecnológico en la Empresa Electromecánica “Hermanos Gregorio”.

- ✚ Elaborar encuestas y entrevistas para obtener información sobre la aprobación de la Implementación de un nuevo sistema Tecnológico en la Empresa tecnológica “Hermanos Gregorio”.

- ✚ Determinar la inversión que generará la implementación del nuevo Sistema Tecnológico.

- ✚ Desarrollar la evaluación económica reflejando la rentabilidad positiva para hacer real la inversión del nuevo sistema tecnológico empresarial.

Hipótesis.

¿Mediante la aplicación del plan de negocio se logrará mejorar la Calidad de Servicio en el Desarrollo de las Herramientas Tecnológicas para la empresa Electromecánica “Hermano Gregorio” del cantón Playas, Provincias del Guayas?

Operacionalización de las variables.

- ✚ Plan de Negocio

- ✚ Calidad del Servicio

CUADRO 1. Plan de Negocio.

Hipótesis	Variables	Definiciones	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Mediante la aplicación del plan de negocio se logrará mejorar la Calidad de Servicio en el Desarrollo de las Herramientas Tecnológicas para la empresa Electromecánica “Hermano Gregorio” del cantón Playas, Provincias del Guayas.	PLAN DE NEGOCIO	Es una guía para la empresa que contiene: plan estratégico, plan de mercadeo para llevar una exitosa gestión en la organización de los recursos Empresariales.	Proyección Estratégico	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Misión ✚ Visión ✚ Objetivos Estratégicos 	<p>¿Conoce usted que es un Plan de Negocios?</p> <p>¿Cuánto va hacer nuestro ingreso si se implementaría las herramientas?</p>	Encuesta Entrevistas
			Mercado	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Publicidad ✚ Marca ✚ Fijación y Política de precio ✚ Oferta ✚ Demanda 	<p>¿Qué es un escáner Automotriz?</p> <p>¿Cómo será la calidad del servicio?</p> <p>¿Cuáles son las debilidades de la empresa de Servicio Hno. Gregorio?</p> <p>¿Cuáles son las fortalezas que tiene la empresa de servicio Hno. Gregorio?</p>	
			Organización	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Estructura organizacional. ✚ Descripción y perfil de puesto. ✚ Capacitación del personal ✚ Relación de Trabajo ✚ Clima Organizacional ✚ Ambiente Laboral 	<p>¿Para qué sirve el escáner Automotriz?</p> <p>¿Cambiaría usted el servicio que brinda taller Hno. Gregorio por la competencia?</p> <p>¿Cada que tiempo hace mantenimiento en su vehículo?</p> <p>¿Si se brinda servicio en diagnostico computarizada en los vehículos cubrirá la demanda del cantón Playas?</p>	
			Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Balance General ✚ Estado de Resultado. ✚ Flujo de efectivo. ✚ Razones Financieras. 	<p>¿Cuenta con financiamiento necesario para la implementación de herramientas tecnológicas como es un escáner automotriz necesario para su actividad?</p> <p>¿Ejecutaría usted un plan de negocio para el beneficio de su empresa?</p>	

Fuente: Plan de Negocio

Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

CUADRO 2. Calidad de Servicio.

Hipótesis	Variables	Definiciones	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Mediante la aplicación del plan de negocio se logrará mejorar la Calidad de Servicio en el Desarrollo de las Herramientas Tecnológicas para la empresa Electromecánica “Hermano Gregorio” del cantón Playas, Provincias del Guayas.	Calidad de Servicio	Actividad que se realizan mediante estrategias utilizando la participación del talento humano y cumplir con los aspectos legales para la efectividad institucional.	Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Producto ✚ Plaza ✚ Promoción ✚ Precio 	<p>¿Con la implementación de herramientas tecnológicas que lograremos?</p> <p>¿Cuál es el precio promedio que cancelaría por el servicio de diagnóstico computarizado con el escáner automotriz?</p>	Entrevista Encuesta
			Aspectos Legales	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Permisos Municipales ✚ Constitución de la empresa 	<p>¿Le gustaría que la empresa de servicio Hermanos Gregorio modifique su infraestructura para tener un mejor servicio?</p> <p>¿Considera usted que se optimizarán tiempos y recursos en la empresa de servicio Hermanos Gregorio si se utiliza el escáner automotriz?</p>	
			Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Trabajadores ✚ Proveedores ✚ Clientes 	<p>¿Quiénes son los clientes más frecuentes de la empresa de servicio Hermanos Gregorio?</p> <p>¿Quiénes son sus principales competidores brindando el servicio en mantenimiento y reparación de vehículo en el mercado local?</p> <p>¿Cómo realizan el trabajo cuando lleva a reparar su vehículo a la empresa de servicio Hermanos Gregorio?</p> <p>¿Considera usted que la implementación de un escáner automotriz sería adecuada para la empresa de servicios Hermano Gregorio?</p>	

Fuente: Calidad de Servicio
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES.

En la década de los 90 se crea una microempresa de electromecánica de nombre “Hermano Gregorio” para ofrecer servicio de reparación y mantenimiento de vehículos en la comunidad cuando aún no existían automotores a inyección siendo la microempresa hasta ese momento propicio para dar la atención debida a sus clientes. El transcurrir de los años hizo posible la presencia inevitable de la tecnología en el campo de la electromecánica.

En el cantón Playas ha aumentado en el parque automotor un porcentaje de vehículos último modelo que utilizan inyección y circuitos electrónicos con computadora incorporada que son las más escogidas en la actualidad por sus propietarios.

El presente trabajo trata sobre la innovación de la microempresa de electromecánica “Hermano Gregorio” la cual está enfocada a entregar un servicio de reparación y mantenimiento de vehículos a inyección electrónica con el propósito de satisfacer las necesidades de la comunidad entera.

Este documento contempla la aplicación de un escáner automotriz utilizando el sistema OBD-II (Diagnóstico A Bordo), el cual incluye a la mayoría de las marcas de automóviles a partir de los modelos 1996 hasta modelos actuales que utilizan el protocolo CAN (Controlled Área Network) implementado en todos los modelos fabricados.

El escáner está diseñado para el usuario común y profesional, cuenta una agradable interfaz de pantalla táctil que permite un diseño portátil y el acceso a todas las funciones del sistema OBD-II.

Además de presentar los códigos de falla, también permite un monitoreo en tiempo real de todos los sensores, así como la consulta de datos almacenados al momento de la falla y también se incluye el acceso a la información de identificación del automóvil automáticamente.

Para éste propósito se explica en detalle la historia de este sistema de diagnóstico y las normas que lo rigen, incluyendo una explicación general de los sistemas electrónicos en cualquier automóvil, que en conjunto nos dan todas las herramientas y las facilidades para el uso del escáner.

Implementando la tecnología más actual en micro controladores, pantalla táctil e intérprete de códigos OBD-II, se tiene una herramienta de diagnóstico portátil, con una Interfaz amigable y a un bajo costo, igualando las funciones de un escáner profesional.

La actualización y la renovación también se contemplan a futuro, tomando en cuenta los constantes cambios en la industria automotriz y la aplicación de las nuevas tecnologías como una pantalla TFT LCD, memoria flash de mayor capacidad, además de la sustitución del circuito integrado que interpreta los códigos de falla. Con todo lo anterior se pretende obtener un producto comercial.

Es por eso la factibilidad de la innovación en la empresa de servicio electromecánica “hermanos Gregorio” aprovechando los recursos, beneficiando a los dueños de vehículos tanto local y también lo que visitan el balneario gracias a la ubicación estratégica y las vías de acceso que tiene en el cantón Playas.

1.2. PLAN DE NEGOCIO.

1.2.1 Concepto de Plan de Negocio.

Naveros J. y Cabrerizo María. (2009) define al Plan de Negocios como:

“El que se va a reflejar el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha y que abarcará desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a la práctica.
A través del mismo se va a definir, con el máximo detalle posible:” Pág. # 6

El Plan de Negocio es un proyecto empresarial que se pondrá en marcha para la implementación de nuevas herramientas electrónicas para brindar una excelente calidad en servicio automotores y mejorar la gestión empresarial.

Es una declaración formal que evaluará todos los aspectos de viabilidad de su iniciativa comercial incluyendo la descripción y análisis de las expectativas del negocio.

Es una guía para las empresas ya que en este documento se establecen las acciones que se realizarán a futuro y las medidas correctivas analizando los diferentes escenarios en los que se llegase a encontrar la empresa por lo tanto sirve para quienes pretenden crear una empresa, el mejoramiento de la misma que se encuentra en marcha, por lo consiguiente es el mapa que guiará al empresario para el éxito o fracaso de la empresa.

El fin común de los planes de negocios es facilitar y tratar de hacer viable el logro de los objetivos más importantes de una institución, por medio de su preparación se hace una evaluación de que tan factible es la idea de negocio en buscar alternativas, poner en práctica acciones y así reorientarlo.

1.2.2. Importancia del Plan de Negocio.

Weinberger K. (2009). Manifiesta la importancia.-

“Evaluar el potencial real de la demanda y las características del mercado objetivo.

Establecer un plan estratégico para la empresa para la empresa y planes de acción de corto y mediano plazo para cada una de sus áreas funcionales. En este sentido, buscar asignar responsabilidades y coordinar soluciones ante posibles problemas.

Tomar decisiones con información oportuna, confiable y veraz, y no sólo sobre la base de la intuición, lo que reduce el riesgo del negocio.” Pág. # 34 y 35

La importancia del plan de negocio radica en conocer detalladamente el ambiente en el que se encuentra la empresa, visualizar los diferentes panoramas que en el futuro pudiese pasar la empresa.

Al detectar las oportunidades y amenazas (externos) y fortalezas y debilidades (internas), se da referencia a la matriz F.O.D.A. que es un instrumento administrativo que permite trabajar con toda la información actual de la empresa.

Las oportunidades se relacionan los factores positivos para la empresa que se encuentran en el entorno por el contrario las amenazas son los factores negativos que hay que prevenir.

Las fortalezas son las capacidades especiales con las que se cuenta en una organización frente a la competencia y las debilidades provienen de las causas del entorno las cuales podrían perjudicar a la empresa, ya que estos componentes son factores interno que posee la empresa, de esa forma se cumple con la importancia de la implementación de un plan de negocio en una institución, con las expectativas de superar los objetivos trazado y cumpliendo con las implementaciones proyectadas.

CUADRO 3. Modelo de Plan de Negocio

PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRESA EN MARCHA (GERENTE)	PLAN DE NEGOCIO PARA UNA NUEVA EMPRESA (INVERSIONISTA O GERENTE)
RESUMEN EJECUTIVO	RESUMEN EJECUTIVO
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA: <ul style="list-style-type: none"> ✚ Antecedentes de la Empresa ✚ Estudios de la Producción ✚ Bienes y Servicios Ofertados ✚ Etapas Mercantiles ✚ Eq. Gerencial 	Formulación de idea de Negocio Análisis de Oportunidad Presentación del Modelo de Negocio
	Análisis del Entorno
Descripción de la competencia, de la posición competitiva y del mercado objetivo.	Análisis de la Industria, del mercado y estimación de demanda.
Planteamiento Estratégico: <ul style="list-style-type: none"> ✚ Análisis F.O.D.A. ✚ Tácticas de Incremento y Esparcimiento ✚ Coaliciones Estratégicas. 	Planteamiento Estratégico: <ul style="list-style-type: none"> ✚ Estudios F.O.D.A. ✚ Visión ✚ Misión ✚ Objetivo Trascendental ✚ Primacías Competitivas ✚ Coaliciones Estratégicas
Estrategias de Marketing y Ventas	Plan de Marketing
Análisis de la Infraestructura	Plan de Operaciones
Rediseño de estructura y cambios en la Gestión de la empresa	Esquema de la Infraestructura y Plan de Recursos Humanos
Modelo Financiero	Influencia de los Estados Financieros
Evaluación Financiera	Apreciación Financiera
Conclusiones y Recomendaciones	Conclusiones y Recomendaciones
Anexos	Anexos

Fuente: Karen Weinberger Villarán
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

Estos dos modelos de plan de negocio planteados por la autora Karen Weinberger Villarán son los más utilizados en el ámbito peruano. El modelo que se utilizará en la presente investigación es plan de negocio para una empresa en marcha con la finalidad de crecer y ser más rentable; éste plan de negocios deberá demostrar las fortalezas y debilidades de la empresa además de la capacidad gerencial del grupo empresarial.

El resumen ejecutivo es la presentación breve de todos los aspectos relevantes del plan de negocios elaborado; éste debe de contener una visión general de lo que se pretende lograr.

En la historia de la empresa se deberá contener los siguientes aspectos: fundación de la empresa, quien fundó la empresa, razón o motivación para fundar la empresa, giros que ha tomado la empresa y la evolución de la misma hasta la fecha, descripción de los productos que venden y a quienes los comercializa.

Análisis de la industria se buscará conocer los siguientes aspectos: sector o industria en la que trabaja el empresario, estado en el que se encuentra la industria, variables económicas, sociales, tecnológicas, políticas o legales a nivel local, regional, nacional, o global que podrían influir en la industria de manera positiva o negativa.

Productos y servicios ofrecidos aquí detallaremos los atributos y características distintas de dichos productos o servicios, clientes, competidores, proveedores, ventaja competitiva, procesos para el logro de objetivos empresariales.

Información económica y financiera se presentan los estados financieros de los últimos dos o tres años pues estos nos permiten conocer la situación económica y financiera en términos de liquidez, rentabilidad, solvencia y gestión financiera.

1.2.3. Proyección Estratégica.

Karen Weinberger Villarán. (2009). Manifiesta que:

“El plan estratégico de una empresa comienza con una relación de las variables que pudieran representar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (F.O.D.A.) para ella. Sea para una empresa en marcha o para una nueva iniciativa empresarial, se comienza con un listado de las oportunidades y amenazas que fueron identificadas en el análisis del entorno y en el análisis de la industria, gracias al estudio o sondeo del mercado. Luego se presentan las debilidades y las fortalezas de la empresa o del equipo gerencial.” Pág. # 64

Cuando se trata de una empresa en marcha, es necesario mostrar cuáles son sus recursos, sus capacidades y sus aptitudes centrales que se emplearán para crear una posición competitiva en el mercado; porque, haciendo uso de estos elementos las empresas realizan mejores actividades que sus competidores, diferenciándose y creando mayor valor para sus clientes.

La proyección estratégica es un documento en el que se refleja las estrategias a seguir por la empresa a corto, mediano y largo plazo; y las directrices del camino a seguir para alcanzarlas estos deben definirse en un lapso de tres a cinco años, una estrategia es la decisión de realizar acciones que se planifica en la institución.

La dirección estratégica lo conforman la misión, visión, objetivos, valores de la empresa que es lo principal que todas las instituciones deben contar actualmente para que el personal y los clientes la reconozcan y sea distinguida de la competencia.

La proyección estratégica de una empresa en marcha debe mostrar cuáles son sus recursos, sus capacidades, y sus aptitudes centrales que se emplearan para crear una posición competitiva en el mercado.

1.2.3.1. Misión.

Matilla Kathy (2009). Expone que la misión.-

“La misión explicaría a la propia organización y a su entorno para qué se ha creado la organización y para qué trabajan los que colaboran con y en ella. Las misiones, pues, son declaraciones de intenciones mucho más concretas que las visiones y reflejan de forma mucho más específica la forma de ser de la organización, que se basa en los valores – los ejes de la conducta corporativa.” Pág. # 78 - 79

La misión expone la razón de ser, la redacción debe ser clara para que todo el personal que trabaja en la empresa la recuerde además de ser suficientemente precisa para que la empresa pueda diferenciarse de sus competidores.

Una misión bien establecida permite motivar a los empleados de la empresa hacer que se sientan identificados y comprometidos con la misma. Responde a las siguientes preguntas: ¿Quiénes somos? ¿Qué hacemos? ¿Para quién lo hacemos? ¿Cómo lo hacemos? ¿Dónde lo hacemos? ¿Por qué lo hacemos? ¿En que creemos?; la misión de una empresa refleja cual es nuestra razón de ser de dicha organización.

La determinación de las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión. Las características que debe tener una misión son: amplia, concreta, motivadora y posible.

Con la misión de la empresa se conocerá a que se dedica la empresa en la actualidad y es importante pues da la oportunidad de que la empresa conozca cuáles son sus clientes potenciales; el mercado que la empresa está abarcando, una vez que se ha establecido la identidad, los recursos y capacidades, y otros factores de la empresa; es mucho más fácil acercarse a aquellos clientes.

1.2.3.2. Visión.

Matilla Kathy (2009). Expone que la Visión.-

“La visión de una organización es una imagen de lo que los miembros de la empresa quieren que ésta sea, o llegue a ser y para que sea válido, debe basarse en tres elementos.

- ✚ Un concepto enfocado, que proporcione valor y que las personas perciban como real.

- ✚ Una sensación de propósito noble, de algo que impulse a las personas a comprometerse con ello.

- ✚ Una probabilidad verosímil de éxito, que se perciba posible y alcanzable, de modo que las personas luchen por alcanzar su logro.” Pág. # 75

La visión de una empresa muestra lo que desea ser en el futuro, se podría decir que es como el sueño del empresario que normalmente se lo proyecta en un periodo de tres años, también es un elemento complementario de la misión que impulsa y dinamiza las acciones que se lleven a cabo en la empresa.

Responde a las preguntas ¿qué queremos llegar a ser?, en qué nos queremos convertir?, ¿a dónde queremos llegar?, ¿cuáles son nuestros deseos o aspiraciones?, ¿cuál es la imagen futura que queremos proyectar?

Establecer la visión de una empresa permite enfocar los esfuerzos de todos los miembros de la empresa hacia una misma dirección; es decir, permite lograr que se establezcan objetivos, formulen estrategias y ejecuten tareas y la organización.

1.2.3.3. Objetivos.

Ma. De Los Ángeles Gil Castillo y Fernando Giner De La Fuente (2013).
Expone que los objetivos.-

“Un objetivo es un fin más concreto, más preciso, cuantificado o para un periodo de tiempo determinado a priori.

La teoría económica neoclásica o de la escuela marginalista consideró como único objetivo empresarial la maximización del beneficio. Este objetivo se considera global, poco operativo y propio de modelos monistas.”

Pág. # 226

Los objetivos de una empresa son resultados, situaciones o estados que una empresa pretende alcanzar o a los que pretende llegar, en un periodo de tiempo y a través del uso de los recursos con los que dispone o planea disponer; es esencial establecer objetivos para el éxito de una empresa pues éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para los miembros de la empresa.

Las características de los objetivos deben ser: medibles es decir cuantitativos deben de tener un límite de tiempo; Claros deben ser precisos y entendibles; alcanzables deben ser factibles dentro de las posibilidades de la empresa en el país.

Desafiantes deben ser redactores; realistas y razonables; coherentes deben estar alineados y estar relacionados con otros objetivos, la visión, la misión, las políticas, la cultura y los valores de la empresa.

Existen objetivos generales y específicos; los objetivos generales son macro a diferencia de los objetivos específicos que son concretos expresados en términos de cantidad y tiempo y son indispensables para poder alcanzar los objetivos generales; una vez establecidos, los objetivos deben ser revisados para asegurarse de que aún sigan siendo los resultados que pretende alcanzar la empresa.

1.2.3.4. Ventajas competitivas.

Karen Weinberger Villarán. (2009). Expone la Ventaja competitiva como.-

“Es aquello que posee una empresa y que le sirve para generar valor para sus clientes, siendo muy costosa, rara y difícil de imitar por parte de los actuales o potenciales competidores.

Por ejemplo, las marcas, patentes, los registros de propiedad intelectual, una ubicación privilegiada, una fuerza laboral con talento y comprometida, un empresario líder y visionario, un sistema de información gerencial que permita adelantarse a los cambios del entorno y tomar rápidas y buenas decisiones, todos ellos pueden ser generadores de una ventaja competitiva.”

Pág. # 68

Ventaja competitiva es una característica que tiene una empresa respecto a otra estas pueden ser muchas entre ellas única-legal, posible de mantener, netamente superior a orientación al cliente, calidad superior del producto, contratos de distribución de largo período, valor de marca acumulado y buena reputación de la compañía, ser el productor de bienes y servicios de menor costo, ofrecer un producto diferenciado o aplicar cualquiera de las dos estrategias anteriores en un segmento de mercado específico, equipo profesional altamente calificado.

Generar valor a los clientes es una herramienta que sirve para lograr fidelizar a los clientes se refiere a dar algo en lo cual se sienta realmente agradecido, que el cliente se perciba una diferencia positiva, darle más de lo que el cliente espera.

En la actualidad toda empresa debe estar en la búsqueda de una posición competitiva dentro del mercado ya que son diversas formas y estrategias para competir marcando la diferencia entre las demás empresas competidoras esto se puede lograr con el buen uso de los recursos internos y aprovechando las oportunidades que el entorno le ofrezca.

1.2.4. Mercado.

López B., Ruiz P., Mas Machuca M., Viscarri J. (2010). Expone al mercado como.-

“El lugar físico o ideal en el que se produce una relación de intercambio, sin embargo, desde el punto de vista del marketing, el concepto de mercado como lugar es muy limitado y poco operativo.

Resulta más conveniente definir el mercado por los elementos que determinan su existencia. Así, un mercado es:

- + Un conjunto de personas, individuales u organizadas
- + Que necesitan un producto o servicio determinado
- + Que desean o pueden comprar
- + Que tienen capacidad económica y legal para comprar

El análisis del mercado debe contemplar los distintos tipos de mercado existentes y los criterios de clasificación.” Pág. # 24 - 25

En el mercado se reúnen compradores y vendedores para efectuar transacciones comerciales es decir un conjunto de actos de compra y venta de productos determinados.

La segmentación del mercado es un proceso mediante el cual se divide el mercado total de un bien o servicio en unos más pequeños; la finalidad de segmentar el mercado es conocer realmente a los consumidores con necesidades semejantes.

Estas variables de segmentación pueden ser múltiples por ejemplo: edad, género, profesión, consumo promedio, disposición de compras entre otras lo importante es seleccionar aquellas que sean relevantes para diferenciar el grupo objetivo (posibles consumidores).

El posicionamiento de un producto dentro del mercado se obtiene a través de diferentes variables como por ejemplo: tiempo de publicidad, la experiencia del cliente, recomendación de consumidores que hayan probado el producto o recibido el servicio, también influye el diseño o imagen del producto.

El posicionamiento está en la mente del cliente esta puede ser positiva y negativa influyendo directamente en el límite de la marca con las que debe cumplir una institución para el desarrollo de sus estrategias.

1.2.4.1. Publicidad.

Editorial Vértice. (2011). Expone la publicidad como.-

“Conjunto de actividades destinadas a lograr, con beneficio, la satisfacción de las necesidades del consumidor de un producto o servicio.

El marketing es la disciplina que se preocupa de estudiar, teorizar y dar soluciones sobre: los mercados, los clientes o consumidores.” Pág. # 1

La publicidad – marketing es una forma de comunicación comercial destinadas a cumplir objetivos, uno de los elementos de la mezcla de promoción de productos o comunicación más efectiva.

La publicidad, es una de esas herramientas que no debe de faltar a las empresas sin importar el tamaño, aunque sea pequeña una empresa requiere de una buena publicidad para cumplir su objetivo, que como sabemos es vender su producto o servicio.

La forma más conocida de la publicidad es mediante los anuncios que aparecen en los medios masivos de comunicación tales como: radio, prensa, vallas, televisión aunque actualmente las empresas utilizan los medios de internet como son las redes sociales, venta por catálogos, impulsadores cuya finalidad es llegar al cliente de las diferentes maneras posibles para lograr posicionar el producto en la mente de los consumidores.

Los elementos que componen la publicidad son: el emisor que está conformado por la empresa, el objetivo publicitario es lo que se quiere llegar a lograr con el uso de la publicidad, medio publicitario es el canal por el cual el mensaje será transmitido, el mensaje publicitario y el receptor que es cliente o consumidor que adquirirá el producto o servicio realizará comentarios sobre la nueva herramienta de trabajo para los colaboradores de la empresa.

1.2.4.2. Marca.

Publicación OMPI N° 900. (2004). Expone la marca como.-

“Una marca es un signo que permite diferenciar los productos o servicios de una empresa de los demás.

La principal función de la marca es permitir a los consumidores identificar el producto de una empresa, ya se trate de un bien o de un servicio, a fin de distinguirlo de los productos idénticos o similares de la competencia.” Pág. # 3 - 4

La marca es una identificación comercial, distintivo de un producto o servicio en el mercado protegiendo legalmente la identificación de la organización; con este el consumidor tiene la capacidad de diferenciarlo de otros productos similares logrando así el producto ganar aceptación o rechazo por los mismos consumidores.

El prestigio y el reconocimiento de una marca representan seguridad para el consumidor, los objetivos principales que tiene la marca son: diferenciación respecto a la competencia, da seriedad a la empresa, signo de garantía y calidad del producto, posicionar el producto en la mente del consumidor y ayuda a que el producto se venda mediante la promoción.

Entre las características de una marca se mencionan: nombre corto, fácil de recordar, sentido moral, agradable a la vista, adaptable a cualquier medio de publicidad, reunir los requisitos indispensables para su registro y así quedar protegida por la ley.

Una de las ventajas primordiales para el consumidor de una buena marca es que se identifica con facilidad y favorece la compra del producto o adquisición del servicio y para el vendedor es una ayuda en los programas de publicidad y expansión del producto.

1.2.4.3. Fijación y Políticas de Precio.

Flórez Andrade J. (2012). Expone la fijación de precios como.-

“Una decisión empresarial de especial importancia. No es una decisión relacionada con los costos en exclusiva, sino que tiene consecuencias para la estrategia comercial.

La determinación de precios tiene tres ejes de referencia:

Los costos directos del producto, costos generales, márgenes brutos y de contribución previstos. Cálculos económicos – financieros que determinan el precio al que debemos vender para asegurar la rentabilidad y supervivencia de la empresa.” Pág. # 86

La fijación de precios es la que determina los objetivos financieros, de marketing de una empresa uno de los objetivos que se aplicará es de incrementar las ventas; uno de los métodos más utilizados en las empresas es en función a los costos, este consiste en agregar una cantidad estándar al costo del producto.

Al definir costos se refiere a todo el dinero que ocupa una empresa en la fabricación y ventas de productos y servicios dichos costos son los que ayudan para poder fijar precios, reducción y control de costos, toma de decisiones y planear el futuro. Uno de los ejes de referencia, son los costos directos denominados variable y controlables para un comercializador son los que asume al comprar artículos para vender; los costos indirectos denominados fijos, incontrolables y como gastos cargados para toda la empresa, el margen bruto es la diferencia entre el precio de venta sin IVA (impuesto al valor agregado) de un bien y el precio de compra del mismo producto.

Entre los objetivos de la fijación de precios se refiere a: maximizar el beneficio a largo plazo, incremento del volumen de las ventas, crecimiento de la compañía, mejorar la rotación del producto, mejorar la imagen de la firma marco o producto, crear interés y entusiasmo por un producto, mantener el liderazgo en los precios.

1.2.4.4. Oferta.

Baca Urbina G. (2010). Define a la oferta como.-

“La cantidad de bienes o servicios que en un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

El propósito que persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado de un bien o un servicio.” Pág. # 41

En lo que se refiere a la oferta son todos los bienes o servicios que el vendedor (ofertante) está dispuesto a lanzar al mercado para ser vendidos; al hablar del análisis de la oferta es medir el número de bienes o servicios que el vendedor está dispuesto a vender un producto en una empresa que tiene un conjunto de elementos producidos, siendo este el punto central de la oferta de toda organización.

1.2.4.5. Demanda.

Baca Urbina G. (2010). Define a la demanda como.-

“La cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.” Pág. # 15

La demanda son todos los bienes y servicios que el comprador está dispuesto a adquirir con la finalidad de poder satisfacer sus necesidades; mediante el análisis de la demanda se puede establecer la participación y aceptación que tiene un producto en el mercado.

1.2.5. Organización.

1.2.5.1. Estructura Organizacional.

Solís Eddy (2013). Expone la estructura organizacional como.-

“La estructura organizacional de una entidad proporciona la estructura conceptual mediante la cual se planean, ejecutan, controlan, y monitorean sus actividades para la consecución de los objetivos globales. Las actividades pueden relacionarse con lo que a veces se denomina cadena de valor: actividades de acceso al interior (recepción), operaciones o producción, salida al exterior (embarque), mercadeo, ventas y servicio. Pueden existir funciones de apoyo, relacionadas con la administración, recursos humanos o desarrollo de tecnología.” Pág. # 31

Una estructura organizacional es un modo de organización en el caso empresarial refiere a la manera que una empresa distribuye el trabajo dentro de la misma con la finalidad de orientar a cumplir los objetivos planteados estableciendo así designar responsabilidades de todo el personal que labora para la empresa.

Al poder distribuir el trabajo la empresa tiene la facultad de planear que implica la formulación de un estado futuro deseado apoyado en la situación actual de la empresa, podrá también ejecutar y por ende controlar al personal realizando un monitoreo de las actividades para llegar a cumplir los objetivos planteados por la empresa.

La cadena de valor es una herramienta, un modelo que organiza los diferentes procesos de la empresa con la finalidad de orientar los programas de mejoramiento cuya finalidad es de identificar dichas actividades para obtener ventaja competitiva es decir que las actividades importantes sean desarrolladas mejor y a bajo costo que la competencia. Estos procesos de la cadena de valor impactan directamente al producto y/o servicio que el cliente consume o adquiere.

1.2.5.2. Descripción y Perfil de Puesto.

David de la Fuente, Isabel Fernández, Nazario García, (2012). Expone la descripción y perfil de puesto como.-

“El análisis y descripción de puestos de trabajo es una herramienta básica para toda la gestión de recursos humanos. Permite aclarar los cometidos de los individuos y sus aspectos colectivos, permite controlar la carga laboral y su evolución de manera que se pueda actuar sobre los calificadores, las decisiones técnicas y los equilibrios de la organización.” Pág. # 184

La descripción del puesto de trabajo refiere a las actividades, responsabilidades, funciones que está a cargo cada departamento de la empresa; en cuanto a lo que respecta perfil del puesto refiere a las competencias, habilidades, competencias que deberá tener la persona que vaya a ejercer dicho puesto de trabajo para esto se necesita una persona que esté debidamente capacitada para seleccionar al personal que contribuirá con el crecimiento de la empresa.

Los perfiles de puesto sirven para identificar las funciones y actividades que los empleados desarrollarán dentro de la empresa; estos a su vez son una base para el desarrollo de los manuales de operación y procedimientos.

Se puede definir como un método de recopilación de requisitos y cualificaciones personales exigidas para el cumplimiento de manera satisfactorio de las tareas del empleado y se ha convertido en una herramienta útil en la administración exitosa del recurso humano.

Dentro de los aspectos que se detallan en los perfiles de puestos de trabajo de una organización se encuentran los conocimientos, actitudes y capacidades que debe reunir el empleado; esto permitirá a la empresa alcanzar las metas de desempeño de cada puesto.

1.2.5.3. Capacitación Del Personal.

Teresa Palomo Vadillo (2010). Expone la publicidad – marketing como el.-

“Reclutamiento y selección de personal.- Las informaciones reflejadas en las descripciones de los puestos permitían planificar y desarrollar procesos de reclutamiento y de selección más efectivos, pues por un lado facilita el acudir a las mejores fuentes de reclutamiento y, por otro, determinar los perfiles de competencias exigidos para diseñar un proceso de selección a medida de las necesidades del puesto.”

La capacitación del personal implica el reclutamiento, selección, contratación e inducción. El reclutamiento y selección del personal es el conjunto de pasos para poder seleccionar al personal idóneo, capacitado, con conocimientos para que pueda ejercer el cargo y las funciones que va a desarrollar, una vez seleccionado al personal se procede a la contratación, se debe de procurar que el nuevo personal se adapte pronto a la empresa y pueda desarrollar sus funciones con eficacia; la inducción refiere a mostrar los reglamentos establecido por la empresa.

1.2.5.4. Relaciones de trabajo.

Blanch J., Espuny M., Gala C., Martín A. (2011). Menciona que las relaciones de trabajo.-

“Se utiliza habitualmente para designar las prácticas y las reglas que estructuran las relaciones entre los asalariados, los empresarios y el Estado en diferentes ámbitos: dentro de una empresa, una rama de actividad, un territorio determinado o la economía en general.” Pág. # 153

Las relaciones de trabajo es un nexo entre empleados y trabajadores es la condición necesaria para la aplicación de las leyes de trabajo y seguridad social destinadas a los empleados.

1.2.5.5. Clima Organizacional.

Mejía García B. (2012). Define al clima organizacional como.-

“El conjunto de situaciones internas que producen satisfacción y motivación en el personal, entre ellas tenemos:
Respeto, comunicación, reconocimiento a la labor desempeñada, armonía, colaboración, sentido de crecimiento e integración. Estos aspectos son de vital importancia en el desarrollo de los procesos.” Pág. # 36

El clima organizacional es el trato que un jefe tiene con sus subordinados, la relación entre el personal de la empresa e incluso la relación con proveedores y clientes. Un clima organizacional agradable es una inversión a largo plazo pues los empleados que se encuentren conformes con el clima laboral son más productivos.

1.2.5.6. Ambiente Laboral.

Mejía García B. (2012). Menciona que el ambiente laboral.-

“Está conformado por las condiciones físicas, afectivas y emocionales en las que se desarrollan los procesos.
El ambiente laboral adecuado es aquel que permite el desempeño armónico dentro de un clima de tranquilidad y comodidad.” Pág. # 36

Es el medio ambiente laboral; para que un trabajador alcance todo su potencial debe tener las condiciones adecuadas, es el medio de trabajo el que se toma en cuenta para la protección de la seguridad y salud de los trabajadores.

Las relaciones entre los colaboradores en una institución debe ser efectiva con mucho respeto hacia los demás, debe existir confianzas en los trabajos encomendados para la efectividad de la empresa.

1.2.6. Finanzas.

1.2.6.1. Balance General.

Leonel Vidal Ramírez (2013). Expone al balance general como.-

“Documento contable que refleja la situación financiera de una empresa en un momento dado. En él se agrupan las cuentas en activos, pasivos y capital, lo que permite conocer lo que la empresa debe, lo que posee en términos monetarios y el valor de la aportación de los accionistas. Es el estado básico demostrativo de la situación financiera de una empresa, a una fecha determinada, preparado de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados.” Pág. # 60

El balance general se lo conoce como la fotografía de la empresa pues es la que refleja la situación actual financiera de la empresa, gracias a este documento el empresario puede acceder a la información vital de su empresa tanto como la disponibilidad de su dinero como las deudas contraídas hasta una fecha determinada.

Dentro del balance general se agrupan las cuentas de activo que son las que representan los bienes y derechos que son propios de la empresa estos a su vez se clasifican en: activos circulantes son los que con facilidad pueden convertirse en efectivo dentro del ciclo normal de operaciones a diferencia de los activos no circulantes que es todo lo contrario.

El pasivo para la empresa representa las obligaciones y deudas contraídas por la misma estos pasivos se clasifican en: pasivos a corto plazo o circulantes denominados así a las deudas que se cancelarán no mayor a un año.

Por lo general son valores no muy elevados y son cancelados con los activos corrientes, pasivos a largo plazo son aquellas deudas u obligaciones mayores a un año. Capital se refiere al aporte hecho por el empresario para iniciar la actividad.

CUADRO 4. Estructura del Balance General.

ACTIVO	PASIVO Y PATRIMONIO
	PASIVO
ACTIVO CORRIENTE CAJA BANCOS CLIENTES CUENTAS POR COBRAR INVENTARIOS GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADOS	PASIVO CORRIENTE PROVEEDORES BANCOS EMPLEADOS ESTADO
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	TOTAL PASIVO CORRIENTE
ACTIVO NO CORRIENTE ACTIVO FIJO DEPRECIACION ACTIVO FIJO NETO	PASIVO NO CORRIENTE DEUDAS A LARGO PLAZO
	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE
	TOTAL PASIVO
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	PATRIMONIO CAPITAL UTILIDADES ACUMULADAS
	TOTAL PATRIMONIO
TOTAL ACTIVO	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO

Fuente: Estructura de Balance General
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

1.2.6.2. Estado de Resultados.

Alexander Guzmán Vásquez, David Guzmán Vásquez, Tatiana Romero Cifuentes. (2010). Expone al balance general como.-

“Este estado financiero, mal conocido como P y G o “Estado de pérdidas y ganancias”, pretende ofrecer, a través de un informe, la posibilidad de evaluar la rentabilidad que obtuvo un negocio durante un periodo determinado.

El estado de resultados está conformado por los ingresos, costos y gastos de una empresa en un periodo determinado.” Pág. # 109

El estado de resultados de una empresa evalúa el rendimiento económico de la empresa en una fecha determinada, muestra detallada y ordenadamente la forma en que se ha obtenido la utilidad o pérdida de la empresa.

El resultado se determina comparando los ingresos contra los costos y gastos generados dentro de un determinado periodo; dado el caso que los ingresos sean mayores se obtendrá utilidad y si los ingresos son menores representará pérdida.

Los ingresos en una empresa comercial la representan las ventas a su vez estos ingresos se clasifican en: ingresos operacionales y no operacionales, los operacionales se originan de la actividad principal de la empresa y los no operacionales son los que se originan en actividades diferentes.

Los gastos son disminuciones al patrimonio, en el cual generan aumento en los pasivos y disminución en los activos estos gastos se clasifican en: gastos operacionales y no operacionales, los operacionales son disminuciones ocasionados para obtener ingresos y los no operacionales son aquellos que no son necesarios para la obtención de ingresos. Los costos son aquellos gastos por los recursos aportados a los procesos de producción.

CUADRO 4. Estructura de Estado de Resultado

VENTAS (-) COSTOS DE VENTAS
UTILIDAD BRUTA (-) GASTOS
UTILIDAD DE OPERACIÓN (-) GASTOS FINANCIEROS
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (-) IMPUESTOS
UTILIDAD NETA (-) PAGO DE DIVIDENDOS
UTILIDADES RETENIDAS

Fuente: Estructura del Estado de Resultado
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

1.2.6.3. Flujo de Efectivo.

Guzmán Vásquez A., Guzmán Vásquez D. y Romero Cifuentes T. (2010). Define al flujo de efectivo como.-

“El Flujo de efectivo es un estado financiero que muestra los conceptos por los que varía la caja en un periodo determinado. Así como el estado de resultados refleja la rentabilidad de una empresa, el flujo de efectivo sirve para estudiar la caja o liquidez de una organización. Es bueno recordar que se entiende por liquidez la capacidad que tiene una empresa o una persona natural de asegurar los fondos necesarios para cumplir los compromisos adquiridos.” Pág. # 157

El flujo de efectivo es un estado financiero que refleja las entradas y salidas de efectivo en cierto tiempo; cuya finalidad es proporcionar la información al empresario de cuánto efectivo se llega a necesitar en un tiempo determinado.

Este estado financiero permite anticipar de cuánto se dispone para pagar prestaciones adicionales a los empleados, así mismo para sus gastos personales sin que afecten a la empresa, en el caso de existir un excedente tomar decisiones de inversiones.

CUADRO 5. Estructura de Estado de Flujo de Efectivo.

PERIODO DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 200X		
EFFECTIVO DE ACTIVIDADES OPERACIONALES		XXXX
-----	XXXX	
-----	XXXX	
-----	(XXXX)	
EFFECTIVO DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		XXXX
-----	XXXX	
-----	XXXX	
-----	XXXX	
-----	XXXX	
EFFECTIVO DE ACTIVIDADES DE INVERSION		XXXX
-----	XXXX	
-----	XXXX	
-----	XXXX	
AUMENTO O (DISMINUCION) NETO DE EFFECTIVO		XXXX
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO AL INICIO DEL PERIODO		XXXX
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO AL FINAL DEL PERIODO		XXXX

Fuente: Estructura de Estado de Flujo de Efectivo
 Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

1.2.6.4. Razones Financieras.

Morales Castro A. (2010). Manifiesta que.-

“Las razones financieras son las relaciones de magnitud que hay entre dos cifras que se comparan entre sí, y se denominan financieras porque se utilizan las diversas cuentas de los estados financieros principales (estado de situación financiera, estado de resultados, estado de cambios en la situación financiera), los cuales se pueden comparar entre distintos periodos y con empresas que pertenecen a la rama de giro de la empresa estudiada.” Pág. # 190

Las razones financieras son indicadores utilizados para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa evaluada, entre las razones financieras están: las razones de liquidez, endeudamiento, rentabilidad, cobertura; las de liquidez son las que permiten identificar el grado de liquidez, las de endeudamiento permiten identificar el grado de endeudamiento, las de rentabilidad permite medir el nivel o grado de rentabilidad y las de cobertura miden la capacidad para cubrir sus obligaciones,

Estas razones financieras son utilizadas para el análisis financiero pues ayuda a medir el grado de eficacia y comportamiento de las empresas; el análisis de las razones financieras involucra comparar una razón presente con las razones pasadas y futuras esperadas por la empresa; o comparar las razones de una empresa con empresas similares en el mismo tiempo.

Los beneficiarios que utilizan estas herramientas financieras son: los administradores que las emplean para ayudar a controlar, analizar y mejorar las operaciones de la empresa; los analistas de crédito de instituciones bancarias o casa de bolsas de valores que son quienes analizan la capacidad de pago que tiene una empresa; los analistas de valores o analistas de acciones interesados en la eficiencia de la empresa y sus posibles crecimientos.

CUADRO 6. Capacidad de pago de la empresa a corto plazo.

RAZÓN	FÓRMULA	ANÁLISIS	ESTÁNDAR
Razón Circulante	$\frac{\text{Act. Cir.}}{\text{Pas. Cir.}}$	Representa las veces que el activo circulante podría cubrir al pasivo circulante.	Promedio en la industria y en el comercio 1.5
Razón Rápida (Prueba ácida)	$\frac{\text{Act. Cir. - Inv}}{\text{Pas. Cir.}}$	Representa las veces que el activo circulante más líquido cubre al pasivo a corto plazo.	< 1 peligro de suspensión de pagos por activos insuficientes y > 1, se tienen exceso de liquidez, óptimo sería 1.
Razón de Endeudamiento	$\frac{\text{Pas. T}}{\text{Act. T}} \times 100$	Mide la proporción de los activos financiados por recursos ajenos.	Promedio en el comercio 75%; promedio en la industria 50%.
Rotación de cartera	$\frac{\text{Vnts Netas a cto}}{\text{Ctas x C. a Ctes}}$	Sirve para evaluar los niveles de producción o rendimiento de recursos a ser generados.	Promedio en la industria 30 a 45 días; promedio en el comercio 30 días.
Periodo promedio de cobro	$\frac{360}{\text{Rotación de ctas x cobrar}}$	Indica el número de días en que cobramos lo que se ha vendido a crédito.	Promedio de industria 45 días; promedio en el comercio 45 días.
Periodo promedio de pago	$\frac{360}{\text{Rotación de ctas x pagar}}$	Evalúa el tiempo promedio para pagar las cuentas por pagar.	Promedio en la industria 2 a 3; promedio en el comercio > 6.
Razón Periodo Promedio De Inventario	$\frac{360}{\text{Rotación de Inventarios}}$	Número de veces que se vende en inventario en el año.	Promedio en la industria 120 días; promedio en el comercio <60 días.
Margen de utilidad sobre ventas	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Totales Netas}} \times 100$	Indica el porcentaje de utilidad de las ventas.	Promedio en la industria 3%; promedio en el comercio > 5%.
Rendimiento sobre capital social	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Social}}$	Indica el rendimiento de aportación en relación a los accionistas	Promedio en la industria y promedio en el comercio 15%.

Fuente: Razones Financieras

Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

1.2.6.5. Tasa Interna de Retorno (TIR).

Cesar Aching (2010) manifiesta que “La tasa interna de retorno (TIR) mide la rentabilidad como un porcentaje, calculado sobre los saldos no recuperados en cada período” pág. # 185

La tasa interna de retorno, es el valor que iguala el valor neto a cero, la tasa además es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. La fórmula en aplicar es la siguiente:

Dónde:

F_t Es el Flujo de Caja en el periodo. t

n Es el número de periodos.

I Es el valor de la inversión inicial.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} - I = 0$$

1.2.6.6. Valor Presente Neto (VPN) o Valor Actual Neto (VAN).

Cesar Aching (2010) manifiesta que “El valor presente neto (VPN) o valor actual neto (VAN) mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios deducida la inversión, actualiza a una determinada tasa de descuento y los flujos futuros.” Pág. # 184.

El valor actual neto es aquel que permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualizados originados por la misma a lo largo del plazo de la inversión realizada si es mayor a 0 el proyecto es rentable. La fórmula en aplicar es la siguiente:

Dónde:

V_t Representa los flujos de caja en cada periodo.

I_0 Es el valor del desembolso inicial de la inversión

n Es el número de periodos considerados.

K Es el tipo de interés

$$\sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

1.3. CALIDAD DEL SERVICIO.

Según (German Israel Galviz, 2011, pág. 44) “manifiesta que generalmente la calidad de servicio se define como un compuesto de numerosos elementos o características de calidad, (cortesía, oportunidad o rapidez en la entrega, productos libres de defectos al momento de la entrega, precios justos, etc.), evaluados por los clientes en relación a un servicio, según como haya sido la satisfacción de sus necesidades y expectativas.”

La calidad de servicio está fundamentada en un enfoque corporativo en el cliente, cultura y sistema de direcciones que presten servicios a través de una comprensión total de las necesidades y expectativas del cliente. Por lo tanto, calidad de servicio es la satisfacción del cliente, la cual se logra cuando se sobrepasan sus expectativas, deseos o percepciones

Se entiende por servicio a cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. En otras palabras, el servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico.

Profundizando en el tema servicios se observa que poseen las siguientes características:

Intangibilidad: los servicios no se pueden ver, sentir ni oler antes de comprarlos;

Inseparabilidad: la creación de un servicio puede tener lugar mientras se consume, examen de la vista, un viaje, un masaje, un corte de cabello, entre otros;

Intervención oportuna: los servicios deben darse de manera inmediata, puesto que este detalle genera confianza con el cliente.

Ausencia de propiedad: los compradores de un servicio adquieren un derecho, pero no la propiedad del soporte tangible del servicio, es decir, el consumidor paga por un servicio más no por la propiedad.

Se puede clasificar a los servicios en los siguientes tipos:

Servicios genéricos: son los que la mayoría de los consumidores necesitan, para acondicionar sus maquinarias en un tiempo no duradero, este detalle permite que el cliente tome medidas preventivas con su automotor.

Servicios básicos: servicios mínimos que buscan los consumidores, un ejemplo puede ser cuando una persona solicita el servicio médico a domicilio.

Servicios aumentados: son servicios adicionales que se le da al consumidor;

Servicios globales: se le llama a la oferta conjunta de servicios.

Servicios potenciales: son los que los consumidores imaginan que podrán encontrar dentro del mercado.

Por último, para poder definir el concepto de calidad de servicio se debe destacar

la importancia del cliente (persona con necesidades y preocupaciones, que no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar en la visión del negocio).

Tomando en cuenta estos tres conceptos ahora sí se pueden definir la calidad de servicio que consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades.

Componentes de la calidad en el servicio

Confiabilidad. La capacidad de ofrecer el servicio de manera segura, exacta y consistente. La confiabilidad significa realizar bien el servicio desde la primera vez.

Accesibilidad. Las empresas de servicios, especialmente deben facilitar que los clientes contacten con ellas y puedan recibir un servicio rápido.

Respuesta. Se entiende por tal la disposición atender y dar un servicio rápido. Los consumidores cada vez somos más exigentes en éste sentido.

Seguridad. Los consumidores deben percibir que los servicios que se le prestan carecen de riesgos, que no existen dudas sobre las prestaciones.

Empatía. Quiere decir ponerse en la situación del cliente, en su lugar para saber cómo se siente.

Tangibles. Las instalaciones físicas y el equipo de la organización deben ser lo mejor posible y los empleados, estar bien presentados, de acuerdo a las posibilidades de cada organización y de su gente. Para finalizar es importante

identificar las expectativas de los clientes en cuanto a la calidad de servicio, esta es más difícil de definir en comparación a la calidad en los productos.

La calidad de servicio siempre variará, dependiendo de las circunstancias del problema y de la interacción entre el empleado y el cliente.

1.3.1. Análisis F.O.D.A.

El plan estratégico de una empresa comienza con una relación de las variables que pudieran representar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (F.O.D.A.) para ella. Sea para una empresa en marcha o para una nueva iniciativa empresarial, se comienza con un listado de las oportunidades y amenazas que fueron identificadas en el análisis del entorno y en el análisis de la industria, gracias al estudio o sondeo del mercado. Luego se presentan las debilidades y las fortalezas de la empresa o del equipo gerencial.

Cuando se trata de una empresa en marcha, es necesario mostrar cuáles son sus recursos, sus capacidades y sus aptitudes centrales, porque son las que se emplearán para crear una posición competitiva en el mercado en el cual haciendo uso de estos elementos las empresas realizan mejores actividades que sus competidores, diferenciándose y creando mayor valor para sus clientes.

El análisis permite al empresario visualizar cuáles son las fortalezas y debilidades internas de la empresa, que le ayudarán a aprovechar las oportunidades y a luchar contra las amenazas del entorno.

El empresario cumplirá con los siguientes:

- ✚ Al estudiar el ambiente “externo” las empresas identifican lo que “podrían” hacer basándose en el análisis de oportunidades y amenazas.

- ✚ Al estudiar el ambiente “interno” las empresas identifican lo que “pueden” hacer, sobre la base del análisis de las fortalezas y debilidades internas de la empresa.
- ✚ Las fortalezas son importantes en la medida que son utilizadas para explotar una oportunidad o para contrarrestar una amenaza y son fuentes potenciales de ventajas competitivas.

Pero, cuando se trata de una nueva empresa ¿cómo evaluamos las fortalezas y debilidades y su relación con el desarrollo de las oportunidades y el control de las amenazas?

Si la empresa aún no está, ¿cómo podemos evaluar los factores internos de una organización inexistente? En este caso, la evaluación interna se basa en el análisis de las capacidades, los conocimientos y los recursos del equipo empresarial con la cual inicia la empresa.

Por lo tanto, no será la evaluación de una empresa sino de un equipo de personas.

1.3.2. Estrategias.

Munuera J., Rodríguez A. (2013). Define a las estrategias como.-

“Un conjunto de acciones encaminadas a la consecución de una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y defendible frente a la competencia, mediante la adecuación entre los recursos y capacidades de la empresa y el entorno en el cual opera, y a fin de satisfacer los objetivos múltiples grupos participantes en ella.” Pág. # 33 - 34

Las estrategias son las gestiones planificadas por los administradores de la empresa tecnológica que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

En este caso están dirigidas a generar productos que satisfagan las necesidades de los consumidores marcando la diferencia frente a la competencia con la finalidad de alcanzar la fidelidad del cliente a los productos o servicios que la empresa ofrece.

1.3.2.1. Producto.

Editorial vértice (2012). Menciona:

“Producto puede ser definido como un conjunto de atribuciones tangibles, como son la marca, el etiquetada, con lo que el comprador adquiere algo más que un conjunto de atributos físicos.” Pág. # 50

Un producto son un conjunto de atribuciones tangibles e intangibles que buscan satisfacer las necesidades de los consumidores. Debe ir acompañado por las normas de calidad; un producto puede ser un bien, un servicio, una idea, una persona o un lugar que existe para propósitos de intercambio, para el logro de objetivos de una organización.

1.3.2.2. Plaza.

Bonta P., Farber M. (2013). Define la Plaza como.-

“Una de las variables del marketing que se ocupa de la organización de la distribución física de los productos. La distribución abarca un conjunto de operaciones necesarias para llevar los productos desde el lugar de fabricación hasta los lugares de consumo.” Pág. # 49

Plaza se define donde comercializan el producto, sea un bien o un producto; se puede considerar como el manejo efectivo de los canales logísticos y de venta, para lograr que el producto llegue al lugar adecuado en el momento y condiciones.

La distribución se lo puede realizar mediante los diferentes tipos de canales entre ellos están: Venta directa, agente, distribuidor.

1.3.2.3. Promoción.

Bonta P., Farber M. (2012). Define la Promoción como.-

“El conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados.”
Pág. # 199

La promoción es una de variables del marketing cuya finalidad es de persuadir al consumidor de una u otra manera mediante los diferentes tipos de promoción para lograr la venta del producto o adquisición del producto.

Entre los diferentes tipos de promoción existen: la publicidad, la venta personal, las promociones de ventas que a su vez sirven para atraer a los clientes y lograr mantener una imagen positiva de la organización ante los clientes.

1.3.2.4. Precio.

Bonta P., Farber M. (2012). Define la Promoción como.-

“El valor que el consumidor le otorgue al producto representará un tope para el precio máximo al que este se pueda colocar, mientras que los costos determinaran el nivel mínimo de precio que lo mantenga en el mercado.
El precio es la expresión de un valor. El valor de un producto depende de la imagen que percibe el consumidor.” Pág. # 39

El precio de un producto es el valor monetario que se le asigna a un producto o servicio al momento de ofrecerlos a los consumidores; ya que es el costo monetario que los consumidores deben pagar al vendedor para poder adquirir el

bien o servicio, en este caso lo que busca la empresa “Hermano Gregorio” es brindar una excelente calidad en el servicio vehicular a un precio agradable.

1.3.3. Canales de distribución.

Ruiz C., Parreño J. (2013). Menciona que los canales de distribución son.-

“El término canal de distribución incorpora dos aspectos inseparables: por un lado, la trayectoria que siguen los productos desde el lugar de producción hasta el lugar de consumo y, por otro, el conjunto de personas u organizaciones, que actuando como intermediarios, facilitan ese flujo de los productos, al asumir la realización de las distintas funciones de la distribución.” Pág. # 151

Para cualquier empresa es de suma importancia conocer los canales por los cuales va a trasladar su producto pues de esto depende la participación que tenga el producto dentro del mercado cabe recalcar que un canal de distribución es válido aquel que proporciona más difusión con menores costos.

1.3.3.1. Canal De Distribución.- Directo (Productores – Minoristas - Consumidores).

Baca Urbina G. (2010). Define a Productores – Minoristas - consumidores como.-
“Es un canal muy común, y la fuerza se adquiere al entrar en contacto con más minoristas que exhiban y vendan los productos.” Pág. # 49

Este canal de distribución es el más visible para el consumidor final pues los productores son los que transforman la materia prima en producto terminado y este a su vez lo distribuye, comercializa en grandes cantidades mediante a los diferentes canales de distribución, los minoristas que por lo general son grupo

pequeño que a su vez tienen stocks limitados de productos como el caso de la empresa de servicio “Hermano Gregorio” ellos comercializan a los consumidores que llegan con su vehículo averiado.

1.3.4. Talento Humano.

1.3.4.1. Proveedores.

Jaime Rivera Camino, Mencía de Garcillán López (2012). Menciona que.-

“La satisfacción de las necesidades de los mercados supone una adecuada relación con los diversos proveedores, y por eso las empresas desarrollan diversas acciones para asegurar su participación.” Pág. # 64

Los proveedores son quienes abastecen a los minoristas ya sean de producto o materias primas, las empresas deben mantener buenas relaciones con sus proveedores y estar al día con las obligaciones pendientes con ellos, estos representan una fortaleza frente a los competidores.

1.3.4.2. Clientes.

Jaime Rivera Camino, Mencía de Garcillán López (2012). Menciona que los clientes son.-

“mercado en grupos relativamente homogéneos en función de algún criterio determinado y enfocar toda la estrategia de marketing para captar al grupo que constituirán nuestros clientes potenciales.” Pág. # 67

Los clientes para una empresa representan una gran importancia pues son quienes adquieren los productos o servicios que una empresa ofrezca en el mercado por

esto las empresas deben de brindar productos y servicios de calidad. Tratando de satisfacer las necesidades y mantener buenas relaciones con los clientes pues son quienes a futuro recomendaran el producto o el servicio que brinda la empresa en el cantón Playas.

1.4. CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR VIGENTE 2008.

Título VI: Régimen de Desarrollo

Capítulo Cuarto: Soberanía económica

Sección Séptima: Política Comercial

Art. 304.-La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

- ✚ Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
- ✚ Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
- ✚ Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
- ✚ Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
- ✚ Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

En el Capítulo Sexto del Trabajo y Producción Sección Primera: Formas de Organización de La Producción y su Gestión.

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Sección Tercera: Formas de Trabajo y su Retribución.

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Art. 327.- La relación laboral entre personas trabajadoras y empleadoras será bilateral y directo.

Se prohíbe toda forma de precarización, como la intermediación laboral y la tercerización en las actividades propias y habituales de la empresa o persona empleadora, la contratación laboral por horas, o cualquiera otra que afecte los derechos de las personas trabajadoras en forma individual o colectiva.

El incumplimiento de obligaciones, el fraude, la simulación, y el enriquecimiento injusto en materia laboral se penalizarán y sancionarán de acuerdo a la ley.

I.- Transformación Económica y Productiva:

El objetivo es definir una política económica orientada al crecimiento con equidad, basada en la generación de empleo para impulsar la inclusión social y el desarrollo humano sostenible.

1.4.1. Plan Nacional de Desarrollo 2007 – 2015.

I.- Transformación Económica y Productiva:

El objetivo es definir una política económica orientada al crecimiento con equidad, basada en la generación de empleo para impulsar la inclusión social y el desarrollo humano sostenible; el fomento de la productividad y de la inversión.

Para todos, así como a una competitividad real que no se base en el deterioro de las condiciones sociales ni ambientales, sino en la incorporación del progreso tecnológico. Para ello se requiere ubicar las ramas altamente generadoras de empleo y de valor agregado; determinar funciones de producción tipo; determinar componentes de oferta total y demanda total.

A largo plazo se profundizará la modelización a través de la actualización de la matriz de contabilidad social y la elaboración de un nuevo modelo de equilibrio general que permita integrar lo macroeconómico con lo social.

II.- Transformación Social y Desarrollo Humano:

El objetivo básico es garantizar el cumplimiento de los derechos económicos, sociales, y culturales, con metas a nivel cantonal.

- ✚ El derecho al trabajo y a condiciones laborales equitativas y satisfactorias
- ✚ El derecho a la seguridad social y al seguro social

1.4.2. Plan del Buen Vivir 2009-2013.

Con el plan del buen vivir se busca mejorar las condiciones de vida de la población, generando fuentes de empleo y desarrollo de la productividad que por ende conlleven al aprovechamiento de las habilidades y conocimientos de los colaboradores de la microempresa.

El fundamento de las presentes leyes contribuye a como se integran las variables de bienestar y confiabilidad del fiel cumplimiento de lo que reposa en cada ley y que está orientada a el cumplimiento de cada derecho y obligación los que integran una microempresa, desde el puesto de trabajo más inferior hasta los más altos rangos jerárquicos de la misma.

Objetivo 3: Mejorar la calidad de vida de la población

Fundamento: la calidad de vida alude directamente al “Buen Vivir” en todas las facetas de las personas, pues se vincula con la creación de condiciones para satisfacer sus necesidades materiales, psicológicas, sociales y ecológicas.

Dicho de otra manera, tiene que ver con el fortalecimiento de las capacidades y potencialidades de los individuos y de las colectividades, en su afán por satisfacer sus necesidades y construir un proyecto de vida común y la evolución de la ciudad.

Este concepto integra variables asociadas con el bienestar, la felicidad y la satisfacción individual y colectiva, que dependen de relaciones sociales y

económicas solidarias, sustentables y respetuosas de los derechos de las personas y de la naturaleza, en el contexto de las culturas y del sistema de valores en los que dichas personas viven, en relación con sus expectativas, normas y demandas.

Objetivo 6: Garantizar un trabajo estable, justo y digno, en su diversidad y formas: El trabajo constituye la columna vertebral de la sociedad y es un tema fundamental de la vida de las personas y de las familias.

La Constitución ecuatoriana reconoce que el trabajo es un derecho y un deber social. Asimismo, como derecho económico, es considerado fuente de realización personal y base de la economía.

El trabajo condensa múltiples dimensiones materiales y simbólicas, y está en el centro de una serie de relaciones complejas de producción y reproducción de la vida, que tienen implicación política, económica, laboral, social, ambiental y cultura

1.4.3. Ley de Fomento Artesanal.

En el Título III de las Exoneraciones del Capítulo I. De Los Beneficios: Art 9.- los artesanos, personas naturales o jurídicas.

Que se acojan al régimen de la presente Ley, gozaran de los siguientes beneficios y las exoneraciones de hasta el ciento por ciento de los impuestos arancelarios y adicionales a la importación de maquinaria, equipos auxiliares y herramientas, repuestos nuevos, materias primas y materiales de consumo, que no produzcan en el país y que fueren necesarias para la instalación, mejoramiento, producción y tecnificación de los talleres artesanales.

Para la importación de maquinarias, equipos auxiliares y herramientas, usados o reconstruidos, se requerirá la carta de garantía de funcionamiento de la casa o empresa vendedora y se concederá la importación en las mismas condiciones establecidas en el inciso anterior.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Considerando las nuevas políticas gubernamentales, es de suma importancia acogerse a las normas regulatorias por cuanto existen ventajas que fortalece la actividad económica de los microempresarios lo que equivale a un estatus de vida confortable para la ciudadanía en general.

Art. 2. Actividad productiva: “Se considera 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 general valor agregado”.

El beneficio general de ley del artesano permite la adquisición de materia prima a menor costo, importar la materia con aranceles mínimos que permite a los microempresarios producir competitivamente.

Actualmente el gobierno tiene perspectivas de desarrollo para las medianas y grandes empresa de tal forma que contribuyan positivamente a la sociedad y en el medio donde se desenvuelven.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

“La frase metodología cualitativa se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable. Como señala Ray Rist (2010), la metodología cualitativa, consiste en más que un conjunto de técnicas para recoger datos.” Pág. # 30

La aplicación en el proyecto es un enfoque cualitativo ya que ayuda a definir el problema en estudio que permita dar una propuestas de solución. Con este enfoque, permitirá analizar a los clientes con sus gustos – preferencias así mismo se estudiará a la empresa de servicio “Hermano Gregorio”, con lo que se refiere a la relación que mantienen actualmente con sus clientes.

2.2. MODALIDADES DE INVESTIGACIÓN.

Fernández Espinoza, S. (2010) menciona que.-

“El propósito del proyecto de inversión es poder generar ganancias o beneficios adicionales a los inversionistas que lo promueven y, como resultado de este también se verán beneficiados los grupos o poblaciones a quienes va dirigido.” Pág. # 15

La aplicación en la investigación implicaría el desarrollo de un proyecto de inversión ya que se realizará mediante el desarrollo de un plan de negocio, relacionado con estrategias, publicidad, ventas, canales de distribución, promoción para mejorar la calidad de servicio en la empresa de servicio Hermano Gregorio.

2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

2.3.1 Por el propósito.

Prof. Francisco Leiva Zea (2011). Menciona que.-

“La investigación aplicada es la que tiende a modificar una realidad presente con alguna finalidad práctica. La mayor parte de las investigaciones que se realizan son aplicadas” Pág. # 14

La Investigación aplicada sirve para tomar acciones y establecer políticas y estrategias. La característica básica de la investigación aplicada se enfatiza en resolver los problemas.

La aplicación de este tipo de investigación será aplicado en el proyecto que sería el problema encontrado dentro de la empresa de servicio “Hermano Gregorio” del cantón Playas, que va a mejorar mediante la propuesta, desarrollado en un plan de negocio sustentado teóricamente.

Prof. Francisco Leiva Zea (2011). Menciona que.-

“La investigación de campo es la que se realiza en lugares no determinados específicamente para ello, sino que corresponde al medio en donde se encuentran los sujetos o el objeto de investigación donde ocurren los hechos o fenómenos investigados.” Pág. # 16

La investigación de campo es cuando el investigador tiene en contacto directo con el medio o el lugar donde se desarrolla la investigación. Este tipo de investigación de campo se llevaría a cabo, existe contacto directo con la empresa electromecánica “Hermano Gregorio” y la aprobación para poder desarrollar la investigación y así recolectar toda la información potencial.

2.3.2 Por el Nivel.

García Sánchez M. (2010). Menciona que.-

“La investigación descriptiva (o diseño descriptivo o correlacional): tienen como fin describir cosas tales como la actitud de los consumidores ante una marca, las opiniones de los consumidores sobre el lanzamiento de un producto nuevo, etc.” Pág. # 55

Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logrará caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalando sus características y propiedades. Combinando con ciertos criterios de clasificación para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio.

En el desarrollo de este proyecto se toma en cuenta la investigación descriptiva, por cuanto es la que más se relaciona con el tema propuesto: el plan de negocio para la empresa de servicio electromecánica “Hermano Gregorio” del cantón Playas, en donde se medirá los conceptos o variables a los que se refiere en el desarrollo del tema.

Esto constituye el primer nivel del conocimiento científico. Mediante la observación directa se puede conocer cuáles son las causas y efectos de los problemas internos que se estudian en una organización, las cuales se encaminan para la elaboración de un plan de negocios.

La investigación descriptiva es la que estudia, analiza la realidad presente sobre hechos, personas o situaciones. En el desarrollo de la investigación la aplicación será en el análisis completo, detallado de los problemas de las situaciones que se están dando en la realidad dentro de la empresa.

2.3.3 Por el Lugar.

Abril Hugo Víctor (2013). Define que.-

“La investigación bibliográfica documental tiene como propósito de conocer, comparar, ampliar, profundizar y deducir enfoque, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos (fuentes primarias), o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias)”.Pág. # 550

La investigación bibliográfica consiste en identificar los documentos relevantes para el tema del trabajo y reunir la información que permita tener acceso a los mismos al conocimiento de los temas propuestos y al cambio central de la organización.

La investigación documental se caracteriza por el empleo predominante de registros, gráficos como fuentes de información. Considerando que la investigación bibliográfica se consulta en libros, proyectos, boletines e investigaciones ya realizadas de temas relacionados con la propuesta, lo que permitió conocer datos que aportaron a la investigación sobre el proyecto para su posible ejecución.

Para la elaboración del presente plan de negocios se efectuó el análisis de la situación que se encuentra la empresa de servicio “Hermano Gregorio” para determinar el grado de necesidad de la presente propuesta.

Este tipo de modalidad será de utilidad en la investigación debido a que en ciertos temas se necesitará la búsqueda de información a través de las bibliotecas, cuyas principales fuentes son los textos didácticos, tesis, archivos, diccionarios especializados, enciclopedias que serán considerados para el desarrollo del plan de negocio de la empresa.

2.4. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.

2.4.1. Método Deductivo.

Según (Cesar Augusto Bernal, 2012), manifiesta que “Es un procedimiento de razonamiento que consiste en tomar consumaciones ordinarias para definiciones específicas. Inicia con el análisis de los postulados teoremas, leyes, principios, etc., de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares”. Pág. # 56

A través de este método se analizará las causas por las cual la empresa de servicio electromecánica “Hermano Gregorio” va a necesitar para la implementación de un nuevo sistema técnico, el cual estará relacionado con la parte empresarial y es la fórmula fundamental de razonamiento de la investigación.

2.4.2. Método Estadístico

La estadística está definida como un método de razonamiento que permite interpretar y analizar los datos provenientes de una muestra cuyo carácter es esencial en la variación de los resultados, este método busca explicar las correlaciones y dependencias de un fenómeno físico o natural.

2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

Según (Tamayo, 2010), manifiesta que

La habilidad es uno de los recursos más importantes utilizados en las mayorías de investigaciones, el entrevistado expone mediante sus propias palabras o elige la mejor opción con hechos, razones y opiniones sobre la investigación, de tal forma que el investigador logre formular una conclusión aceptable.

2.5.1 Entrevista.

Esta técnica consiste en recoger del “público” (población definida de manera más o menos precisa según la naturaleza de las encuestas) las opiniones o actitudes de un grupo de población representativo, sobre problemas de interés general.

Entrevista es un término que está vinculado al verbo entrevistar (la acción de desarrollar una charla con una o más personas con el objetivo de hablar sobre ciertos temas y con un fin determinado). Mediante la entrevista se logró obtener un diálogo con los involucrados en el presente trabajo de investigación, como son los directivos y todo el personal activo de la empresa “Hermano Gregorio”, con la finalidad de obtener información de las fuentes primarias.

2.5.2 Encuesta.

Permite obtener información en forma verbal, a través de preguntas, las personas que respondieron proporcionaron datos importantes para la elaboración de la propuesta. Las preguntas fueron de tipo cerrado, es decir que el encuestado debía optar solo por una de las opciones que contenía el documento.

La encuesta en cambio es una herramienta que permitió la recolección de información necesaria para la demostración de hipótesis y el estudio de las variables, se refieren a un conjunto de preguntas preparadas cuidadosamente, sobre los hechos y los aspectos que interesan en una investigación para su contestación por la población o la muestra.

Mediante la encuesta se pudo constatar la importancia, la necesidad y la aceptación de implementar un plan de negocio para la empresa Electromecánica “Hermanos Gregorio”.

2.6. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

2.6.1. Guía de entrevista.

La entrevista es una forma de conocer más sobre un tema, y se realiza mediante una serie de preguntas, según la información que se quiera obtener de una persona (entrevistado). Los instrumentos son aquellos que permite saber qué es lo que se desea evaluar, medir o registrar, en base a la tabla de Operacionalización de Variable, el trabajo para la selección o diseño de un instrumento se hace mucho más fácil.

Es importante destacar que esta herramienta es funcional tanto para el área de recursos humanos en lo que corresponde a la selección de personal; así como en entrevistas que se lleven a cabo para recolectar información que será útil en el análisis de procesos para identificar información para la elaboración de planes de mejora y procesos de análisis de problemas. Tales entrevistas se aplicaron a todo el personal activo de la empresa electromecánica “Hermanos Gregorio”.

2.6.2. Cuestionario.

El cuestionario cerrado limita las respuestas posibles del interrogado. Por medio de un cuidadoso estilo en la pregunta, el analista puede controlar el marco de referencia. Este formato es el método para obtener información sobre los hechos.

Se aplicó el Cuestionario cuyo formato se basó en preguntas referente al tema de estudio, para lo cual se emplearon los siguientes tipos de preguntas: Preguntas cerradas: Se emplearon estas preguntas con posibilidades de respuestas, siendo las mismas: Bi-opcionales y poli-opcionales. Dirigidas a la población del cantón Playas y sitios aledaños.

2.7. POBLACION Y MUESTRA.

2.7.1 Población.

La población o universo se refiere al conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtengan: a los elementos o unidades (personas, instituciones o cosas) involucradas en la investigación.

Se considera universo o población; el conjunto de entidades o cosas respecto de los cuales se formula la pregunta de la investigación.

Para la obtención de la muestra se consideró únicamente a los habitantes del cantón Playas a quienes se aplicara la respectiva encuesta. La muestra representa la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio sobre el cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio.

CUADRO 7. Población.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	INSTRUMENTOS
DIRECTIVOS	6	Entrevistas
TRABAJADORES	4	Encuestas
CLIENTES	2.276	Encuestas
TOTAL	2.286	

Fuente: Población
Elaborado por: Guillermo Barcia. Mero

2.7.2 Muestreo.

La muestra es definida por (SABINO, 2010) como:

“Una parte de ese todo que llamamos universo y que sirve para representarlo”.

Por otro lado la muestra, también es definida por (HERNANDEZ y OTROS, 2012) como:

La muestra, es esencia un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido.

$$n = \frac{N z p q}{E^2(N - 1) + Z^2 p q}$$

$$n = \frac{2.276 (1,96)^2 (0,50)(0,50)}{(0,05)^2 (2.276 - 1) + (1,96)^2 (0,50)(0,50)} = n = 214$$

Por ser una muestra pequeña se aplica las encuestas - entrevistas a todos los directivos y proveedores; en cuanto a clientes mediante la aplicación de la fórmula 214 clientes.

CUADRO 8. Muestra

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	INSTRUMENTOS
DIRECTIVOS	6	Entrevistas
TRABAJADORES	4	Encuestas
CLIENTES	210	Encuestas
TOTAL	220	

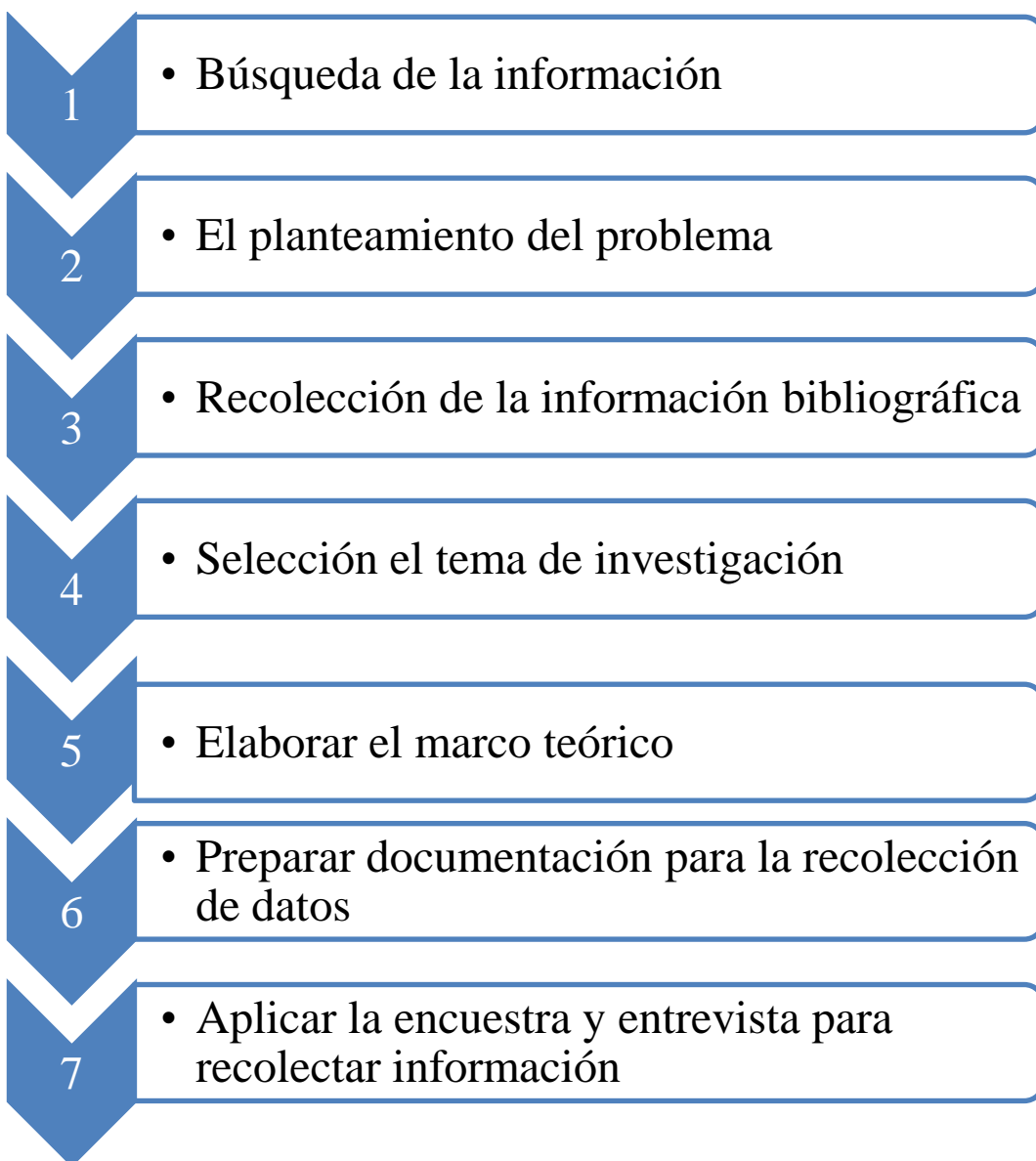
Fuente: Muestra

Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

2.8. PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTOS DE LOS DATOS.

2.8.1. Procedimiento.

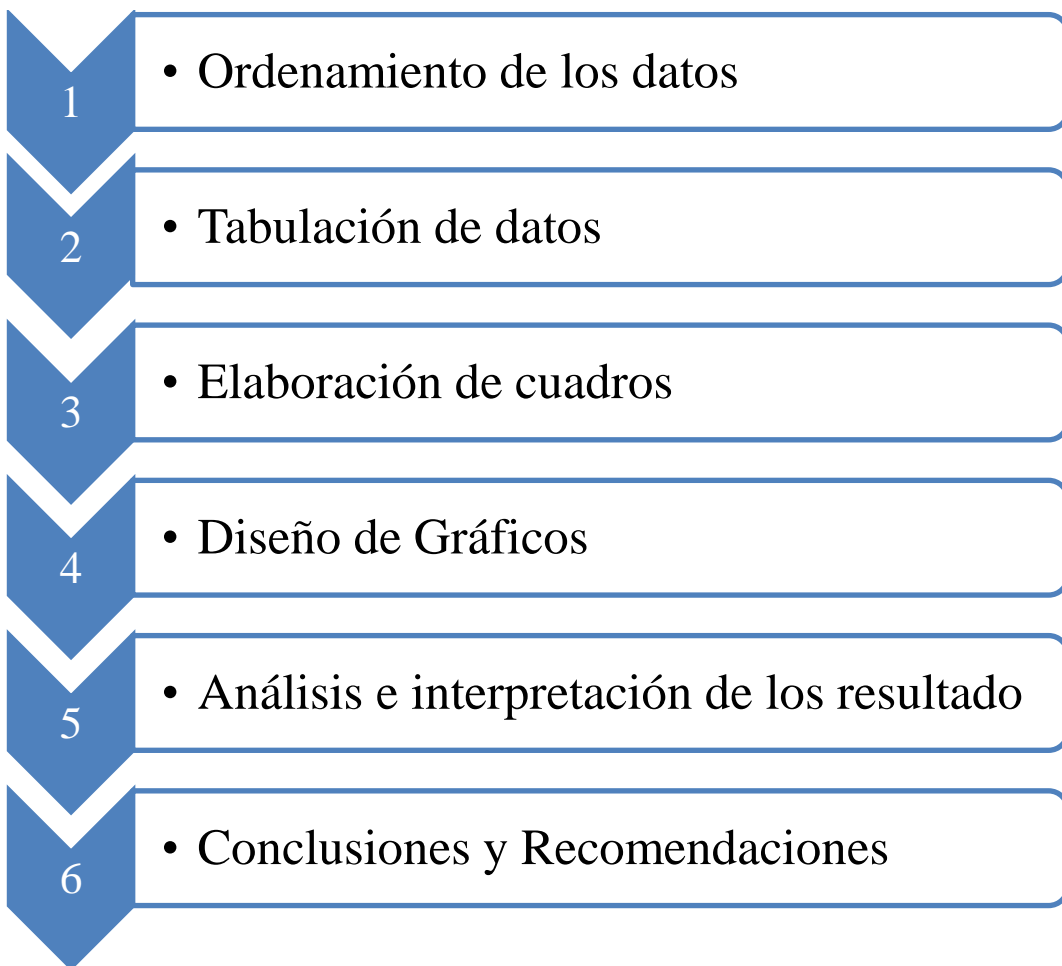
Para la realización del presente estudio, se empleó el siguiente esquema de investigación:



Fuente: Procedimiento
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

2.8.2. Procesamiento.

Consiste en procesar los datos obtenidos de la población objeto de estudio durante el trabajo de campo, y tiene como fin generar resultado a partir de los cuales se realizará el análisis según los objetivos de hipótesis de la investigación realizada. Para procesar la información obtenida se realizó lo siguiente:



Fuente: Procesamiento
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Para la realización de la entrevista se tomó en cuenta primordialmente a quienes dan servicio de mantenimiento y diagnóstico electromecánico con escáner como son los maestros electromecánicos como son: Sr Máximo Barcia Jalca propietario de la empresa de servicio "Hermano Gregorio". Sr Javier Guin Portes propietario de la empresa de servicio "Portes" Sr Yuri García propietario de la empresa de servicio "Todos Vuelven".

Estas personas fueron quienes nos atendieron de manera muy respetuosa en cada uno de su diferente empresa para recopilar toda la información necesaria.

3.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADO DE LAS ENTREVISTAS.

¿Qué es un escáner automotriz?

Es una herramienta de diagnóstico necesaria para leer códigos de falla en los vehículos automotrices con el propósito de facilitar el trabajo en las empresa que brindan el servicio en mantenimiento y reparación de instalaciones eléctricas en los carros del año 2000 que con la nueva tecnología viene con computadora incorporada, circuitos electrónico y hasta la presente fecha las industria de automóviles así lo fabrican pero aparte de esta herramienta también hay que tener un manual de códigos de fallas en el cual se encuentre la información sobre los respectivo código que presenta problema, normalmente cuando se detecta un fallo se emite un código y se prende una luz en el tablero del carro "checkengener".

1- ¿Para qué sirve el escáner automotriz?

Sirve como computadora automotrices y se utiliza como dispositivos electrónicos que controlan el funcionamiento del automóvil, se encarga de controlar la inyección, las revoluciones, monitorean los sensores del automóvil y envían señales al indicador para así detectar el fallo que tiene el vehículo, pero además de las funciones anteriores se puede decir que los escáneres para autos cuentan con otras funciones que también son muy útiles y que son de mucho atractivo. Estas son las de programación y también las de adaptación

2- ¿Cuenta con financiamiento necesario para la implementación de herramientas tecnológicas como es un escáner automotriz necesario para su actividad?

Si cuentas con financiamiento mediante las actividades que realiza cada uno de las empresa que brindan servicio en el área de electromecánica, tienen ingreso para financiar tanto el equipo tecnológico y repuesto eléctricos para así brindar mejor su servicio y sus clientes se sientan seguros cuando hacen revisar su vehículo, cumpliendo con el financiamiento de la empresa para la implementación del nuevo sistema electrónico, ya no es necesario ir a Guayaquil a realizar el mantenimiento vehicular.

3- ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento a las que se va a recurrir?

Desde sus inicios la microempresa se ha manejado con ingresos propios. En lo que respecta a este tema ellos supieron manifestar que con las ganancias que han obtenido en el transcurso de este tiempo no se han visto en la necesidad de acudir a préstamos externos, pero si necesitaran acudirían las entidades bancaria solicitaremos un préstamo a corto plazo como pertenecen a una asociación de mecánico de todo los cliente de la empresa de servicio Hno. Gregorio.

5.- ¿Con la implementación de herramientas tecnología que lograremos?

Lograremos proporcionarlo en el mercado con un servicio nuevo por que las empresas que se dedican en dar mantenimiento y reparación del sistema eléctrico no cuentan con esta herramienta como es el escáner automotriz que en estos tiempos es necesario con la tecnología que va avanzando y todo esta globalizado en el cantón Playas las empresa de servicio en electromecánico no cuenta con este equipo importante los carros se los llevan a remolque o en grúa hasta Guayaquil, pero si ejecutemos esta idea de negocio esos ingreso se quedarían a quien el mercado local de y no sería necesario llevarlos hasta Guayaquil.

6¿Quiénes son sus principales competidores brindando el servicio en mantenimiento y reparación de vehículo en el mercado local?

Brindando este tipo de servicio tenemos algunas empresas que se dedican a esta actividad como es mantenimiento y reparación de instalaciones eléctrica del vehículo, pero como nuestro cantón como esta en vía de desarrollo y el incremento de carros último modelo. Necesitaríamos muchas capacitaciones sobre inyección electrónica y sobre manejos de equipo o herramientas tecnológicas.

7¿Quiénes son los clientes más frecuentes de la empresa de servicio Hermano Gregorio?

Como tenemos mucho tiempo en el mercado brindando local el servicio de mantenimiento y reparación de instalaciones eléctricas del vehículo la empresa cuenta con 214 clientes fijos en el cantón Playas y con la implementación de herramientas tecnológica en brindar diagnostico computarizado obtendrá un 20% más de clientes, los entrevistados consideran que estos segmentos de clientes potenciales son los que generan los ingresos en las empresas.

8¿Cuáles son las fortalezas que tiene la empresa de servicio Hno. Gregorio?

En lo que respecta a las fortalezas que posee la empresa en las entrevistas realizadas se hace referencia a las más importantes como son las facilidades de créditos que otorga a sus clientes entre los que tenemos los planes acumulativos y facilidades de pago en cuotas, también supieron manifestar que la buena atención al cliente que se les da por parte de quienes conforman la empresa hace que regresen. Estas fortalezas han permitido que la empresa tenga una aceptación en el mercado ante sus competidores y la variación de sus productos de acuerdo a los requerimientos y preferencias de sus clientes.

9¿Cuáles son las debilidades de la empresa de servicio Hno. Gregorio?

Sin dejar de mencionar que no existen las herramientas tecnológicas para el servicio que ofrece en su empresa, es importante mencionar la desorganización y delegación de responsabilidades existente, no cuenta con una jerarquización por departamentos de acuerdo a las actividades que realiza la empresa. El hablar de las debilidades de la empresa también implica mencionar la escasa capacitación que reciben los colaboradores de acuerdo a la actividad que desarrollan.

10¿Cuánto va hacer nuestro ingreso si se implementaría las herramientas?

La empresa Hno. Gregorio estima un ingreso diario de atender 5 vehículos para el diagnóstico electrónico el cual está valorado 30 dolores por cada diagnostico fuera de la demás actividades que tiene la empresa. Cabe mencionar que repara toda clase de artefactos eléctrico y que cuando está el negocio bueno se hace hasta 500 dolores en un día, cuando esta regular 100 dólares diarios se pronostica que con la implementación de la tecnología tenga más ingreso para beneficio de los empresarios y de la misma institución.

11¿Cómo será la calidad del servicio?

Desde que brinda el servicio la empresa se ha caracterizado en la atención al cliente, en las actividades que realizan que sea de calidad haciendo un trabajo esmerado como se merece el cliente considerando que la situación actual en la que se maneja la actividad de servicio de mantenimiento de vehículos en el mercado su servicio les ha ayudado mucho en comercialización de sus productos de repuestos de vehículos para que el cliente no se vaya a otro lugar a buscar esas piezas para el mantenimiento de los vehículos .

12¿Conoce usted que es un plan de negocios?

Bueno no tengo entendido lo que es un plan pero tiene la idea, en el sistema empresarial parece que se trata de otra cosa, el entrevistado me supo decir que es una herramienta que se utiliza en la empresa grande para el desarrollo y beneficio de la organización y que le gustaría saber mucho lo que es un plan de negocio, en caso de que este modelo sea para beneficio de la empresa para brindar una excelente calidad en servicio y tener una efectividad en las ventas de sus productos.

13¿Ejecutaría usted un plan de negocio para el beneficio de su empresa?

Según el entrevistado manifestó que si le gustaría ejecutar esta herramienta básica para el desarrollo de la empresa Hno. Gregorio y brindar un servicio técnico con diagnóstico computarizado, ninguna empresa de esta clase de servicio tiene y exigiría al directorio de la asociación que pertenece o que se ejecute también una capacitación de desempeño en esta rama como la electromecánica para el desarrollo de la institución, es una fortaleza para la aceptación de mercado ante sus competidores de acuerdo a las preferencias de los clientes.

3.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.

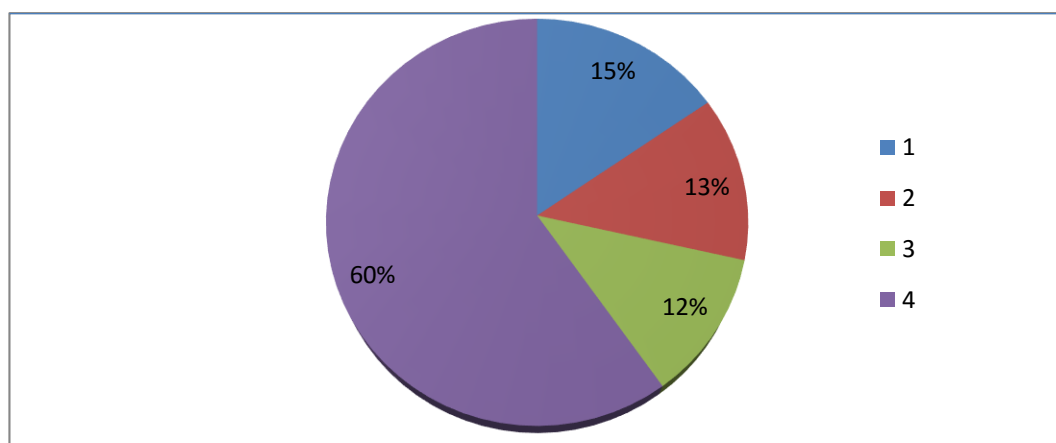
1. ¿Cada qué tiempo hace mantenimiento en su vehículo?

TABLA 1. Tiempo de mantenimiento del Vehículo

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Cada 3 meses	33	15%
	Cada 6 meses	28	13%
	Cada año	25	12%
	Cuando se dañan	128	60%
	TOTALES		214

Fuente: Tiempo de mantenimiento de Vehículo
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

GRÁFICO 1. Tiempo de mantenimiento de Vehículo.



Fuente: Tiempo de mantenimiento de Vehículo
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

Según la encuesta realizada nos damos cuentas que la mayoría de los propietarios hacen mantenimiento a sus vehículos en la empresa de servicio “Hno. Gregorio” cuando se dañan, otra parte cada 3 meses, otros cada 6 meses, mientras que una mínima parte cada año respectivamente.

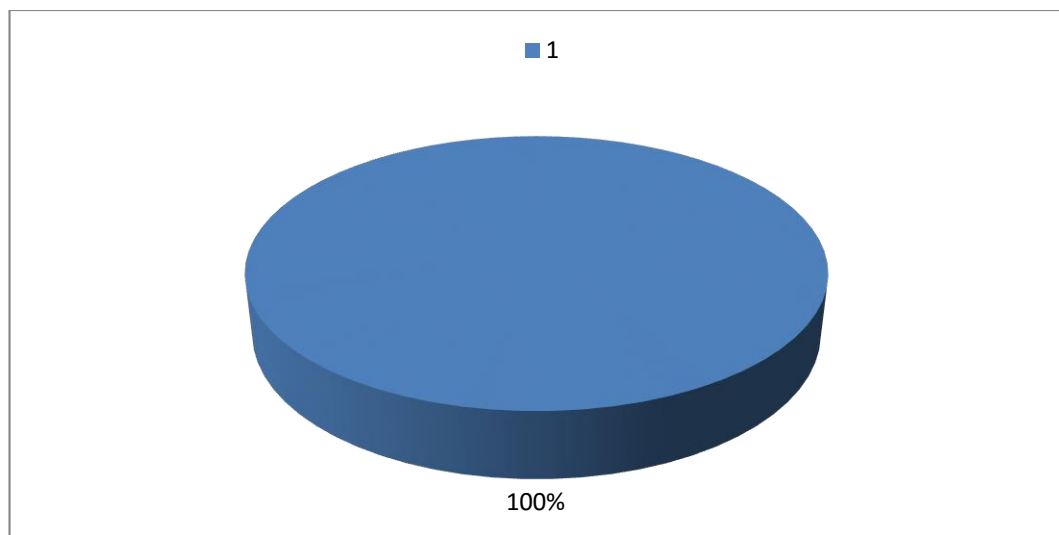
2. ¿Le gustaría que la empresa de servicio “Hermano Gregorio” modifique su infraestructura?

TABLA 2. Modificación de Infraestructura

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	Si	214	100%
	No	0	0%
	Ninguno	0	0%
	TOTALES	214	100%

Fuente: Modificación de Infraestructura
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

GRÁFICO 2. Modificación de Infraestructura



Fuente: Modificación de Infraestructura
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

Mediante el grafico nos damos cuenta que todos los clientes de la empresa de servicio “Hno. Gregorio”, respondieron de manera unánime que si modifique su infraestructura.

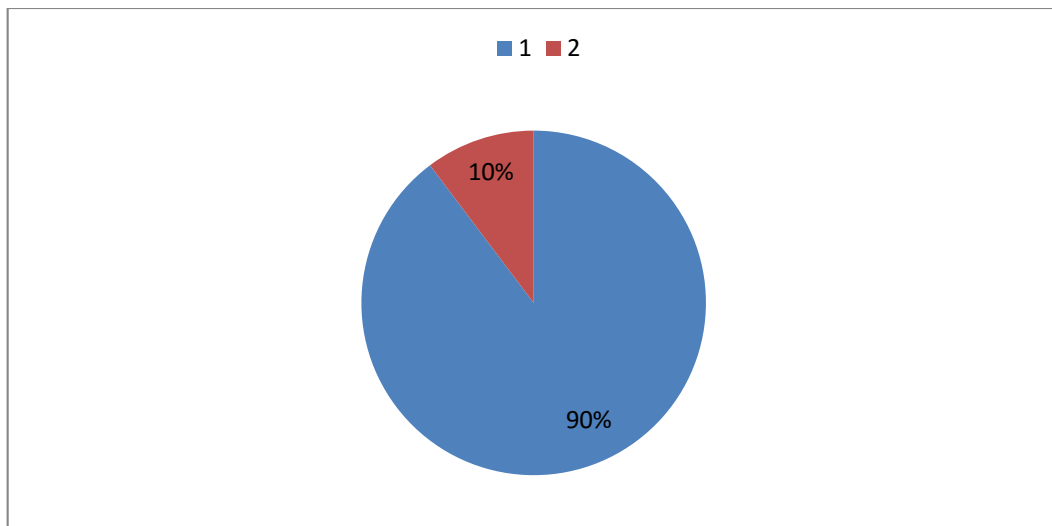
3. ¿Cómo considera el trabajo de reparación de su vehículo en la empresa de servicio “Hermano Gregorio”?

TABLA 3. Reparación de Vehículo

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3	Profesional	192	90%
	Empírico	22	10%
	Ninguno	0	0%
	TOTALES	214	100%

Fuente: Reparación de Vehículo
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

GRÁFICO 3. Reparación de Vehículo



Fuente: Reparación de Vehículo
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

El resultado de la encuesta nos refleja que una mayor parte de los clientes que van a la empresa “Hno. Gregorio”, reciben un mantenimiento en sus vehículos de manera profesional, y una minoridad de servicio empírico.

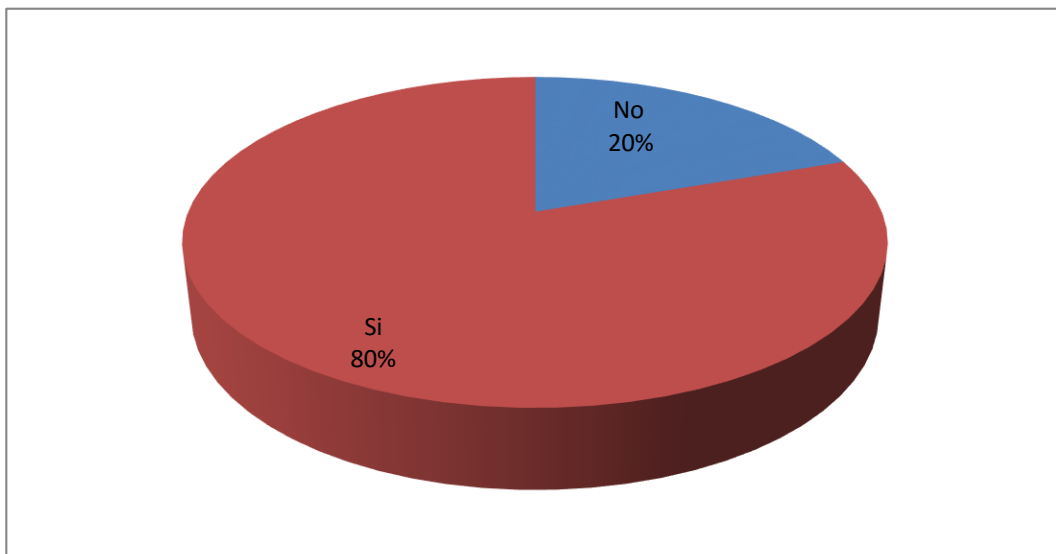
4. ¿Cambiaría usted el servicio que brinda la empresa de servicio “Hno. Gregorio” por la competencia?

TABLA 4. Servicio Habitual

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	Si	44	20%
	No	170	80%
	Ninguno	0	0%
	TOTALES	214	100%

Fuente: Servicio Habitual
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

GRÁFICO 4. Servicio Habitual



Fuente: Servicio Habitual
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

Mediante la tabla nos damos cuenta que la mayoría de los encuestados respondieron, no cambiar el servicio habitual que brinda la empresa “Hno. Gregorio”, mientras que una mínima parte si se cambiarían de servicio de mantenimiento de vehículo.

5. ¿Le gustaría que la empresa brinde servicios de diagnóstico computarizado con escáner automotriz para los vehículos que tengan computadora incorporada?

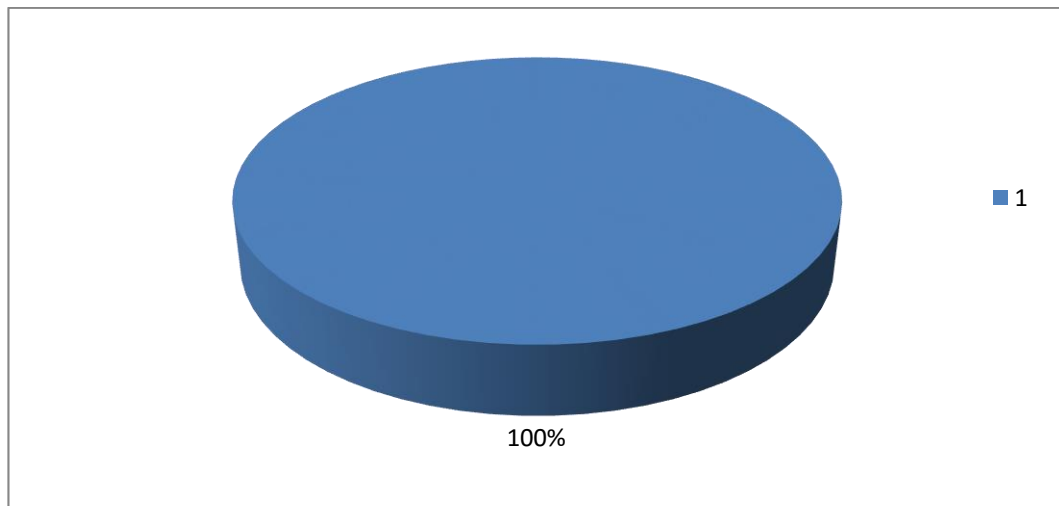
TABLA 5. Escáner automotriz para Vehículos

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	Si	214	100%
	No	0	0%
	Ninguno	0	0%
	TOTALES	214	100%

Fuente: Escáner automotriz para vehículos

Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

GRÁFICO 5. Escáner automotriz para vehículos



Fuente: Escáner automotriz para vehículos

Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

Mediante el grafico nos damos cuenta que todos los clientes nos respondieron de manera unánime que si les gustaría que la empresa de servicio Hno. Gregorio brinde el servicio de diagnóstico computarizado.

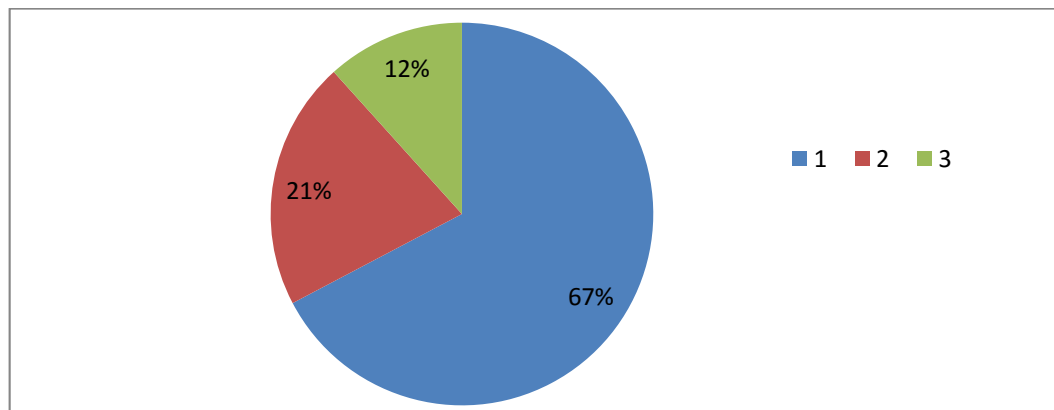
6. ¿Está de acuerdo con la implementación de un escáner automotriz en la empresa de servicios Hermano Gregorio?

TABLA 6. Implementación de Escáner Automotriz

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6	Muy de acuerdo	144	67%
	De acuerdo	45	21%
	No sabe	25	12%
	En desacuerdo	0	0%
	Muy en desacuerdo	0	0%
	TOTALES	214	100%

Fuente: Implementación de Escáner Automotriz
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

GRÁFICO 6. Implementación de Escáner Automotriz



Fuente: Implementación de Escáner Automotriz
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

La mayoría de clientes encuestados indicaron que está en muy de acuerdo con la implementación del escáner automotriz, otro grupo está de acuerdo, mientras que un menor porcentaje manifestó que no sabe.

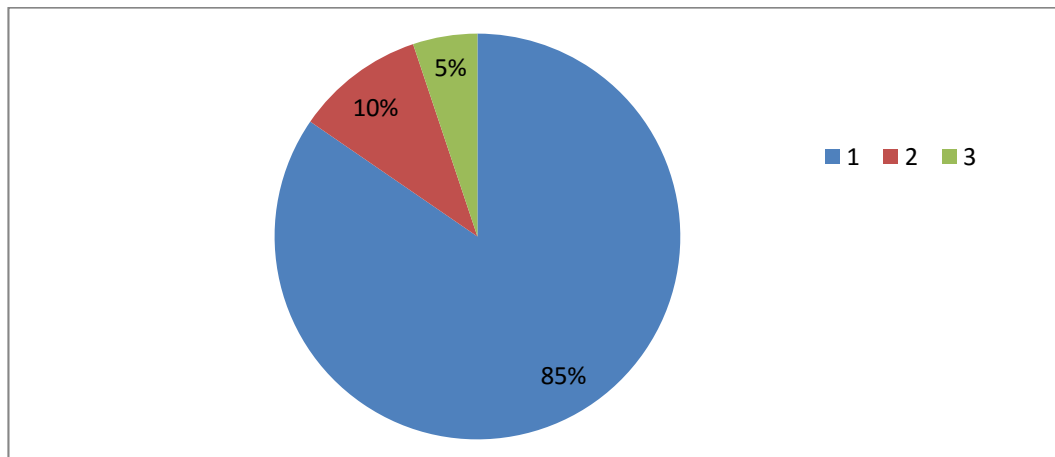
7. ¿Cree usted que con la implementación de un escáner automatiz mejorarán las actividades y el servicio de la empresa Hermanos Gregorio?

TABLA 7. Mejorar actividades y Servicios

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
7	Si	181	85%
	No	22	10%
	Tal vez	11	5%
	Nunca	0	0%
	TOTALES	214	100%

Fuente: Mejorar actividades y servicios
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

GRÁFICO 7. Mejorar actividades y Servicios



Fuente: Mejorar actividades y servicios
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

Los resultados que se pueden apreciar en el gráfico coinciden con las respuestas de los encuestados que si mejoran las actividades brindando el servicio con escáner automatiz, otros respondieron que no, mientras que una menoría tal vez.

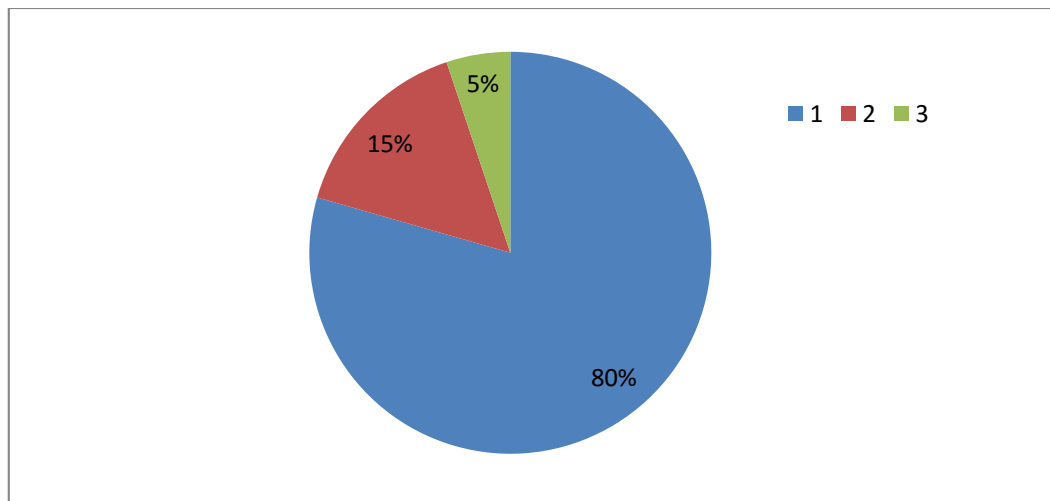
8. ¿Cuál es el precio promedio que cancelaría por el servicio de diagnóstico computarizado con el escáner automotriz?

TABLA 8. Diagnostico Computarizado

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8	30 dólares	170	80%
	40 dólares	33	15%
	50 dólares	11	5%
	TOTALES	214	100%

Fuente: Diagnostico Computarizado
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

GRÁFICO 8. Diagnostico Computarizado



Fuente: Diagnostico Computarizado
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

Con las encuesta realizadas a los clientes de la empresa Hno. Gregorio nos permitió conocer cuál es el promedio del valor que está dispuesto a pagar por el servicio de diagnóstico computarizado, unos respondieron \$30.00, otros \$40.00 y una menor parte de \$50.00 dólares americanos.

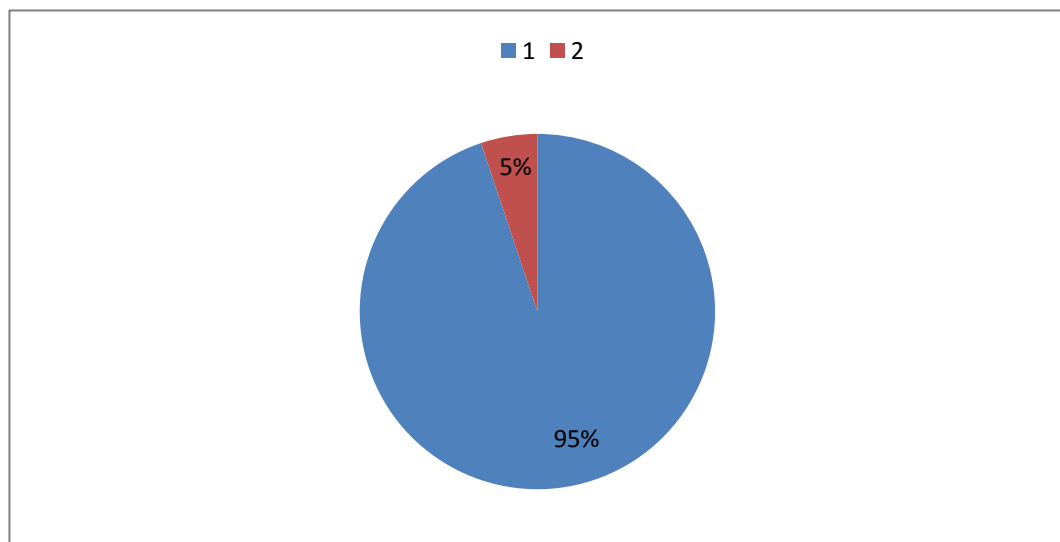
9. ¿Considera usted que se optimizarán tiempo recursos en la empresa de servicio Hermano Gregorio si se utiliza el escáner automotriz?

TABLA 9. Optimizar Recursos

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
9	Si	203	95%
	No	11	5%
	Nada	0	0%
	TOTALES	214	100%

Fuente: Optimizar Recursos
Elaborado por: Guillermo Barcia

GRÁFICO 9. Optimizar Recursos



Fuente: Optimizar Recursos
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

Los clientes encuestados de la empresa “Hno. Gregorio” están de acuerdo que si se optimizara el tiempo y recurso con la utilización del escáner automotriz y una menor parte que no.

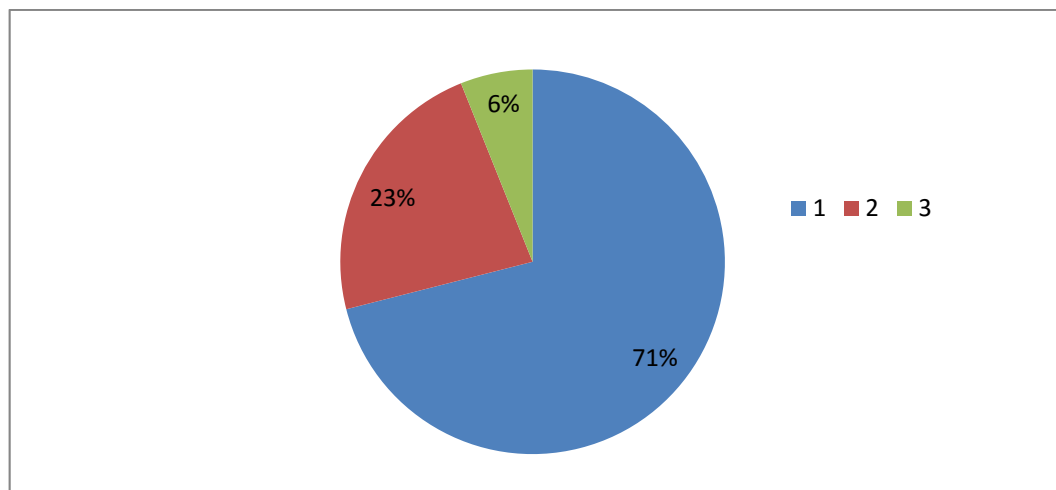
10. ¿Está de acuerdo con la implementación de herramientas tecnológicas para el diagnóstico computarizado en la empresa Hermano Gregorio?

TABLA 10. Herramientas Tecnológicas.

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10	Muy de acuerdo	152	71%
	De acuerdo	49	23%
	En desacuerdo	13	6%
	TOTALES	214	100%

Fuente: Herramientas Tecnológicas
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

GRÁFICO 10. Herramientas Tecnológicas



Fuente: Herramientas Tecnológicas
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

En el gráfico nos muestran los resultados, que la mayoría de los clientes están muy de acuerdo con la implementación de las herramientas tecnológicas, una parte de acuerdo mientras que una menor parte en desacuerdo.

3.3. CONCLUSIONES

- ✚ Actualmente la empresa “Hermano Gregorio” no cuenta con un direccionamiento efectivo, es deficiente por no poseer una administración estratégica en el tiempo que lleva ejecutando sus actividades.

- ✚ La empresa de servicios y comercial cuenta con productos de diferentes precios y de calidad pero posee una deficiente comunicación en cuanto a publicidad dentro del cantón Playas por lo que los habitantes de este sector no se encuentran informados con las oferta y promociones que tienen.

- ✚ En los años que lleva ofreciendo sus servicios y productos ha conseguido la fidelización de muchos clientes aunque el control de sus inventarios es deficiente, pero se ha logrado tratar de satisfacer las necesidades de los clientes.

- ✚ Existe fuerte comunicación entre niveles de mandos a pesar de la inexistencia de un organigrama, en el talento humano no se le imparte capacitaciones de acuerdo a la actividad que desempeñan, de igual manera que se determine una división de trabajo en base a las responsabilidades que conllevan sus actividades de tal forma que se pueda ofrecer un mejor producto y servicio al cliente.

- ✚ La situación económica de la empresa “Hermano Gregorio” es rentable por lo que el incremento de un nuevo sistema tecnológico requerirá financiamiento.

- ✚ En cuanto a los resultados reflejados en la información recolectada observamos la necesidad de la elaboración de un plan de negocio para la empresa de servicio “Hermano Gregorio” para el mejoramiento de sus actividades.

3.4. RECOMENDACIONES

- ✚ Implementar la administración estratégica para fijar un punto en común donde desea llegar la empresa, empezando con la misión, visión y objetivos.
- ✚ Se recomienda que la empresa “Hermano Gregorio” enseñe todas sus promociones y descuentos a todo el cantón Playas para que así pueda acoger más clientes.
- ✚ Coordinar un control de sus inventarios periódicamente para poder controlar eficazmente los productos que posee la empresa “Hermanos Gregorio”.
- ✚ Crear un organigrama y definir las responsabilidades de los empleados además de generar un cronograma de capacitaciones o seminarios con temas relacionados al área de desempeño de los colaboradores, que sea ejecutado por gerente de la empresa y que permita mejorar el aspecto cualitativo de los integrantes de “Hermano Gregorio” teniendo un mejor desempeño en sus actividades y aportando al desarrollo en el cumplimiento de sus funciones y satisfacción del cliente.
- ✚ Solicitar préstamo a entidades bancarias para la incrementación del nuevo sistema tecnológicas y de productos con intereses bajos y a cuotas económicas que no afecte la rentabilidad de la empresa tecnológica “Hermanos Gregorio”.
- ✚ Elaborar un plan de negocios, para “Hermano Gregorio” se encuentre formalmente estructurado y ayude a la comercialización de los productos y a brindar una efectiva y calidad de servicio tecnológico.

CAPÍTULO IV

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA ELECTROMECAÁNICA “HERMANO GREGORIO” DEL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS”.

4.1. PRESENTACIÓN.

Como la economía de nuestro país ha alcanzado estabilidad, cada año las facilidades de adquirir un vehículo es mayor, con lo que el parque automotor en nuestro país ha ido creciendo en gran escala. Los vehículos son productos complejos que demanda gran número de clientes, lo que provoca importantes encadenamientos de manufactura, genera gran demanda para una amplia variedad de sectores productivos: metalurgia, plásticos, cauchos, textil, electrónica, talleres de reparación, etc. Además crea empleos directos e indirectos y es uno de los mayores contribuyentes a los ingresos gubernamentales.

Se conoce que la mecánica automotriz es muy dinámica, debido a la acelerada evolución tecnológica de los sistemas automotrices actuales, la incorporación de nuevas marcas de autos al mercado nacional en los últimos 10 años, el crecimiento desmedido del parque vehicular en las ciudades.

Se puede decir que se ha agudizado la falta de personal calificado en los talleres automotrices locales y el rezago técnico del personal existente a nivel nacional, en materia de sistemas eléctricos y electrónicos, se ha planteado la creación de una empresa de talleres automotrices (electromecánica) a través del cual se pueda hacer frente a las nuevas tecnologías y a los retos que presenta el parque vehicular existente en nuestro país.

4.2. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.

Existe un crecimiento empresarial y demográfico importante que le permite el desarrollo de actividades ligadas a esta industria en constante superaciones al camino de éxito.

El transcurrir de los años hizo posible la presencia inevitable de la tecnología en el campo de la electromecánica.

En la década de los 90 se crea una microempresa de electromecánica de nombre “Hermano Gregorio” para ofrecer servicio de reparación y mantenimiento de vehículos en la comunidad cuando aún no existían automotores a inyección siendo la microempresa hasta ese momento propicio para dar la atención debida a sus clientes.

En el cantón Playas ha aumentado en el parque automotor un porcentaje de vehículos último modelo que utilizan inyección y circuitos electrónicos con computadora incorporada que son las más escogidas en la actualidad por sus propietarios

El presente trabajo trata sobre la innovación de la empresa de servicio en electromecánica “Hermano Gregorio” la cual está enfocada a entregar un servicio de reparación y mantenimiento de vehículos a inyección electrónica con el propósito de satisfacer las necesidades de la comunidad entera.

Además con la implementación de esta herramienta tecnológica se cumplirá con una eficiente calidad en servicio, de cada una de las actividades que desarrolla el personal que labora en la empresa “Hermanos Gregorio”, todo sea para mejorar día a día con las implementaciones de las nuevas herramientas.

4.3. PROYECCIÓN ESTRATÉGICA.

4.3.1. Misión.

La empresa “Hermano Gregorio” presta el servicio en diagnóstico computarizado utilizando herramientas tecnológicas y la venta de una gama de repuestos de todas las marcas para vehículos a precios accesibles en un ambiente amplio, cómodo y moderno.

4.3.2. Visión.

Liderar el servicio en mantenimiento, diagnóstico computarizado y ser reconocida en todo el cantón Playas.

4.3.3. Objetivos.

4.3.3.1 Objetivos General.

Demostrar la factibilidad del plan de negocio para la implementación de un nuevo sistema de herramientas tecnológicas para la empresa electromecánica Hermanos Gregorio”.

4.3.3.2. Objetivos Estratégicos.

- ✚ Evidenciar las manifestaciones claras y observables sobre la importancia de las herramientas tecnológicas en una empresa de servicio en electromecánica y mantenimiento de vehículos.

- ✚ Analizar las operaciones del servicio de electromecánica, para determinar un sistema de operaciones moderno con tecnología computarizada dentro de los automotores.
- ✚ Determinar la demanda insatisfecha en base al análisis de los resultados obtenidos de la encuesta
- ✚ Realizar una capacitación tecnológica para el propietario y colaboradores de la empresa electromecánica “Hermano Gregorio” del barrio Central del Cantón Playas.

4.4. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS.

A continuación los siguientes productos y servicios que brinda en la empresa de servicio “Hermano Gregorio”.

4.4.1. Productos.

- ✚ Ventas de repuesto de diferentes marcas para vehículos que estén con problemas eléctricos y con un precio accesible para el vehículo de 12 y 24 voltios.

FIGURA 1. Variación de Productos.



Fuente: Variación de Productos

Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

4.4.2. Servicios.

- ✚ Reparación y mantenimiento del motor de arranque
- ✚ Reparación y mantenimiento del generador (Alternador)
- ✚ Reparación del sistema eléctrico del vehículo
- ✚ Instalación y cambio de halógenos (focos bombillos guías h4)
- ✚ Instalación de todo el sistema eléctrico del vehículo
- ✚ Diagnostico computarizado con el scanner automotriz
- ✚ Rebobinado de bombas de aguas
- ✚ Rebobinado de coronillas de alternador
- ✚ Cargada de baterías
- ✚ Cambiada de bomba eléctrica del vehículo

FIGURA 2. Cambio de repuestos a vehículo.



Fuente: Cambio de repuestos a vehículos
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

4.5. ANÁLISIS DE OPORTUNIDAD.

Las encuestas realizadas nos dio un resultado para crear desarrollar y ejecutar una oportunidad de negocio en el cual va a satisfacer un porcentaje de demanda insatisfecha que es de 1250 vehículos que tiene el cantón Playas. Y sectores aledaños de que no cuentan donde dar mantenimiento en su vehículo. Mucho de ellos viajan hasta Guayaquil para arreglarlos optan por buscar otras empresas de servicios

4.6. ANÁLISIS DE COMPETENCIA.

La empresa de servicio Hno. Gregorio está ubicado en el centro del cantón Playas en la calle Carlos Paredes y Av. 15 de Agosto en el sector donde estará ubicado no tendrá competencia.

La cual tendrá una gran oportunidad para prestar servicio y desarrollar una gama de servicio que tenga acogida de muchos turistas y de los sectores que nos rodean con una vía de acceso al centro y a la playa.

Como empresa de servicio en mantenimiento y reparación del sistema eléctrico de los vehículos tiene una acogida por la competencia no es el mismo servicio que se brinda sino que se le da un valor agregado para que el cliente se sienta como y satisfecho con el trabajo que se les hace en todo el mantenimiento de cada vehículo.

Variación de temporada.- Las variaciones de temporadas que existen en nuestro cantón son dos el alta y baja: en los meses altos como son de enero hasta junio no tendrá inconveniente en los ingreso pero en los meses bajos de julio a diciembre que llegan los turistas de la Sierra, ofreceremos promociones y descuentos para

que de esta manera no nos afecte a nuestro presupuesto mensual que no hemos proyectado.

Costo del producto y servicio.- Nuestro producto y servicios va a estar un poco a la par tanto en la temporada de verano e invierno, en el verano la temporada es baja y para estos vamos a tener promociones y descuentos.

Tanto el costo como las condiciones del mercado deben servir como guías para la fijación de precios.

4.7. ESTRATEGIAS.

Esta empresa de servicio estará diseñada para brindar un confort con un estilo diferente y acogedor para nuestros futuros clientes, es el sitio ideal para estar en contacto con la naturaleza, oxigenarse al aire libre, percibir las fragancias de las flores: además contará con un ambiente recreativo, agradable y tranquilo para todas las personas.

Los que nos visiten ya sea a nivel local y de afuera del cantón, con el servicio que se les va a brindar, el turista que traiga su vehículo ya no tendrá que preocuparse por que habrá un taller que puedan satisfacer las necesidades de los clientes.

El costo de este centro va a estar en relación a los que existen en el mercado para poder competir con ellos y que el cliente pueda elegirnos a nosotros, además nuestra imagen y atención al cliente va a ser esmerada, de nosotros recibirán un buen trato con cortesía

- ✚ Realizaremos estrategias publicitarias para dar a conocer nuestros servicios a las personas dentro y fuera de la ciudad.

- ✚ Promocionar nuestros paquetes servicios con el objetivo de captar a nuestros futuros clientes potenciales
- ✚ Incrementar las ventas de repuestos, y demás servicios.
- ✚ Contar con clientes fieles
- ✚ Ser reconocidos a nivel local y nacional por nuestro servicio de calidad
- ✚ Tener un buen posicionamiento en nuestro cantón.

FIGURA 3. Nuevo Servicio a implementarse



Fuente.: Nuevo Servicio a implementarse
 Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

4.8. ESTUDIO DE MERCADO.

La investigación de mercado

Especifica el método a utilizar para recolectar la información necesaria para conocer las necesidades y características de los clientes potenciales y del mercado en general y mediante el análisis e interpretación de los resultados determinar aspectos relevantes para el proyecto.

En el caso concreto de este proyecto, la investigación de mercado nos ayudará a comprender el ambiente actual, identificar problemas y oportunidades, evaluar y desarrollar alternativas de acción de la mercadotecnia.

Objetivo del estudio

El propósito de la investigación de mercado es para definir las oportunidades de instalar un taller automotriz (electromecánica) en la ciudad de Playas, la cual va a consistir en el análisis y recolección de información importante para el desarrollo del proyecto; hoy se puede observar un comportamiento del mercado en el que el automóvil se está convirtiendo más en un producto de consumo que en un producto de inversión de capital.

El estudio incluye 214 encuestas, que fueron realizadas en distintos puntos de la ciudad de Playas, el objetivo fue que no exista una preferencia de sector y poder determinar con mayor exactitud los porcentajes de ubicación y aceptación sectorial dentro del mercado local.

Determinación de Objetivos y Resultados

- ✚ Determinar el grado de aceptación de un nuevo taller en la ciudad de Playas

- ✚ Determinar las exigencias del mercado
- ✚ Determinar las necesidades de los clientes

4.9. ATENCIÓN CON CALIDAD.

La calidad se define frecuentemente como la adecuación del servicio que se destina, conforme a la demanda del usuario. En la empresa de servicio “Hermano Gregorio” se brinda una atención especializada, con herramientas tecnológicas, esperando que el cliente se sienta a gusto con el trabajo de mantenimiento en su vehículo, los repuestos eléctricos que venden son garantizados con precios al alcance de su bolsillo y así poder satisfacer las necesidades de los clientes haciendo que se fidelicen a nuestra empresa.

El maestro que presta servicio en mantenimiento y reparación del sistema eléctrico del vehículo debe ser una persona eficiente, por lo tanto su perfil debe estar definido por tener las siguientes cualidades: facilidad para el contacto humano, capacidad de organización, sentido de la responsabilidad, facilidad de adaptación, iniciativa, empatía, asertividad, poseer paciencia, habilidad para trabajar en equipo, amable, respetuoso y creativo.

FIGURA 4. Brindar mejor atención al cliente



Fuente: Brindar mejor atención al cliente
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

4.10. ESTRATEGIAS DE VENTAS.

- ✚ Innovar servicios nuevos
- ✚ No incrementar el precio
- ✚ Brindar servicios adicionales gratuitos
- ✚ Dar obsequio
- ✚ Mejorar el servicio a medida que la empresa valla creciendo
- ✚ Aumentar la variedad de servicio y repuestos
- ✚ Aumentar promociones
- ✚ Aumentar infraestructura

El plan de marketing tiene como objetivo la fijación de las estrategias que permitan alcanzar la cifra de facturación que recogerá el análisis económico-financiero.

Debe servir para explotar la oportunidad de negocio y las ventajas competitivas asociadas a la misma.

CUADRO 9. Vehículos en el cantón Playas.

Vehículos aproximado en el cantón Playas	
2500	Población de vehículos
10	Talleres que ofertan el servicio
150	Vehículos mensuales
22	días laborables
8	vehículos diarios

Fuente: Vehículos en el Cantón Playas
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

El parque automotor del cantón Playas es aproximadamente de 2500 vehículos entre autos, camionetas, camiones, furgonetas y buses

Entre la competencia existen 10 talleres que ofertan el servicio de mantenimiento del sistema eléctrico del vehículo

CUADRO 10. Plan de venta de la empresa “Hno Gregorio”

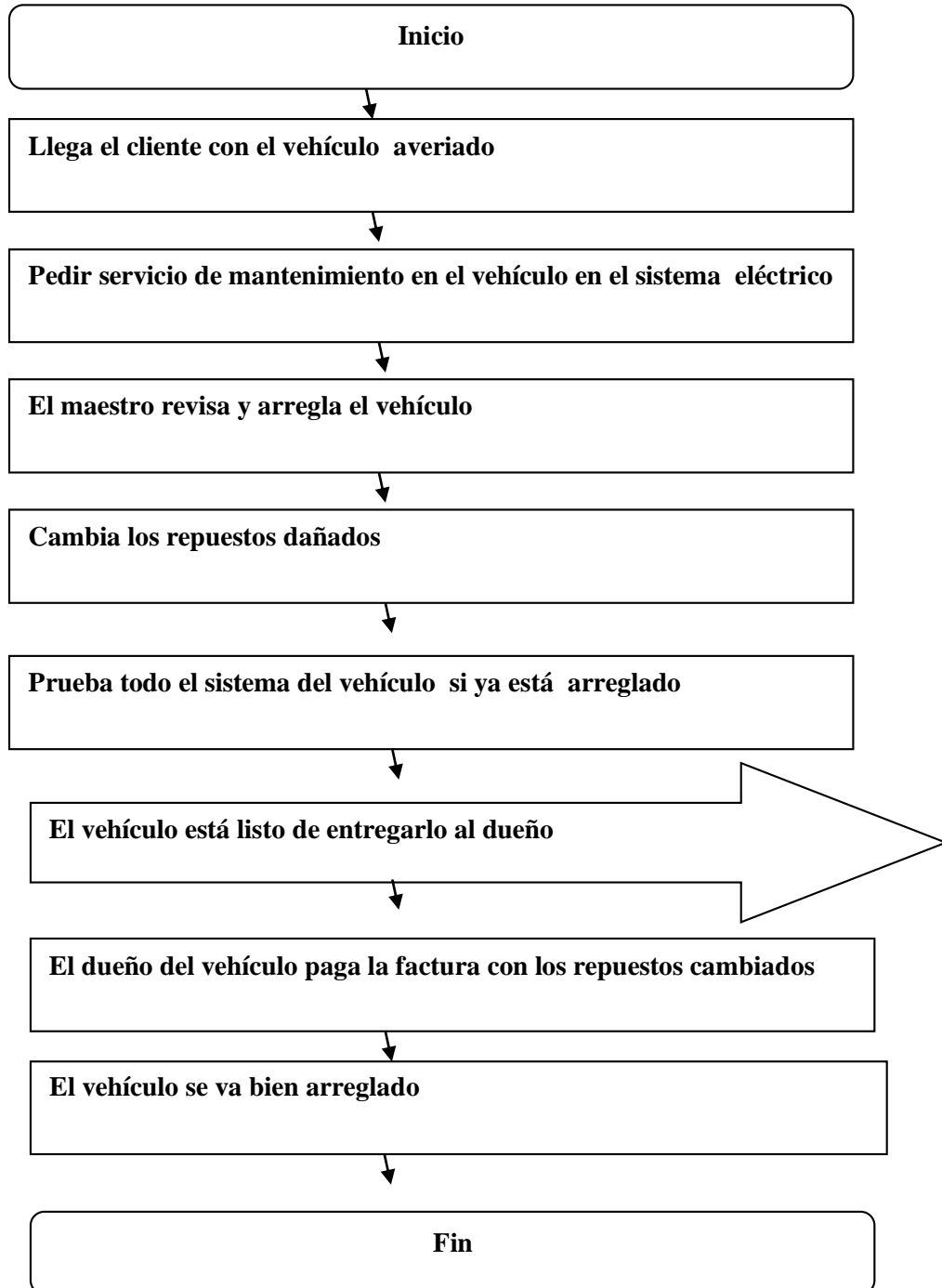
DESCRIPCIÓN	PRECIOS	CANTIDAD	TOTAL
Ventas de repuestos eléctricos de los vehículos			100
Reparación y mantenimiento del motor de arranque	15	2	30
Reparación y mantenimiento del generador (alternador)	15	2	30
Reparación del sistema eléctrico del vehículo	15	1	15
Instalación y cambio de halógenos (luces focos guías)	20		
Instalación del sistema completo del vehículo	300		
Diagnostico computarizado con el escáner automotriz	25	3	75
Cargadas de baterías	3	2	6
rebobinado de coronillas de alternador	25		
TOTAL			256

DESCRIPCIÓN	PRECIOS	CANTIDAD	TOTAL
ventas de repuestos eléctricos de los vehículos			120
Reparación y mantenimiento del motor de arranque	15	1	15
Reparación y mantenimiento del generador (alternador)			
Reparación del sistema eléctrico del vehículo	15	1	15
Instalación y cambio de halógenos (luces focos guías)	6	4	24
Instalación del sistema completo del vehículo	300		
Diagnostico computarizado con el escáner automotriz	25	5	125
Cargadas de baterías	3	4	12
Rebobinado de coronillas de alternador	25	1	25
TOTAL			336

Fuente: Plan de venta de la empresa “Hno Gregorio”

Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

FIGURA 5. Flujo grama de procesos de Operación

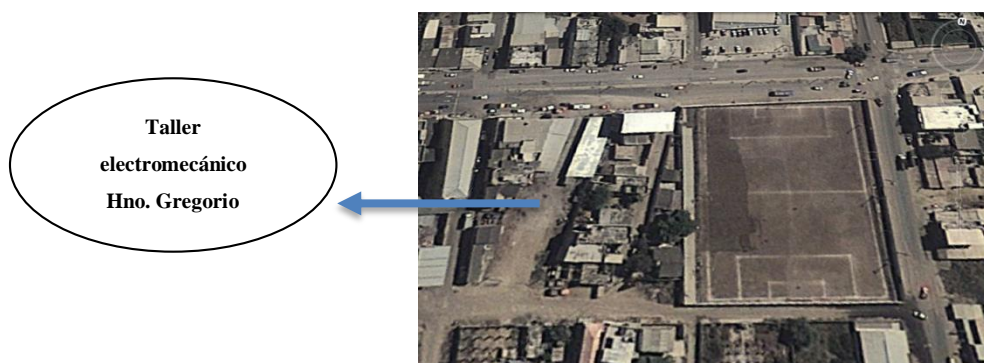


Fuente: Flujograma de procesos de Operación
Elaborado por: Guillermo Barcia. Mero

4.10.1. Localización de las Instalaciones.

La empresa de servicio Hno. Gregorio está ubicado en el centro del cantón Playas en la calle Carlos Paredes y Av. 15 de Agosto

FIGURA 6. Localización de las instalaciones.



Fuente: Localización de las instalaciones
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

4.10.2. Tamaño de las Instalaciones.

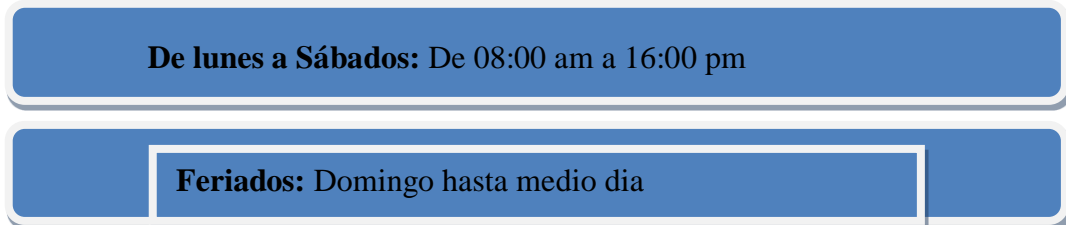
El terreno de la empresa de servicio Hno. Gregorio es de 40 m²

FIGURA 7. Tamaño de las Instalaciones.



Fuente: Tamaño de las Instalaciones
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

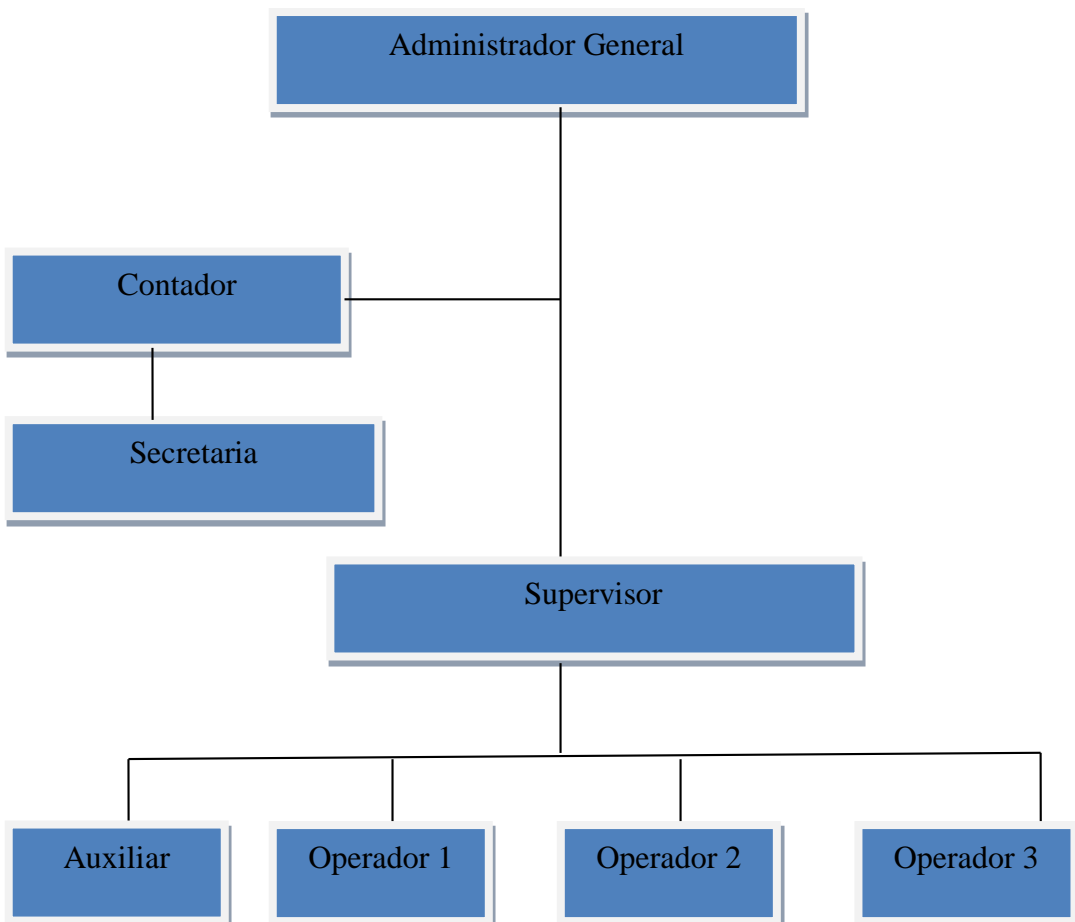
FIGURA 8. Tiempo de producción u operación.



Fuente: Tiempo de producción u operación
Elaborado por: Guillermo Barcia

FIGURA 9. Organigrama Funcional.

Es una guía para que el personal tenga eficiencia en los roles encomendados.



Fuente: Organigrama Funcional
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

4.10.3. Perfil del personal necesario.

GERENTE GENERAL

Gerente General

Funciones:

- ✚ Mantener diálogos continuos con los colaboradores de todas las áreas de la empresa
- ✚ Concibe las estrategias para mejorar la comercialización
- ✚ Formaliza con actitud positiva a los proveedores
- ✚ Se delega a incorporar a trabajadores.

Contador

Funciones:

- ✚ Elaborar los respectivos balances
- ✚ Elabora la declaración de Impuestos
- ✚ Presenta los Estado de Resultado al Administrador General de la empresa
- ✚ Elabora la declaración de Impuestos (SRI)
- ✚ Verifica y contabiliza los ingresos y egresos de la empresa.

Supervisor

Funciones:

- ✚ Supervisa que el servicio sea concluido.
- ✚ Supervisa si el espacio físico de la empresa se mantenga en buen estado de tal forma que llame la atención al cliente.

- ✚ Controla responsablemente el funcionamiento de los equipos, para brindar un servicio eficiente.
- ✚ Verificar que los equipos de la empresa se mantengan en orden
- ✚ Asistir a las áreas asignadas.
- ✚ Notificar cualquier anomalía presentada
- ✚ Verificar que los empaques del producto no presenten irregularidades

Operador 1

Funciones:

- ✚ Mantener limpias las áreas donde se expende el producto
- ✚ Ser respetuoso con los proveedores.
- ✚ Ser puntual y responsable en las funciones que les sean encomendadas
- ✚ Informar las anomalías presentadas en cualquier área de trabajo

Operador 2

Funciones:

- ✚ Vigilar las instalaciones de la empresa
- ✚ Supervisar el acceso de personal dentro de la empresa
- ✚ Exigir a los proveedores su identificación

Auxiliar en electromecánica.

Realizar operaciones auxiliares de mantenimiento y reparación de todo el sistema del vehículo en el área de la electromecánica, cumpliendo con las especificaciones técnicas, en condiciones de seguridad y bajo la supervisión de un técnico de nivel superior.

Competencias personales, sociales y profesionales

Desarrollar habilidades de aprendizaje autónomo, creatividad, autoestima, autocrítica e iniciativa para adoptar, individual y colectivamente, diferentes soluciones ante nuevos contextos y necesidades, aceptando la necesidad de aprendizaje constante y durante toda la vida.





4.11. TALENTO HUMANO.

Hay que conformar un grupo interdisciplinario, ingenieros en electromecánica, administradores, contadores y las personas que trabajen en el área operativa deben tener especial interés por seguir estudiando y formándose para tener un mayor desempeño laboral.

Inicialmente se cuenta con un Ingeniero electromecánico para el desarrollo de la propuesta de la empresa de servicio “Hermano Gregorio”, asesorados por un profesional en salud ocupacional que brinde la capacitación tanto para el personal que va a laborar.

4.11.1. Incorporación del Talento Humano.

La primera fase para cumplir con la incorporación del personal, para el desarrollo de los manuales de funciones donde surge la descripción del puesto que contiene:

-  Sexo
-  Edad
-  Nivel Educativo
-  Noción Básica

Se procede a realizar el reclutamiento a través de 3 fases que se describen a continuación.

1.- **Requerimiento de Personal.-** Dentro de este departamento se toma la decisión de elegir o contratar al personal, en el momento en que exista las vacantes proporcionadas en un departamento en la que conste información sobre las vacantes a revertir donde se esclarecerá el grado de la insuficiencia del puesto para la empresa, la carga de trabajo, el título del puesto, especificando las políticas y responsabilidades que debe cumplir la institución.

2.- **Análisis de las fuentes de incorporación del personal.-** Dentro de este análisis se puede localizar a los candidatos apropiados para quedarse con el cargo puede ser interno o externo.

Incorporación del personal Interno.

Se facilitará a los colaboradores que estén actualmente integrados laborando en la Empresa Electromecánica “Hermanos Gregorio”. Se confirmara si existes entre ellos uno o diferentes candidatos para la vacante que exista en la empresa.

4.11.2. Elección de medios de incorporación del personal.

Este tipo de elecciones se la realizan en todo el país, es de mucha importancia informarse sobre las personas a quienes ingresan sus hojas de vida para obtener un cupo en una empresa.

Para la incorporación del personal es desarrollado mediante:

- ✚ Expresión Publica Radial
- ✚ Expresión Televisiva
- ✚ Publicidad con afiches fuera del negocio
- ✚ Archivos de Candidatos almacenados en la base de datos de la Empresa

Selección del Personal

Ya finalizada el proceso de selección del personal hay que estar con la atención necesaria para el momento de la revelación de quien cubre las vacantes en las siguientes etapas.

1.- **Conferencia Precedente.**- Radica en pronunciar o revelar quienes son los nuevos que forman parte de experimentar con sus habilidades y contagiar con esas ansías de colaborador o ganas de trabajar al resto del personal de la empresa y esas noticias son reflejadas en un ambiente cómodo para que el candidato pueda apreciar la información deseada.

2.- **Solicitud de Ocupación.**- En el siguiente proceso, cada candidato debe llenar una solicitud cumpliendo a cabalidad y fidelidad con los datos reflejados.

- ✚ Informe Individual
- ✚ Informe Profesional
- ✚ Informe Académico

Una vez que el postulante cumpla con lo planteado en la solicitud se procede a analizar cada respuesta y así tener información para conocer quiénes son estos sujetos que participan por las exigencias de toda empresa para cubrir una vacante de un determinado puesto.

A continuación se refleja el modelo de solicitud de empleo que deberá llenar el candidato a cubrir la vacante:

FIGURA 10. Formato de Selección del Personal

SOLICITUD

1. Información Personal:

Nombre: _____ Edad: _____

Dirección: _____ Estado Civil: _____

¿Cuánto Tiempo ha vivido en ese domicilio?

2. Información Académica:

Instrucción: Primaria: ___ Secundaria ___ Superior _____

Unidad Educativa: _____

Nº Años Cursados: _____

3. Información Laboral:

🚩 Nombre de la Empresa dónde laboró: _____ Telf.: _____

Fecha de Inicio: _____ Fecha Fin: _____ Tareas: _____

🚩 Nombre de la Empresa dónde laboró: _____ Telf.: _____

Fecha de Inicio: _____ Fecha Fin: _____ Tareas: _____

🚩 Nombre de la Empresa dónde laboró: _____ Telf.: _____

Fecha de Inicio: _____ Fecha Fin: _____ Tareas: _____

GRACIAS.

Fuente: Formato de Selección del Personal
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12. ESTUDIO FINANCIERO.

El Estudio Financiero de la empresa “Electromecánica Hermano Gregorio” justificará la viabilidad y rentabilidad de la implementación de la línea de sistema de escáner, además se detallará los ingresos y egresos de efectivo.

4.12.1 Inversión.

El monto para llevar a cabo el Plan de Negocio en la empresa Electromecánica “Hermano Gregorio” es de \$ 30.200,95 centavos, los mismos que serán distribuidos en la adquisición de activos como; muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación y el escáner, para facilitar la operación adecuada para plena satisfacción del cliente, como se aprecia en el cuadro correspondiente.

TABLA 11. Inversión inicial.

Total de Inversión	
Detalle	Valor
Caja	\$ 3.000,00
inventario de mercadería	\$ 5.000,00
Eq /Computación	\$ 1.420,00
Edificio	\$ 6.000,00
Muebles y Enseres	\$ 580,00
Suministros de Oficina	\$ 70,95
Equipos de oficina	\$ 1.130,00
Maquinarias y Equipos	\$ 13.000,00
Total Inversión	\$ 30.200,95

Fuente: Inversión inicial.

Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12.1.1. Estructura de financiamiento.

Para llevar a cabo el plan de negocio de la empresa electromecánica el monto asciende a \$ 30.200,95 estos rubros se obtendrá del financiamiento del 75% Banco Nacional de Fomento (BNF) \$ 22.650,71 el aporte propio de 25% que corresponde a \$ 7.550,24 como se detalla en el cuadro correspondiente

TABLA 12. Plan de Financiamiento

Estructura de Financiamiento	
Entidad Bancaria 75%	\$ 22.650,71
Aporte Propio 25%	\$ 7.550,24
Total	\$ 30.200,95

Fuente: Plan de Financiamiento.




Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

Condiciones del crédito

Las políticas implantadas por el gobierno para fortalecer proyectos de gran alcance, incorporando tecnología afín al sistema del mercado, cuya tasa de interés es del 15%.

Requisitos

Para ser partícipe de este crédito se debe tener:

-  Para crédito hasta USD \$ 3.000 se requiere para un Plan de Negocio.
-  Para créditos superiores a los \$ USD 100.000 presentar proyecto de factibilidad.
-  Para crédito superior a USD \$ 300.000 se requiere completar el modelo estipulado por la entidad, es decir forma de evaluación:

- ✚ Declaración de Impuesto a la Renta del último ejercicio.
- ✚ Título de propiedad de los bienes que se ofrecen.
- ✚ Carta de paga de impuestos.
- ✚ Permisos de funcionamiento.
- ✚ Planos de construcción aprobados.
- ✚ Proformas de maquinarias de adquirir.
- ✚ Proformas del bien a adquirir.

4.12.1.2. Activos Fijos.

4.12.1.3. Equipo de computación.

Los equipos de computación permiten que los trabajos se realicen con facilidad y cuyos archivos quedan guardados para respaldo en tiempos posteriores.

TABLA 13. Equipo de computación

Equipo de Computación			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadoras	2	\$ 550,00	\$ 1.100,00
Impresoras	2	\$ 160,00	\$ 320,00
Total			\$ 1.420,00

Fuente: Equipo de computación
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12.1.4. Edificio.

La infraestructura que se estima ampliar en la empresa de servicio electromecánica “Hermano Gregorio” haciende a la cantidad de \$ 15.000, oo, incluido mano de obra y materiales respectivamente.

TABLA 14. Edificio.

Edificio			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Edificio	1		\$ 6.000,00

Fuente: Edificio.

Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12.1.5. Muebles y enseres.

Los muebles se acondicionan de acuerdo al espacio físico para que los colaboradores puedan ejercer la actividad satisfactoriamente.

TABLA 15 Muebles y enseres.

Muebles y Enseres			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Archivadores	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Silla	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Total			\$ 580,00

Fuente: Muebles y enseres.

Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12.1.6. Equipo de oficina.

Los equipos de oficina permiten que el personal operativo tenga una adecuada comodidad y pueda realizar sus actividades apropiadamente.

TABLA 16. Equipo de oficina.

Equipos de oficina			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Teléfonos	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Aire Acondicionados	2	\$ 550,00	\$ 1.100,00
Total			\$ 1.130,00

Fuente: Equipo de oficina.

Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12.1.7. Maquinaria.

La empresa electromecánica "Hermano Gregorio" necesariamente tendrá la adquisición de un escáner y otros equipos cuyos montos llegan a \$ 13.000,00

TABLA 17. Maquinaria.

Maquinaria			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escáner	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Generador de energía	2	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00
Total			\$ 13.000,00

Fuente: Maquinaria

Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12.1.8. Materiales y Accesorios.

Estos materiales son implementos de mucha utilidad que sirven para hacer de la actividad con mayor certeza y precisión.

TABLA · 18 Materiales y Accesorios

Materiales y Accesorios			
Detalle	Cantidad	Mensual	Anual
Perchas	5		\$ 400,00
Gatas Hidráulicas	2		\$ 600,00
Juego de destornilladores	2		\$ 70,00
Total			\$ 1.070,00

Fuente: Materiales y Accesorios

Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12.1.9. Suministros de Oficina.

Los suministros son implementos que generalmente utilizan todos los establecimientos y empresas comerciales en las actividades respectivas.

TABLA 19. Suministros de Oficina

Suministros de Oficina				
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Anual
Resmas de hojas	2	\$ 4,00	\$ 8,00	\$ 96,00
Folders	4	\$ 4,50	\$ 18,00	\$ 216,00
Grapadoras	2	\$ 3,50	\$ 7,00	\$ 84,00
Perforadoras	2	\$ 4,25	\$ 8,50	\$ 102,00
Esferos	4	\$ 0,30	\$ 1,20	\$ 14,40
Sellos	1	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Resaltadores	2	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Carpetas	5	\$ 0,25	\$ 1,25	\$ 15,00
Total			\$ 70,95	\$ 851,40

Fuente: Suministros de Oficina

Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12.1.10. Depreciaciones.

Las depreciaciones son la pérdida de valor de los activos como, muebles y enseres, plantas y equipos que por lo general las empresas utilizan para el desarrollo de sus operaciones, estos activos con el transcurrir del tiempo sufren desgastes, los implementos que la empresa tiene son depreciados de acuerdo a su vida útil para saber la realidad económica.

TABLA 20. Depreciaciones de Activos.

Depreciación de Activos Fijos					
Detalle	Valor	%	Vida Útil (Años)	Dep. Mensual	Dep. Anual
Eq /Computación	\$ 1.420,00	33,33%	3	\$ 39,44	\$ 473,29
Muebles y Enseres	\$ 580,00	10%	10	\$ 4,83	\$ 58,00
Equipos de oficina	\$ 1.130,00	10%	10	\$ 9,42	\$ 113,00
Maquinarias y Equipos	\$ 13.000,00	10%	10	\$ 108,33	\$ 1.300,00
Total				\$ 162,02	\$ 1.944,29

Fuente: Depreciaciones de Activos
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12.2. Estados Financieros.

Son los estados contables, son informes que usan las empresas para verificar la realidad financiera al inicio de sus operaciones.

TABLA 21. Balance Inicial

Balance inicial	
Activos	Pasivos
	Ctas. X
Corriente	Pagar \$ 22.650,71
Caja \$ 3.000,00	
inventario de	Capital
mercadería <u>5.000,00</u>	Social \$ 7.550,24
Total Act. Cte. \$ 8.000,00	Patrimonio \$ 7.550,24
Activos Fijos	
Edificio \$ 6.000,00	
Eq /Computación 1.420,00	
Muebles y Enseres 580,00	
Equipos de oficina 1.130,00	
Maquinarias y	
Equipos <u>13.000,00</u>	
Total Act. Fijo \$ 22.130,00	
No Depreciable	
Suministros \$ 70,95	
Total	
Total Activos \$ 30.200,95	Total Pasivo + Patrimonio \$ 30.200,95

Fuente: Balance Inicial

Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12.3 Presupuestos

Los presupuestos son los valores que se le concede al personal que va a desempeñar sus roles de acuerdo a su capacidad y desenvolvimiento.

TABLA 22. Presupuestos

Gastos Administrativos (dólares)									
Cargo	sueldo	F. Reserva	Vacaciones	13°	14°	Aporte Patronal	IESS	Total Beneficio	Total Pago
Gerente Adm./ Financiero	\$ 500	\$ 41,65	\$ 41,67	\$ 41,65	\$ 41,67	\$ 60,75	\$ 46,75	\$ 166,63	\$ 666,63
Contador	400	33,32	33,33	33,32	33,33	48,60	37,40	133,31	533,31
Secretaria	354	28,32	28,33	28,32	28,33	41,31	31,79	113,31	453,31
Supervisor	354	28,32	28,33	28,32	28,33	41,31	31,79	113,31	453,31
Auxiliar	354	28,32	28,33	28,32	28,33	41,31	31,79	113,31	453,31
Operador 1	354	28,32	28,33	28,32	28,33	41,31	31,79	113,31	453,31
operador	\$ 354	\$ 28,32	\$ 28,33	\$ 28,32	\$ 28,33	\$ 41,31	\$ 31,79	\$ 113,31	\$ 453,31

Fuente: Presupuestos.

Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12.4. Presupuesto de Gasto de Ventas.

Son todos los valores destinados para obtener el margen de ventas que la empresa considera obtener, para ello se estima en publicidad el 0.05% de sus ventas.

TABLA 23. Presupuesto de gasto de ventas.

Costo de Ventas			
Detalle	Cantidad	Mensual	Anual
Publicidad	1	\$ 50,40	\$ 604,80
Comisiones		\$ 75,00	\$ 900,00
Movilización		\$ 25,00	\$ 300,00
Total			\$ 1.504,80

Fuente: Presupuesto de gasto de ventas
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12.5. Presupuestos de Gastos Generales.

Son todos los costos que se emplean en la actividad comercial estos se detallan a continuación:

TABLA 24. Gastos generales

Servicios Básicos			
Detalle	Cantidad m ³	Mensual	Anual
Agua m ³ (0,55 ctvs.)	30	\$ 16,50	\$ 198,00
Luz Kwh (0,09 ctvs)	250	\$ 22,50	\$ 270,00
Teléfono		\$ 20,00	\$ 240,00
Internet		\$ 20,00	\$ 240,00
Total		\$ 79,00	\$ 948,00

Fuente: Gastos generales
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12.6. Materia Prima.

La materia prima que va a utilizar la empresa electromecánica "Hermano Gregorio" es gran utilidad para un mejor servicio.

TABLA 25. Materia prima directa

Materia prima Directa			
Detalle	Diario	Mensual	Anual
Terminales	\$ 12,00	\$ 288,00	\$ 3.456,00
Cables de Bujías	\$ 14,00	\$ 336,00	\$ 4.032,00
Aditivos	\$ 12,00	\$ 288,00	\$ 3.456,00
Baterías	\$ 360,00		\$ 4.320,00
Otros	\$ 10,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Total			\$ 18.144,00

Fuente: Materia prima directa
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

Materia prima indirecta

Son los elementos que indirectamente intervienen en la empresa, a su vez son de gran utilidad para brindar un buen servicio.

TABLA 26. Materia prima indirecta.

Materia Prima Indirecta			
Detalle	Diario	Mensual	Anual
Grasas	\$ 2,00	\$ 48,00	\$ 576,00
Empaques	\$ 3,00	\$ 72,00	\$ 864,00
Pastas	\$ 3,50	\$ 84,00	\$ 1.008,00
Total			\$ 2.448,00

Fuente: Materia prima indirecta.
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

Evaluando los montos generales de materia prima directa e indirecta los valores ascienden a\$ 20.592,00.

4.12.7. Ingresos.

Los ingresos que genera la empresa Electromecánica "Hermano Gregorio" por ventas de accesorios, mantenimiento y reparación comprobados a través del estudio de mercado es de \$100.800,00 , considerando también el tiempo de 24 días laborables debido a situaciones adversas.

TABLA 27. Ingresos por ventas y servicios

Ingresos			
Detalle	Diario	Mensual	Anual
Ingresos por ventas	\$ 120,00	\$ 2.880,00	\$ 34.560,00
Ingresos por reparación	\$ 150,00	\$ 3.600,00	\$ 43.200,00
Ingresos por Mantenimiento	\$ 80,00	\$ 1.920,00	\$ 23.040,00
Total Ingresos			\$ 100.800,00

Fuente: Ingresos por ventas y servicios
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12.7.1. Ingresos proyectados.

Los ingresos generados tienen una proyección del 5% en los primeros 5 años de operación, muestra en la tabla correspondiente.

TABLA 28. Ingresos proyectados.

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$100.800,00	\$ 105.840,00	\$ 111.132,00	\$ 116.688,60	\$ 122.523,03

Fuente: Ingresos proyectados
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12.7.2. Balance general.

También se la conoce como final, es el estado contable que muestra la situación financiera en que se encuentra la empresa en tiempo determinado.

TABLA 29. Balance general.

Balance General Proyectado					
Activos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Corriente					
Caja	\$ 3.000,00	\$ 3.060,00	\$ 3.121,20	\$ 3.183,62	\$ 3.247,30
Inventario	\$ 5.000,00	\$ 5.100,00	\$ 5.202,00	\$ 5.306,04	\$ 5.412,16
Total Act. Cte.	\$ 8.000,00	\$ 8.160,00	\$ 8.323,20	\$ 8.489,66	\$ 8.659,46
Activos Fijos					
Edificio	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Eq /Computación	\$ 1.420,00	\$ 1.420,00	\$ 946,71	\$ 631,17	\$ 420,80
Muebles y Enseres	\$ 580,00	\$ 580,00	\$ 522,00	\$ 469,80	\$ 422,82
Equipos de oficina	\$ 1.130,00	\$ 1.130,00	\$ 1.017,00	\$ 915,30	\$ 823,77
Maquin. y Equipos	\$ 13.000,00	\$ 13.000,00	\$ 11.700,00	\$ 10.530,00	\$ 9.477,00
Total Act. Fijos	\$ 22.130,00	\$ 22.130,00	\$ 20.185,71	\$ 18.546,27	\$ 17.144,39
Depreciación					
depreciable	\$ -44,29	\$ -944,29	\$ -1.944,29	\$ -944,29	\$ -1.944,29
Total No Depreciable	\$ 70,95	\$ 71,66	\$ 72,38	\$ 73,10	\$ 73,83
Total Activos	\$ 30.200,95	\$ 30.361,66	\$ 28.581,29	\$ 27.109,04	\$ 25.877,68
Pasivos					
Ctas. x Pagar					
L/Plazo	\$ 9.718,42	\$ 8.851,35	\$ 7.984,28	\$ 7.117,21	\$ 6.250,14
Total Pasivos	\$ 9.718,42	\$ 8.851,35	\$ 7.984,28	\$ 7.117,21	\$ 6.250,14
Capital Social	7.550,24				
Patrimonio	\$ 12.932,29	\$ 21.510,31	\$ 20.597,01	\$ 19.991,83	\$ 19.627,54
Total Patrimonio	\$ 20.482,53	\$ 21.510,31	\$ 20.597,01	\$ 19.991,83	\$ 19.627,54
Total Pas. + Patrimonio	\$ 30.200,95	\$ 30.361,66	\$ 28.581,29	\$ 27.109,04	\$ 25.877,68

Fuente: Balance general.

Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12.7.3. Estado de resultado Integral.

Son informes que dan a conocer la realidad financiera y los cambios que experimentan, se estima un incremento del 5% en sus ventas.

TABLA 30. Estado de resultado Integral.

Estado de Resultado Integral					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 00.800,00	\$ 102.816,00	\$ 104.872,32	\$ 106.969,77	\$ 109.109,16
Costos de Ventas	\$ 1.504,80	\$ 1.519,85	\$ 1.535,05	\$ 1.550,40	\$ 1.565,90
(-) Materia Prima	\$ 20.592,00	\$ 21.003,84	\$ 21.423,92	\$ 21.852,40	\$ 22.289,44
Utilidad Bruta	\$ 78.703,20	\$ 80.292,31	\$ 81.913,36	\$ 83.566,97	\$ 85.253,82
Gastos					
Administrativos					
Sueldos y salarios	\$ 41.597,92	\$ 42.013,90	\$ 42.434,04	\$ 42.858,38	\$ 43.286,96
Servicios Básicos	\$ 948,00	\$ 957,48	\$ 967,05	\$ 976,73	\$ 986,49
Gastos de Acond.	\$ 2.600,0				
Gasto de Depreciac	\$ -44,29	\$ -944,29	\$ -1.944,29	\$ -944,29	\$ -1.944,29
Total Gastos	\$ 47.090,21	\$ 44.915,67	\$ 45.345,38	\$ 45.779,39	\$ 46.217,74
Utilidad Operac.	\$ 31.612,99	\$ 35.376,65	\$ 36.567,98	\$ 37.787,58	\$ 39.036,08
15% Part.					
Trabajadores	\$ 4.741,95	\$ 5.306,50	\$ 5.485,20	\$ 5.668,14	\$ 5.855,41
Útil. Antes de					
Impuestos	\$ 26.871,04	\$ 30.070,15	\$ 31.082,78	\$ 32.119,45	\$ 33.180,67
25% Imp. A la					
Renta	\$ 5.911,63	\$ 6.615,43	\$ 6.838,21	\$ 7.066,28	\$ 7.299,75
Utilidad Neta	\$ 20.959,42	\$ 23.454,72	\$ 24.244,57	\$ 25.053,17	\$ 25.880,92

Fuente: Estado de resultado Integral.
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12.7.4. Balance de Flujo de Efectivo.

El flujo de efectivo muestra las utilidades que la empresa obtiene, logrando una rentabilidad óptima, es decir \$ 20.898,54 en el quinto año de operación.

TABLA 31. Balance de Flujo de Efectivo.

Balance de Flujo de Caja (dólares)						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$ 100.800,00	\$102.816,00	\$ 104.872,32	\$ 106.969,7	\$ 109.109,16
Costos de Ventas		1.504,80	1.519,85	1.535,05	1.550,40	1.565,90
(-) Materia Prima		20.592,00	20.797,92	21.005,90	21.215,96	21.428,12
Utilidad Bruta		78.703,20	80.498,23	82.331,37	84.203,41	86.115,14
Gastos Administrat.						
Sueldos y salarios		41.597,92	42.013,90	42.434,04	42.858,38	43.286,96
Servicios Básicos		948,00	957,48	967,05	976,73	986,49
Gastos de Acondic.		2.600,00				
Gasto de Materiales		1.070,00				
Total Gastos		\$ 46.215,92	\$ 42.971,38	\$ 43.401,09	\$ 43.835,10	\$ 44.273,45
Utilidad Operacional		32.487,28	37.526,85	38.930,28	40.368,31	41.841,69
15% Part. Trabajadores		4.873,09	5.629,03	5.839,54	6.055,25	6.276,25
Útil. Antes de Imp.		27.614,19	31.897,82	33.090,74	34.313,06	35.565,43
25% Imp. A la Renta		6.075,12	7.017,52	7.279,96	7.548,87	7.824,40
Útil. después de Impuestos		21.539,07	24.880,30	25.810,78	26.764,19	27.741,04
Depreciación		- 1.944,29	- 1.944,29	- 1.944,29	- 1.944,29	- 1.944,29
Flujo de caja Operacional		19.594,78	22.936,02	23.866,49	24.819,90	25.796,75
(Inversión Inicial)	\$ -30.200,95					
Flujo de Caja Libre		<u>19.594,78</u>	<u>22.936,02</u>	<u>23.866,49</u>	<u>24.819,90</u>	<u>25.796,75</u>
Amortización		7.616,30	6.936,78	6.257,26	5.577,74	4.898,22
CASH FLOW TOTAL	\$ -30.200,95	\$ 11.978,48	\$15.999,24	\$ 17.609,23	\$19.242,16	\$ 20.898,54
VAN	\$ 25.283,23					
TIR	43%					

Fuente: Balance de Flujo de Efectivo
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

4.12.7.5. Amortización.

El préstamo bancario a realizar es de \$ 22.650,71 a un plazo de 5 años con una tasa activa del 15% como se detalla en la siguiente tabla

TABLA 32. Amortización

Monto	22.650,71		Mensual	0,0125
Plazo (meses)	60		Interés Anual	0,15
Nº de Cuotas	Dividendo	Interés	Capital	Saldo
0				\$ 22.650,71
1	7.616,30	\$ 3.086,16	\$ 4.530,14	\$ 18.120,57
2	6.936,78	\$ 2.406,64	\$ 4.530,14	\$ 13.590,43
3	6.257,26	\$ 1.727,12	\$ 4.530,14	\$ 9.060,29
4	5.577,74	\$ 1.047,60	\$ 4.530,14	\$ 4.530,14
5	4.898,22	\$ 368,07	\$ 4.530,14	\$ -

Fuente: Amortización

Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

4.12.8 Razones Financieras.

4.12.8.1 Razones de Rentabilidad.

Rentabilidad sobre ventas

Esta razón mide la capacidad de la empresa para generar utilidades, o la utilidad obtenida por cada dólar invertido.

<u>Utilidad Neta</u>	\$ 20.959,42	0.21 = 20.79 %
Ventas	\$ 100.800,00	

La razón nos indica el porcentaje del proyecto sobre sus ventas , considerando una rentabilidad satisfactoria.

Razones de Apalancamiento

<u>Activos totales</u>	\$ 30.200,	= 1.33%
Pasivos totales	\$ 22.650,71	

La finalidad de esta razón es de medir el grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa.

Rendimiento sobre activos totales

<u>Utilidad Neta</u>	\$ 20.959,42	0.69 = 69 %
Total de activos	\$ 30.200,95	

A través del índice obtenido nos indica que la empresa ha tenido eficiencia en los procesos administrativos.

Rendimiento sobre el capital

<u>Utilidad Neta</u>	\$ 20.959,42	= 2.78
Capital	\$ 7.550,24	

Los resultados muestran satisfactoriamente el margen de ganancia que tiene el proyecto durante su operación.

4.12.9. Indicadores financieros

4.12.9.1. Análisis del Van

El valor actual neto (VAN) proyectados a 5 años de la empresa electromecánica "Hermano Gregorio", es de \$ 25.283,23, cifra que nos permite concluir que el proyecto es rentable por cuanto presenta utilidades.

4.12.9.2 Análisis del Tir

La tasa interna de retorno (TIR) con la implementación del sistema escáner para buen mantenimiento de vehículos es de 43% mayor a la tasa de interés o tasa activa lo que confirma la rentabilidad del proyecto.

4.12.9.3 Retorno de la Inversión

A través de los resultados que muestran los flujos de cada año se puede observar que el tiempo de recuperar la inversión es 2 años 6 meses aproximadamente, confirmando que el proyecto es aceptable.

TABLA 33. Retorno de la Inversión.

Retorno de la Inversión	
Año 0	\$ - 30.200,95
Año 1	\$ 11.978.48
Año 2	\$ 15.999.24
Año 3	\$ 17.609.23
Año 4	\$19.242.16
Año 5	\$ 20.898.54
VAN	\$ 25.283.23
TIR	\$ 43 %

Fuente: Retorno de la Inversión.
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

CUADRO 12. Plan de acción

Problema Principal: Carencia de tecnología para mantenimiento de vehículos			
Fin del Proyecto: Desarrollar “Plan de Negocio para la implementación de equipos y herramientas Tecnológicas en la empresa electromecánica “Hno. Gregorio”, del cantón Playas, Provincia del Guayas.”			Indicadores: Estudio de mercado, Técnico, Organizacional y Financiero.
INDICADORES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES
Estudio de mercado	Identificar el mercado	Establecer encuestas y entrevistas a clientes.	Diseñar encuestas y entrevistas a los involucrados
Estudio Técnico	Instalar una empresa de servicios Electromecánica con sistema escáner.	Consolidar financiamiento, para lograr el objetivo.	Adquirir los equipos tecnológicos para mejorar la actividad.
Estructura Organizacional	Capacitar al personal, que presta servicios en la empresa.	Programar capacitaciones para mejorar su desempeño.	Elaborar capacitaciones continuamente en diferentes áreas.
Estudio Financiero	Establecer los recursos para la ejecución del proyecto.	Determinar la inversión inicial.	Elaboración de los flujos e indicadores financieros para verificar la viabilidad del proyecto.

Fuente: Plan de acción.
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero.

CONCLUSIONES

- ✚ **Empresa.** La implementación de un nuevo sistema tecnológico para la empresa “Hermano Gregorio” va a ser de aporte positivo a la comunidad, porque va a generar una mejor evolución o desarrollo de las actividades de empleos que estabilizará la condición económica de aquellos que dependen de esta entidad.

- ✚ **Mercado.** La empresa “Hermanos Gregorio” cubre la mayor parte del cantón Playas, brindando el mejor servicio en los que respecta a repuestos y mantenimiento de vehículo con herramientas tecnológicas.

- ✚ **Productos.** Los clientes desean la implementación de un nuevo sistema tecnológico que detecta los problemas que presentan los vehículos atendidos en la empresa Hermanos Gregorio que cuente con productos e insumos accesibles para plena satisfacción de la clientela.

- ✚ **Finanzas.** Para la implementación el nuevo sistema tecnológico se cuenta con la entidad crediticia Banco Nacional de Fomento que va a proporcionar parte de los recursos para hacer posible la ejecución de este sistema para esta empresa.

- ✚ **Calidad de Servicio.-** Es importante la imagen que el cliente tenga de la empresa, para el cual es imprescindible diseñar y operar un sistema acorde para el trabajo que se le brinda a los vehículos que nos rodean en el cantón Playas.

- ✚ **Organización.** El personal administrativo de la empresa de servicio “Hermano Gregorio” debe incorporar talento humano con experiencia acorde con el desempeño que va a ejercer dentro del entorno laboral.

RECOMENDACIONES

- ✚ La empresa debe tener una estructura Organizacional con enfoques de desarrollo, de tal forma que la permanencia en el Mercado acondicione un estatus económico para las futuras generaciones.

- ✚ Estableciendo estrategias necesarias con el fin de cubrir la demanda de manera efectiva en la calidad de servicio y los productos de repuestos de carro y que la diferencia que se marca entre servicios de calidad de la empresa “Hermano Gregorio” y los de la competencia se mantengan de manera permanente para ir ganando fidelidad de parte de los clientes.

- ✚ Se recomienda al personal administrativo de la Empresa “Hermano Gregorio” que cumpla con el sistema de herramientas tecnológico para detectar los problemas vehiculares y que cuenten con los estándares de calidad, de tal forma que satisfaga las perspectivas requeridas por los clientes.

- ✚ Los Inversionistas de la implementación del nuevo Sistema tecnológico deberán realizar Inventarios pertinentes, de tal manera que se lleve un control minucioso de los recursos invertidos para que en lo posterior no atravesar situaciones complejas con las entidades crediticias.

- ✚ Con la implementación del nuevo sistema de herramientas Tecnológicas se fortalecerá la empresa brindando un servicio de calidad para el desarrollo de la misma, cumpliendo con las expectativas y requerimientos del cliente.

- ✚ El personal operativo debe cumplir con requisitos solicitados por el personal administrativos, de tal manera que sus roles a ejercer lo realice con eficiencia y eficacia para que la empresa tenga apreciación positiva.

BIBLIOGRAFÍA

Bernal Cesar Augusto, (2012), Metodología de la Investigación, Tercera Edición, Por Pearson edición, Colombia.

De La Fuente David, Fernández Isabel, García Nazario, (2012), “Administración de Empresas de Ingeniería” , Ediciones de la Universidad De Oviedo Asturias.

Fernández Espinoza Saúl, (2010), “Proyecto de inversión” Editorial Tecnológica de Costa Rica. Costa Rica

Flórez Andrade Julio, (2012), “Como crear y dirigir la nueva empresa”, Digiprint, Editores, Bogotá

García Sánchez Ma. Dolores, (2010), “Manual del Marketing”, ESIC Editorial, España.

Gill Estallo Ma. De Los Ángeles, Gine De La Fuente Fernando, (2013), “Como crear y hacer funcionar una empresa”, ESIC Editorial, España - Madrid

Guzmán Vásquez Alexander, Guzmán Vásquez David, Romero Cifuentes Tatiana, (2010), “Contabilidad Financiera”, Centro Editorial Universidad del Rosario, Colombia

Kotler, Philip y Kevin Lane Keller, (2010) “Dirección de Marketing”, Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, México.

Leiva Zea Francisco, (2011), “Nociones de Metodología”, Editor Ortiz

Longenecker Justin G. (2009), Administración de pequeñas empresas, Ediciones OVA, México

Longenecker Justin G., Carlos W. Moore, J. William Petty, (2010),
“Administración de Pequeñas empresas, Un enfoque emprendedor”, Internacional
Thomson Editores S.A., México.

Mercado Salvador,(2009), Mercadotecnia Programada, Editorial Limusa S.A.,
México

Matilla Kathy, (2009), “Conceptos fundamentales en la planificación estratégica
de las relaciones públicas”, Editorial UOC, Barcelona.

Míguez Pérez Mónica y Bastos Boubeta Ana, (2010) “Introducción a la gestión
de stocks”, Ideaspropias Editorial S.L., España.

Naveros Arrabal José Antonio, Cabrerizo Dumont María Del Mar (2010), “Plan
De Negocio”, Publicaciones Vértice S.L, España.

Palomo Vadillo Ma. Teresa, (2010), “El perfil competencial del puesto de
director/a de marketing en organizaciones de la comunidad de Madrid”, ESIC
Editorial, España, Madrid

Solís Eddy, (2013), “Manual de capacitación en administración”, Luis Andrade,
Soluciones práctica – ITDG, Asturias

Vértice S.L., (2011), “La publicidad aplicada a la pequeña y mediana empresa”,
Editorial Vértice, España

Vidales Rubí Leonel, (2013), “Glosario de términos financieros, contables,
administrativos, económicos, computacionales y legales”, Editorial Plaza y Valdés
S.A. México

Weinberger Villarán Karen (2010), Plan de Negocios, Edición Eduardo Lastra,
Alejandro Arca, Perú.

Páginas de Internet

<http://www.economia48.com/spa/d/planificacion-empresarial/planificacion-empresarial.htm>

<http://www.tiemposmodernos.eu/direccion-empresarial-ret/>

<http://books.google.es/books?id=06ptFLzbjMC&printsec=frontcover&dq=GESTION+empresarial&hl=es&sa=X&ei=bK6SU6nFHLLQsQTlqYHgCw&ved=0CGYQ6AEwBg#v=onepage&q=GESTION%20empresarial&f=false>

http://www.ecured.cu/index.php/Planificaci%C3%B3n_empresarial

<http://www.monografias.com/trabajos72/gestion-empresarial/gestion-empresarial.shtml>

<http://www.luismiguelmanene.com/2011/05/06/la-organizacion-empresarial-definiciones-evolucion-y-escuelas-organizativas/>

http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/polemika/Documents/polemika003/polemika003_017_articulo012.pdf?Mobile=1

<http://www.monografias.com/trabajos11/conim/conim.shtml>

https://www.inadem.gob.mx/como_hacer_un_plan_de_negocios.html

<http://mariocruzli.blogoo.es/fundamentos-de-gestion-empresarial>

<http://www.sri.gob.ec/de/web/10138/102>

<http://www.altonivel.com.mx/19059-los-14-principios-de-henry-fayol-para-una-administracion-eficiente.html>

ANEXO 1. Matriz de Consistencia.

TITULO	TEMA	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES
<p>“Plan de Negocio para la Empresa Electromecánica “Hermanos Gregorio” del cantón Playas, Provincia del Guayas.” Año 2014.</p>	<p>“Incidencia del Plan de Negocio con la Implementación de un nuevo sistema Tecnológico para la Empresa Electromecánica “Hermano Gregorio” del cantón Playas, Provincia del Guayas”, año 2014.</p>	<p>¿De qué manera incide El Plan de Negocio en la Calidad de Servicio para el desarrollo de las herramientas Tecnológicas en la empresa electromecánica “Hermanos Gregorio”, del cantón Playas, Provincia del Guayas, año 2014?</p>	<p>Proponer un Plan de Negocio en base a un estudio de mercado y financiero para mejorar la Calidad de Servicio con el Desarrollo de las Herramientas Tecnológicas en la empresa Electromecánica “Hermanos Gregorio”, del cantón Playas, Provincia del Guayas.</p>	<p>Mediante la aplicación del Plan de Negocio se logrará mejorar la Calidad de Servicio con el Desarrollo de las Herramientas Tecnológicas para la empresa Electromecánica “Hermanos Gregorio”, del cantón Playas, Provincia del Guayas.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE Plan de Negocio</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE Calidad de Servicio</p>

Fuente: Matriz de Consistencia
Elaborado por: Guillermo Barcia Mero

ANEXO 2. Carta Aval de la empresa Hno. Gregorio

Playas 22 de octubre del 2015

CARTA AVAL

SRES
UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

De mis consideraciones:

Reciba un cordial saludo del Sr Gerente Propietario de la empresa de servicio "Hermano Gregorio" del Cantón Playas, a la vez aprovecho la oportunidad para exponer lo siguiente:

Yo Máximo Barcia Jalca le otorgo el aval para que pueda desarrollar un Plan de Negocio en la empresa de servicio Electromecánica "Hermano Gregorio". A petición del Sr Guillermo Javier Barcia Mero con C.I. 0925731804 egresado de la Carrera Ingeniería en Desarrollo Empresarial de la UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA, y a su vez autorizo que dicha información sea publicada en el portal de la página web de la UPSE.

Particular que certifico a usted para los fines pertinentes.

TALLER ELECTRICO
"Hno. Gregorio"
Atentamente
Máximo Barcia Jalca
Sf Máximo Barcia Jalca

Gerente Propietario de la empresa de servicio "Hno Gregorio"
Cel. 0997420623

ANEXO 3. Modelo de encuesta

Encuesta aplicada a los clientes



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

MODELO DE ENCUESTA

OBJETIVO: Recolectar información a todas colaboradoras y clientes que visiten la empresa de servicio Hno. Gregorio del cantón Playas.

Marcar con una x la respuesta escogida.

1)¿Cambiaría usted el servicio que brinda el taller electromecánico Hno. Gregorio por la competencia?

Si ()
No ()

2)¿Cada qué tiempo hace mantenimiento en su vehículo?

Cada 3 meses ()
Cada 6 meses ()
Cada año ()
Cuando se daña ()

3)¿le gustaría que la empresa de servicio Hno. Gregorio modifique su infraestructura?

Si ()
No ()

4) ¿Cómo considera el trabajo de reparación de su vehículo en la empresa de servicio Hno. Gregorio?

Técnico ()
Empírico ()
Ninguno ()

5) ¿Le gustaría que la empresa brinde servicios en diagnóstico computarizado con escáner automotriz para los vehículos que tengan computadora incorporada?

Si ()

No ()

6) ¿Está de acuerdo con la implementación de un escáner automotriz en la empresa de servicio Hno. Gregorio?

Muy de Acuerdo ()

De Acuerdo ()

No Sabe ()

En Desacuerdo ()

Muy en Desacuerdo ()

7) ¿Cree usted que con la implementación de un escáner automotriz mejorarán las actividades y el servicio de la empresa Hno. Gregorio?

Si ()

No ()

Tal vez ()

Nunca ()

8) ¿Cuál es el precio promedio que cancelaría por el servicio de diagnóstico computarizado con el escáner automotriz?

-30 dólares ()

-40 dólares ()

-50 dólares ()

9) ¿Considera usted que se optimizarán tiempo recursos en la empresa de servicio Hno. Gregorio si se utiliza el escáner automotriz?

Si ()

No ()

Nada ()

10) ¿Está de acuerdo con la implementación de herramientas tecnológicas para el diagnóstico computarizado en la empresa Hno. Gregorio?

Muy de acuerdo ()

De acuerdo ()

En desacuerdo ()

ANEXO 4. Modelo de entrevista



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

OBJETIVO: Recabar información cualitativa y cuantitativa de los usuarios finales de los diversos niveles organizacionales, las cuales permiten alcanzar los objetivos propios del análisis.

MODELO DE ENTREVISTA

1¿Que es un escáner automotriz?

.....
.....
.....

2¿Para qué sirve el escáner automotriz?

.....
.....
.....

3¿Cuenta con financiamiento necesario para la implementación de herramientas tecnológicas necesarios su actividad?

.....
.....
.....

4¿Cuáles son las fuentes de financiamiento a las que se va a recurrir?.....

.....
.....

5¿Con la implementación de tecnología que lograremos?

.....
.....

6¿Quiénes son sus principales competidores brindando el servicio en mantenimiento y reparación de vehículo en el mercado local?

.....
.....

7¿Quiénes son los clientes más frecuentes de la empresa de servicio Hno. Gregorio?

.....
.....

8¿Cuáles son las fortalezas que tiene la empresa de servicio Hno. Gregorio?

.....
.....

9¿Cuáles son las debilidades de la empresa de servicio Hno. Gregorio?

.....
.....

10¿Cuánto va hacer nuestro ingreso si se implementaría las herramientas tecnológicas?

.....
.....

11¿Cómo será la calidad del servicio?

.....
.....

12¿Conoce usted que es un plan de negocios?

.....
.....

13¿Ejecutaría usted un plan de negocio para el beneficio de su empresa?

.....
.....

ANEXO. 5 Taller electromecánico “Hno. Gregorio”



