



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE
ARTESANOS INTERPROFESIONALES 4 DE
JUNIO, DEL CANTÓN LA LIBERTAD,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015”.**

Trabajo de Titulación

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: JUAN CHRISTIAN GONZABAY TOMALÁ

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 NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE
ARTESANOS INTERPROFESIONALES 4 DE
JUNIO, DEL CANTÓN LA LIBERTAD,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015”.**

Trabajo de Titulación

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: JUAN CHRISTIAN GONZABAY TOMALÁ

TUTOR: ING. WASHINGTON PERERO VERA, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

La Libertad, Febrero del 2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS INTERPROFESIONALES 4 DE JUNIO, DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015**”, elaborado por el Sr. **JUAN CHRISTIAN GONZABAY TOMALÁ**, egresado de la 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 NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS INTERPROFESIONALES 4 DE JUNIO, DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015**”, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, 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, Febrero de 2015

Atentamente

.....
Juan Christian Gonzabay Tomalá
C.C. 0926050345

DEDICATORIA

Cuando uno comienza una travesía, se encuentra con varios obstáculos en el camino, pero estas dificultades forman parte de la vida, gracias a ellas podemos ir obteniendo experiencias que nos ayudarán a cumplir con los objetivos deseados.

Dedico este trabajo a todas las personas que hicieron posible este objetivo, primero a Dios, a mis padres por el esfuerzo y sacrificio que realizaron por mí, a mis hermanos, a mi esposa e hijos por su confianza y apoyo en todos los sentidos.

JUAN

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer de manera incondicional cada una de las personas e instituciones que hicieron posible cumplir con esta meta, primero a la Asociación de Artesanos “4 de Junio” y al Presidente Sr. Víctor Mateo Eugenio, a la Universidad Estatal Península de Santa Elena y a todos los docentes que gracias a sus enseñanzas impartidas en cada una de sus clases y también al Ing. Washington Perero, tutor que con sus enseñanzas y conocimientos se pudo cumplir con este propósito.

JUAN

TRIBUNAL DE GRADO

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

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

Ing. Washington Perero Vera, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Econ. Víctor Solórzano Méndez, 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 NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE
ARTESANOS INTERPROFESIONALES 4 DE
JUNIO, DEL CANTÓN LA LIBERTAD,
PROVINCIA DE SANTA ELENA.
AÑO 2015.**

Autor: Sr. Juan Christian Gonzabay Tomalá.

Tutor: Ing. Washington Perero Vera, MSc.

RESUMEN

La Asociación de Artesanos Interprofesionales 4 de Junio, fue fundada en el año 2000, debido a la necesidad de ser escuchados, tener más fuerza como artesanos, ya que individualmente no tenían el apoyo y respaldo de las demás instituciones encargadas de la defensa del artesano. El objetivo de la investigación es proponer Plan de Negocios implementando técnicas para el mejoramiento de la calidad de servicios que ofrece cada uno de los socios, para incrementar y mejorar los ingresos se propone implementar un nuevo servicio, que consiste en el mantenimiento y reparación de vehículos en la asociación, lo que dará rentabilidad mejorando la economía de asociación. La metodología utilizada permitió levantar de una manera formal la información necesaria, utilizando el método deductivo-inductivo, técnicas como la encuesta y la entrevista que fueron realizadas a los habitantes de La libertad y miembros de la asociación, logrando conocer la aceptación del proyecto propuesto. La asociación de artesanos 4 de Junio no se excepta de situaciones incontrolables, la implementación del plan de negocios ayudará a crecer y fortalecerse profesional e institucionalmente a la asociación, en la provincia de Santa Elena no existe un taller donde brinden un servicio completo de mantenimiento y reparación de vehículos, las personas cuando reparan los vehículos visitan varios talleres lo que les resta tiempo, la asociación cuenta con una infraestructura amplia que permitirá satisfacer esta necesidad, se ofrecerá los servicio de lavada y pulverizada, electromecánica, fibra, enderezada y pintada, mecánica y alineación y balanceo de vehículos, en un solo lugar, ahorrando tiempo y dinero a los cliente, utilizando materia prima y maquinarias de acuerdo a cada área de trabajo; cada área operativa contará con personal idóneo y capacitado en cada función a desempeñarse. El personal será evaluado de manera imprevista, para conocer en qué área se está fallando y corregir de inmediato estos problemas. Después de un completo análisis y estudio de mercado, se puede afirmar que un plan de negocios es necesario para incrementar los ingresos de la asociación, creando un nuevo negocio, logrando mejorar la calidad de servicio al momento de ofrecer mantenimiento y reparación a vehículos en el cantón La Libertad.

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	XIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XV
ÍNDICE DE CUADROS	XVII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIX
ÍNDICE DE ANEXOS	XX
INTRODUCCIÓN	1
TEMA.	3
MARCO CONTEXTUAL	3
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	7
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	7
JUSTIFICACIÓN	8
JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	8
JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	8

JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	9
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	9
OBJETIVO GENERAL	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	9
HIPÓTESIS.....	10
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	10
VARIABLE INDEPENDIENTE:.....	10
VARIABLE DEPENDIENTE:	10
CAPÍTULO I	13
MARCO TEÓRICO	13
1.1 ANTECEDENTES	13
1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	15
1.2.1 Concepto de Plan de Negocios.....	15
1.2.2 Empresa.....	20
1.2.3 Mercado.....	28
1.2.4 Servicio	29
1.2.5 Organización	32
1.2.6 Finanzas.....	34
1.2.7 Calidad de servicio.....	38
1.3 MARCO LEGAL	46
CAPÍTULO II	51
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	51
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	52
2.2 MODALIDADES DE INVESTIGACIÓN.....	52
2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	53
2.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	54
2.4.1 Inductivo	54

2.4.2	Deductivo	55
2.5	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	56
2.5.1	Encuesta	56
2.5.2	Entrevista.....	57
2.6	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	58
2.6.1	Cuestionario de entrevistas	58
2.6.2	Cuestionario de encuestas	59
2.7	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	59
2.7.1	Población.....	59
2.7.2	Muestra.....	60
2.7.3	Tipos de muestra	60
2.7.4	Elementos de la muestra	62
2.7.5	Fórmula de la muestra.....	63
2.8	PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS	64
2.8.1	Procedimiento	64
2.8.2	Procesamiento	65
	CAPÍTULO III	66
	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	66
3.1	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA	67
3.1.1	Entrevista realizada a la Directiva de la Asociación 4 de Junio	67
3.2	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.....	71
3.2.1	Encuesta realizada a los habitantes del cantón La Libertad.....	71
3.2.2	Encuesta realizada a los Miembros de la Asociación 4 de Junio.....	87
3.3	CONCLUSIONES	105
3.4	RECOMENDACIONES	107
	CAPÍTULO IV	108
	“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS 4 DE JUNIO, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015”	108
4.1	EMPRESA	108

4.1.1	Características de la Empresa.....	108
4.1.2	Tamaño y tipo de la Empresa.....	108
4.1.3	Ubicación de la Empresa.....	108
4.1.4	Misión	109
4.1.5	Visión	109
4.1.6	Objetivos	110
4.1.7	Ventajas Competitivas	111
4.1.8	F.O.D.A.....	111
4.2	MERCADO.....	112
4.2.1	Objetivos del mercado.....	112
4.2.2	Análisis del sector	113
4.2.3	Análisis de la Demanda.....	113
4.2.4	Análisis de la Oferta.....	115
4.3	SERVICIO	117
4.3.1	Nombre del Servicio	117
4.3.2	Descripción de la Idea de Negocios (El servicio)	117
4.3.3	Objetivos del Servicio	118
4.3.4	Especificaciones del Servicio.....	118
4.3.5	Marca.....	118
4.3.6	Diagrama del Proceso del Servicio	119
4.3.7	Fijación y Políticas de precio	121
4.3.8	Promoción de servicio.....	122
4.3.9	Promoción de Venta del servicio	123
4.3.10	Políticas de Ventas	123
4.4	ORGANIZACIÓN.....	124
4.4.1	Estructura Organizacional.....	124
4.4.2	Objetivos generales por área de la organización.....	125
4.4.3	Descripción y Perfil de puesto	126
4.4.4	Maquinarias y equipos	134
4.4.5	Diseño y Distribución de la Planta y Oficinas	142
4.4.6	Control	143

4.4.7	Mantenimiento	143
4.5	TALENTO HUMANO	144
4.5.1	Captación del Personal	144
	CONCLUSIONES	159
	RECOMENDACIONES	160
	BIBLIOGRAFÍA	161
	ANEXOS	164

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: Género	71
TABLA N° 2: Edad.....	72
TABLA N° 3: Nivel de ingreso	73
TABLA N° 4: Vehículos en la actualidad	74
TABLA N° 5: Vehículos en las familias	75
TABLA N° 6: Marca de vehículos	76
TABLA N° 7: Uso de vehículo.....	77
TABLA N° 8: Aspectos considerados	78
TABLA N° 9: Talleres visitados.....	79
TABLA N° 10: Frecuencia de visita a talleres	80
TABLA N° 11: Servicios de mayor frecuencia	81
TABLA N° 12: Servicios a encontrar en un solo lugar	82
TABLA N° 13: Ahorro de tiempo y dinero	83
TABLA N° 14: Beneficio de un nuevo servicio	84
TABLA N° 15: Conocimiento de alguna empresa similar	85
TABLA N° 16: Existencia de un nuevo servicio	86
TABLA N° 17: Género	87
TABLA N° 18: Edad.....	88
TABLA N° 19: Nivel de ingreso	89
TABLA N° 20: Rama Artesanal	90
TABLA N° 21: Años en la profesión.....	91
TABLA N° 22: Años de socio	92
TABLA N° 23: Beneficios.....	93
TABLA N° 24: Ingresos de la Asociación.....	94
TABLA N° 25: Mayor fortaleza	95
TABLA N° 26: Debilidad	96
TABLA N° 27: Capacitaciones recibidas	97
TABLA N° 28: Necesidad de capacitarse.....	98
TABLA N° 29: Conocimiento de otras empresas.....	99

TABLA N° 30: Aspecto considerado	100
TABLA N° 31: Trabajo en equipo.....	101
TABLA N° 32: Necesidad de un nuevo negocio	102
TABLA N° 33: Satisfacción del cliente.....	103
TABLA N° 34: Inversión a realizarse.....	104

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO No 1: Género	71
GRÁFICO No 2: Edad.....	72
GRÁFICO No 3: Nivel de ingresos	73
GRÁFICO No 4: Vehículos en la actualidad.....	74
GRÁFICO No 5: Vehículos en las familias.....	75
GRÁFICO No 6: Marca de vehículos.....	76
GRÁFICO No 7: Uso del vehículo	77
GRÁFICO No 8: Aspectos considerados.....	78
GRÁFICO No 9: Talleres visitados	79
GRÁFICO No 10: Frecuencia de visita a talleres.....	80
GRÁFICO No 11: Servicios de mayor frecuencia.....	81
GRÁFICO No 12: Servicios a encontrar en un solo lugar.....	82
GRÁFICO No 13: Ahorro de tiempo y dinero	83
GRÁFICO No 14: Beneficio de un nuevo servicio	84
GRÁFICO No 15: Conocimiento de alguna empresa similar.....	85
GRÁFICO No 16: Existencia de un nuevo servicio	86
GRÁFICO No 17: Género	87
GRÁFICO No 18: Edad.....	88
GRÁFICO No: 19 Nivel de ingreso.....	89
GRÁFICO No 20: Rama artesanal.....	90
GRÁFICO No 21: Años en la profesión.....	91
GRÁFICO No 22 Años de socio.....	92
GRÁFICO No 23: Beneficios	93
GRÁFICO No 24: Ingresos de la asociación	94
GRÁFICO No 25: Mayor Fortaleza.....	95
GRÁFICO No 26: Debilidad	96
GRÁFICO No 27: Capacitaciones recibidas	97
GRÁFICO No 28: Necesidad de capacitarse	98
GRÁFICO No 29: Conocimiento de otras empresas	99

GRÁFICO No 30: Aspecto considerado.....	100
GRÁFICO No 31: Trabajo en equipo	101
GRÁFICO No 32: Necesidad de un nuevo negocio	102
GRÁFICO No 33: Satisfacción del cliente	103
GRÁFICO No 34: Inversión a realizarse	104
GRÁFICO No 35: Curva de la demanda	115
GRÁFICO No 36: Curva de la oferta	116

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No 1: Situación Actual de la Asociación	5
CUADRO No 2: Situación Futura de la Asociación.....	6
CUADRO No 3: Variable Independiente	11
CUADRO No 4: Variable Dependiente.....	12
CUADRO No 5: Artesanos Registrados en la JNDA	14
CUADRO No 6: Beneficios de un Plan de Negocios	17
CUADRO No 7: Tipos de Planes de Negocio	18
CUADRO No 8: F.O.D.A.....	27
CUADRO No 9: Estructura del Balance General.....	37
CUADRO No 10: Estructura del Estado de Resultado.....	37
CUADRO No 11: Estructura del Estado de Flujo	38
CUADRO No 12: Población.....	59
CUADRO No 13: Muestra.....	64
CUADRO No 14: F.O.D.A.....	112
CUADRO No 15: Análisis de la demanda.....	114
CUADRO No 16: Demanda.....	114
CUADRO No 17: Oferta.....	116
CUADRO No 18: Maquinarias y Equipos.....	134
CUADRO No 19: Formato de evaluación	147
CUADRO No 20: Sistema de puntuación.....	147
CUADRO No 21: Plan de Acción	148
CUADRO No 22: Inversión Inicial.....	149
CUADRO No 23: Amortización de Préstamo	149
CUADRO No 24: Estado de Resultado y Flujo de Caja.....	150
CUADRO No 25: TIR Y VAN.....	151
CUADRO No 26: Recuperación de la inversión	152
CUADRO No 27: Ventas.....	153
CUADRO No 28: Activos Fijos	154
CUADRO No 29: Depreciación de activos	155

CUADRO No 30: Sueldos y Salarios	156
CUADRO No 31: Gastos de Administración	157
CUADRO No 32: Gastos de Ventas	157
CUADRO No 33: Gastos por Servicio	158

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA No 1: Calidad en el Servicio	40
FIGURA No 2 : Ubicación de la empresa	109
FIGURA No 3: Marca del servicio	119
FIGURA No 4: Diagrama de flujo de proceso de servicio	120
FIGURA No 5: Organigrama.....	124
FIGURA No 6: Equipo de Protección Personal (EPP)	135
FIGURA No 7: Compresor de Aire	136
FIGURA No 8: Elevador	137
FIGURA No 9: Máquina de soldar	138
FIGURA No 10: Rampa de alineación	138
FIGURA No 11: Gata hidráulica	139
FIGURA No 12: Pulverizadora.....	139
FIGURA No 13: Tecele manual	140
FIGURA No 14: Pulidora	140
FIGURA No 15 : Taladro	141
FIGURA No 16: Diseño de planta	142

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO No 1: Carta Aval de la Asociación.....	165
ANEXO No 2: Modelo de Encuesta a miembros de la Asociación 4 de Junio ..	166
ANEXO No 3: Modelo de Encuesta a los Habitantes del Cantón La Libertad ..	169
ANEXO No 4: Modelo de la Entrevista	172
ANEXO No 5: Fotos de las encuestas	174

INTRODUCCIÓN

El Plan de Negocios es una guía para la empresa, es un documento donde se describe un negocio, es una herramienta eficaz que puede utilizar una empresa operando en la actual economía del mercado, es indispensable para las pequeñas empresas o negocios, permite identificar y analizar la oportunidad de negocios.

La Asociación de Artesanos Interprofesionales 4 de Junio, fue fundada en el año 2000, por un grupo de amigos dedicados a varios oficios, pero tenían algo en común todos eran artesanos y necesitaban ser respaldados por una institución, porque individualmente sus derechos no eran escuchados, el principal problema de la asociación es que no existen muchos ingresos y los socios necesitan el apoyo de la asociación profesionalmente, para mejorar esta situación se realizará un plan de negocios utilizando cada una de las ramas más trascendentales de los socios, de esta manera se pretende que todos los socios participen en la asociación, creando un compromiso y responsabilidad en cada uno de ellos.

Cada capítulo de la propuesta es de gran importancia, en el primero, se encuentran temas relacionados al plan de negocio, se aprenderá y conocerá todo lo concerniente a este tema como las características, beneficios, tipos, importancia que tienen los planes de negocios, como está relacionado con las asociaciones en el cantón La Libertad; la empresa, características, tipos, como realizar una misión, visión, los objetivos generales y específicos de la empresa, la definición y el por qué es importante el F.O.D.A.; el mercado, la oferta, la demanda, la calidad de un buen servicio, la satisfacción del cliente, el control de la ; la organización, como se estructura un organigrama, los objetivos que debe tener cada área de trabajo, los puestos y perfiles que deben requerirse; y por último las finanzas como se estructura un balance general, un estado de resultado, un flujo de efectivo y las razones financieras, estos temas son los más fundamentales para la realización del proyecto.

En el segundo capítulo, se trata de la metodología de la investigación donde abarca temas como el diseño, modalidades, métodos que tiene un investigación, como el inductivo y deductivo, técnicas y procedimiento de recolección de datos, para qué sirve la encuesta y la entrevista, que se debe tener en cuenta para el cálculo de la muestra de una población, estos temas guiarán al investigador para que pueda realizar el trabajo de una manera más formal.

En el tercer capítulo, están las entrevistas y encuestas realizadas a los miembros de la asociación y habitantes del cantón La Libertad, con preguntas claras y de acuerdo al tema de investigación planteado, los resultados arrojados fueron positivos, una gran parte de las personas y socios encuestadas y entrevistadas, afirman que la creación de un servicio de mantenimiento y reparación de vehículos será de gran ayuda para el crecimiento del cantón y la provincia.

En el cuarto y último capítulo, esta toda la propuesta planteada para la ejecución del plan de negocios, en el primer capítulo se habla de todo lo teórico, en cambio en este es la aplicación, como se va llamar la empresa, ubicación, las características que va tener, misión, visión y objetivos, la inversión que realizara, la adquisición de maquinarias y equipos, el personal con el que se va a contar, el presupuesto, en este capítulo se conocerá la rentabilidad que podría generar el plan de negocios si es aplicado de una manera responsable y profesional.

TEMA.

“INCIDENCIA EN LA CREACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS INTERPROFESIONALES 4 DE JUNIO, DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014”.
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS INTERPROFESIONALES 4 DE JUNIO, DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.

MARCO CONTEXTUAL

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La actividad artesanal se origina con el hombre primitivo. La evolución de la especie humana viene aparejada con la evolución de productos manufactureros cada vez más complejos y acabados con gusto, haciendo alusión a las profundas convicciones, creencias, habilidades y desarrollo tecnológico de los pueblos. La historia, respaldada científicamente por la arqueología, demuestra que en el origen de la artesanía está el origen de la comunicación y con ella el desarrollo de los pueblos.

El artesano ha participado en la historia como un sector social y productivo con profundos desafíos y retos, prácticamente ha sido el artífice del mercado interno como productor y consumidor de los productos ecuatorianos. La mayor parte de las ciudades se han acarreado con pobladores artesanos que les dieron fuerza de crecimiento, coherencia de servicios y estructura física.

El sector artesanal de la producción de bienes y servicios es reconocido por el estado con la expedición de la Ley de Defensa del Artesano el 5 de noviembre de 1953 y con la expedición de la misma se crea la Junta Nacional de Defensa del Artesano como entidad de derecho público con autonomía administrativas y financiera. En la actualidad se financia con acciones de autogestión cubriendo sus servicios a través de 33 juntas: 23 provinciales y 10 cantonales.

La provincia de Santa Elena se identifica no solo por tener gente cálida y diversos panoramas turísticos, sino también por la habilidad de sus habitantes en la rama de artesanos industriales, reparación de automóviles, varias personas rescatan esta actividad desde los años ochenta, los trabajos que se realizan son: soldadura y autógena, fibra de vidrio, electromecánica, cerrajería, carpintería entre otras.

En el año 1999 un grupo de diez amigos se ven en la necesidad de conformar una asociación para poder tener los mismos derechos y beneficios de las demás asociaciones del cantón, con relación a la propiedad de los medios de producción, del capital y del trabajo, es así que en el año 2000 luego de haber realizado varias gestiones se funda la asociación de Artesanos Interprofesionales “4 de junio”.

La asociación inició sus actividades con diez socios cada uno con una rama diferente, pero con el mismo fin común, que es la reparación de automóviles, en la actualidad la asociación cuenta con 40 socios, la mayor parte de los socios son personas con un nivel de recursos económicos medio bajo, necesitados de asistencia técnica que les ayude a convertirse en microempresas sostenibles.

El hecho específico de no contar con procesos estructurados para el desarrollo de las actividades pueden generar causas que entorpezcan el desempeño óptimo de la asociación, para ello es necesario encontrar las mejores soluciones para que la institución no declive, sino que mejore e incremente sus ingresos para beneficio propio y de sus socios.

El ámbito social del proceso de desarrollo es uno de los aspectos de mayor preponderancia a la hora de querer lograr resultados concretos y avances efectivos en la solución de los problemas que afecta a la asociación “4 de Junio”, la intervención no se puede focalizar solamente en aspectos netamente artesanales, sino que absolutamente necesario, para realizar cualquier análisis, incluir factores culturales, sociológicos y psicológicos.

CUADRO No 1: Situación Actual de la Asociación

UBICACIÓN	DESCRIPCIÓN REAL	SÍNTOMAS	CAUSAS
Provincia de Santa Elena,	Está conformada por 40 socios de los cuales constan:	Bajo interés de algunos asociados en progresar	Poco acceso a créditos
Cantón La Libertad, Barrio Eugenio Espejo	Presidente Vicepresidente Secretario Tesorero Dos vocales principales	Falta de recursos económicos en los talleres	No poseer las maquinarias necesarias
		No entrega total en la satisfacción del cliente	Poco interés en capacitaciones de mejora de productos y servicios

Fuente: Situación actual de la Asociación

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

Un Plan de Negocios es una solución para lograr la sostenibilidad de las acciones de Asociación “4 de Junio”, en cuanto a planificación y organizaciones de las actividades a realizarse, acceso a planes financieros con instituciones que trabajan en beneficio de los artesanos, administración adecuada de sus bienes, capacitación constante para sus miembros, gestión en actividades que se beneficie a la asociación y a los socios.

Contar con un plan de negocios permitirá tener nociones claras y exactas sobre el negocio en sí, su personal, los servicios que ofrece la asociación, las metas que se han propuesto, ayudará a distribuir los recursos de manera adecuada, a corregir los errores cometidos en el presente y pasado, para no cometerlos en el futuro, todo conllevará a que la asociación tenga nuevas perspectivas de servicio, habrán nuevas opciones de créditos para los asociados, para que mejoren sus infraestructuras y se equipen de las maquinarias adecuadas y perfeccionar sus servicios e incrementar sus ganancias.

CUADRO No 2: Situación Futura de la Asociación

PRONÓSTICO	PROBABILIDADES	CONSECUENCIAS	EFEKTOS
Préstamos bancarios para socios	Mejora de infraestructura de talleres	Incremento de deudas	Captación de más clientes
Afiliación de nuevos socios	Crecimiento de la asociación	Ampliar la asociación	Más oportunidades de desarrollo institucional
Alquiler de la sede para eventos sociales	Unión de socios para arreglos de la sede	Compra de nuevos implementos	Nuevos ingresos para la asociación

Fuente: Situación Futura de la Asociación

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

Un Plan de Negocios es una guía que las instituciones deben tener, por medio de éste se podrá evaluar y corregir todos los aspectos de factibilidad económica de su iniciativa comercial con una representación y estudios de sus perspectivas empresariales. Al mismo tiempo la elaboración de su respectivo plan de acción destinada a conseguir las estrategias planteadas a corto y largo plazo.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Área: Administrativo

Aspecto: Plan de Negocios

Campo: Sector Empresarial

Tiempo: Año 2014

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide la inexistencia de un Plan de Negocios para la Asociación de Artesanos Interprofesionales “4 de Junio” del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2015?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuáles son los programas, procesos y herramientas que se encuentran a disposición de los artesanos para el desarrollo de las actividades microempresariales?
- ¿Cuáles los beneficios que obtendrán la Asociación de Artesanos 4 de Junio al efectuar este Plan de Negocios?
- ¿Por qué se ocasiona el desinterés de los miembros en las actividades que se realizan en la Asociación de Artesanos 4 de Junio?
- ¿Por qué en los últimos años la Asociación de Artesanos 4 de junio carece de recursos para de desarrollo organizacional?
- ¿Qué técnicas se aplicará para la recolección de datos que dirija el Plan de Negocios?
- ¿El Plan de Negocios es la solución a los problemas identificados en la Asociación de Artesanos 4 de Junio?

JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

La justificación teórica del estudio está dada por el aporte de los diferentes modelos explicativos de los planes de negocio como herramientas de uso interno por los miembros de la Asociación de Artesanos 4 de Junio, pues permite evaluar la viabilidad de sus ideas y concretar un seguimiento de su puesta en marcha.

Lambing y Kuehl (1988), señaló que “Un Plan de Negocios es un documento amplio que ayuda al empresario a analizar el mercado y planear la estrategia del negocio” (p. 136). Si éste es preparado por una empresa existente sirve para asegurarse que el crecimiento futuro se maneje correctamente, de manera eficaz y eficiente; para un negocio nuevo, ayudará a prevenir errores muy costosos, además sirve también para obtener financiamiento de instituciones financieras que facilite el desarrollo e implantación .

JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Este trabajo contará con un diseño de estrategias metodológicas en la investigación, y se recomendará ser aplicado por asociaciones que deseen desarrollar procesos de investigación sobre los planes de negocios y aplicar sus resultados para el mejoramiento de la organización.

Con un diseño de estrategias se conseguirá encontrar métodos para resolver la situación problemática de la Asociación de Artesanos 4 de Junio, para que en un futuro no se vuelvan a cometer, generando conocimiento válido, confiable y aplicar sus resultados para el mejoramiento de la organización.

JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

La ejecución del plan de negocios se considera posible por aportar ventajas de mejoramiento administrativo, económico y social, por otro lado también genera beneficios a los miembros de la asociación y a la comunidad en general, creando nuevas estrategias de expansión y mejora de infraestructura.

También se logrará una mejor planificación, coordinación y organización de las actividades que se realizarán durante el periodo de cada presidente electo, se invitará a los miembros de la Asociación a presentar sus propuestas para mejora de la misma, creando confianza en ellos,

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Proponer un Plan de Negocios implementando técnicas para el mejoramiento del servicio de reparación y mantenimiento de vehículos, en la Asociación de Artesanos Interprofesionales 4 de Junio, del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2015.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar la situación actual de la Asociación de Artesanos, por medio de las herramientas de investigación adecuada y precisa.
- Fundamentar teóricamente el plan de negocios para la Asociación de Artesanos 4 de Junio considerando los criterios científicos que aporten a las mejores decisiones.

- Recopilar la información mediante la aplicación de herramientas determinando las fortalezas y debilidades de la Asociación de Artesanos existentes en la organización.
- Examinar los efectos de la investigación de una manera educada para que tomar las decisiones en favor de la institución, buscando nuevas alternativas de mercado.
- Proponer un Plan de Negocios que ayude a contrarrestar las deficiencias para la formación de una estructura organizada,
- Incrementa los ingresos y la economía de la Asociación de Artesanos 4 de Junio.

HIPÓTESIS

La elaboración de un Plan de Negocios mejorará la calidad de servicio de la Asociación de Artesanos Interprofesionales 4 de Junio del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2015.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE:

Plan de Negocios

VARIABLE DEPENDIENTE:

Calidad de servicio.

CUADRO No 3: Variable Independiente

Variables	Definiciones	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumentos
INDEPENDIENTE Plan de Negocios	Es una guía para empresas. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza el estudio de mercado, la calidad de servicio a ofrecer, la organización y situación financiera de la institución. Se establecen las acciones que se realizarán en el futuro.	Empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Características • Actividad • F.O.D.A. 	¿Cuáles son las características de la Asociación? ¿A qué actividades se dedica la Asociación? ¿Cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la Asociación?	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevistas
		Mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda • Oferta 	¿Considera que existe una demanda insatisfecha? ¿En la actualidad existe una oferta de calidad de servicio de vehículo?	
		Servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad • Satisfacción del cliente 	¿Cree usted que los servicios que ofrecerá la asociación deben ser de calidad? ¿Un nuevo servicio de mantenimiento y reparación de vehículos satisfará la necesidad del cliente?	
		Organización	<ul style="list-style-type: none"> • Control • mantenimiento 	¿Con un trabajo en equipo se logrará brindar un servicio de óptima calidad y calidez?	
		Financiero	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión • Rentabilidad • Estados financieros 	¿Es necesario realizar inversiones para mejora y crecimiento de la Asociación? ¿Cree usted que mediante este nuevo proyecto se incrementará la rentabilidad de la Asociación?	

Fuente: Variable Independiente
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

CUADRO No 4: Variable Dependiente

Variables	Definiciones	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumentos
DEPENDIENTE Calidad en servicios	Brindar un buen servicio de una manera correcta, contando con un personal idóneo, capacitado y motivado en todos los aspectos que sean necesarios, generando considerables beneficios y grandes resultados para la empresa.	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Motivación • Capacitación 	<p>¿Es necesario que cada institución cuente con un líder en cada departamento?</p> <p>¿La motivación y/o incentivo empresarial ayudará para que los empleados mejoren sus actividades?</p> <p>¿La capacitación en conocimientos de atención al cliente mejorará el servicio prestado?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevistas
		Resultados	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia • Eficacia • Efectividad 	<p>¿Todo el personal debe ser eficiente en cada actividad que realiza?</p> <p>¿Los empleados deben realizar sus actividades de manera eficaz?</p> <p>¿Cree usted que se debe evaluar los resultados de desempeño de los trabajadores de manera periódica?</p>	

Fuente: Variable Dependiente
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES

El artesanado en el país es la más importante fuerza grupal de organización, con sedes en todas las provincias, abarcando en su totalidad a más de dos millones de personas, los mismos que laboran en más de la ciento ochenta diferentes ramas artesanales reconocidas en la Junta Nacional de Defensa del Artesano, constituye una inmensa red en la cual existen las más variadas ramas artesanales como por ejemplo: artesanos en belleza y cosmetología, sastres, modistas, alta costura y diseñadores, peluqueros, fotógrafos, albañiles, mecánicos, manualidades y adornos del hogar, chefs, diseñadores gráficos, elaboradores de féretros, elaboradores de dulces y mermeladas, madereros y carpinteros, panificadores y pastillaje, etc.

Las asociaciones de artesanos en Ecuador tienen condiciones complicadas que son precisamente para las que se busca solución mediante la generación de políticas y de estrategias que sean de beneficios para los artesanos.

En la provincia de Santa Elena según la “Junta Provincial del Artesano se ha constatado que alrededor de 40 actividades artesanales ejercen los habitantes de este sector del país, entre las más conocidos están: belleza, ebanistería, mecánica en general, bisutería, panadería, refrigeración, trabajos en fibra, electromecánica, pintura, manualidades, entre otras; con un número de 396 artesanos calificados y registrados en la JNDA (Junta Nacional de Defensa del Artesano)”, como se demuestra en el siguiente cuadro:

CUADRO No 5: Artesanos Registrados en la JNDA

Cantones	Cantidad
Santa Elena	186
La Libertad	222
Salinas	52
Total	460

Fuente: Junta Provincial del Artesano

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

La Presidenta de la Junta Provincial del Artesano de la provincia de Santa Elena, Sra. Araceli Ramírez reconoce que en esta parte del país las personas dedicadas a estas ramas artesanales no poseen un título de tercer nivel, sus conocimientos se basan en la experiencia adquirida con los años, algunos no tuvieron la oportunidad de estudiar cosas más referentes a sus ramas, pero esta debilidad no fue impedimento para que logren sus objetivos de crear su propio negocio y no depender de terceros.

La Asociación de Artesanos Interprofesionales “4 de Junio”, fue fundada el 4 de Junio del año 2000, por un grupo de amigos dedicados a diferentes actividades artesanales pero con la misma problemática, sus derechos no eran escuchados por no pertenecer a los artesanos calificados, de esta manera surgió la necesidad de crear una asociación que brinde los requerimientos necesitados.

La Asociación de Artesanos “4 de Junio”, cuenta con 40 socios, está representada legalmente por la directiva de la institución, liderada por el Sr. Víctor Mateo Eugenio y varios colaboradores, los cuales se encargan de manejar de manera correcta la asociación, los socios realizan sesiones dos veces al mes, para analizar las actividades desarrolladas en el mes.

1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.2.1 Concepto de Plan de Negocios

Existen diversos conceptos que determinan el significado de plan de negocios, se dice que es la herramienta más poderosa que puede utilizar una empresa operando en la actual economía del mercado. Es indispensable para las pequeñas empresas o negocios, quizás más importante que para las grandes empresas que invierten millones en desarrollarlos, para lo cual se han recopilado diversos conceptos de varios autores para poder comprender de una mejor manera el concepto de este tema.

Pedro Bueno (2003), afirma que “no hay duda que el mejor camino para transformar una oportunidad identificada en una empresa requiere empezar por la elaboración de un proyecto detallado de lo que se pretende emprender: el llamado Plan de Negocio” (pág. #55). El Plan de Negocios es un documento que permite identificar y analizar la oportunidad de negocio que puede tener una empresa o institución, ayuda a evaluar la situación del mercado, el comportamiento del cliente y situación financiera de la misma.

El profesor Ignacio de la Vega García Pastor del Instituto de Empresas (2004) precisa que “el plan de negocios constituye un instrumento fundamental en el análisis corporativo de una nueva oportunidad de negocio, un plan diversificado, un proyecto de internacionalización, e incluso el lanzamiento de un nuevo producto o servicio” (pág. #1). El Plan de Negocios es una herramienta necesaria e importante que permite trazar el camino que debe recorrer el empresario para llevar a la práctica un emprendimiento empresarial independientemente del negocio que maneje, es decir; en su formulación subyace una actitud estratégica para alcanzar los objetivos que permitirán que el negocio sea viable o exitoso.

1.2.1.1 Importancia del Plan de Negocios

El Plan de Negocios es importante debido a que este documento proporciona varias alternativas para que los empresarios puedan tomar las mejores decisiones a la hora de emprender un nuevo negocio o servicio.

Velasco Félix (2007), expresa que “En él se consignan las estrategias más importantes en aspectos claves como el mercado y las finanzas. Además es una herramienta imprescindible para encontrar el capital necesario” (pág. #13-14). Una empresa o institución debe de contar con un plan de negocios, este documento es de gran ayuda para poder plantear estrategias de ventas, comercialización de algún producto o servicio, instrumento importante para manejar de una manera eficaz y eficiente las empresas.

Julio Flores, (2007), expresa que los Planes de Negocios tienen su importancia debido a que:

- Brinda la posibilidad de explicar, proyectar y evaluar los supuestos de base del negocio
- Permite reducir los riesgos del proyecto, tomar decisiones con más información y de mejor calidad.
- Establece un plan estratégico para la empresa y una serie de metas que permiten evaluar el desarrollo del plan estratégico.
- Permite conocer en detalles todas las facetas del negocio.

1.2.1.2 Beneficios de un Plan de Negocios

KAREN WEINBERGER (2009), expresa que “El Plan de Negocios es una herramienta de comunicación escrita que tiene esencialmente dos funciones: una que se puede llamar administrativa o interna y otra que es conocida como financiera o externa”. (pág. #34). El Plan de Negocios ofrece varios beneficios que son de gran importancia para el empresario al momento de emprender un nuevo reto, en el siguiente cuadro se muestran los más relevantes.

CUADRO No 6: Beneficios de un Plan de Negocios

BENEFICIOS DEL PLAN DE NEGOCIOS
<ul style="list-style-type: none">• Entender mejor su producto o servicio
<ul style="list-style-type: none">• Determinar cuáles son sus metas y objetivos
<ul style="list-style-type: none">• Anticipar posibles problemas y fallas.
<ul style="list-style-type: none">• Clarificar de donde vendrán sus recursos financieros

Fuente: Beneficios de un Plan de Negocios

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

1.2.1.3 Tipos de Planes de Negocios

Wallace Stettinius, (2009), explica, “para formular e implantar una estrategia, hay que tener un conocimiento profundo del modelo de la empresa”. (pág. # 51). El Plan de Negocio está en correspondencia con los objetivos que se plantee la organización con el mismo y la estrategia a desarrollar resume los diferentes tipos de Plan de Negocio en función de lo que se pretende lograr con la creación de un nuevo bien o servicio en una empresa.

Todo buen emprendedor sabe que un plan de negocios siempre debe mostrar la viabilidad económica, social, técnica y ambiental de un nuevo negocio. Esto puede ser, tanto para una empresa en marcha, como para la creación de una nueva empresa, es así como se puede observar que existen muchos objetivos posibles para esta vital herramienta emprendimiento, los que dependen las necesidades particulares de cada empresario o de cada tipo de empresa.

CUADRO No 7: Tipos de Planes de Negocio

TIPOS DE PLANES	OBJETIVO	VARIABLE CLAVE
Plan de Negocio para e incluso de toda la un nuevo producto o servicio.	Penetración del mercado	Cuota de mercado
Plan de Negocio para la creación de una nueva organización.	Atraer a amigos	ROL de la organización
Plan de Negocio de monitoreo.	Penetración de mercado. Aumento de rentabilidad	Cuota de mercado, productividad
Plan de Negocio de presentación para venta negocio e incluso toda la empresa.	Evaluar la organización	Valor actual neto y valor de la marca.

Fuente: Adaptación de "Clínica empresarial"

Elaborado: Juan Gonzabay Tomalá.

1.2.1.4 Características del Plan de Negocios

El Plan de Negocios debe ser efectivo, debe priorizar las características y factores claves de éxito del negocio, debe responder las posibles preguntas de los inversionistas, no dejar las ideas en el aire y utilizar términos precisos. Existen características de los planes de negocios, que le distinguen de un plan estratégico, también van de acuerdo a las necesidades de las personas u organizaciones que deseen implementarlo, para lo cual se consideró las siguientes características:

- Asegura que se tomen decisiones, de forma que se adopte un método.
- Definir etapas que faciliten la medición de los resultados.
- Establecer metas a corto y mediano plazo.
- Definir con claridad los resultados finales esperados.
- Establecer criterios de medición para saber cuáles son logros.
- Identificar posibles oportunidades para aprovecharlas en su aplicación.
- Involucrar en su elaboración a los ejecutivos que vayan a participar en su aplicación.
- Nombrar un coordinador o responsable de su aplicación.
- Prever las dificultades que puedan presentarse y las posibilidades medidas correctivas.

1.2.1.5 El Plan de Negocios y su influencia en las asociaciones

El Plan de Negocios facilita la toma de decisiones, mejora cada una de las actividades a realizarse dentro de la organización, ayuda a identificar las posibles amenazas y debilidades, teniendo en cuenta las ventajas y desventajas que pueden existir durante su elaboración del mismo, es necesario indicar que en todo negocio siempre existirá la duda y el miedo a fracasar de uno o algunos de los socios de la asociación.

Viniegra Sergio (2007), indica que “ayuda a anticipar todos los aspectos claves que vamos a encontrar en el camino pudiendo desarrollar una estrategia anticipada de cómo enfrentarlos y superarlos para alcanzar de manera más eficiente nuestros objetivos” (pág. #19). La empresa o asociación es el medio para hacer el negocio, está constituida por una o varias personas que deciden asociarse en una cierta forma, independientemente del negocio que manejen, desde el punto de vista jurídico, aportar un capital y cumplir sus objetivos, entre ellos obtener un retorno económico o una rentabilidad.

1.2.2 Empresa

En un sentido general, la empresa es la más común y constante actividad organizada por el ser humano, la cual, involucra un conjunto de trabajo diario, labor común, esfuerzo personal o colectivo e inversiones para lograr un fin determinado.

Zoilo Pallares (2005), define que “la empresa se la puede considerar como un sistema dentro del cual una persona o grupos desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y distribución de bienes y servicios enmarcados en un objeto social determinado”. (pág. #41). La empresa es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos).

1.2.2.1 Características de las Empresas

La empresa es la unidad económico-social, con fines de lucro, en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común.

Las características principales de la empresa son las siguientes:

Fines:

- Conseguir el máximo beneficio.
- Entregar bienes o servicios.
- Satisfacer los elementos humanos en su actividad.
- Generar puestos de trabajos.
- Obtener rentabilidad.
- Asegurar la supervivencia y continuidad a la actividad empresarial.

1.2.2.2 Tipos de Empresas

Teniendo en cuenta la importancia de este tema, a continuación se observará de forma resumida cuales son los tipos de empresa más habituales, según una clasificación que incluye diversos criterios. Jack Fleitman (2000), define que “existen varios tipos de empresas, de las cuales las más reconocidas son las empresas según su tamaño” (pág. #22). Los criterios más habituales para establecer una tipología de las empresas son las siguientes:

Según su tamaño. Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc. Sin embargo e indistintamente el criterio que se utilice, las empresas se clasifican según su tamaño en:

- **Microempresa:** Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas, el director o propietario puede atenderlos personalmente.
- **Pequeña Empresa:** En términos generales, son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite.
- **Mediana:** En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos autorizados.

- **Gran empresa.** Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales.

1.2.2.3 Visión de la empresa

La visión es el estado deseable en el futuro de la empresa, sirviendo como impulso y guía de todas las actividades realizadas en ella, se refiere a lo que la empresa o asociación quiere crear, la imagen futura de la organización. La visión es creada por la persona encargada de dirigir la empresa y quien tiene que valorar e incluir en su análisis muchas de las aspiraciones de los agentes que componen la organización, tanto internos como externos.

Preguntas frecuentes para elaborar la Visión

- ¿Cuál es la imagen deseada de nuestro negocio?
- ¿Cómo seremos en el futuro?
- ¿Qué haremos en el futuro?
- ¿Qué actividades desarrollaremos en el futuro?

Elementos de una Visión

- Formulada por líderes de la organización
- Dimensión del tiempo
- Integradora
- Amplia y detallada
- Positiva y alentadora
- Realista, posible y consistente

Los pasos de la Visión deberá responder a las siguientes tres preguntas:

- ¿Qué es lo que quiere deberá la organización?
- ¿Cómo desea la organización ser reconocida por los clientes, empleados y la sociedad en general?
- ¿Cómo mejorará la organización la calidad de vida de aquellos que emplean sus productos o servicios?

Las características de la Visión deben ser:

- **Medible.** Debe ser posible medir o verificar el éxito en el logro, por ejemplo “Tener el 100% de las carreras certificadas”.
- **Atractiva.** Debe reflejar las aspiraciones y expectativas de directivos, empleados, clientes y otros que tengan interacción con la organización.
- **Entendible.** Debe de tener claridad y precisión, por ejemplo realizarla con un lenguaje sencillo para identificarla no solamente por el personal, sino también por los clientes.
- **Inspiradora.** Que estimule y provoque un efecto positivo en las personas, para ayudar así al enrolamiento de ella.
- **Posible.** Incluye objetivos realistas y alcanzables e impliquen un reto
- **Tiempo.** Se establece el tiempo en años, regularmente los autores coinciden que debe ser de 3 a 5 años, por lo cual al cumplir ese periodo de tiempo no debe pasar el ajustar o el cambiar los objetivos a alcanzar.
- **Estratégica.** Debe incluir asuntos decisivos para cumplir la misión.

1.2.2.3 Misión de la empresa

La misión es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe., así mismo es la determinación de las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno y tiempo determinado para conseguir tal misión.

En la misión se define: la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, productos y servicios.

La misión responde principalmente a las preguntas: de que, a quienes y en donde se ofrecen los productos o servicios de la empresa, a manera de conclusión es la razón de ser de la empresa.

Preguntas frecuentes para elaborar la Misión

- ¿Quiénes somos?=identidad, legitimidad
- ¿Qué buscamos?=propósitos
- ¿Qué hacemos?
- ¿Dónde lo hacemos?
- ¿Por qué lo hacemos?=valores, principios, motivaciones
- ¿Para quién trabajamos?=clientes

Características de una Misión

- Definir que es la organización y lo que aspira ser
- Ser lo suficientemente amplia para permitir el crecimiento creativo
- Distinguir a una organización de todas las demás
- Servir como marco para evaluar las actividades presentes y futuras
- Formulada en términos claros que pueda ser entendida en toda la empresa.

Pasos para la formulación de una Misión

- ¿Por qué existe la organización?
- ¿Qué problemas relativos al propósito de la organización deben ser tenidos en cuenta?
- ¿Qué funciones, productos o servicios se ofrecen o deberían ser ofrecidos?

Un propósito bien definido tiene tres elementos:

- Un verbo que indique cambio del status como (incrementar, bajar, generar, eliminar, transformar, etc.).
- La explicación del problema o condición que se cambiar.
- La identificación de los clientes específicos.

1.2.2.4 Objetivos de la empresa

Los objetivos 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 a planea disponer. Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa pues estos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para los miembros de la misma.

1.2.2.4.1 Objetivos generales

También conocidos como objetivos genéricos, éstos son basados en expresiones generales o genéricas, que expresan el propósito central del negocio, empresa u organización, que pretende conseguir en un determinado tiempo que se haya establecido.

Algunos ejemplos de objetivos generales o genéricos son:

- Ser la empresa líder del mercado
- Incrementar las ventas
- Aumentar los ingresos.
- Generar mayores utilidades.
- Obtener una mayor rentabilidad.
- Lograr una mayor participación en el mercado.
- Ser una marca líder en el mercado.

1.2.2.4.2 Objetivos específicos

Se derivan de los objetivos generales y los concretan, señalando el camino que hay que seguir para conseguirlos. Indican los efectos específicos que se quieren conseguir aunque no explican acciones directamente medibles mediante indicadores. Son objetos concretos expresados en términos de cantidad y tiempo. Los objetivos específicos son necesarios para alcanzar los objetivos generales.

Algunos ejemplos son:

- Incrementar las ventas mensuales en un 20%
- Vender 10000 productos antes de finalizar el año
- Generar utilidades mayores a \$20000 para el próximo periodo
- Obtener una rentabilidad anual del 25%
- Lograr participación de mercado del 20% para el segundo semestre del año
- Producir un rendimiento anual del 14% sobre la inversión
- Aumentar la eficiencia de la producción en un 20% para el próximo año
- Triplicar la producción antes de acabar el periodo

1.2.2.5 F.O.D.A.

El análisis F.O.D.A. o SWOT (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y amenazas), es una técnica de planeación estratégica empleado para saber cuál es la situación actual de la organización, se identifican las amenazas y oportunidades que se presentan en el ambiente externo, que son incontrolables y no están en manos de la empresa y considera las fortalezas y debilidades, situaciones internas que son controlables por la empresa.

Hugo González (2005), considera que el “F.O.D.A. es una herramienta analítica que facilita sistematizar la información que posee la organización sobre el mercado y sus variables” (pág. #48). Es una metodología para documentar la situación del entorno o alcance y sus factores internos de una organización, campaña de marketing o proyecto a realizarse.

CUADRO No 8: F.O.D.A.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Son capacidades especiales con las que cuentan y la hacen privilegiada frente a la competencia	Son aquellos factores con los cuales la empresa no cuenta, provocando una posición desfavorable frente a la competencia
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Son aquellos factores que son positivos y favorables para la empresa los cuales permiten tener una ventaja competitiva	Son factores que la empresa no puede controlar

Fuente: F.O.D.A.

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá.

1.2.3 Mercado

Munuera y Rodríguez (2012), indica “consiste en seleccionar determinadas ciudades y establecimientos en que la empresa desea competir y poner en ellos el nuevo producto (pág. #295)”. Un estudio de mercado consiste en recopilar y analizar información procedente del mercado, es una etapa obligatoria al momento de elaborar un Plan de Negocios.

La parte del estudio de mercado deberá contener los siguientes elementos:

Análisis del sector: Es un ingrediente básico del análisis externo de la competencia. Proporciona descripciones resumidas de la competencia que son útiles para la toma de decisiones estratégicas porque identifican los mercados relevantes.

Análisis de la demanda: Tiene como objetivo principal medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, con respecto a un bien o servicio y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda.

Pronóstico de la demanda: Es una predicción de lo que sucederá con las ventas existentes de los productos de su empresa o negocio que se vaya a desarrollar. Lo ideal es determinar el pronóstico de la demanda con un enfoque multinacional.

Análisis de la oferta: Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado.

Análisis de la comercialización: La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

1.2.3.1 Plan de Ventas

El Plan de Ventas es la parte del plan de marketing de una empresa que concreta cuáles son los objetivos de venta y especifica de qué forma se seguirán cuantificando en un presupuesto, es un conjunto de actividades, ordenadas y sistematizadas, que proyectan las ventas periódicamente que se estiman realizar en siguiente año.

En él se definen los escenarios más interesantes en los que se puede desarrollar la acción comercial futura en sus cifras y comentarios, se basan normalmente las previsiones financieras de una empresa. Es el pronóstico del plan de ventas que queda registrado dentro del plan, es por ello considerado como la proyección a futuro más importante que tiene una empresa, del cual derivan los planes de los demás departamentos de la organización.

1.2.4 Servicio

Servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra, son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa, es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad a una persona o empresa.

Zeithanlm, Parasuraman y Berry (1993), indica que “las organizaciones líderes utilizan el servicio de varias formas para ganar lealtad y confianza del consumidor, utilizan el servicio como una opción alternativa ante la competencia de precios” (pág. #28). En esta economía todas las empresas buscan ser líderes a nivel nacional e internacional, utilizan el servicio de calidad como una manera de llegar al cliente, para poder satisfacer sus necesidades y llenar sus perspectivas, para asegurar su regreso

1.2.4.1 Calidad

Se puede definir la calidad de servicio como una manera de cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre un producto o servicio, si cumplen o no con sus necesidades, tomando en cuenta también de cada cliente es diferente, cada uno va a tener una necesidad distinta a otro.

Zeithanlm, Parasuraman y Berry (1990), afirma que “el enriquecimiento de un servicio superior en calidad recae sobre todos provocando una reacción en cadena de los que se benefician ante él, consumidores, empleados, gerentes y accionistas, (pág. #47). La calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que se entrega, el grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances.

1.2.4.2 Satisfacción del cliente

Philip Kotler (2002), define a la satisfacción del cliente como “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (pág. #10). Es un requisito indispensable para posicionarse en la mente de los clientes y en el mercado meta guiándonos a través de sus necesidades.

Resulta de vital importancia que tanto mercadólogos, como todas las personas que trabajan en una empresa, negocio u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente y en que consiste el rendimiento percibido, para que de esta manera estén mejor capacitadas para coadyuvar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la tan anhelada satisfacción del cliente.

1.2.4.2.1 Elementos que conforman la satisfacción del cliente

El rendimiento percibido: Se refiere al desempeño que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el resultado que el cliente percibe con la adquisición del producto o servicio que adquirió. Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa, está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.

Las expectativas: Son las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo en determinado tiempo. En la parte que depende de la empresa, ésta debe tener cuidado al establecer el nivel correcto sus expectativas, pues estas influyen en el consumidor por ejemplo; si las expectativas son demasiado bajas no se atraerán suficientes clientes,

Los niveles de satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de estos tres niveles de satisfacción:

- **Insatisfacción:** se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente y se retira inseguro del producto o servicio adquirido.
- **Satisfacción:** se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente, satisface todas las necesidades y se siente seguro del servicio o bien adquirido.
- **Complacencia:** se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

1.2.5 Organización

Idalberto Chiavenato (2009), expresa que “las organizaciones son extremadamente heterogéneas y diversas, cuyo tamaño, características, estructuras y objetivos son diferentes” (pág. #22). Organizar es agrupar las actividades necesarias para alcanzar objetivos, asignar a cada grupo un administrador con la autoridad necesaria para supervisar y coordinar tanto en sentido horizontal como vertical toda la estructura de la empresa para ejecutar el plan de negocios.

El objetivo de la organización es demostrar al lector que el negocio que se realizará será bien planificado y organizado de acuerdo a la actividad que se vaya a realizar, que contará con una buena coordinación entre sus diferentes jefes de áreas, gerentes y empleados. La organización deberá contener los siguientes elementos:

Estructura Organizacional: La finalidad de una estructura es establecer un sistema de papeles a desarrollar por miembros de la entidad, para trabajar de forma óptima y alcanzar las metas fijadas en la planificación, es un concepto fundamentalmente jerárquico de subordinación dentro de las entidades que colaboran y contribuyen a servir a un objetivo común.

Objetivos generales por área de la organización: En esta parte se designará el trabajo y las funciones a desempeñarse en cada área de trabajo de la empresa, de acuerdo al organigrama planteado por los directivos. Los objetivos deben ser claros, medibles y alcanzables.

Descripción y perfil de puesto: También llamado perfil ocupacional de puesto vacante, es un método de recopilación de los requisitos y cualidades personales exigidos para el cumplimiento satisfactorio de las tareas de un empleado dentro de una institución.

Captación del personal: La sección de captación, facilita al departamento de Recursos Humanos durante el proceso de reclutamiento, a la búsqueda de talentos potencialmente calificados y capaces de ocupar el puesto dentro de la organización.

Administración de sueldos y salarios: Los salarios es uno de los factores de mayor importancia en la vida económica y social de toda comunidad, los trabajadores y sus familias dependen casi enteramente del salario para alimentarse, vestirse, y subvenir a todas sus demás necesidades.

Evaluación de desempeño: Consiste en la revisión periódica y formal de los resultados de trabajo, que se efectúa de manera conjunta entre jefe y colaborador. Su valor principal reside en el hecho de que es un instrumento para que los jefes inmediatos de todos los niveles mantengan una comunicación sistemática con sus colaboradores.

Relaciones de trabajo: Es un vínculo jurídico entre empleadores y trabajadores. Existe cuando una persona proporciona su trabajo presta bajo ciertas condiciones, a cambio de una remuneración. Por medio de ella se establecen derechos y obligaciones entre el empleado y el empleador.

1.2.5.1 Control

El control es una etapa primordial e importante en la administración de una empresa, pues, aunque una empresa cuente con magníficos planes para conseguir los objetivos planteados, sin una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cual es la situación real y actual de la organización y no existe un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo a los objetivo.

Henry Fayol (1994), considera que “consiste en verificar si todo ocurre de conformidad con el plan adoptado, con las instrucciones emitidas y con los principios establecidos, tiene como fin señalar las debilidades y errores para poder rectificarlos e impedir que se produzcan nuevamente” (pág. #68). Establece las medidas correctivas o sustitutivas para las actividades que se realizan, para que se alcancen los planes deseados exitosamente, el objeto del control es prever y corregir los errores,

1.2.5.2 Mantenimiento

Difusa (2005), expresa que “el mantenimiento como la combinación de actividades mediante las cuales un equipo o un sistema se mantienen en, o se establece a un estado en el que puede realizar las funciones designadas” (pág. #21). El mantenimiento es cualquier actividad como comprobaciones, mediciones, reemplazos, ajustes y reparaciones, estas acciones incluyen combinaciones de técnicas e implementaciones administrativas correspondientes para tal fin.

Son todas las acciones que tienen como objetivo mantener o restaurar un artículo o servicio, es la segunda rama de la conservación y se refiere a los trabajos necesarios que proporcionan un servicio de calidad estipulada, basado en ello, se debe escoger los equipos que aseguren obtener este servicio.

1.2.6 Finanzas

Es la parte economía que se centra en las decisiones de inversión y obtención de recursos financieros, es decir, la financiación tanto de las empresas, como de las personas a título individual y del Estado. Por tanto se refiere a la administración de los recursos financieros, incluyendo su obtención y gestión para el presupuesto que se desee obtener.

Simón Andrade (2005), expresa que “el término finanzas como un área de la economía en la que se estudia el funcionamiento de los mercados de capitales y la oferta y precio de los activos financieros” (pág. #293). Es una rama de la economía que estudia la obtención y gestión, por parte de una compañía, individuo o del Estado.

1.2.6.1 Inversión

Es un término económico, con varias aceptaciones relacionadas con el ahorro, la ubicación de capital y la postergación del consumo. El termino aparece en gestión empresarial, finanzas y en macroeconomía.

En el contexto empresarial, la inversión es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo.

La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo en un cierto periodo de recuperación, es decir, consiste en renunciar a un consumo actual, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.

1.2.6.2 Rentabilidad

Es el beneficio renta expresado en términos relativos o porcentuales respecto a alguna otra magnitud económica como el capital total invertido o los fondos propios, relación existente entre los beneficios que proporciona una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho cuando se trata del rendimiento financiero. Frente a los conceptos de renta o beneficio que se expresan en términos porcentuales. Se puede diferenciar entre rentabilidad económica y rentabilidad financiera.

Rentabilidad Económica: Es el rendimiento promedio obtenido por todas las inversiones que realiza la empresa. También se puede definir como la rentabilidad del activo o el beneficio que estos han generado por cada dólar invertido en la empresa.

Rentabilidad financiera: También conocido como rentabilidad del capital propio, es el beneficio neto obtenido por los propietarios por cada unidad monetaria de capital invertida en la empresa, es la rentabilidad de los socios o propietarios de la empresa.

1.2.6.3 Estudios financieros

Federico Anzil (2012), afirma que “el estudio financiero está integrado por elementos informativos cuantitativos que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios” (pág. #15). Es el que determina de manera cuantitativa y monetaria el costo de la operación del proyecto y su aceleración, este permite evaluar y visualizar la rentabilidad del proyecto de negocio, además de la recuperación de la inversión.

1.2.6.3.1 Balance General

Es una especie de fotografía que retrata la situación contable actual de la empresa en una cierta fecha. Gracias a este documento, el empresario accede a la información vital sobre su negocio como la disponibilidad de dinero, estado de sus deudas, las ventas y gastos que tiene en ese momento.

El balance general, balance o situación o estado de situación patrimonial, es un informe financiero contable que refleja la situación económica y financiera de una empresa en un momento determinado

CUADRO No 9: Estructura del Balance General

Activos	Pasivos
Activos Corrientes	Pasivos Corrientes
Activos Fijos	Pasivos no Corrientes
Otros activos	Otros pasivos
	Patrimonio
	Capital
	Utilidades

Fuente: Estructura del Balance General

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá.

1.2.6.3.2 Estado de Resultados

También conocido como estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo

CUADRO No 10: Estructura del Estado de Resultado

Ingresos	Gastos
Ventas brutas	Gastos de administración
Costos	Gastos operacionales
Costos de producción	Gastos financieros
Ventas netas	Utilidad antes de impuestos
	Utilidad antes part. de trabajadores
	Participación de trabajadores 15%
	Utilidad antes de imp. A la renta
	Impuesto a la renta 23%
	Utilidad neta

Fuente: Estructura del Estado de Resultado

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá.

1.2.6.3.3 Flujo de Efectivo

O cash flow en inglés, es el estado de cuenta que refleja cuanto efectivo conserva alguien después de los gastos, los intereses y el pago al capital. La expresión que en el ámbito de la contabilidad se conoce como estado de flujo de efectivo, por lo tanto es un parámetro de tipo contable que ofrece información periodo de dinero o cualquiera de sus actividades.

CUADRO No 11: Estructura del Estado de Flujo

Saldo Inicial
Ingresos
Ventas
Préstamos
Total Ingresos
Egresos
Gastos de administración
Gastos operacionales
Compra de Activos Fijos
Gastos financieros
Capital del préstamo
Participación de trabajadores
Impuestos
Total Egresos
Saldo operacional
Saldo Final

Fuente: Estructura del Estado

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá.

1.2.7 Calidad de servicio

La calidad de un servicio o producto no es fácil de definir, por una apreciación subjetiva, sin embargo se puede decir es la percepción que el cliente tiene del mismo. Es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con un producto o servicio determinado, que solo permanece hasta el punto de necesitar nuevas especificaciones.

Horovitz, (1991), afirma que “la calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido para lograr satisfacer a su clientela clave. Representa a su vez la medida en que se logra dicha calidad” (pág. #24). Cada nivel de excelencia debe responder a cierto valor que el cliente esté dispuesto a pagar, en función de sus deseos y necesidades, la calidad de cada producto o servicio debe ser óptima calidad para poder satisfacer la necesidad de los clientes.

La calidad de servicio es el rendimiento promedio de un servicio, a diferencia de lo productos, son generalmente inmateriales, por lo que el concepto de calidad ha tardado más en introducirse en las empresas de servicios que las empresas productoras.

1.2.7.1 Componentes de la calidad en el servicio

Confiabilidad: La capacidad de ofrecer el servicio de manera segura, exacta y consistente, es la capacidad de prestar el servicio prometido con seguridad y de forma correcta, la confiabilidad significa realizar bien el servicio desde la primera vez.

Accesibilidad: Las empresas de servicios especialmente deben facilitar que los clientes se contacten con ellas y puedan recibir un servicio ágil y rápido, dándole todas las facilidades al cliente.

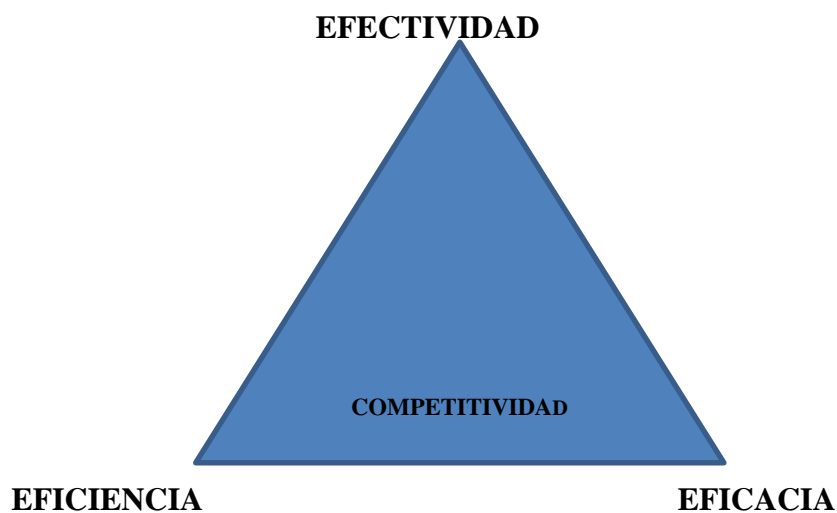
Respuesta: Se entiende por tal la disposición de atender y dar un servicio rápido. Los consumidores cada vez son más exigentes en este sentido, buscan variedad al momento de adquirir un servicio o bien.

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, es la capacidad de prestarles a los clientes atención individual y cuidadosa.

Tangibles: Las instalaciones físicas y el equipo de la organización deben ser lo mejor posible y los empleados deben estar bien presentados, de acuerdo a las posibilidades de cada organización. La calidad de servicio siempre variará, dependiendo de las circunstancias del problema y de la interacción entre el empleado y el cliente.

FIGURA No 1: Calidad en el Servicio



Fuente: Calidad en el Servicio
Elaborado: Juan Gonzabay T.

1.2.7.2 Descripción de la idea de negocio

La descripción del negocio es una herramienta importante en el mercadeo. Le ayuda a encontrar clientes e iniciar el proceso de ventas desde el primer contacto. Una buena descripción comunica su mensaje principal rápidamente y de forma clara y eficaz, no es otra cosa que los componentes que conforman a la empresa u organización, para su adecuada implementación y funcionamiento.

1.2.7.3 Nombre del servicio

La asociación de Artesanos 4 de Junio tiene varios socios dedicados a diferentes actividades, la idea de este plan de negocios es crear un servicio en la cual se brinde más facilidad a las personas que tienen un vehículo. Las personas comentan que debería haber un lugar donde los vehículos puedan ser revisados y trabajados por varios profesionales en solo lugar y no ir de taller en taller porque este proceso es a veces un poco tedioso. Es ahí donde surge la necesidad de crear el “Centro de reparaciones 4 de Junio”.

1.2.7.4 Descripción del servicio

Conocer por dentro y por fuera el producto o servicio que se ofrece es un factor de éxito en los planes de negocios, destacar las características, beneficios y capacidades del servicio será la base de su estrategia de marketing.

La examinación del servicio detenidamente ayudará a identificar las fortalezas y debilidades en el plan de negocios. Si la descripción proporciona una visión completa y entusiasta de las ideas, se tendrá una mejor oportunidad de atraer a los inversores.

Para describir un servicio se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Objetivos
- Especificaciones y descripción del servicio
- En qué consistirá su servicio
- Necesidad a satisfacer con el servicio
- Diagrama del proceso de servicio
- Características de la tecnología y maquinarias

1.2.7.1 Talento humano

La gestión de talento humano debe verse hoy como una herramienta para las empresas, matizada con enfoques integral, sistémico, estratégico y proactivo. En la época actual donde el conocimiento es base fundamental de cualquier fuente de competitividad en las organizaciones.

Idalberto Chiavenato (2002), considera que “el talento humano es un área muy sensible a la mentalidad que predomina en las organizaciones (pág. #6)”. El talento humano es considerado como uno de los aspectos más importantes en las organizaciones, pues depende de las actividades que se realicen y la forma en que se desarrollan.

Liderazgo: Es el conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser de las personas o en un grupo de personas determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo, en el logro de metas y objetivos.

Motivación: Es el señalamiento o énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ello el impulso necesario para que ponga en obra ese medio o esa acción o bien para que deje de hacerlo.

Capacitación: Es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de sus personal. Concretamente la capacitación busca perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo, en función de las necesidades de la empresa. La necesidad de capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea y lo que sabe realmente.

1.2.7.1.1 Captación de personal

Es el proceso en donde se alimenta a la organización de recursos humanos, éste es de vital importancia para la empresa, pues del éxito su ejecución dependerá la atención satisfactoria de las necesidades de nuevo personal que responda a los requerimientos técnicos de sus unidades productivas o administrativas.

Diseño y perfil de puestos: El diseño y perfil de cargos incluye la descripción de las actividades que se va a desarrollar, constituye los procedimientos de trabajo y las condiciones bajo las que estas se llevan a cabo, estos cargos deben constar en cada departamento con los deberes y responsabilidades que se distingan de los demás cargos, teniendo una posición definida en la organización.

Reclutamiento: El reclutamiento es un conjunto de medios y procedimientos orientados a atraer candidatos que estén calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la empresa u organización. Establece sistema de información mediante el cual las empresas ofrecen al mercado de recursos humanos las oportunidades de empleo.

Idalberto Chiavenato (2002), indica que “el reclutamiento es el proceso de generar un conjunto de candidatos para un cargo específico.” (pág. #95). El propósito de reclutamiento es obtener un número suficiente de candidatos potencialmente calificados para los puestos a cubrir y entre los cuales poder elegir.

Selección: Es el proceso mediante donde la empresa elige a la persona más adecuada y que cumpla con los requisitos establecidos para desempeñar el cargo vacante. Este proceso debe ser con igualdad de acceso a las oportunidades de empleo entre los distintos candidatos, a través de un procedimiento claro y transparente que responda a las necesidades de la organización.

Idalberto Chiavenato (2002), indica que “selección es el proceso mediante el cual una organización elige, entre una lista de candidatos, considerando las actuales condiciones de mercado” (pág. #111). La tarea de seleccionar es delicada de alguna forma tiene en sus manos el destino de una persona, vocación, necesidades económicas, sociales y familiares.

Contratación: Es la realización de un contrato a una persona en el que se pacta un trabajo a cambio de dinero u otra compensación. Es formalizar con apego a la ley, la futura relación de trabajo para garantizar los intereses, derechos y deberes tanto del trabajador como de la empresa.

Idalberto Chiavenato (2002), indica que “es el procedimiento que se lleva a cabo para formalizar la relación laboral con un empleado que recién ha ingresado a una institución” (pág. #120). Se refiere a la integración de un expediente documental de los datos personales y profesionales que una persona proporcionó a la empresa y por ende el acto de formalización mediante la firma de un documento o contrato donde se aceptan obligaciones y responsabilidades de empresa y el nuevo empleado.

Inducción: Consiste en la orientación, ubicación y supervisión que se efectúa a los trabajadores de reciente ingreso, puede aplicarse así mismo a las transferencias de personal, es decir cuando un trabajador cambia de área de trabajo, durante el periodo de desempeño inicial.

Idalberto Chiavenato (2002), expresa que “es el primer paso para emplear a las personas de manera adecuada en la diversas actividades de la organización” (pág. #142). La inducción es un proceso que inicia con la contratación del nuevo colaborador de la empresa, en este momento se debe seguir una serie de pasos que permitan una conveniente incorporación tanto al puesto de trabajo como a la organización.

Evaluación: Es un procedimiento organizado que permite medir, apreciar y evaluar el desarrollo en las labores, comportamiento y resultados relacionados con las actividades de trabajo que realiza cada personal, así como el nivel de desinterés y en qué medida es productivo el empleado y si podrá mejorar su rendimiento en el futuro.

Idalberto Chiavenato (2002), expresa que “la evaluación de desempeño es una apreciación sistemática del desempeño de cada persona, en función de las actividades que cumple, de las metas y resultados que debe alcanzar y de su potencial desarrollo” (pág. #243). La evaluación permite implantar nuevas políticas de compensación, mejora de desempeño, ayuda a tomar decisiones de ascensos o de ubicación.

1.2.7.2 Resultados de la calidad

Eficiencia: Es la relación entre los recursos utilizados en un proyecto y logros conseguidos con el mismo. Se entiende que la eficiencia se da cuando se utilizan menos recursos para lograr un mismo objetivo, al contrario, cuando se logran más objetivos con los mismos o menos recursos.

Eficacia: Es el nivel de consecución de metas y objetivos. La eficacia hace referencia la capacidad para lograr lo que se propone. Es la habilidad para alcanzar los objetivos que se establecen con la menor inversión posible, a la vez que el uso inteligente de recursos.

Efectividad: Es la capacidad de lograr un efecto deseado, esperado o anhelado, capacidad o facultad para lograr un objetivo o fin deseado, efectividad se relaciona con eficacia, se puede decir que efectividad y eficacia es ser efectivo y el ser eficaz, es una capacidad que las personas ponen en práctica casi a diario.

1.3 MARCO LEGAL

En la **Constitución de la República del Ecuador**, en el título I sobre los elementos constitutivos, en el capítulo I en su art. 3, en el literal 5 dice que se debe planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza para acceder al buen vivir y al literal 6 del mismo capítulo: el de promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.

En el Título II de Derechos en el Capítulo Sexto en su art. 66 indica en sus literales 2, 15, 16, 17, 26 y 27, los derechos a una vida digna, como también al de acceder a trabajo libremente, que implica una libre contratación, derecho a la propiedad según las políticas vigentes y el estar en un ambiente sano.

En el art. 276 del régimen de desarrollo tendrá el siguiente objetivo descrito en el literal 2: Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

CAPÍTULO SEXTO

TRABAJO 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, domesticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atente 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 sistemática, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

CÓDIGO DEL TRABAJO

CÓDIGO DE TRABAJO

Art. 93.- Exclusión de operarios y aprendices

Las normas sobre las remuneraciones decimotercera y decimocuarta no son aplicables a los operarios y aprendices de artesanos y microempresarios cuyo capital no exceda de cincuenta salarios mínimos.

Art. 174.- Definiciones

- Se considera artesano al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo, debidamente registrado en el Ministerio de Trabajo y Empleo que hubiere invertido en su taller, en implementos de trabajo, maquinarias o materias primas, una cantidad no mayor a la que señala la ley, tuviere bajo su dependencia no más de quince operarios y cinco aprendices y comercialice los artículos que produce su taller.

- Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aun cuando no hubiere invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o no tuviere operarios.

Art. 176.- Facultades de artesanos y aprendices

- Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano no están sujetos a las obligaciones impuestas a los empleadores por este Código.
- Sin embargo, los artesanos jefes de taller están sometidos, con respecto a sus operarios a las disposiciones sobre salarios, salarios mínimos e indemnizaciones legales por despido intempestivo.
- Los operarios están amparados por el régimen de la jornada y gozarán también de vacaciones.

LEY DE FOMENTO ARTESANAL

Ley de Fomento de Artesanía y de la Pequeña Industria, publicada en el Registro Oficial No. 419.

El proceso devaluatorio de los últimos años obliga a ampliar el monto de los activos establecidos a favor del sector artesanal en relación con el incremento de costos producidos por la inflación con el objeto de que pueda alcanzar el goce de los beneficios que concede la presente Ley.

TÍTULO I

GENERALIDADES

Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto señalado por la ley.

Art. 2.- Para gozar de los beneficios que otorga la presente ley, se considera:

- Artesano maestro de taller, a la persona natural que domina la técnica de un arte u oficio, con conocimientos teóricos y prácticos, que ha obtenido el título y calificación correspondientes, conforme a las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes y dirige personalmente un taller puesto al servicio del público.
- Artesano autónomo, aquel que realiza su arte u oficio con o sin inversión alguna de implementos de trabajo. Asociaciones, gremios, cooperativas y uniones de artesanos, aquellas organizaciones de artesanos, que conformen unidades económicas diferentes de la individual y se encuentren legalmente reconocidas.

De acuerdo al **Art. 3.-** Se tendrá como fecha de iniciación de la producción efectiva del taller artesanal aquella en la cual comience a entregar su producción para la venta, utilizando un mínimo del cincuenta por ciento de la capacidad del taller.

Según el **Art. 4.-** dice que los artesanos individualmente considerados, las asociaciones, cooperativas, gremios y uniones de artesanos que tuvieran talleres independientes del establecimiento o almacén en el que se expenden sus productos, serán considerados como una sola unidad para gozar de los beneficios.

TÍTULO III

DE LOS BENEFICIOS

Según el **Art. 9** dice que “Los artesanos, personas naturales o jurídicas, que se acojan al régimen de la presente ley, gozarán de los siguientes beneficios:”

- Exoneración de hasta el ciento por ciento de los impuestos arancelarios y adicionales a la importación y adicionales a la importación de maquinaria, equipos auxiliares, accesorios, herramientas, repuestos nuevos, materias primas y materiales de consumo, que no se produzcan en el país y que fueren necesarios para la instalación.
- Para la importación de maquinarias, equipos auxiliares y herramientas, usados y reconstruidos, se requerirá 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.
- Exoneración total de los derechos, timbres, impuestos y adicionales que graven la introducción de materia prima importada dentro de cada ejercicio fiscal, que no se produzca en el país y que fuere empleada en la elaboración de productos que se exportaren, previo dictamen favorable del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología de la investigación se considera y se define como la disciplina que elabora, sistematiza y evalúa el conjunto de aparato técnico procedimental del que dispone la Ciencia, para la búsqueda de datos y la construcción del conocimiento científico.

La metodología consiste entonces en un conjunto más o menos coherente y racional de técnicas y procedimientos cuyo propósito fundamental apunta a implementar procesos de recolección, clasificación y validación de datos y experiencias provenientes de la realidad y a partir de los cuales pueda construirse el conocimiento científico. Así mismo la investigación posee una serie de estadísticas que ayudan al investigador a regirse de una manera eficaz en la misma, es tan compacta que posee formas, elementos, procesos y diferentes tipos.

Morles Víctor (2002), indica que “se refiere a los procedimientos que se utilizan para lograr los objetivos propuestos” (pág. #57). Es la ciencia de los métodos, conjunto de actividades físicas e intelectuales, ordenadas, sistemáticas y racionales para lo cual se requieren de técnicas, medios o instrumentos materiales específicos para cada caso en particular.

La metodología surge a medida que las ciencias van desarrollándose de donde se desprende que el conocimiento metodológico, el aprendizaje y experiencia de las técnicas opera como un proceso continuo, gradual y progresivo en el que saber se construye y el modo de adquirirlo se configura con el paso de la experiencia.

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Itive y Rivas (1988), asegura que “el diseño de una investigación, es una estrategia general que adopta el investigador, como forma de abordar un problema determinado, que permite identificar los pasos que deben seguir para efectuar su estudio” (pág. #231). El esquema del plan de negocios se planteó en la investigación cualitativa-cuantitativa, porque se realizará la recolección de datos con y sin medición, para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadísticos, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

Con respecto a la investigación cualitativa, Meneses (2004) indica que “la ciencia social es fruto del conocimiento conseguido y aceptado por el hombre por medio de procesos de reflexión, sistematización y rigor realizados con la finalidad de interpretar y comprender la realidad” (pág. #224). Este enfoque es muy usado para investigar trabajos de Planes de Negocios, Plan Estratégico, Plan de Asociatividad entre otros.

2.2 MODALIDADES DE INVESTIGACIÓN

El tipo y diseño de la investigación, es la estrategia que se adopta para responder al problema planteado, pues es preciso tener en cuenta el tipo de investigación a realizar debido que existen muchas estrategias para su procedimiento metodológico.

Hernández, Fernández y Baptista, (1998), afirman que “cada tipo de diseño poseen características particulares por lo que cada uno es diferente a cualquier otro y no es lo mismo seleccionar un tipo de diseño que otro” (pág. # 185). Cada modalidad a implementarse en el Plan de Negocios será fundamental para la investigación pues permite identificar problemas, obtener beneficios y cumplir objetivos.

2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

2.3.1 Por el Propósito.- Para establecer las fases del proceso de investigación.

Aplicada.- Busca el conocimiento por el conocimiento mismo, más allá de sus posibles aplicaciones prácticas. Su objetivo consiste en ampliar y profundizar cada vez nuestro saber de la realidad y en tanto este saber que se pretende construir es un saber científico.

Explorando situación actual de la Asociación de artesanos, la aplicación de nuevas tecnologías en el proceso y para obtener una mejora, se concluya que es necesaria la aplicación del plan de negocios para logro de los objetivos.

2.3.2 Por el Lugar.- Se utilizó la investigación documental porque se apoyó en documentos.

- **Investigación bibliográfica.-** Se sustenta en la lectura y análisis de libros, documentos, internet, antecedentes de la realidad que afronta esta actividad, objeto de estudios. En este caso, Yepes E. (1995) considera que:

“Constituye la investigación del problema determinado con el propósito de ampliar, profundizar y analizar su conocimiento producido, este por la utilización de fuentes primaria en el caso de libros, revistas, periódicos y otras publicaciones” (pág. # 128).

Este tipo de investigación tiene un ámbito determinado, su originalidad se reflejó en el manejo de documentos y libros que permitan conocer, comparar y deducir los diferentes enfoques, criterios, conceptualizaciones, análisis, entre otros de una fuente primaria.

- **Investigación de campo.-** Considera como uno de los tipos de investigación que permite el estudio sistemático del problema de estudio en el lugar de los acontecimientos. En este caso, Yepes E. (1955), manifiesta que la investigación de campo:

“Es el estudio sistemático de problemas, en el lugar en que se producen los acontecimientos con el propósito de descubrir, explicar sus causas y efectos, entender su naturaleza e implicaciones, establecer los factores que lo motivan y permiten predecir su ocurrencia” (pág. #115).

En esta modalidad de investigación el investigador toma contacto en forma directa con la empírica, para obtener datos directos a través de una observación, para complementar la información se puede acudir en algunos casos a fuentes secundarias.

2.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

2.4.1 Inductivo

Hernández Sampieri R. (2007), manifiesta que “es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales” (pág. #55). El método inductivo o inductivismo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro, la clasificación y el estudio de estos hechos.

La inducción va de lo particular a lo general. Se emplea este método cuando la observación de los hechos particulares se obtiene proposiciones generales, es aquel que establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis de hechos y fenómenos en particular.

En el plan de negocios realizado se utilizó el método inductivo porque por medio de él se pudo obtener un análisis ordenado, coherente y lógico de los problemas que enfrenta la Asociación de Artesanos 4 de Junio, de lo cual se logró extraer conclusiones de carácter general y de formular los objetivos e hipótesis.

Luego de realizar varias observaciones de los sucesos ocurridos en la Asociación de Artesanos 4 de Junio, como toda asociación poseen varios problemas, que en los últimos años han ocasionado que algunos socios se alejen provocando un distanciamiento entre socios, irresponsabilidad e impuntualidad al asistir a las distintas reuniones programadas, para combatir estos problemas es necesario la implementación de un Plan de Negocios para mejorar e incrementar la economía de la asociación.

2.4.2 Deductivo

Hernández Sampieri R. (2007), indica que “mediante este método se aplican los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios” (pág. #57). Es aquel que parte de los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

Primero consiste en encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos, una ley o un principio puede reducirse a otra más general que la incluya. También sirve para descubrir consecuencias desconocidas de principios conocidos.

El método deductivo permitió recopilar y extraer del método inductivo, los problemas y causas más relevantes de la Asociación de Artesanos 4 de Junio, para resolverlos, de tal forma que estos problemas se conviertan en varias oportunidades.

Los problemas de la Asociación de Artesanos 4 de Junio, como el no estar comprometido con la asociación, carencia de conocimientos de organización, alejamiento de varios socios, ha provocado una descoordinación en los objetivos planteados por la directiva actual, la elaboración de un plan de negocios ayudará a resolver de una manera más formal éstos problemas y mejorar e incrementar los ingresos de la misma, con la implementación de un nuevo negocios donde participen y socialicen todos los socios.

2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

2.5.1 Encuesta

Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos o encuestados, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Este listado se denomina cuestionario.

Richard L. Sandhusen (2002), expresa que “las encuestas obtienen información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas, ya sea personales, telefónicas o por correo” (pág. #). La encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados pues permite obtener amplia información de fuentes primarias.

2.5.1.1 Tipos de Encuesta

En la actualidad existen cuatro tipos de encuesta que se dividen según el medio que se utiliza para realizar la encuesta:

- **Encuestas basadas en entrevistas cara a cara o de profundidad:** Consisten en entrevistas directas o personales con cada encuestado, tienen la ventaja de ser controladas y guiadas por el encuestador, además, se suele obtener más información que con otros medios.
- **Encuestas Telefónicas:** Este tipo de encuesta es una entrevista vía telefónica con cada encuestado, se puede abarcar un gran número de personas en menos tiempo que la entrevista personal, sus costos suelen ser bajos y es de fácil administración.

La encuesta se la realizó a gente con características similares de la Asociación de Artesanos 4 de Junio, socios de la misma, habitantes del cantón La Libertad, con el fin de obtener información y varias opiniones para determinar el grado de factibilidad y acogida del plan de negocios.

Se utilizará la encuesta basadas en entrevistas cara a cara o de profundidad, con preguntas cerradas, por de esta manera permitirá obtener una información adecuada de los temas principales que se estudiará.

2.5.2 Entrevista

Es una técnica de investigación que consiste en una interacción verbal que a diferencia de una conversación espontánea, suele tener un objetivo predeterminado que consiste en obtener información sobre hechos, personas, culturas entre otros. Denzin y Lincoln (2005), considera que “la entrevista es una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas” (pág. #643). La entrevista se la emplea en diversos campos profesionales, esta técnica está fuertemente influenciada por las características personales del entrevistador, ayuda a determinar el comportamiento actual de un negocio o empresa.

2.5.2.1 Tipos de Entrevista

- **Entrevista Estructurada:** En la entrevista estructurada todas las preguntas son respondidas por la misma serie de preguntas preestablecidas con un límite de categorías por respuestas. Este tipo de entrevista las preguntas se elaboran con anticipación y se plantean a las personas participantes con cierta rigidez o sistematización.
- **Entrevista No Estructurada:** Esta entrevista puede proveer una mayor amplitud de recursos con respecto a los otros tipos de entrevistas, el esquema de preguntas y secuencias no está prefijada, las preguntas pueden ser de carácter abierto y el entrevistado tienen que construir la respuesta, son flexibles y permiten mayor adaptación a las necesidades de la investigación y a las características de los sujetos.

Se empleó la entrevista estructurada, con preguntas claras y acorde al tema planteado en el trabajo de investigación, para desarrollar una charla o diálogo con la directiva de la Asociación de Artesanos 4 de Junio con el objetivo de conocer más a fondo de los inicios, dificultades y la trayectoria de esta prestigiosa institución.

2.6 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

2.6.1 Cuestionario de entrevistas

Está compuesto por un conjunto de preguntas que es general para todos los informantes, sin que exista la posibilidad de hacer repreguntas, en todo caso cualquier otra pregunta debe figurar en el cuestionario y en consecuencia es uniforme para todos los entrevistados

2.6.2 Cuestionario de encuestas

Es un instrumento de investigación que se utilizó para el desarrollo del plan de negocios y consiste en una serie de preguntas y otras indicaciones con el propósito de obtener información de los consultados, es un instrumento útil y eficaz para recoger información en un tiempo breve.

2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

2.7.1 Población

Es un conjunto definido, limitado y accesible del universo que forma el referente para la elección de la muestra. Es el grupo al que se intenta garantizar los resultados.

Hernández Sampieri R. (2007), manifiesta que “es el conjunto de elementos individuales o unidades fundamentales formadas por personas o cosas” (pág. #23).

La población a la que se refiere en el estudio corresponde a lo existente en la Provincia de Santa Elena, miembros de la Asociación de Artesanos 4 de Junio, a la misma que diseñará al plan de negocios correspondiente.

CUADRO No 12: Población

Población	No personas
Directiva de la Asociación	6
Artesanos	40
Habitantes del cantón La Libertad	86108
Total	86154

Fuente: Asociación de artesanos 4 de Junio

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

2.7.2 Muestra

Se conoce con el nombre de muestreo al proceso de extracción de una muestra a partir de la población. Proceso esencial de muestreo que consiste en identificar la población que estará representada en el estudio. Es aquella parte representativa de la población, aunque existen autores que consideran a la muestra desde dos puntos de vista, la una como muestra con enfoque cualitativo y otra como muestra cuantitativa.

2.7.3 Tipos de muestra

Existen diferentes tipos de muestra, y por lo general se dividen en dos grupos:

- Muestra probabilística
- Muestra no probabilística

2.7.3.1 Muestra Probabilística

Proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra, en este muestreo los elementos se seleccionan mediante la aplicación de procedimientos de azar. Cada elemento de la población tiene una probabilidad conocida de ser seleccionada, sus resultados se utilizan para hacer inferencias sobre los parámetros poblacionales, además es posible medir el error de muestreo.

Muestreo Aleatorio Simple.- Procedimiento donde todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados, esta probabilidad es distinta de cero a uno, un ejemplo de este muestreo es simplemente enumerando observaciones sobre pedazos de papel, colocándolos en un sombrero y sacando el número deseado.

Muestreo Sistemático.- Se basa en la selección de un elemento en función de una constante “k”, de esta manera se escoge un elemento cada “k” de veces. Esto no es propiamente un tipo de muestreo y es conveniente considerarlo como un esquema de selección regular de muestra.

Muestreo Estratificado.- Este tipo de muestreo se utiliza cuando el universo original de tamaño N, es fragmentado en estratos relativamente homogéneos en cuanto a la variable de interés. Esto es aconsejable siempre que la variación entre estratos sea mayor que la interna de cada estrato.

Muestreo por Conglomerados.- Un conglomerado es un conjunto de unidades muestrales. Los conglomerados se seleccionan aleatoriamente y dentro de cada uno se estudia todas sus unidades muestrales o se hace un muestreo de ellos. Este método que en esencia es una extensión del muestreo por áreas, consiste en la aplicación de las últimas unidades del muestreo en localidades adyacentes en lugar de permitir su dispersión en todas las áreas que comprenden la muestra.

Muestreo estadístico.- Son aquellos que se basan en el principio de equiprobabilidad, es decir, aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y consiguientemente, todas las posibles muestras de tamaño (n) tienen la misma probabilidad de ser elegidas.

2.7.3.2 Muestreo no Probabilístico

Los métodos no probabilísticos son aquellos en los que no se puede establecer a priori una probabilidad de selección de los elementos de la población que puede formar parte de la muestra; es decir, el proceso de selección de los elementos de la muestra es subjetivo, depende la voluntad y criterio del investigador.

Las muestras no probabilísticas son fáciles de conseguir y a un costo bajo, pero tienen el inconveniente de su poca validez al no controlar los márgenes de error. Procedimiento de selección en el que se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra. Este se clasifica en:

Muestreo por Criterio.- Consiste en acudir a expertos en la materia, para que ayuden en la determinación de una muestra representativa. En él, se deja de lado la muestra probabilística, para por medio de un conocimiento profundo del tema objeto de estudio escoger una muestra adecuada.

Muestreo por Cuotas.- Suponen una estratificación de la población y la elección de cuotas proporcionales en la muestra a los estratos de la población. La elección de las cuotas es el resultado de la elección de varias categorías y variables, dejando en manos del entrevistador, la elección última de los elementos.

Es el muestreo no probabilístico más usado, que suele introducirse en la última etapa del muestreo.

2.7.4 Elementos de la muestra

Para determinar la muestra se consideró utilizar la muestra estadística.

N=Universo o población

p= Probabilidad de ocurrencia (50% = 0.5)

q= Probabilidad de no ocurrencia (50% = 0.5)

Z= Nivel de confianza deseado (95%= 1.95 desviaciones estándar)

(N-1)= Corrección que se unas para muestras grandes mayores de 30

E= Limite aceptada de error muestral (10% = 0.1)

n= Tamaño de la muestra

2.7.5 Fórmula de la muestra

Reemplazando los datos en la formula se tiene:

Tamaño de la muestra para habitantes del cantón La Libertad

Para los habitantes del cantón La Libertad se consideró realizar el muestreo estadístico porque la población es extensa y para el estudio se requiere solo una proporción de todos estos habitantes.

$$n = \frac{N}{E^2 * (N - 1) + 1}$$

$$n = \frac{86108}{0.1^2 * (86108 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{86108}{0.01 * 86107 + 1}$$

$$n = \frac{86108}{862.07}$$

$$n = 99$$

Para la presidencia y los socios se consideró utilizar el muestreo por criterio, porque la población es pequeña y lo recomendable es encuestar a todas las personas involucradas en la asociación.

CUADRO No 13: Muestra

Población	Muestra	Técnica
Directiva de la asociación	6	entrevista
Artesanos	40	Encuesta
Habitantes del cantón La Libertad	99	Encuesta
Total	145	

Fuente: Muestra

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

2.8 PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS

2.8.1 Procedimiento

Para el plan de negocios se detalla la secuencia realizada en esta investigación:

1. Esquematización de la estrategia de investigación
2. Definición de los procedimientos implementados para el desarrollo de la estrategia.
3. Definición de las variables de interés
4. Explicación del proceso mediante el cual fueron seleccionados los participantes.
5. Discusión de los instrumentos utilizados para el estudio
6. Recolección de datos

2.8.2 Procesamiento

El proceso lleva el siguiente orden:

1. Organizar los datos explorados
2. Tabulación de datos
3. Elaboración de Tablas y Gráficos de los datos a obtenerse
4. Presentación del proceso de análisis aplicado a los datos
5. Formulación de las conclusiones
6. Planteamiento de las recomendaciones
7. Elaboración de la propuesta

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

A continuación se presentan los cuadros, datos estadísticos y resultados obtenidos de la encuesta, dirigida a los habitantes del cantón La Libertad y a los miembros de la asociación, el cual servirá para poder tener un análisis de los posibles clientes, competencia que tendrá el nuevo servicio y aceptación del plan de negocios para la Asociación de Artesanos 4 de Junio, se utilizaron una serie de preguntas abiertas y cerradas, sencillas y claras para facilitar el procedimiento con los encuestados.

También se consideró la entrevista como técnica de investigación, en la cual se estructuraron preguntas de gran importancia para el tema planteado, se mantuvo diálogos entre el entrevistador y la directiva de la asociación, esta técnica permitió conocer la opinión de los directivos en cuanto a este nuevo servicio de mantenimiento y reparación de vehículos,.

Este tipo de servicio no existe en la provincia, algo novedoso y creativo, que brinda facilidad al cliente, ahorra tiempo y dinero, permitirá mejorar e incrementar los ingresos de la asociación.

Los datos obtenidos en la entrevista y encuesta, constituyen la base fundamental para el conocimiento a fondo de la problemática planteada, conociendo y analizando cada uno de los problemas que afectan a esta institución y de esta manera realizar una propuesta de un plan de negocios para la Asociación de Artesanos 4 de Junio, en el cantón La Libertad, el cual ayudará a crear un nuevo tipo de negocios brindando los mejores beneficios para los clientes, esta actividad permitirá desarrollarse profesional y económicamente.

3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

3.1.1 Entrevista realizada a la Directiva de la Asociación 4 de Junio

1. ¿Cuál fue el aspecto que motivó para que ustedes formen una asociación?

De las personas entrevistadas, mencionaron que el aspecto que motivó la creación de la asociación fue que no tenían el apoyo necesario para hacer cumplir y valer sus derechos como artesanos, ser reconocidos como artesanos a nivel provincial, contar con el apoyo de la Junta Nacional de Defensa del Artesano. De manera individual no tenían posibilidades de realizar los trámites que necesitaban en los talleres, de ahí surgió la idea de conformar una asociación.

2. ¿Con cuántos miembros empezó la asociación?

Cuando surgió la necesidad de crear una asociación de artesanos, un grupo de 10 amigos se reunieron bajo un árbol, sin pensar que posteriormente iban a convertirse en los primeros socios, luego de varias conversaciones comenzaron a salir nuevas ideas, de cómo y que debían hacer para poder constituirse como asociación reconocida.

3. ¿En la actualidad cuántos socios existen en la asociación?

En la actualidad existen alrededor de 40 socios afiliados a la asociación, pero solo 32 están activos, debido a que no han cumplido con las respectivas obligaciones que se les plantearon al momento que ingresaron a la asociación, algunos socios por este motivo terminaron alejándose, otros en cambio prefirieron por integrarse a otra

4. ¿Cuál cree usted que es su mayor fortaleza?

De las personas entrevistadas de la asociación, manifestaron que tienen varias fortalezas como trabajo y unión, fuerza de socios, pero la más importante es contar con una infraestructura propia.

Algunas de las asociaciones pese a sus años de creación, no cuentan con una sede, gracias a las gestiones realizadas por las directivas anteriores y con la ayuda de la municipalidad y al Alcalde de ese periodo administrativo, se logró adquirir el terreno para construir la sede, después de haber conseguido esto, se trabajó muy fuerte y gracias a la colaboración de la mayoría de los socios se logró construir lo que es la sede hoy en día.

5. ¿Cuál cree usted que es su mayor debilidad?

Mediante la información obtenida con la entrevista, los socios mencionaron que toda asociación tiene debilidades y que ellos no son la excepción, en la actualidad una de sus mayores debilidades es que los socios se están alejando y separando de la asociación, esto se debe a que muchos de ellos no están cumpliendo con las obligaciones que adquirieron al momento de pertenecer a la asociación, pero se está trabajando para tratar de mejorar esta debilidad y convertirla en una de sus fortalezas.

6. ¿Cuentan con el apoyo de alguna institución del estado?

En la entrevista realizada a la directiva de la asociación, mencionaron que por el momento no cuentan con el apoyo de ninguna institución, pero se está realizando gestiones para tratar de contar con el apoyo de la Municipalidad de La Libertad, que un tiempo tuvieron el apoyo cuando era alcalde el Ing. Patricio Cisneros, o alguna otra institución como la prefectura entre otras.

7. ¿Durante los años que tiene la asociación, los socios han recibido alguna capacitación?

Pese a tener varios años de haber sido constituida como asociación, aún no han logrado tener alguna capacitación, debido a que no se cuenta con el apoyo necesario de la mayoría de los socios, otras veces porque estas capacitaciones tienen un costo o están en horarios que por tiempo a los socios se les dificulta poder salir por motivo de trabajo.

Cabe mencionar que algunos socios han recibido alguna capacitación fuera de la asociación, pero lo han realizado de manera individual y la idea es que todos asistan a estas, porque en un futuro estas capacitaciones les servirán de mucho en su vida laboral y personal.

8. ¿Cuáles son los proyectos que tiene en futuro para la asociación?

De acuerdo con las entrevistas realizadas, los socios manifestaron que lo que más anhelan en el futuro es poder terminar con la construcción de la sede, gracias a las aportaciones de los socios se está logrando realizar esto, se espera que para el año siguiente ya tengan terminada la sede y de esta manera poder alquilarla para eventos sociales, para lograr que la institución tenga otro ingreso extra. Luego de haber concluido con esta actividad tan importante se plantearán nuevas metas para mejora de la asociación.

9. ¿En la actualidad conoce alguna empresa que ofrezca el servicio de mantenimiento y reparación completa de vehículos?

En la entrevista que se realizó a la directiva de la asociación, se mencionó que no conocen ninguna empresa que brinde un servicio completo en lo que concierne a reparación y mantenimiento de vehículos, también dijeron que en la provincia existen una variedad de talleres que reparan vehículos, pero ninguno ofrece este nuevo tipo de servicio.

10. ¿Cree usted que la implementación de este tipo servicio en la asociación mejorará e incrementará sus ingresos?

Las personas entrevistadas mencionaron que es un buen negocio, que es algo nuevo y más en estos momentos que cada día los clientes son más exigentes con ellos, además sería de gran ayuda implementar este tipo de servicio en la asociación para que de esta manera se pueda incrementar los ingresos, esto se puede lograr siempre y cuando los socios estén de acuerdo.

11. ¿Cree usted que todos los socios estarían dispuestos a capitalizar para la implementación de este tipo de servicio?

De acuerdo con las entrevistas realizadas a la directiva de la asociación, ellos expresan que primero se debe estudiar con mayor profundidad el tema planteado, para lo cual se tendrá que realizar reuniones con mayor frecuencia y de acuerdo con lo que la mayoría expongan se podrá tomar una decisión, otros manifestaron que es difícil que los socios puedan capitalizar para este tipo de negocios, porque sus ingresos son limitados, y para esto se requiere de una buena cantidad de dinero.

12. ¿Cómo usted contribuiría en la ejecución de este proyecto?

Los entrevistados dijeron que para esto no solo se requiere compromiso de la directiva, sino también de los artesanos afiliados a la asociación, además se debe buscar el apoyo de otras instituciones para que aporten, ayuden y se lleve a cabo este negocio, otra forma sería buscar la manera de solicitar un crédito bancario con alguna de las tantas instituciones financieras que existen a nivel provincial, para esto también se requiere que todos los socios adquieran un compromiso de pago con la entidad bancaria.

3.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

3.2.1 Encuesta realizada a los habitantes del cantón La Libertad.

Pregunta: Género

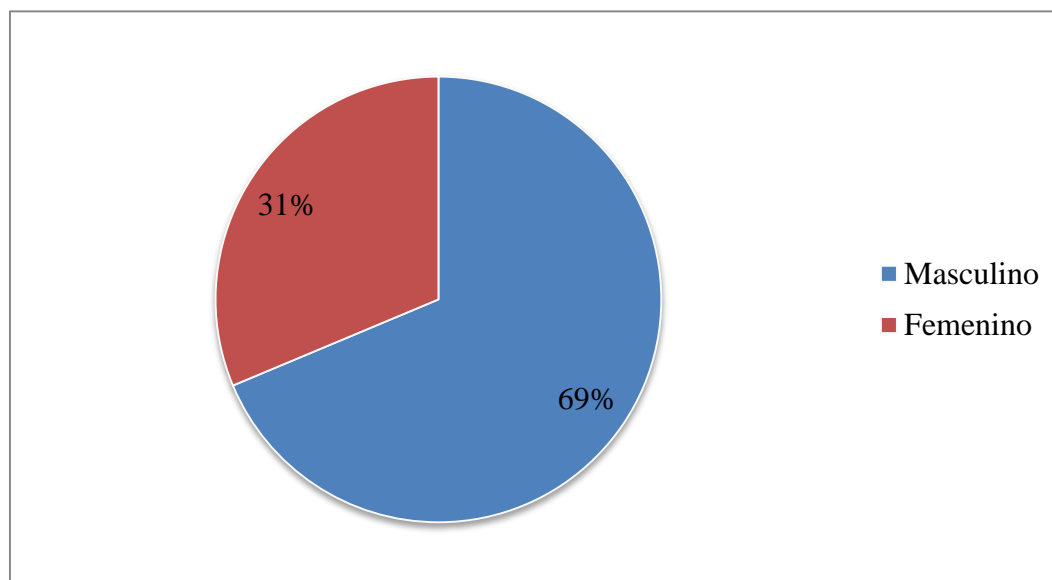
TABLA N° 1: Género

Género			
Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
1	Masculino	68	69%
	Femenino	31	31%
	Total	99	100%

Fuente: Género

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 1: Género



Fuente: Género

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

Los resultados indican que en este sector del cantón La Libertad, existe un promedio más alto de hombres, que de mujeres, representan más de la mitad, un número considerable con respecto al del sexo opuesto.

Pregunta: Edad

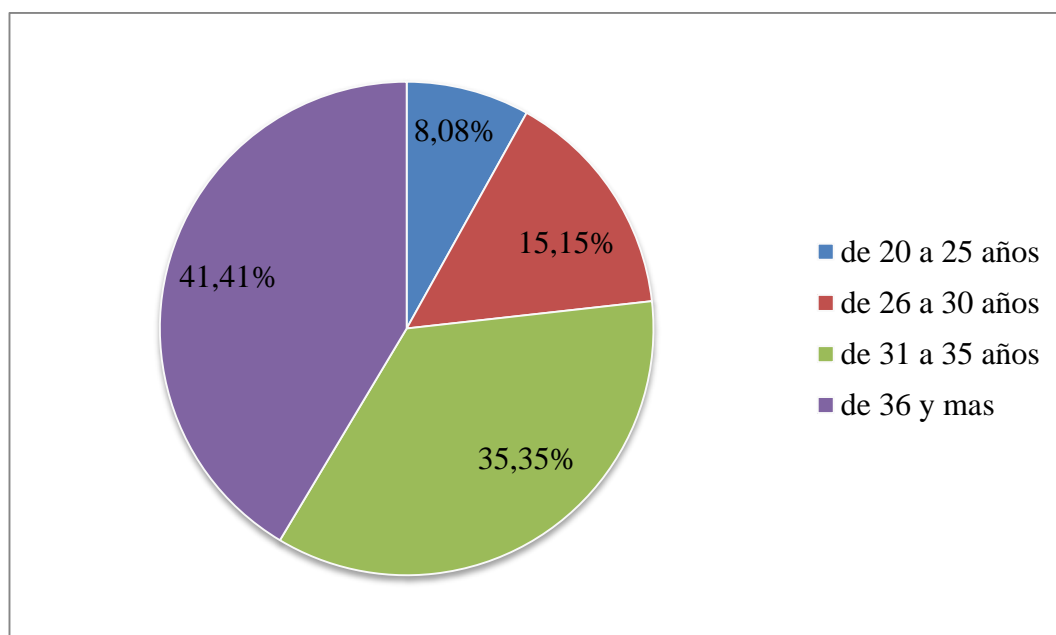
TABLA N° 2: Edad

Edad			
Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
2	de 20 a 25 años	8	8,08%
	de 26 a 30 años	15	15,15%
	de 31 a 35 años	35	35,35%
	de 36 y mas	41	41,41%
	Total	99	100%

Fuente: Edad

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 2: Edad



Fuente: Edad

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

En este gráfico que corresponde a la edad de los habitantes del cantón La Libertad, se puede apreciar que una gran parte de las personas representan más de la mitad de la población encuestada y ellos sobrepasan los 30 años de edad, mientras que otro grupo les corresponde a las personas adolescentes y adolescentes mayores.

Pregunta: Nivel de ingresos

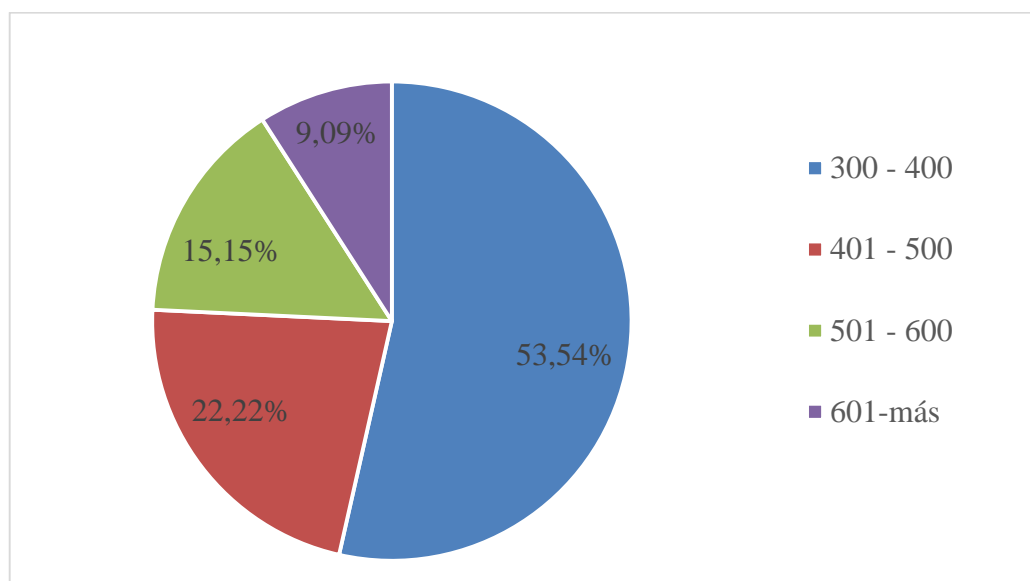
TABLA N° 3: Nivel de ingreso

Nivel de Ingreso			
Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
3	300 - 400	53	53,54%
	401 - 500	22	22,22%
	501 - 600	15	15,15%
	601-más	9	9,09%
	Total	99	100%

Fuente: Niveles de ingresos

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 3: Nivel de ingresos



Fuente: Niveles de ingresos

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

Los resultados del siguiente gráfico indican que en su mayoría las personas ganan un sueldo básico o tienen un ingreso promedio de 400 a 500 dólares, y que de acuerdo a las posibilidades que tengan ellos podrían adquirir algún vehículo, en cambio las personas que ganan más están en condiciones de poder adquirir un vehículo, dependiendo de la necesidad de cada uno.

Pregunta 1: ¿De acuerdo con su opinión, poseer un vehículo en la actualidad es de gran ayuda?

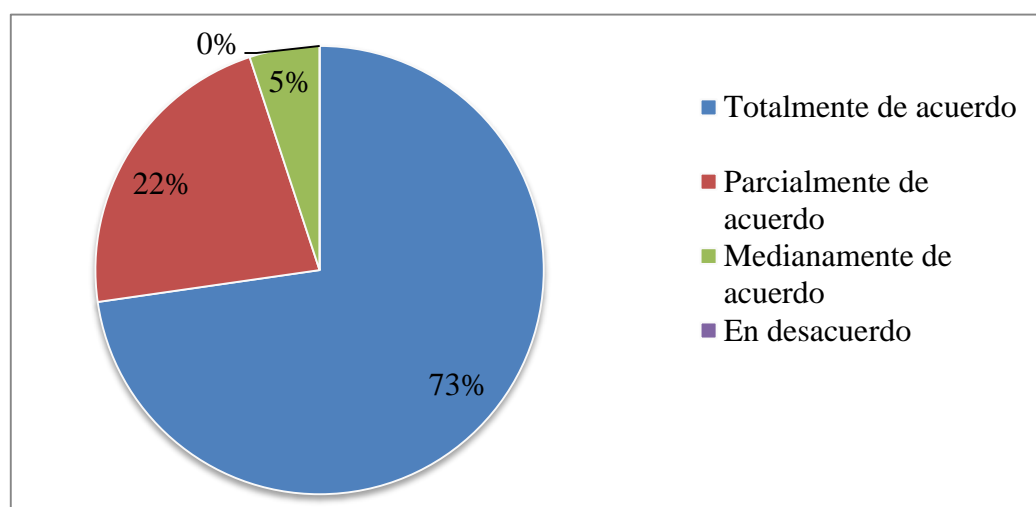
TABLA N° 4: Vehículos en la actualidad

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
4	Totalmente de acuerdo	72	73%
	Parcialmente de acuerdo	22	22%
	Medianamente de acuerdo	5	5%
	En desacuerdo	0	0%
	Total	99	100%

Fuente: Vehículos en la actualidad

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 4: Vehículos en la actualidad



Fuente: Vehículos en la actualidad

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

La mayoría de la población del cantón La Libertad, están de acuerdo que estos tiempos es de gran ayuda tener un vehículos, porque les ahorra tiempo, mientras que en un bajo porcentaje no considera de mucha utilidad poseer un vehículo, porque se sienten más cómodos y tranquilos utilizando otros medios para transportarse.

Pregunta 2: ¿En su familia cuantos vehículos poseen?

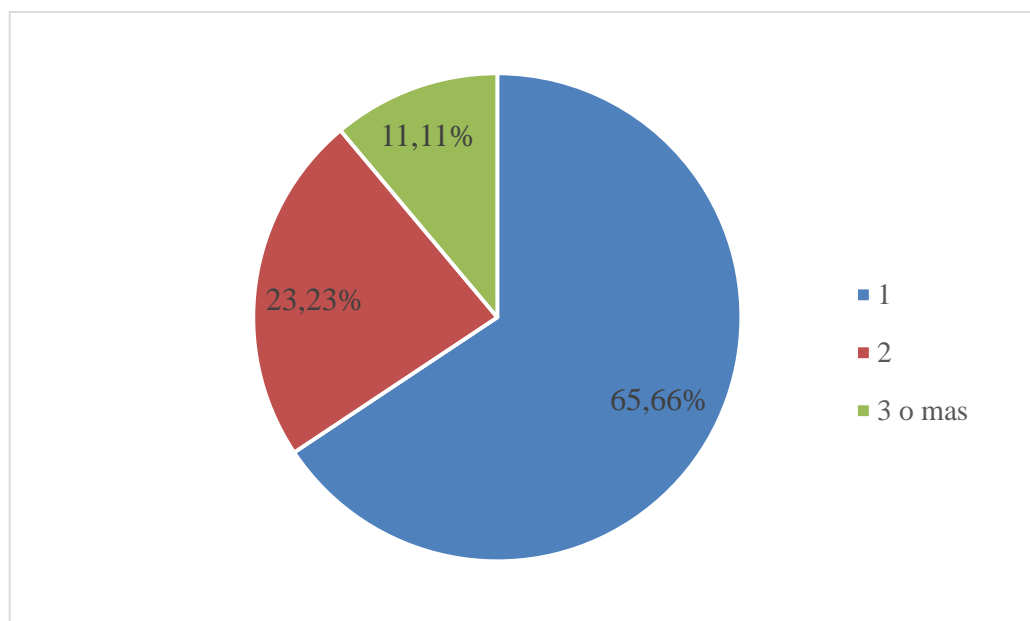
TABLA N° 5: Vehículos en las familias

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
5	1	65	65,7%
	2	23	23,2%
	3 o mas	11	11,1%
	Total	99	100%

Fuente: Vehículos en las familias

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 5: Vehículos en las familias



Fuente: Vehículos en las familias

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

Los resultados indican que una gran parte de este sector, las familias poseen al menos un vehículo, lo que significa que en estos tiempos poseer un automóvil ya no es considerado como un lujo sino como una necesidad, las personas que tienen más de un vehículo corresponden a una clase media y las que poseen más de tres corresponden a gente de clase alta.

Pregunta 3: ¿Cuál es la marca de vehículo que posee?

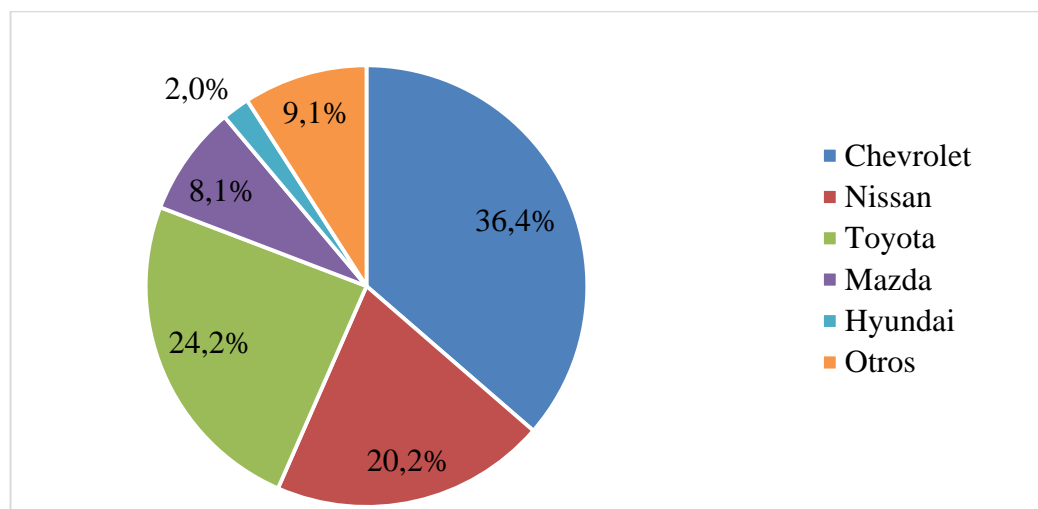
TABLA N° 6: Marca de vehículos

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
6	Chevrolet	36	36,4%
	Nissan	20	20,2%
	Toyota	24	24,2%
	Mazda	8	8,1%
	Hyundai	2	2,0%
	Otros	9	9,1%
	Total	99	100%

Fuente: Marca de vehículo

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 6: Marca de vehículos



Fuente: Marca de vehículo

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

La mayoría de los habitantes de esta población posee un vehículo de marca Chevrolet porque afirman que es una de las mejores marcas que existe no solo a nivel nacional sino mundial, esto significa que la marca Chevrolet esta posesionada en la mente del consumidor, ya sea por modelos, precios y facilidades que dan los concesionarios al momento de vender un vehículo.

Pregunta 4: ¿Qué tipo de uso le da a su vehículo?

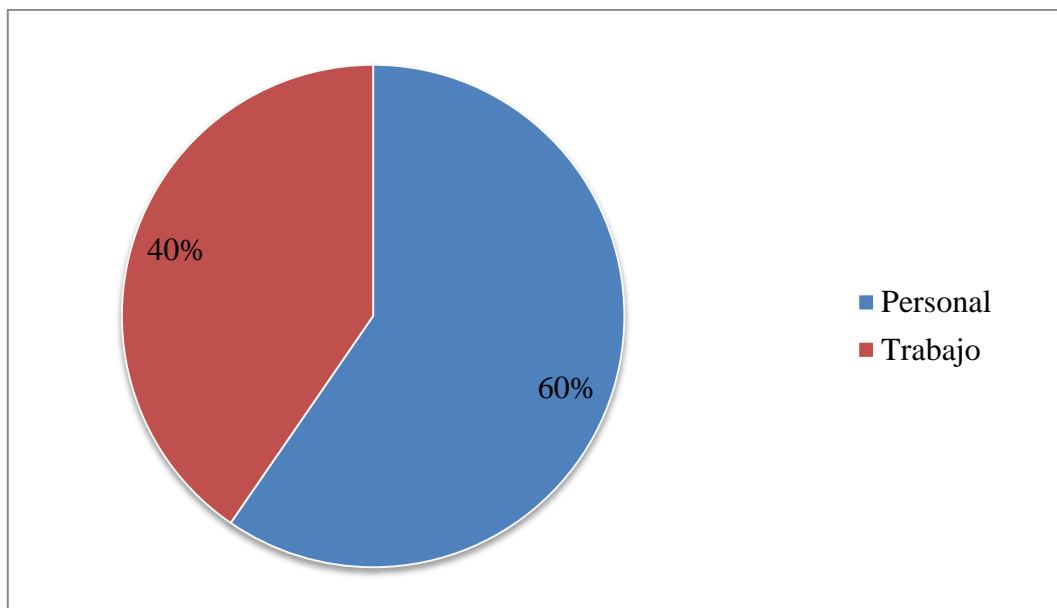
TABLA N° 7: Uso de vehículo

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
7	Personal	59	60%
	Trabajo	40	40%
	Total	99	100%

Fuente: Uso del vehículo

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 7: Uso del vehículo



Fuente: Uso del vehículo

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

El siguiente gráfico permite observar que una gran parte de los habitantes utilizan los vehículos para uso personal, que los utilizan ya sea para ir a sus trabajos o para pasear con la familia, que significa que en este sector en su mayoría las personas trabajan en instituciones y ganan un sueldo mensual, mientras que la otra parte utiliza el vehículo solo para trabajar, porque de este dependen sus ingresos mensuales.

Pregunta 5: ¿Al momento de reparar su vehículo que aspecto considera?

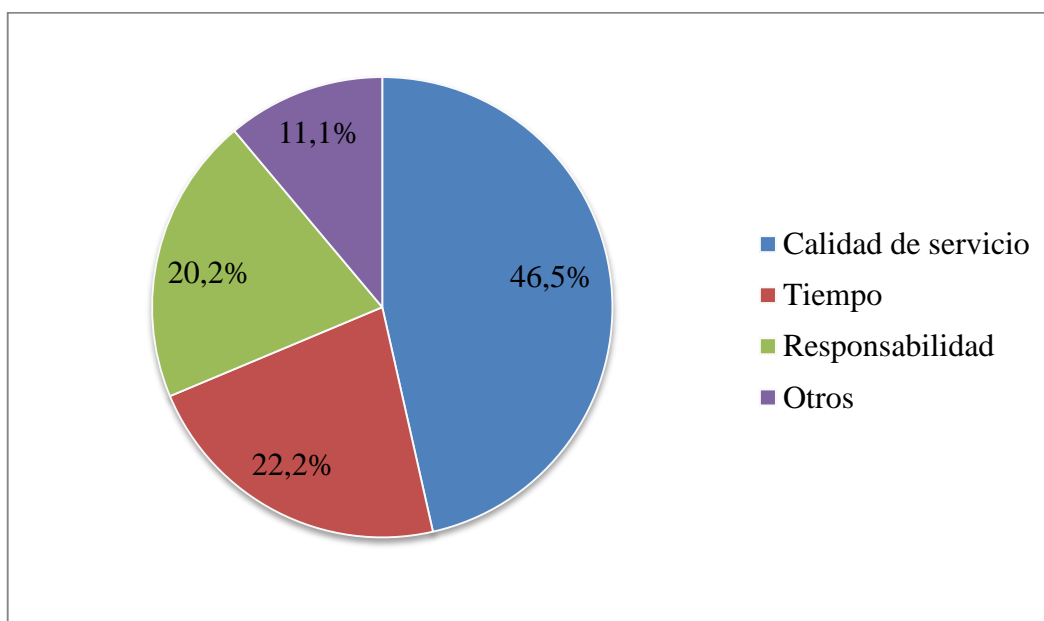
TABLA N° 8: Aspectos considerados

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
8	Calidad de servicio	46	46,5%
	Tiempo	22	22,2%
	Responsabilidad	20	20,2%
	Otros	11	11,1%
	Total	99	100%

Fuente: Aspectos considerados

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 8: Aspectos considerados



Fuente: Aspectos considerados

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

Se puede observar que un porcentaje mayor de los encuestados aseguran que al momento de arreglar los vehículos, consideran que lo mejor que le pueden ofrecer en un taller es la calidad de servicio, porque otros talleres realizan el trabajo en muy poco tiempo, pero la calidad no es la mejor, mientras que otra parte afirma que es por la responsabilidad y un menor grupo asegura que existen otro motivo.

Pregunta 6: ¿Cuántos talleres visita para darle mantenimiento a su vehículo?

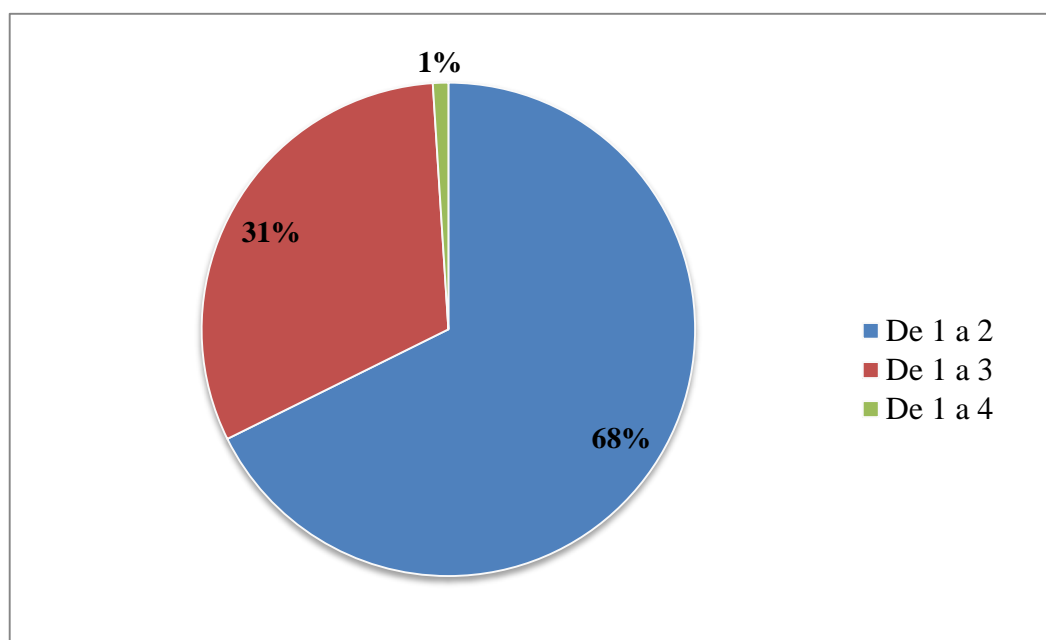
TABLA N° 9: Talleres visitados

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
9	De 1 a 2	67	68%
	De 1 a 3	31	31%
	De 1 a 4	1	1%
	Total	99	100%

Fuente: Talleres visitados

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 9: Talleres visitados



Fuente: Talleres visitados

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

La mayoría de las personas encuestadas visitan solo un taller al momento de reparar un vehículo, porque por lo general el mantenimiento solo es de mecánica y alineación, otra parte visita más de dos talleres, porque consideran que en un solo taller no pueden realizar todo lo que necesitan.

Pregunta 7: ¿Con que frecuencia visita un taller para dar mantenimiento a su vehículo?

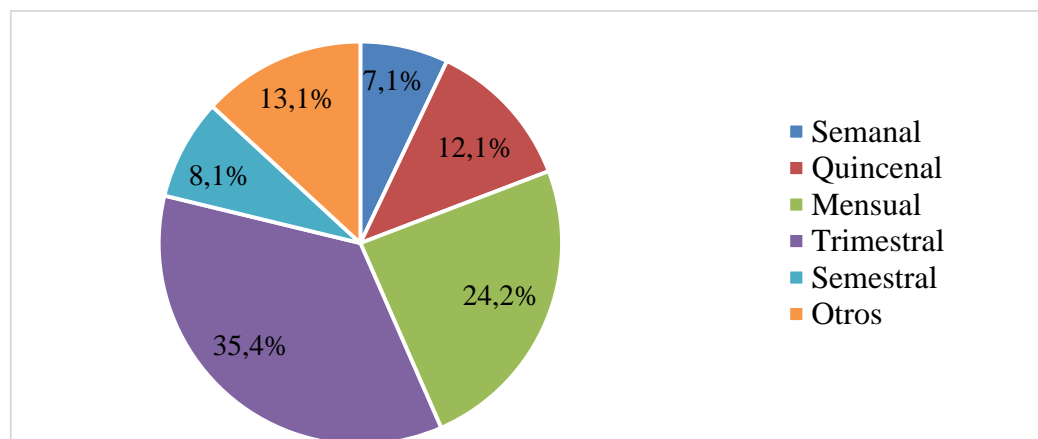
TABLA N° 10: Frecuencia de visita a talleres

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
10	Semanal	7	7,1%
	Quincenal	12	12,1%
	Mensual	24	24,2%
	Trimestral	35	35,4%
	Semestral	8	8,1%
	Otros	13	13,1%
	Total	99	100%

Fuente: Frecuencia de visita a talleres

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 10: Frecuencia de visita a talleres



Fuente: Frecuencia de visita a talleres

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

Las personas encuestadas en su mayoría dicen frecuentar más un taller para dar mantenimiento al vehículo cada tres meses, porque es lo que les recomienda un mecánico automotriz, otras personas lo hacen cada mes para revisar alguna anomalía u otras cosas, algunas que son más cuidadosas los hacen revisar cada quince días o semanal, para evitar algún accidente, y ciertas personas dicen que solo le revisan cuando esta averiado.

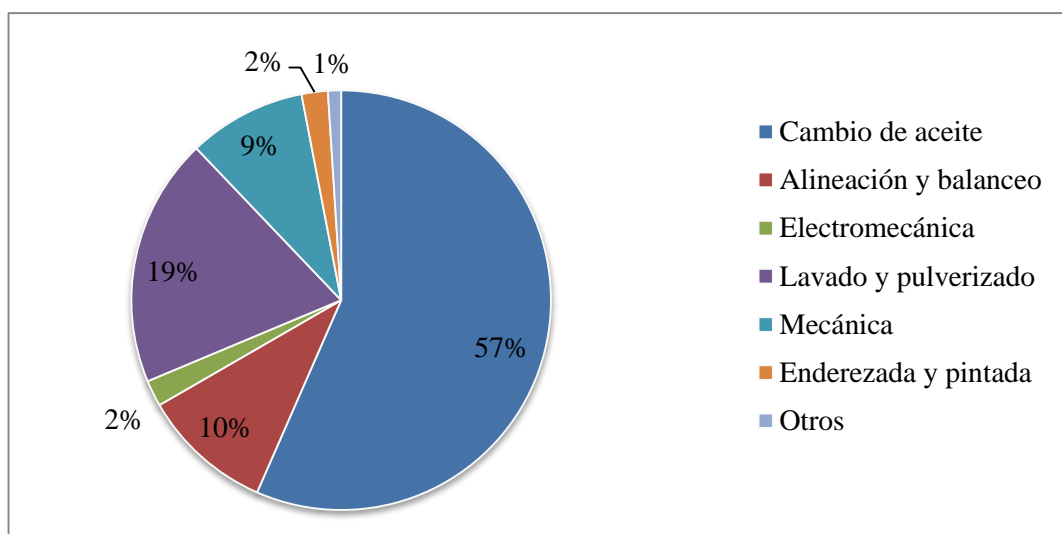
Pregunta 8: ¿Cuáles son los servicios que utiliza con mayor frecuencia?

TABLA N° 11: Servicios de mayor frecuencia

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
11	Cambio de aceite	56	57%
	Alineación y balanceo	10	10%
	Electromecánica	2	2%
	Lavado y pulverizado	19	19%
	Mecánica	9	9%
	Enderezada y pintada	2	2%
	Otros	1	1%
	Total	99	100%

Fuente: Servicios de mayor frecuencia
Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 11: Servicios de mayor frecuencia



Fuente: Servicios de mayor frecuencia
Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

En el siguiente gráfico se puede apreciar que las personas por lo general utilizan todos estos servicios, teniendo con mayor frecuencia el cambio de aceite, alineación y balanceo, lavada y pulverizada, porque consideran son las más importantes para el correcto cuidado del vehículo, el resto de servicios se utiliza sólo cuando sea necesario.

Pregunta 9: ¿Le gustaría que todos estos servicios antes mencionados se los pueda encontrar en un solo lugar?

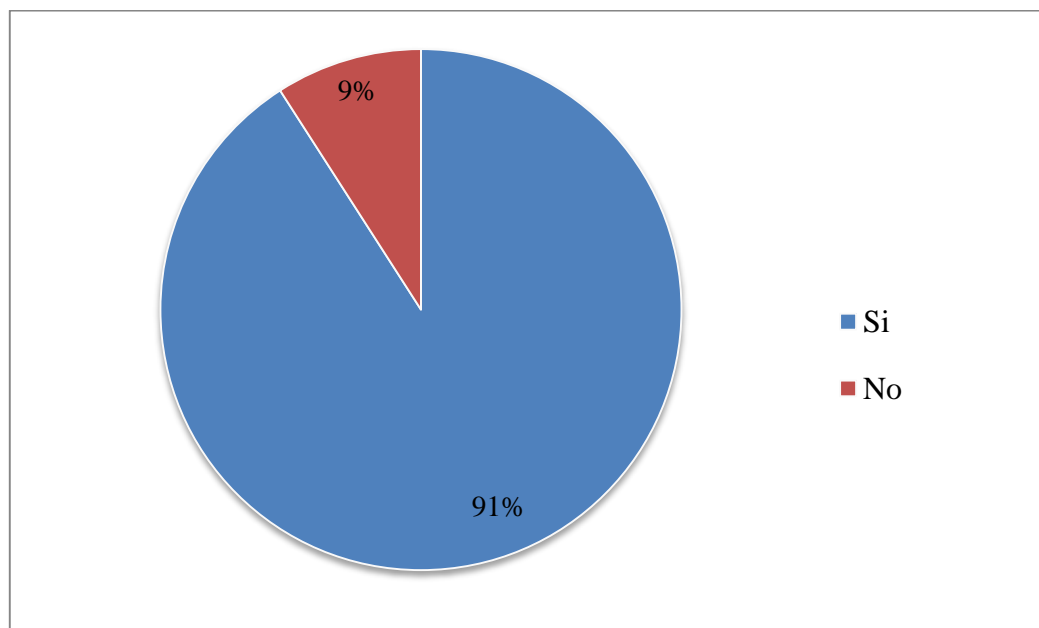
TABLA N° 12: Servicios a encontrar en un solo lugar

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
12	Si	90	91%
	No	9	9%
	Total	99	100%

Fuente: Servicios a encontrar en un solo lugar

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 12: Servicios a encontrar en un solo lugar



Fuente: Servicios a encontrar en un solo lugar

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

En su gran mayoría las personas encuestadas aseguran que sería de gran ayuda encontrar estos servicios en un solo lugar, porque algunas veces hay que ir a varios lugares para dar un adecuado mantenimiento al vehículo, mientras la otra parte dice que esto sería un poco perjudicial porque no contaría con suficiente tiempo para brindar todos estos servicios.

Pregunta 10: ¿Le gustaría ahorrar tiempo y dinero al momento de dar mantenimiento a su vehículo?

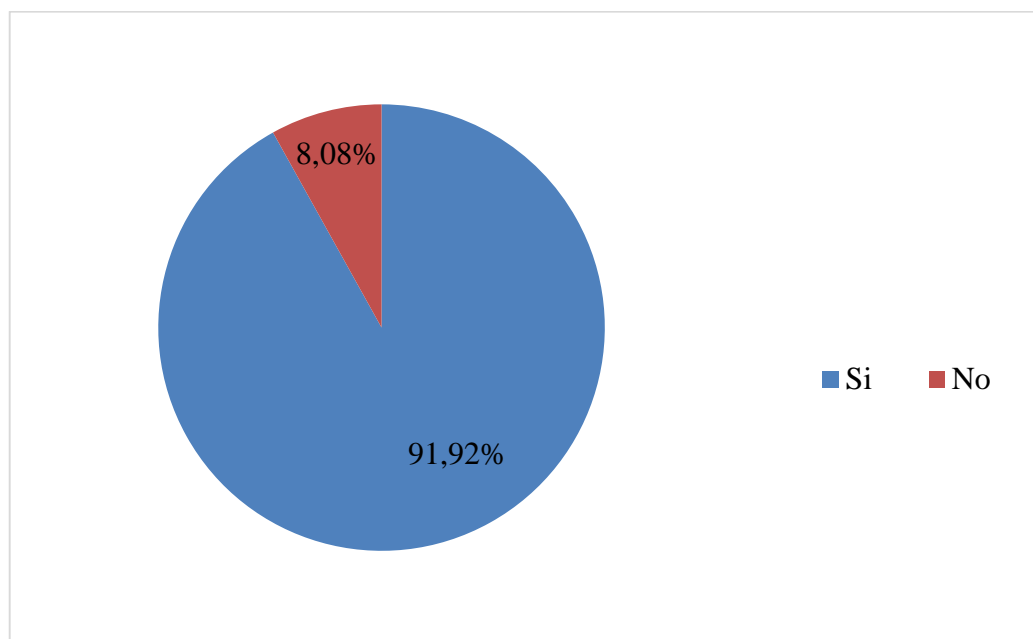
TABLA N° 13: Ahorro de tiempo y dinero

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
13	Si	91	91,92%
	No	8	8,08%
	Total	99	100%

Fuente: Ahorro de tiempo y dinero

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 13: Ahorro de tiempo y dinero



Fuente: Ahorro de tiempo y dinero

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

La mayoría de los habitantes de este sector considera que es importante buscar economizar y ahorrar tiempo, siempre y cuando el servicio sea de muy buena calidad y que otras no les afecta lo que tengan que cancelar, porque lo más importante es encontrar su vehículo en buen estado.

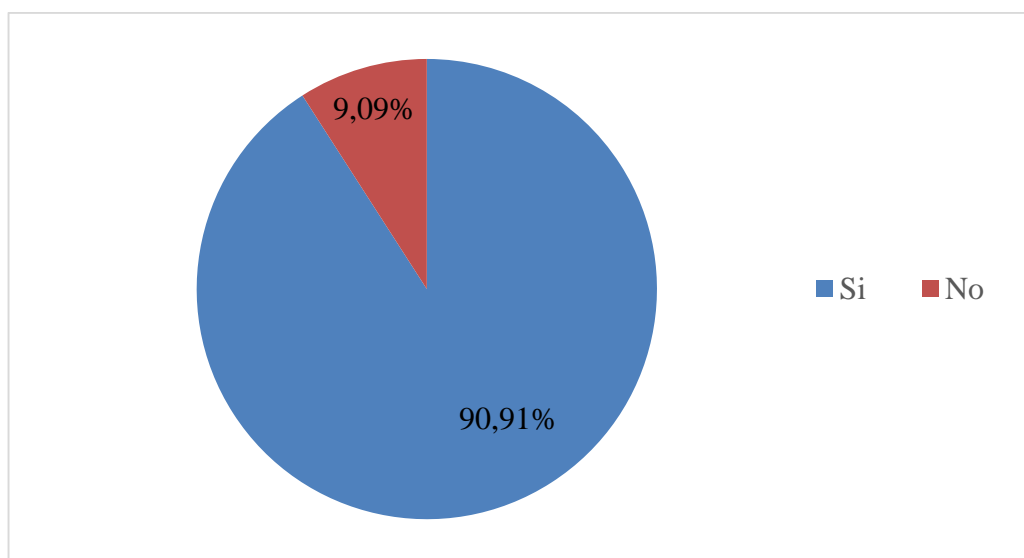
Pregunta 11: ¿Considera usted que es de mucho beneficio este nuevo tipo de servicio?

TABLA N° 14: Beneficio de un nuevo servicio

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
14	Si	90	90,91%
	No	9	9,09%
	Total	99	100%

Fuente: Beneficio de un nuevo servicio
Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 14: Beneficio de un nuevo servicio



Fuente: Beneficio de un nuevo servicio
Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

De acuerdo con los datos reflejados en el gráfico una gran parte de las personas encuestadas considera que sería de gran ayuda implementar este nuevo tipo de servicio, porque permitiría dejar en un solo lugar los vehículos y no tendrían que ir a varios talleres por otros servicios, mientras que las demás personas aseguran que no les agradaría porque ellos tienen personas de confianza que reparan sus vehículos desde hace varios años.

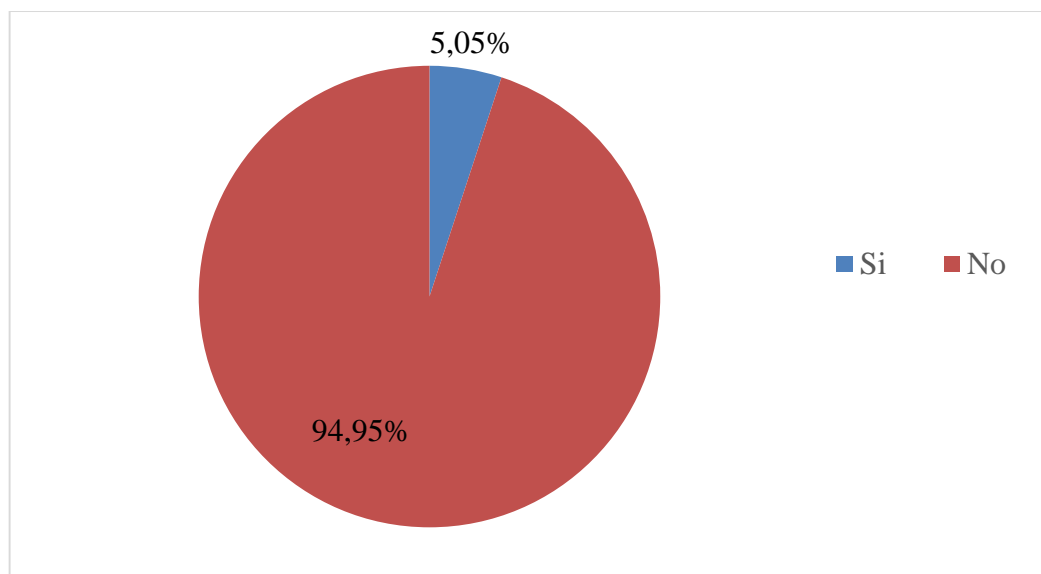
Pregunta 12: ¿Conoce usted alguna empresa que ofrezca el servicio de mantenimiento y reparación de vehículos en un solo lugar?

TABLA N° 15: Conocimiento de alguna empresa similar

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
15	Si	5	5,05%
	No	94	94,95%
	Total	99	100%

Fuente: Conocimiento de alguna empresa similar
Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 15: Conocimiento de alguna empresa similar



Fuente: Conocimiento de alguna empresa similar
Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

Las personas encuestadas de este sector del cantón, en su mayoría, aseguran que desconocen o no han visto un negocio como este, existen muchos talleres que se dedican a varias actividades, pero no todos ofrecen varios servicios en el mismo lugar, la otra parte dice que si existe este tipo de servicio pero no en la provincia sino que otros lugares del país.

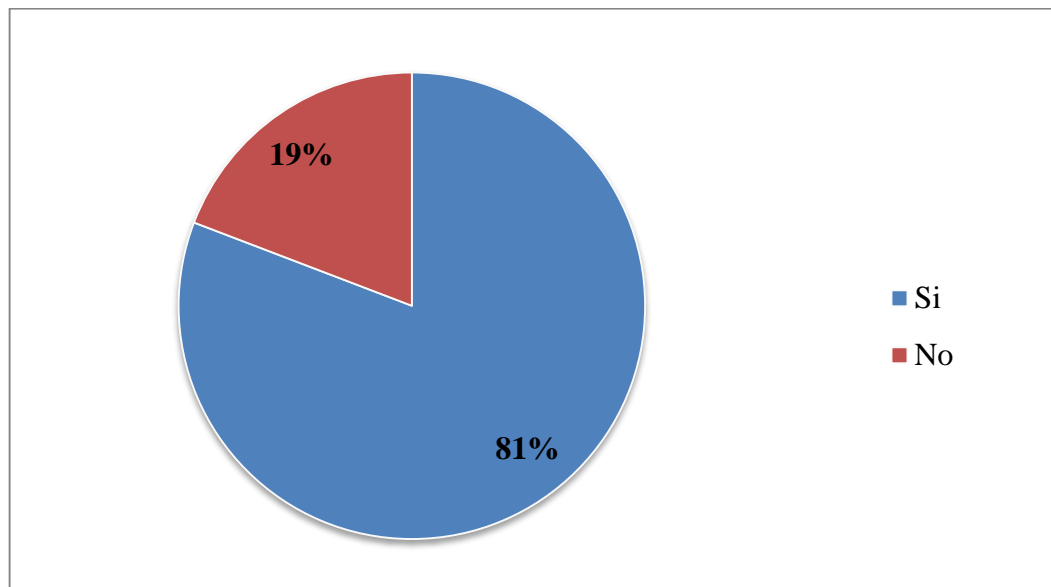
Pregunta 13: ¿De existir un negocio que ofrezca los servicios antes mencionados le visitaría?

TABLA N° 16: Existencia de un nuevo servicio

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
16	Si	80	81%
	No	19	19%
	Total	99	100%

Fuente: Existencia de un nuevo servicio
Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 16: Existencia de un nuevo servicio



Fuente: Existencia de un nuevo servicio
Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

El presente gráfico permite demostrar que una gran parte de las personas encuestadas le agradecería que exista un negocio de este tipo, pues en la provincia hace falta talleres que brinden algo nuevo, por otra parte las demás personas manifestaron que no porque confían solo en las personas que reparan los vehículos desde hace varios años.

3.2.2 Encuesta realizada a los Miembros de la Asociación 4 de Junio

Pregunta: Género

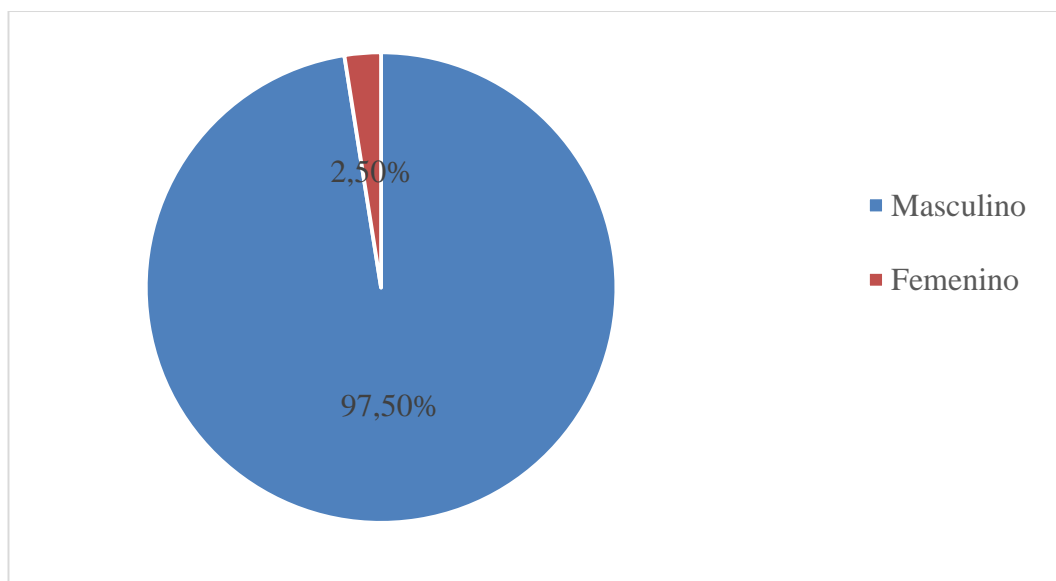
TABLA N° 17: Género

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
17	Masculino	39	96,88%
	Femenino	1	2,5%
	Total	40	100%

Fuente: Género

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 17: Género



Fuente: Género

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

En la Asociación de Artesanos 4 de Junio, se realizaron las respectivas encuestas para determinar cuántas personas del sexo masculino y femenino existen actualmente, dando como resultado, que la mayoría son hombres y tan solo una mujer, esto se debe a que las actividades artesanales que se dedican los socios muchas veces solo es realizada por hombres.

Pregunta: Edad

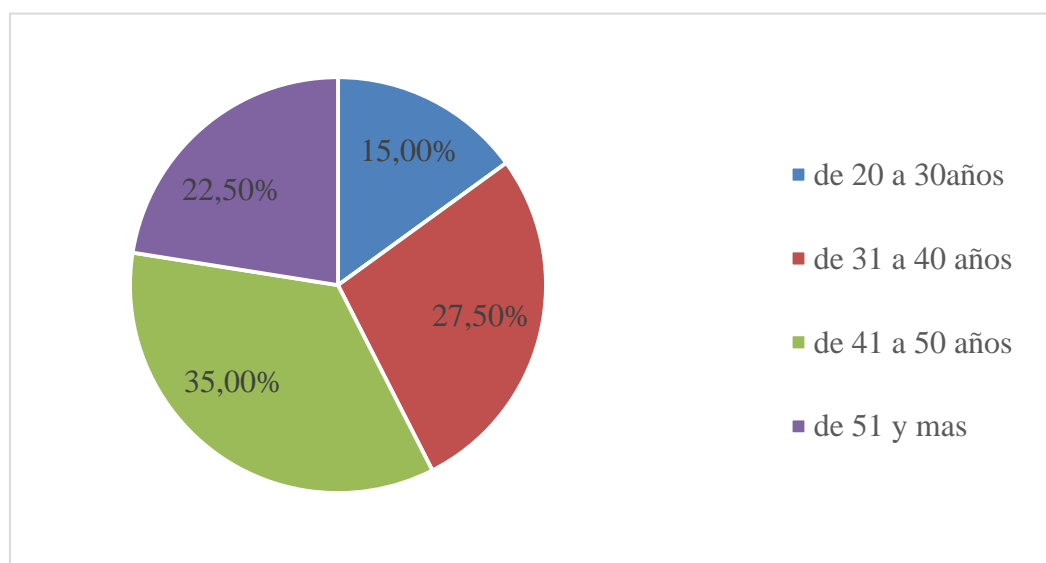
TABLA N° 18: Edad

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
18	de 20 a 30 años	6	15%
	de 31 a 40 años	11	27,5%
	de 41 a 50 años	14	35%
	de 51 y mas	9	22,5%
	Total	40	100%

Fuente: Edad

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 18: Edad



Fuente: Edad

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

De acuerdo a las respuestas de las personas encuestadas, un gran número de socios oscilan entre 41 a 50 años, esto se debe porque cuando empezaron a emprender este reto de conformarse como asociación los socios fundadores ya habían pasado de los 30 años.

Pregunta: Nivel de ingresos

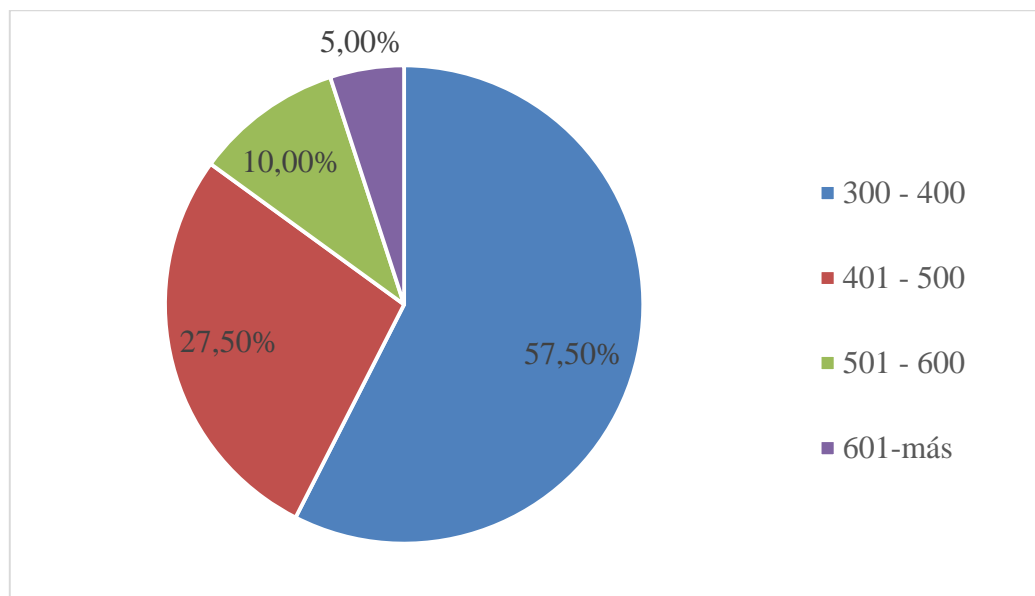
TABLA N° 19: Nivel de ingreso

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
19	300 - 400	23	57,5%
	401 - 500	11	27,5%
	501 - 600	4	10%
	601-más	2	5%
	Total	40	100%

Fuente: Nivel de ingresos

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No: 19 Nivel de ingreso



Fuente: Nivel de ingresos

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

De acuerdo con el gráfico, un gran número de los encuestados afirman que sus ingresos no sobrepasan los 400 dólares, debido a que la competencia ha ido en crecimiento en los últimos cinco años, los que tienen un ingreso más elevado son socios que han mejorado sus servicios o producto, por medio de préstamos u otras actividades.

Pregunta 1: ¿Cuál es la rama artesanal a la que se dedica usted?

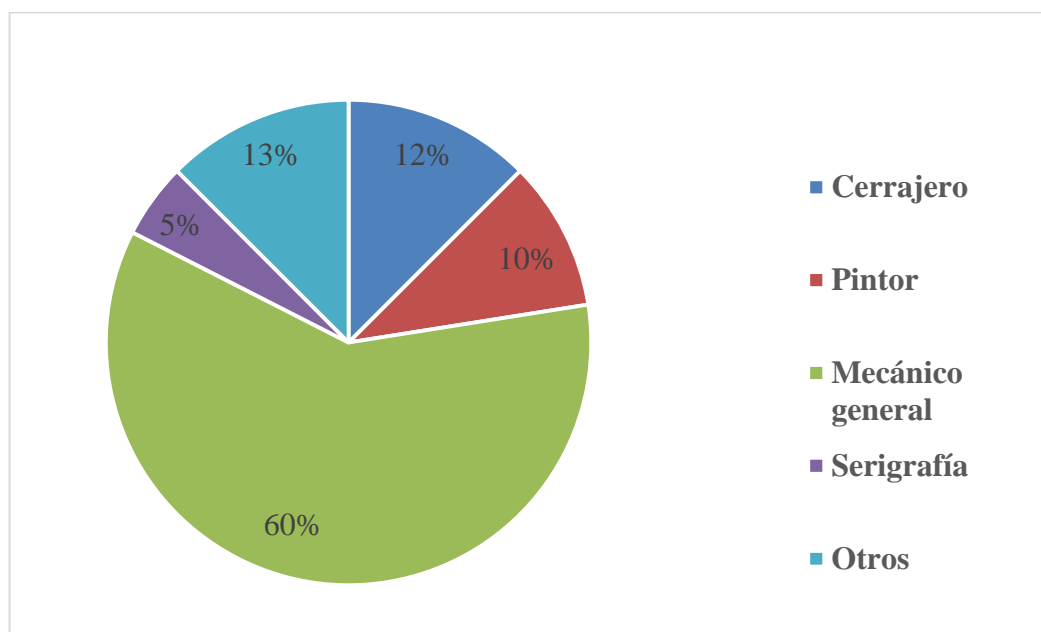
TABLA N° 20: Rama artesanal

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
20	Cerrajero	5	13%
	Pintor	4	10%
	Mecánico general	24	60%
	Serigrafía	2	5%
	Otros	5	13%
	Total	40	100%

Fuente: Rama artesanal

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 20: Rama artesanal



Fuente: Rama artesanal

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

En el siguiente gráfico se puede apreciar las diferentes ramas artesanales a las que se dedican los socios de la asociación, la que más predomina es la mecánica en general, de ahí la cerrajería es otra rama importante, así también como la de pintor, serigrafía y otros respectivamente.

Pregunta 2: ¿Cuántos años lleva ejerciendo esta profesión artesanal?

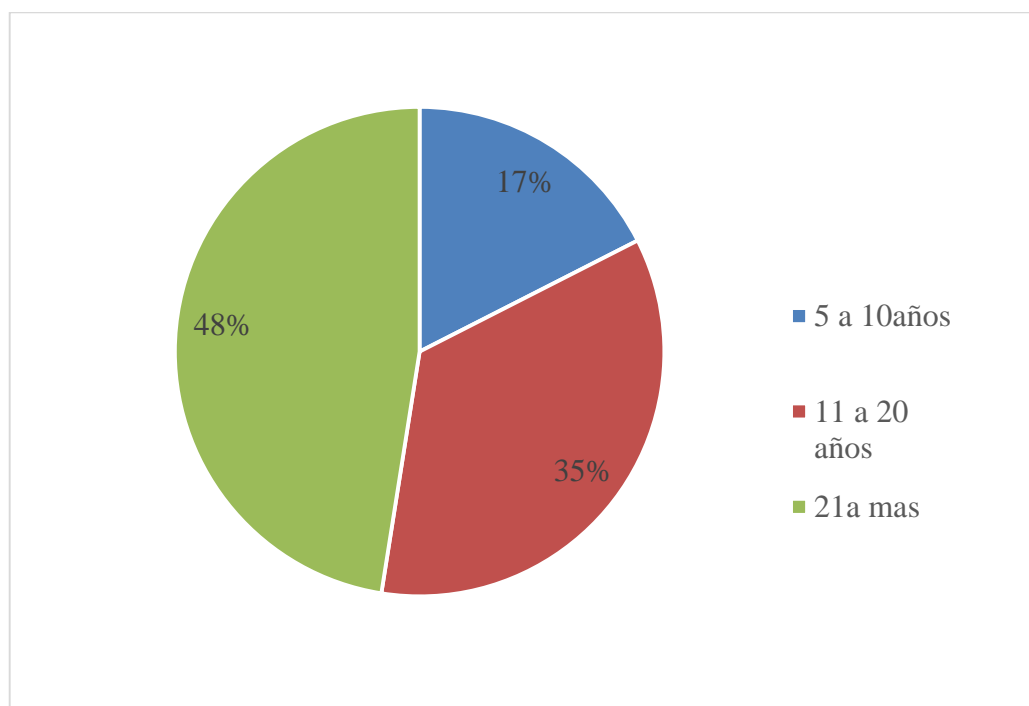
TABLA N° 21: Años en la profesión

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
21	5 a 10años	7	18%
	11 a 20 años	14	35%
	21a mas	19	48%
	Total	40	100%

Fuente: Años en la profesión

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 21: Años en la profesión



Fuente: Años en la profesión

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

Según el gráfico los resultados indican que la mayor parte de los artesanos tienen más de 20 años dedicados a sus ramas, unos han empezado desde muy jóvenes, otros en cambio ha heredado esta profesión de sus familiares, este es el caso para los socios que tienen de 5 a 10 años.

Pregunta 3: ¿Cuántos años lleva siendo miembro de esta institución?

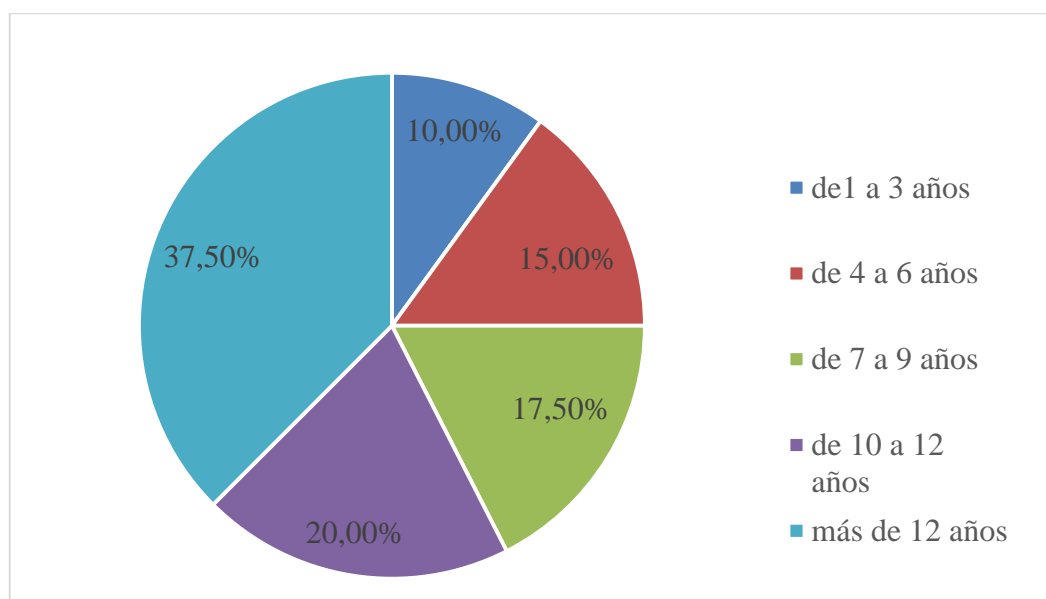
TABLA N° 22: Años de socio

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
22	de 1 a 3 años	4	10%
	de 4 a 6 años	6	15%
	de 7 a 9 años	7	17,5%
	de 10 a 12 años	8	20%
	más de 12 años	15	37,5%
	Total	40	100%

Fuente: Años de socio

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 22 Años de socio



Fuente: Años de socio

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

La mayoría de los socios encuestados lleva formando parte de la asociación más de 12 años, estos socios son los que formaron y constituyeron la asociación, gracias a la labor realizada por la asociación otras personas se han ido adhiriendo a la misma, estos socios son los que tienen menos de 5 años.

Pregunta 4: ¿Recibe algún beneficio de la asociación?

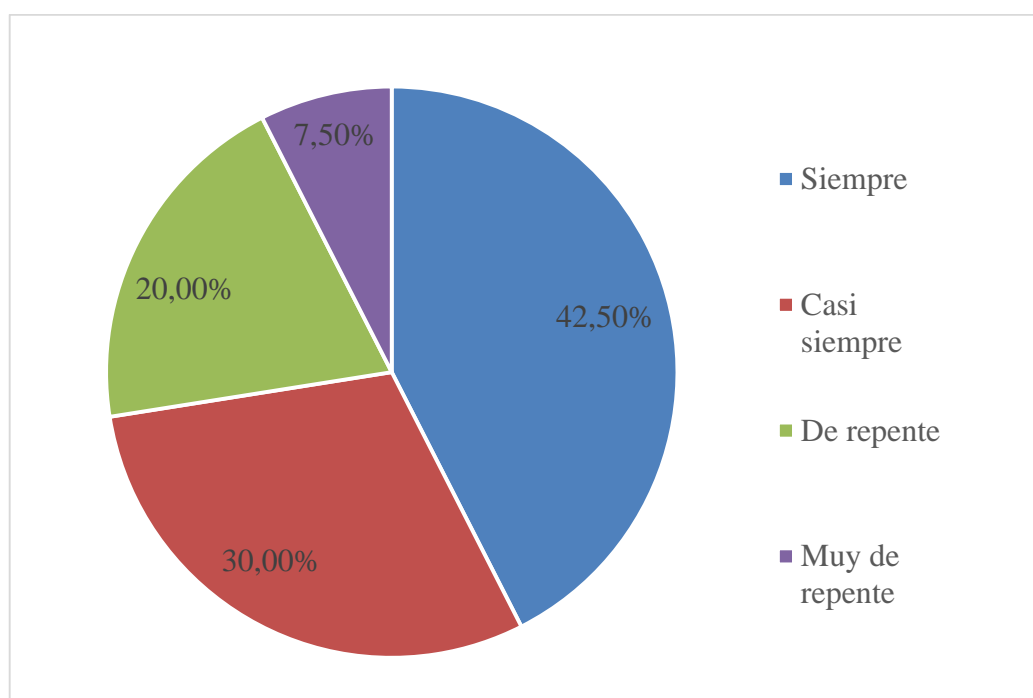
TABLA N° 23: Beneficios

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
23	Siempre	17	42,5%
	Casi siempre	12	30%
	De repente	8	20%
	Muy de repente	3	7,5%
	Total	40	100%

Fuente: Beneficios

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 23: Beneficios



Fuente: Beneficios

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

De acuerdo al gráfico se puede observar que un porcentaje mayor de los socios encuestados aseguran que si reciben beneficios de parte de la asociación, otros que casi siempre, otra parte que de repente, mientras que un porcentaje bajo dicen que muy pocas se reciben beneficios.

Pregunta 5: ¿Cuál es la fuente principal de ingreso de la asociación?

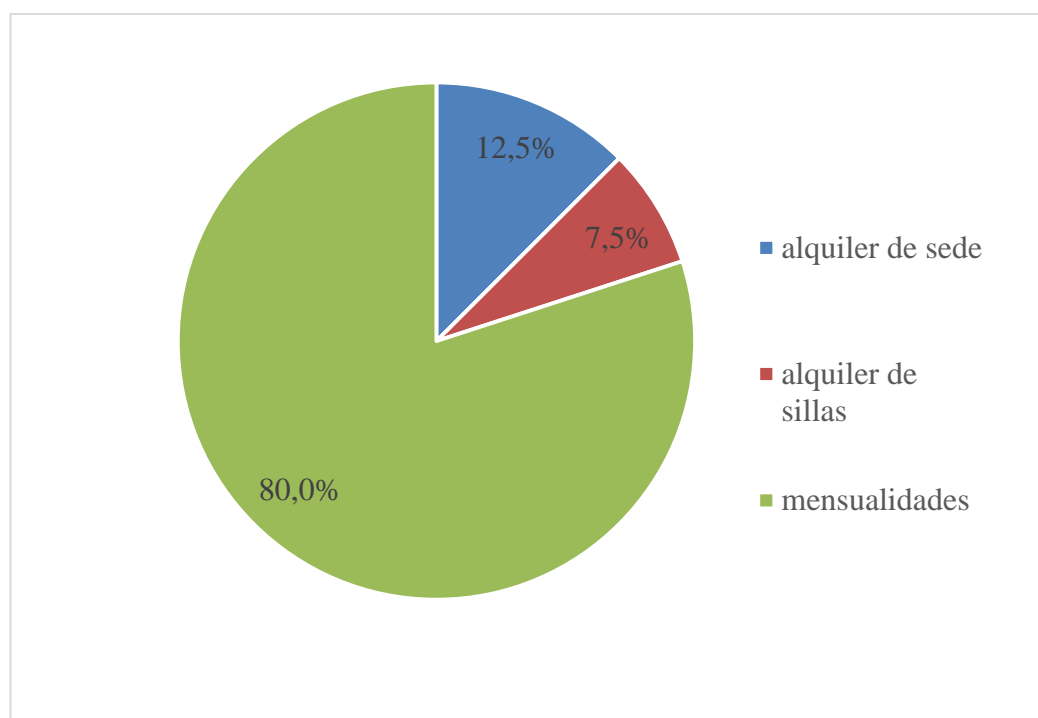
TABLA N° 24: Ingresos de la asociación

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
24	alquiler de sede	5	12,5%
	alquiler de sillas	3	7,5%
	mensualidades	32	80%
	Total	40	100%

Fuente: Ingresos de la Asociación

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 24: Ingresos de la asociación



Fuente: Ingresos de la Asociación

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

Una gran parte de los socios encuestados dijeron que los ingresos de la asociación definitivamente son las mensualidades que cada uno de los socios aportan, las mismas que sirven para poder terminar con las construcciones del local, mientras que el otro porcentaje afirman que a veces se alquila el local y sillas para tener otro pequeño ingreso.

Pregunta 6: ¿Cuál es la mayor fortaleza de la asociación?

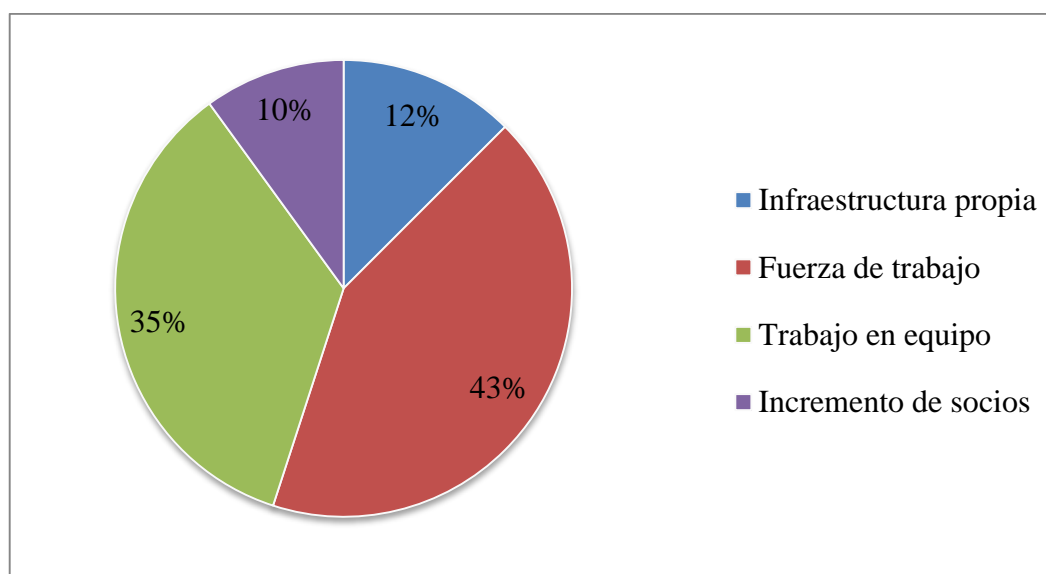
TABLA N° 25: Mayor Fortaleza

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
25	Infraestructura propia	5	12,5%
	Fuerza de trabajo	17	42,5%
	Trabajo en equipo	14	35,0%
	Incremento de socios	4	10,0%
	Total		40

Fuente: Mayor Fortaleza

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 25: Mayor Fortaleza



Fuente: Mayor Fortaleza

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

De acuerdo con los datos presentados anteriormente, una gran número de socios encuestados aseguran que la mayor fortaleza de la asociación es contar con una infraestructura propia, otro grupo afirma que es por el trabajo en equipo, otros por la fuerza de trabajo y una pequeña parte respectivamente manifiestan que por el incremento de socios.

Pregunta 7: ¿Cuál cree usted que es la debilidad que afecta a la asociación?

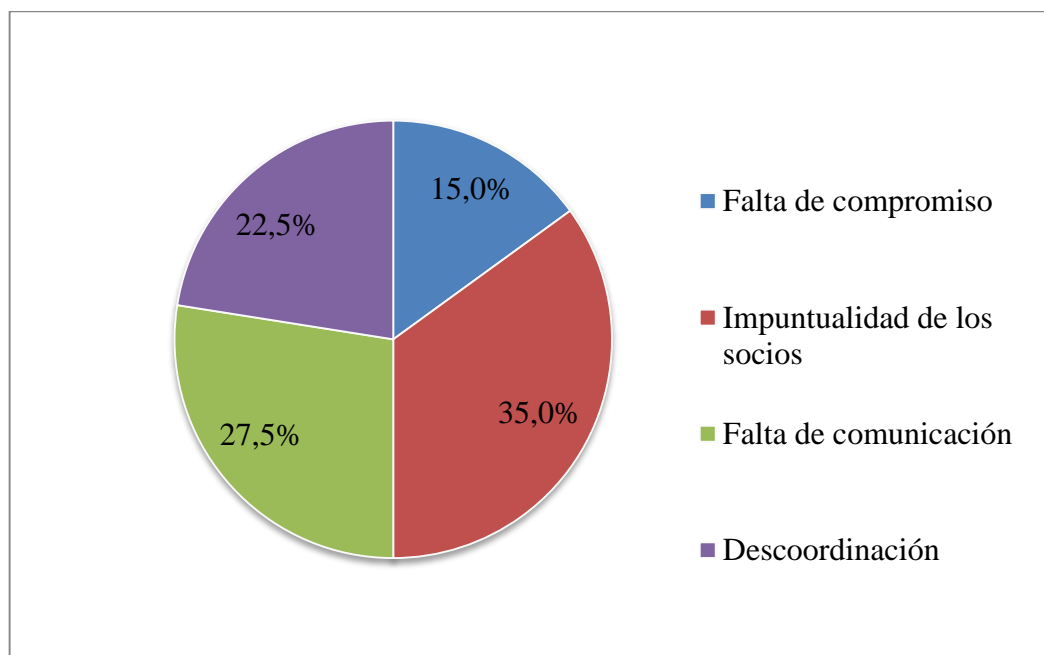
TABLA N° 26: Debilidad

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
26	Falta de compromiso	6	15,0%
	Impuntualidad de los socios	14	35,0%
	Falta de comunicación	11	27,5%
	Descoordinación	9	22,5%
	Total	40	100%

Fuente: Debilidad

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 26: Debilidad



Fuente: Debilidad

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

En el siguiente gráfico los socios encuestados manifestaron que todas están opciones afectan a la asociación, pero que la impuntualidad es la más grave, otra parte también considera que es por falta de comunicación, otros por la descoordinación y un menor porcentaje respectivamente que es por falta de compromiso.

Pregunta 8: ¿En los últimos seis meses ha recibido alguna capacitación de algún tipo?

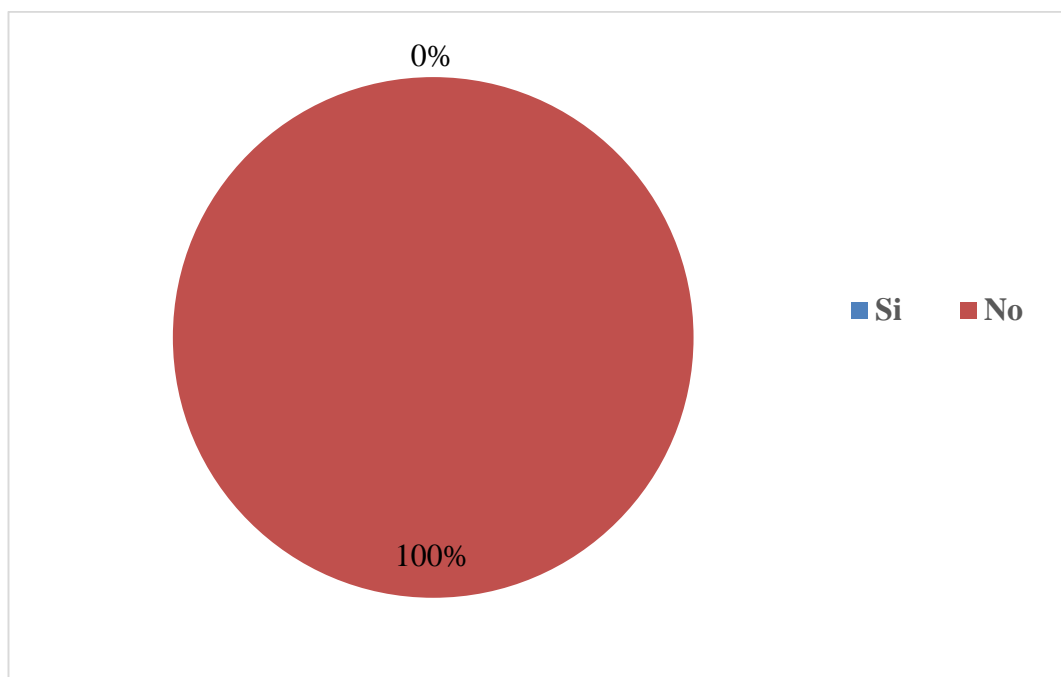
TABLA N° 27: Capacitaciones recibidas

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
27	Si	0	0%
	No	40	100%
	Total	40	100%

Fuente: Capacitaciones recibidas

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 27: Capacitaciones recibidas



Fuente: Capacitaciones recibidas

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

Los socios encuestados en su totalidad afirmaron que no han recibido ningún tipo de capacitaciones, esto se debe a que muchos de ellos no cuentan con el tiempo necesario para poder ir a las capacitaciones, o porque no se les ha presentado alguna oportunidad de ser capacitados.

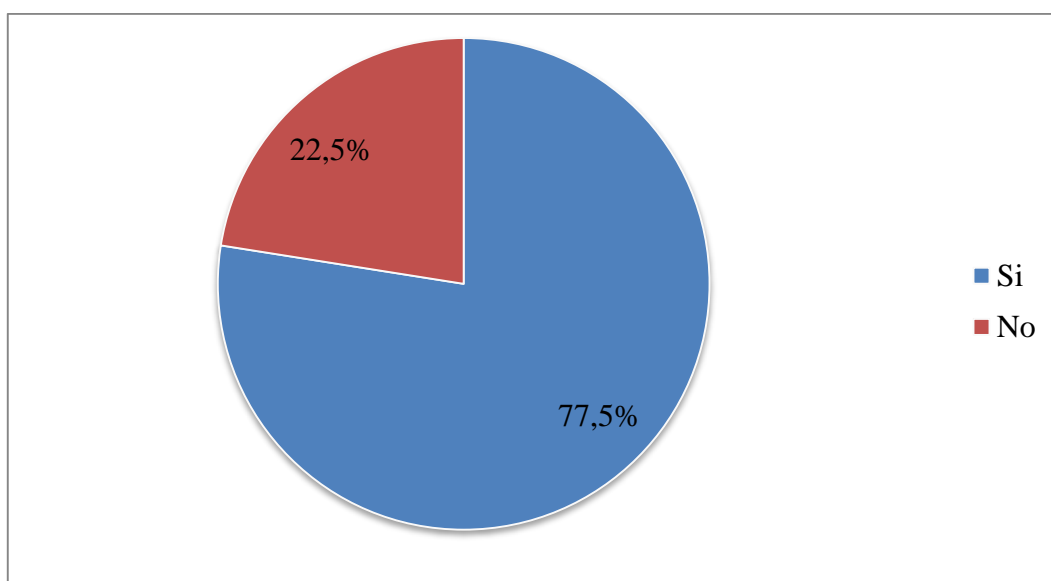
Pregunta 9: ¿Considera necesario recibir algún tipo de capacitación para enriquecer sus conocimientos?

TABLA N° 28: Necesidad de capacitarse

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
28	Si	31	77,5%
	No	9	22,5%
	Total	40	100%

Fuente: Necesidad de capacitarse
Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 28: Necesidad de capacitarse



Fuente: Necesidad de capacitarse
Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

De acuerdo al siguiente gráfico los socios encuestados en su mayoría, dijeron que sería de gran ayuda poder capacitarse en temas referentes a sus ramas, relaciones humanas, servicio al cliente, entre otros, esto ayudará a enriquecer sus conocimientos, otros expusieron que no les convendría porque estos cursos o capacitaciones deben tener un costo y no están económicamente bien para poder invertir en esta actividad.

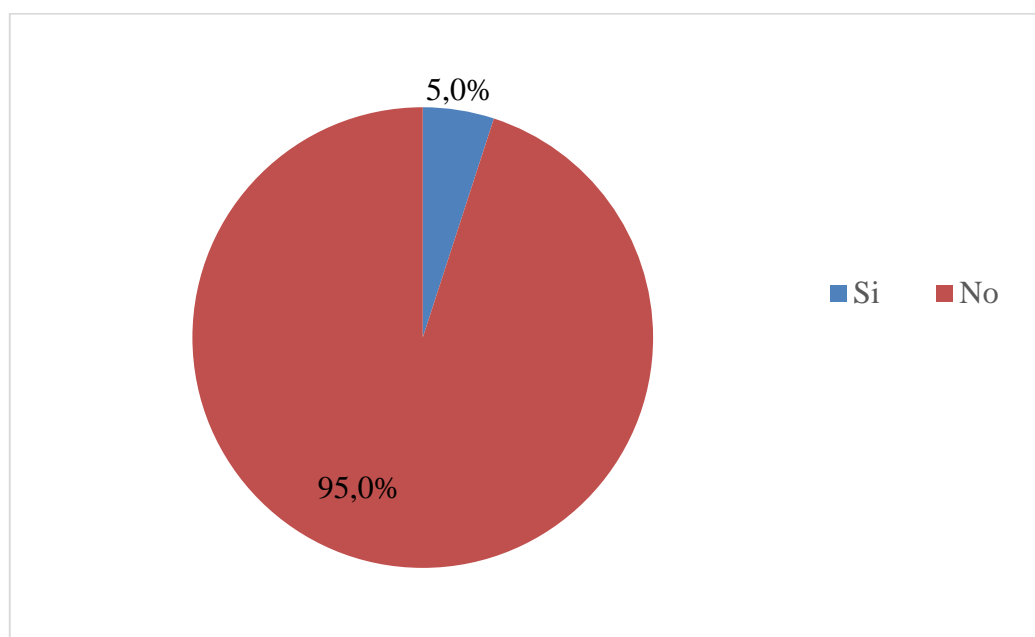
Pregunta 10: ¿En la actualidad conoce alguna institución que ofrezca un servicio completo de mantenimiento y reparación de vehículos?

TABLA N° 29: Conocimiento de otras empresas

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
29	Si	2	5%
	No	38	95%
	Total	40	100%

Fuente: Conocimientos de otras empresas
Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 29: Conocimiento de otras empresas



Fuente: Conocimientos de otras empresas
Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

De acuerdo a los resultados obtenidos en el gráfico, se puede apreciar que gran parte de los socios no tiene conocimiento de alguna empresa que brinde este tipo de servicios, expresan que existen varias empresas que reparan automóviles, pero que no son completos, por otro lado un porcentaje menor dice haber escuchado que en otras ciudades si ofrecen este servicio.

Pregunta 11: ¿Qué aspecto cree usted que consideran los clientes al momento de visitar su negocio?

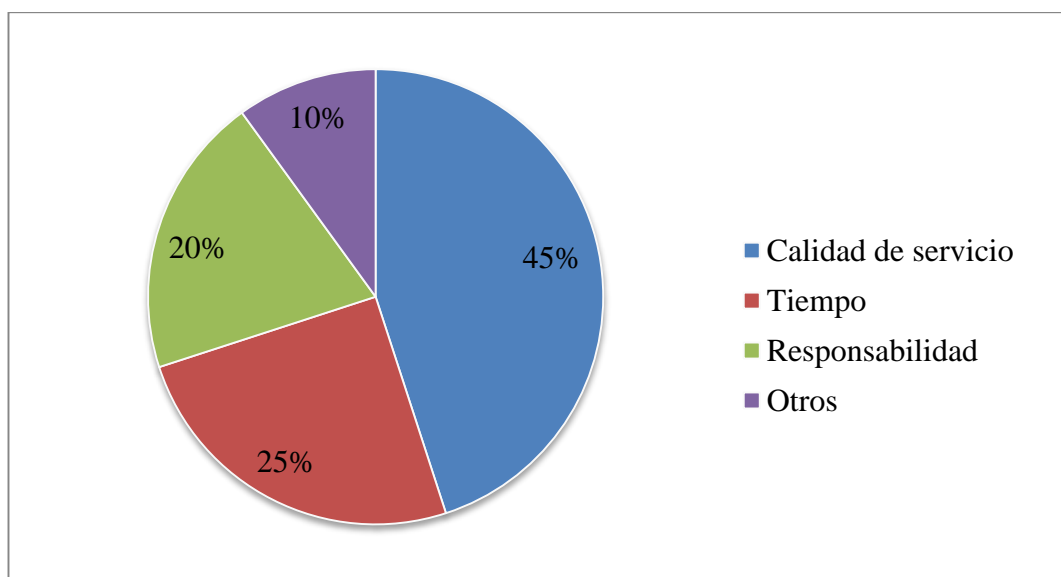
TABLA N° 30: Aspecto considerado

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
30	Calidad de servicio	18	45%
	Tiempo	10	25%
	Responsabilidad	8	20%
	Otros	4	10%
	Total	40	100%

Fuente: Aspectos considerados

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 30: Aspecto considerado



Fuente: Aspectos considerados

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

Los socios encuestados manifestaron que todos estos aspectos son considerados, pero un gran porcentaje asegura que en sus talleres más son visitados por la calidad de servicio que ofrecen al momento de reparar un automóvil, otra parte que es por el tiempo, otros que es por la responsabilidad y en menor porcentaje respectivamente que hay otros motivos.

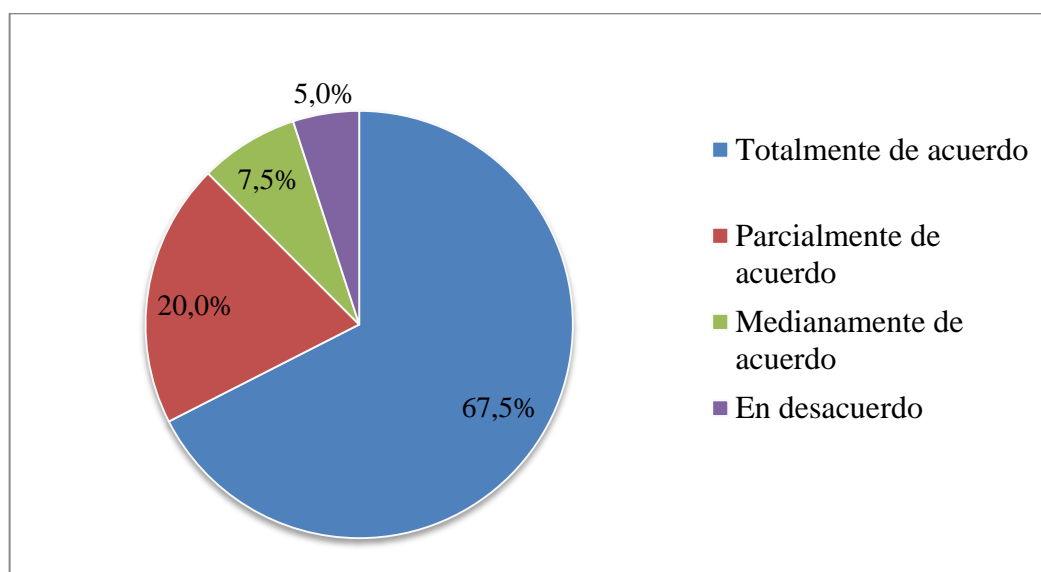
Pregunta 12: ¿El trabajo en equipo al momento de implementar un nuevo negocio es importante para lograr un servicio de calidad?

TABLA N° 31: Trabajo en equipo

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
31	Totalmente de acuerdo	27	67,5%
	Parcialmente de acuerdo	8	20,0%
	Medianamente de acuerdo	3	7,5%
	En desacuerdo	2	5,0%
	Total	40	100%

Fuente: Trabajo en equipo
Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 31: Trabajo en equipo



Fuente: Trabajo en equipo
Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

Los resultados del gráfico indican, que la mayoría de los socios encuestados aseguran que el trabajo en equipo es lo más importante al momento de brindar un servicio, cualquiera que fuera este, gracias a esto se puede mantener un negocio, otros dicen que también hay cosas más importantes que el trabajo en equipo.

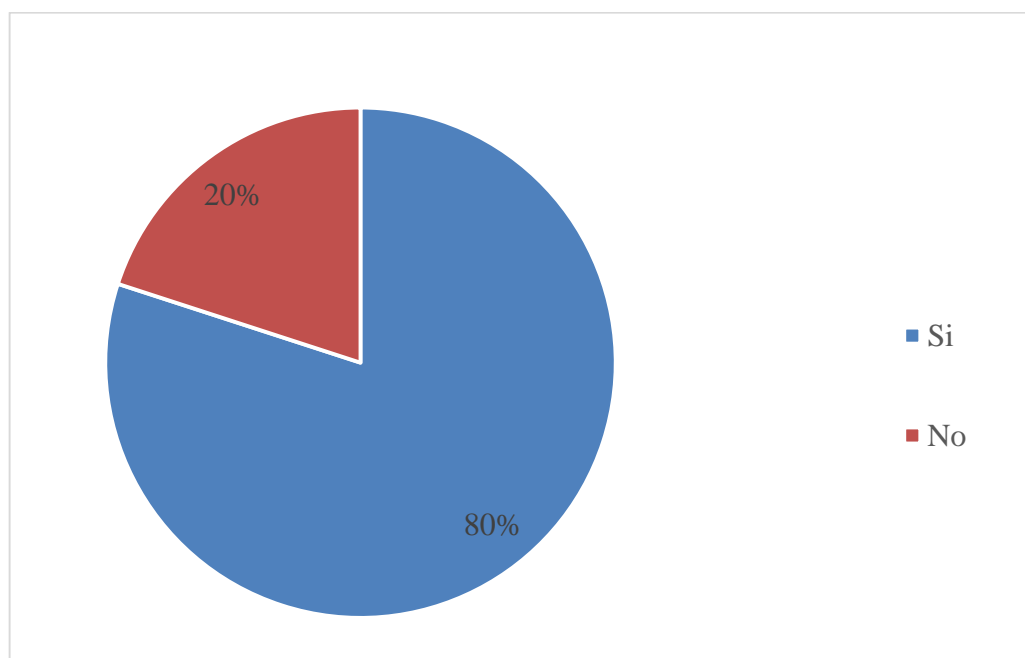
Pregunta 13: ¿Considera usted necesario crear un servicio de mantenimiento y reparación de vehículos en la asociación para incrementar los ingresos?

TABLA N° 32: Necesidad de un nuevo negocio

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
32	Si	32	80%
	No	8	20%
	Total	40	100%

Fuente: Necesidad de un nuevo negocio
Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 32: Necesidad de un nuevo negocio



Fuente: Necesidad de un nuevo negocio
Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

Los socios encuestados en su mayoría afirmaron que sería de gran ayuda poder contar con este tipo de negocios en la asociación, debido que en la provincia no existe ninguno similar, mientras la otra parte creen que no sería la mejor alternativa para la asociación, se debería pensar en otro tipo de negocios.

Pregunta 14: ¿Cree usted que la implementación de un servicio de mantenimiento y reparación de vehículos en la asociación satisfará las necesidades de los clientes?

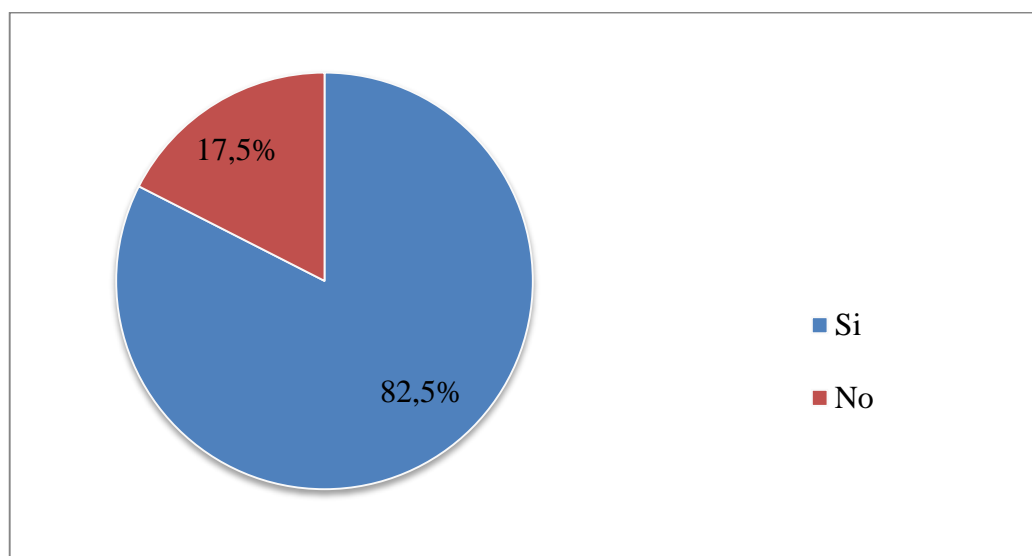
TABLA N° 33: Satisfacción del cliente

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
33	Si	33	82,5%
	No	7	17,5%
	Total	40	100%

Fuente: Satisfacción del cliente

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 33: Satisfacción del cliente



Fuente: Satisfacción del cliente

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

Según los resultados obtenidos con los socios encuestados se puede evidenciar que un gran porcentaje de socios manifestaron que este nuevo servicio si satisfará a los clientes, porque es algo nuevo y que en estos momentos los clientes son bastantes exigentes al momento de reparar los vehículos, la otra parte de los encuestados puntualizan que no porque no siempre se puede satisfacer al 100% las necesidades de los consumidores.

Pregunta 15: ¿Qué tipo de inversión se debe realizar en la asociación para llevar a cabo este nuevo negocio?

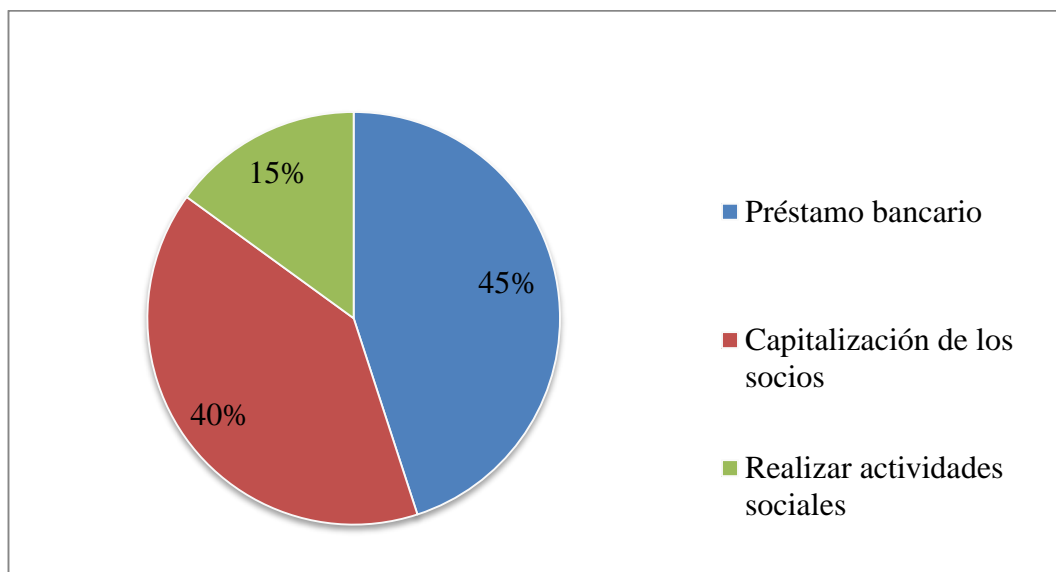
TABLA N° 34: Inversión a realizarse

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
34	Préstamo bancario	18	45%
	Capitalización de los socios	16	40%
	Realizar actividades sociales	6	15%
	Total	40	100%

Fuente: Inversión a realizarse

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 34: Inversión a realizarse



Fuente: Inversión a realizarse

Elaboración: Juan Gonzabay Tomalá

De acuerdo a lo que refleja el gráfico, se puede determinar que en su mayoría respectivamente los socios encuestados piensan que a más de realizar un préstamo bancario, también los socios deben poner un porcentaje para poder concretar este nuevo tipo de servicio, mientras que un porcentaje menor dice que es mucho riesgo realizar un préstamo.

3.3 CONCLUSIONES

1.- Los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas a los socios de la asociación, permite conocer que es necesario aplicar un Plan de Negocios de servicio de mantenimiento y reparación de vehículos en la Asociación de Artesanos Interprofesionales 4 de Junio, en el cantón La Libertad, porque en la actualidad no existe ninguna empresa que ofrezca un servicio completo para vehículos.

2.- De acuerdo a las encuestas realizadas, se determinó que la mayoría de los habitantes del cantón posee en su familia al menos un vehículo y muchas veces quedan insatisfechos por el servicio o por el tiempo que a les toma poder ir a otro taller. Además son pocos los establecimientos que ofrecen un servicio de calidad, que brinde las facilidades al consumidor, por lo que se considera factible crear este nuevo tipo de negocio.

3.- Se pudo verificar por medio de la investigación que los habitantes del cantón La Libertad, no conocen una empresa que ofrezca servicio de mantenimiento y reparación de vehículos completo, y en su mayoría consideraron que es necesario crear este tipo de negocios, porque deben visitar varios talleres para poder darle un correcto mantenimiento a sus vehículos, a veces no cumplen con las expectativas esperadas, otros en cambio ya tienen sus talleres de confianza y no necesitan este tipo de servicio.

4.- Al realizar la investigación se detectó que en la asociación tiene debilidad en cuanto a organización, algunos no asisten a reuniones o trabajos de limpieza de la asociación, esto se debe a las distintas ocupaciones que tienen cada miembro de la asociación y por motivos de fuerza mayor se le hace difícil asistir a estas actividades.

Se debe tener una planificación, control y mantenimiento de cada uno de los servicios que se va a ofrecer, con estos tres pasos se logrará brindar un servicio de calidad, lo cual será de gran ventaja con respecto a la implementación de este tipo de negocios.

5.- En lo que respecta a las finanzas, las personas encuestadas manifestaron que para la ejecución de este plan de negocios, es necesario realizar una inversión en toda la asociación, realizando arreglos en la infraestructura, adecuándola de acuerdo a cada servicio, las aportaciones de los socios también será de gran ayuda para poder llevar a cabo este nuevo negocio.

6.- Es necesario tomar una correcta decisión al momento de contratar a una persona, esta persona debe tener liderazgo en las actividades que realicen, transmitir esta capacidad a todos sus compañeros de trabajo, se debe realizar actividades de motivación para el personal, esto ayudará a que el personal de trabajo no se sienta presionado. También se debe realizar capacitaciones constantes en cada área de trabajo, esto permitirá ir mejorando cada día y conocer como el mercado va evolucionando en cuanto a la tecnología

7.- Las personas encuestadas consideran que para lograr excelentes resultados, los trabajadores deben de ser eficientes y eficaces al momento de realizar cada uno de los servicios que se espera brindar en la asociación. Además se considera necesario realizar una evaluación cada cierto tiempo para ir corrigiendo errores en la calidad de servicio y atención al cliente.

3.4 RECOMENDACIONES

1.- Realizar un Plan de Negocios en la Asociación de Artesanos 4 de Junio, para brindar un nuevo e innovador servicio para vehículos, ofreciendo algunos servicios en un solo taller especializado en cada actividad.

2.- Realizar alianzas estratégicas con instituciones públicas o privadas, para que puedan contribuir y ayudar en la creación de este tipo de negocios, y sea un respaldo para la asociación.

3.- Realizar capacitaciones constantes en cuanto a servicio y cualquier tema que tenga que ver con el cliente., esto ayudará y mejorará el servicio al cliente, esto permitirá crear en los clientes una fidelidad.

4.- Llevar un adecuado control de funciones de cada área administrativa y de servicio, cada persona debe cumplir con la actividad predispuesta por los superiores y mantenimiento oportuno del área de trabajo.

5.- Buscar una institución bancaria y presentar la propuesta planteada, para poder acceder a un préstamo y lograr realizar las inversiones necesarias para ejecutar el Plan de Negocios.

6.- Capacitar todo el personal involucrado en temas relacionados al Plan de Negocios, para que incrementen y mejoren sus conocimientos, y que les resulte menos complicado al momento de brindar el servicio.

7- Los servicios prestados por la asociación se deben realizar de manera profesional, para poder ganarse la fidelidad del cliente e incrementar la economía de la misma.

CAPÍTULO IV

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS 4 DE JUNIO, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015”

4.1 EMPRESA

4.1.1 Características de la Empresa

El “Centro de servicios 4 de Junio” es una empresa de servicios, porque su principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos, se ofrecerá el servicio de reparación y mantenimiento de todo tipo de vehículos, como lavada y pulverizada, enderezada y pintada, fibra, electromecánica, mecánica en general, alineación y balanceo.

4.1.2 Tamaño y tipo de la Empresa

El “Centro de servicios 4 de Junio” es una microempresa, sus ingresos, sus maquinarias y el equipo son elementales y reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas, estará dirigida por el Presidente de la Asociación.

4.1.3 Ubicación de la Empresa

El “Centro de servicios 4 de Junio” estará ubicado en el cantón La Libertad, barrio Eugenio Espejo, av. 24 entre calles 15 y 16, en la sede artesanal. El área de edificación es de 25 m² de largo y 12 m² de ancho.

FIGURA No 2 : Ubicación de la empresa



Fuente: Ubicación de la empresa
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

4.1.4 Misión

Brindar el mejor servicio de reparación y mantenimiento de automotores, con tecnología de calidad, innovación y creatividad a través de la excelencia, efectividad, experiencia y desarrollo de nuestros colaboradores, logrando satisfacer las necesidades de los clientes, contribuyendo al desarrollo de la provincia de Santa Elena.

4.1.5 Visión

“Convertirse en una empresa líder nacional en reparación y mantenimiento de automotores que asegure la satisfacción del consumidor a través de servicios innovadores y superiores”.

4.1.6 Objetivos

4.1.6.1 Objetivos Generales

Liderar el servicio de reparación y mantenimiento de automotores, implementando tecnología de alta calidad, logrando satisfacer las necesidades de los clientes, contribuyendo al desarrollo de la provincia de Santa Elena.

4.1.6.2 Objetivos Específicos

- Brindar un servicio de calidad implementando tecnología adecuada de acuerdo a cada área.
- Crear alianzas estratégicas con proveedores reconocidos a nivel local, para trabajar en un fin común.
- Lograr el reconocimiento de la Asociación de Artesanos, por la calidad del servicio brindado.
- Programar políticas que favorezcan el desarrollo de la actividad artesanal a nivel provincial y artesanal.
- Efectuar una mayor inversión en herramientas de promoción y publicidad, que permitan más información a los clientes y de esta manera posicionarnos en el mercado local.
- Crear nuevas oportunidades de empleo para las personas del sector o del cantón La Libertad.

- Inducir al trabajo en equipo, compañerismo, responsabilidad, cooperación y buena comunicación.
- Incrementar el nivel de ventas mediante la captación de nuevos segmentos de clientes, generando rentabilidad incrementando en la institución.

4.1.7 Ventajas Competitivas

Existen varias ventajas competitivas, en el centro de servicios 4 de Junio, mejorando el servicio de mantenimiento y reparación de todo tipo de vehículos:

- Conocimiento del mercado
- Conocimiento y experiencia de cada uno de los servicios a prestar
- Buena ubicación geográfica, para mejor visibilidad de los clientes.
- La calidad del servicio será asegurada por la aplicación de maquinaria de buena calidad.
- Infraestructura propia, un ambiente cómodo y agradable a sus clientes.

4.1.8 F.O.D.A.

El análisis F.O.D.A. o SWOT (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), es una técnica de planeación estratégica empleado para saber cuál es la situación actual de la organización, se identifican las amenazas y oportunidades que se presentan en el ambiente y considera las debilidades internas de la empresa.

CUADRO No 14: F.O.D.A.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Contar con infraestructura propia - Tener gran número de socios. - Experiencia de la mayoría de los socios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Poco interés de los socios en cuanto a respecta a organización. - Falta de programas de capacitación. - Carencia de asesoría contable y legal.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Incremento de socios - Adquisición de equipos para la asociación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nuevas asociaciones y talleres clandestinos. - Mano de obra extranjera barata. - Desastres naturales. - Peligro de sufrir asaltos.

Fuente: F.O.D.A.

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá.

4.2 MERCADO

El Mercado que se considera es el número de personas que posee vehículos en el cantón La Libertad, cuyas necesidades se pueden satisfacer con la implementación de este novedoso servicio, como es el centro de reparación y mantenimiento de vehículos. El Centro de reparaciones 4 de Junio, brindará este nuevo y novedoso servicio en el cual las personas propietarias de vehículos o choferes, podrán realizar un mantenimiento completo del automotor sin la necesidad de estar visitando varios talleres, lo que permite ahorrar tiempo dinero.

4.2.1 Objetivos del mercado

- Identificar oportunidades de mercado, ofreciendo un servicio de calidad.
- Identificar mercados rentables en los que la participación de la empresa sea factible.

- Conseguir una buena participación en el mercado
- Obtener un crecimiento acorde a la realidad del mercado
- Lograr utilidades o beneficios para la empresa

4.2.2 Análisis del sector

Entre los talleres que se encuentran ubicados a los alrededores del “Centro de Reparaciones se encuentran los siguientes:

- Taller de soldadura Don Pichi: con más de 25 años en el mercado
- Taller de soldadura Chiquito: con 20 años en el mercado.
- Taller de soldadura Mariscal: con 12 años en el mercado.
- Taller mecánico Chuqui con 15 años en el mercado
- Taller mecánico El Gato con 20 años en el mercado.
- Taller de soldadura Platanito con 15 años en el mercado.

Estos talleres cuentan con una gran experiencia en el mercado, cartera de clientes fijos y nuevos, clientes preferenciales entre otros, pero dentro de estos talleres artesanales no brindan este nuevo servicio, permitiendo tener una gran ventaja competitiva sobre ellos, aludiendo que éxito en el apogeo de nuevos clientes

4.2.3 Análisis de la Demanda

El cantón La Libertad está en proceso de desarrollo e innovación, las personas cada día son más exigentes al momento de adquirir un bien o servicio, luego de realizar un extenso proceso, se dictaminó que la mayoría de las personas tiene al menos un vehículo en la familia, lo que permite demostrar que existe una demanda muy extensa no solo en el cantón, sino en toda la provincia de Santa Elena a la misma que va dirigido el nuevo servicio.

Para determinar el análisis de la demanda se recopilará toda la información posible sobre los consumidores y las características del mercado relacionado con el servicio a ofrecer.

La información obtenida de las encuestas realizadas a los habitantes del cantón La Libertad y miembros de la asociación determinó que:

CUADRO No 15: Análisis de la demanda

Encuesta	Habitantes de La Libertad	Miembros de la asociación
Competencia	El 94% afirma que no hay una empresa con el mismo servicio	El 95% dice que no hay una empresa con el mismo servicio.
Mercado	El 91% visitaría este nuevo servicio	El 83% asegura que es necesario.
Consumidores	El 68% visita talleres	El 80% de los clientes visitan sus talleres

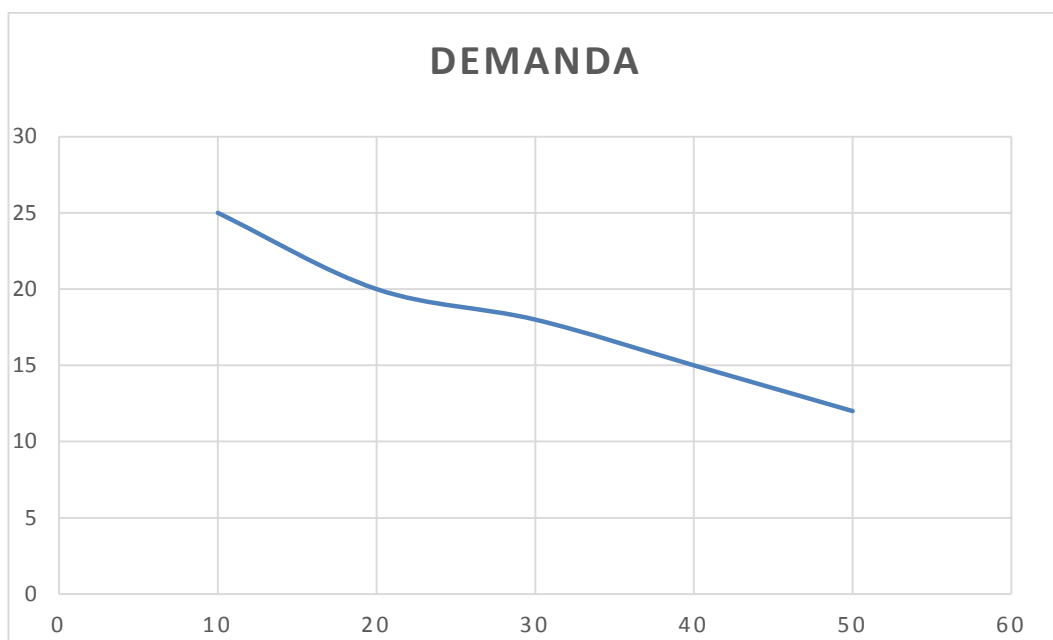
*Fuente: Análisis del mercado
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá*

CUADRO No 16: Demanda

Precio	Demanda
\$ 13	50
\$ 15	40
\$ 18	30
\$ 20	20
\$ 25	10

*Fuente: Demanda
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá*

GRÁFICO No 35: Curva de la demanda



Fuente: Curva de la demanda

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

La pendiente determina como aumenta o disminuye la demanda (y) ante una disminución o un aumento de precio (x), si el precio del servicio es de \$25, la demanda por este servicio disminuye a 10, por el contrario, si el precio del servicio disminuye en \$12, la demanda tenderá a subir a 50.

4.2.4 Análisis de la Oferta

La oferta es la cantidad de bienes, productos o servicios a ofrecer en un determinado mercado bajo algunas condiciones. El precio es una de las condiciones fundamentales que determina el nivel de oferta del servicio.

El centro de servicios 4 de Junio prestará el servicio de reparación y mantenimiento de vehículos, para conocer el comportamiento de la oferta en el mercado, se realizó la curva de la oferta, donde se ofrece cierta cantidad de servicios a un futuro precio, la relación que existe entre precio y la cantidad ofrecida es directa, ya que a mayor precio, mejor beneficio.

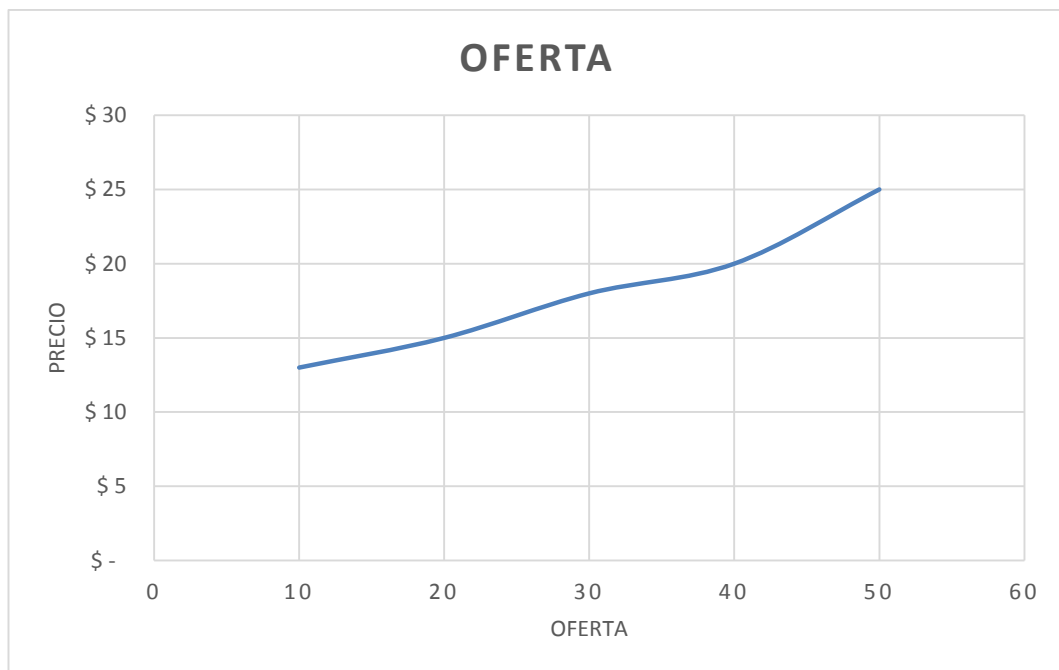
CUADRO No 17: Oferta

Precio	Oferta
\$ 13	10
\$ 15	20
\$ 18	30
\$ 20	40
\$ 25	50

Fuente: Oferta

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

GRÁFICO No 36: Curva de la oferta



Fuente: Curva de la oferta

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

La curva de la oferta muestra la cantidad ofrecida para cada precio por el servicio a prestar, para un precio de \$12, la empresa debe vender 10 servicios, si el precio aumenta a \$15 la empresa debe vender 20 servicios, lo que significa que a mayor precio, mayor es la oferta.

4.3 SERVICIO

4.3.1 Nombre del Servicio

La asociación de Artesanos 4 de Junio tiene varios socios dedicados a diferentes actividades, la idea de realizar un plan de negocios es crear un servicio en el cual se brinde más facilidad, ahorro de tiempo y dinero a las personas al momento de darle mantenimiento al vehículo.

Las personas comentan que debería haber un lugar donde los vehículos puedan ser revisados y trabajados por varios profesionales en solo lugar y no ir de taller en taller porque este proceso es a veces un poco tedioso. Es ahí donde surge la necesidad de crear el **“Centro de reparaciones 4 de Junio”**.

4.3.2 Descripción de la Idea de Negocios (El servicio)

El presente plan de negocios se refiere a la creación de un nuevo tipo de negocios que se dedique a la reparación y mantenimiento de vehículos en un solo lugar, la misma que estará conformada por los miembros de la asociación de artesanos 4 de Junio del cantón La Libertad.

El servicio que prestará la asociación será el siguiente:

- Mecánica en general
- Enderezada y pintada
- Alineación y balanceo
- Electromecánica
- Reparaciones en fibra
- Lavada y pulverizada

4.3.3 Objetivos del Servicio

- Establecer las actividades que se van a realizar en cada área de servicio de la asociación.
- Ofrecer el mejor servicio en mantenimiento y reparación de vehículos, con tecnología de punta.
- Satisfacer las necesidades de los clientes, ofreciendo un servicio de óptima calidad.
- Mejorar el servicio, buscando innovaciones de acuerdo al avance tecnológico.

4.3.4 Especificaciones del Servicio

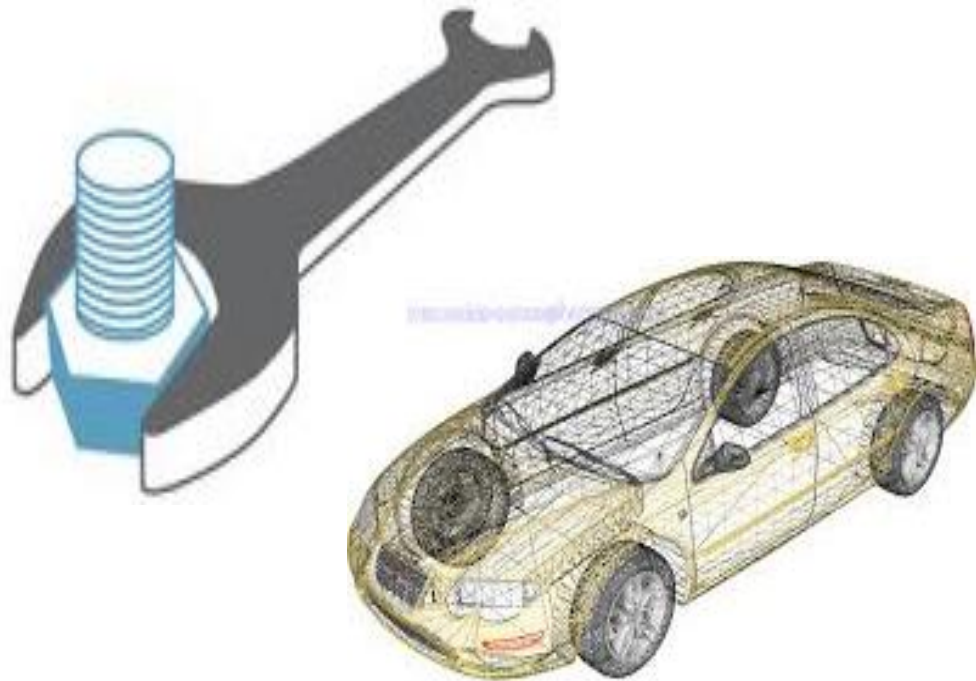
- Lugar confortable e idóneo para mantenimiento de vehículos
- Reparación y mantenimiento de todo tipo de vehículos
- Servicios de calidad, técnico y especializado en cada área
- Maquinarias con tecnologías de punta, sin causar perjuicios ambientales
- Personal capacitado y profesional en cada área de servicio
- El personal de la empresa, contará con identificación así como uniforme asignado y adecuado para servicio
- El área de trabajo y personal contará con las medidas de seguridad requeridas para la ejecución de los trabajos designados

4.3.5 Marca

Para identificarse de las demás microempresas que ofrecen un servicio similar, el Centro de reparaciones 4 de Junio, utilizará una marca única, llamativa acorde a las expectativas del cliente, además se entregarán trípticos para difundir la imagen del nuevo y novedoso servicio.

FIGURA No 3: Marca del servicio

CENTRO DE REPARACIONES 4 DE JUNJO



*Fuente: Marca del servicio
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá*

4.3.6 Diagrama del Proceso del Servicio

Inicio y ejecución



Control o inspección



Transporte



Operación

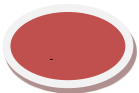
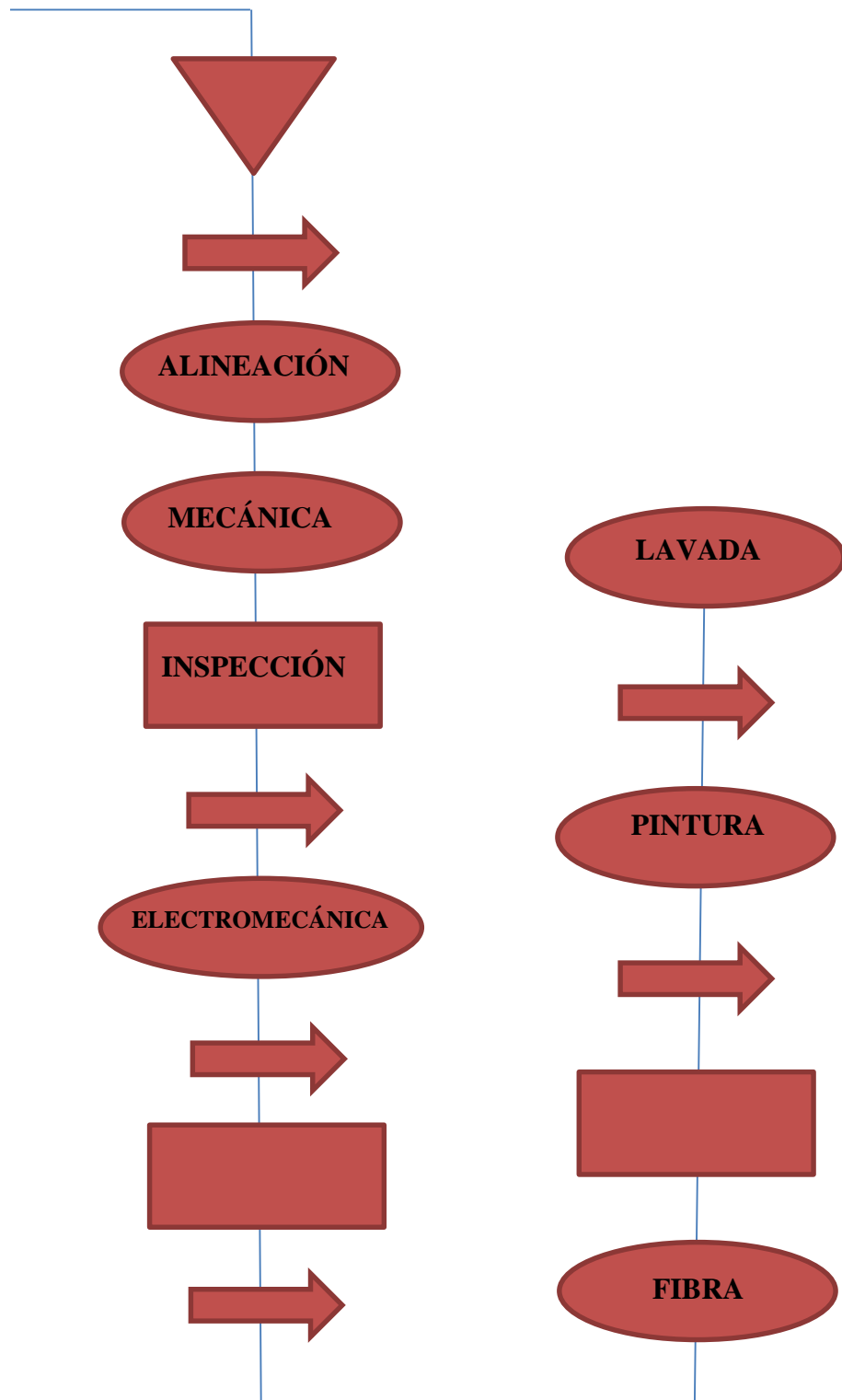


FIGURA No 4: Diagrama de flujo de proceso de servicio



*Fuente: Diagrama de flujo de proceso de servicio
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá*

4.3.7 Fijación y Políticas de precio

La fijación de precio es una simple actividad de rutina, de esta actividad depende en gran medida el desempeño de las ventas y en consecuencia, el éxito de la organización involucrada, incluso junto a la promoción y la definición del servicio,

Al establecerse el precio junto con su pronóstico del nivel de ventas, se debe asegurar que el negocio sea rentable, comparando a su vez los servicios respecto a la competencia. Para fijar precio se debe tener en claro las diferencias entre los conceptos de costo, precio y valor:

El **costo** del servicio es la cantidad de dinero que se gasta en producirlo.

El **precio** es la recompensa económica que recibes por producir ese servicio.

El **valor** es lo que el cliente cree que ese servicio vale para él o ella.

4.3.7.1 Precio de cada servicio a ofrecer.

Mecánica en general: \$25

Enderezada y pintada: \$250

Alineación y balanceo: \$30

Electromecánica: \$20

Reparaciones en fibra: \$12

Lavada y pulverizada: \$8

4.3.7.2 Políticas de precio

- Seleccionar el método de determinar el precio base
- Diseñar las estrategias apropiadas
- Considerar todas las variables macroambientales

- Focalizar en la percepción de valor de los consumidores respecto de los servicios alternativos existentes
- Estudiar a los posibles competidores, la oferta y la demanda

4.3.8 Promoción de servicio

4.3.8.1 Publicidad

El servicio de reparación de automóviles es algo que la mayoría de personas utilizan, ya sea por mínimo el desperfecto automotriz, a menudo existe mucha competencia en el mercado y donde habrá personas que quieran igualar el servicio a prestar.

Se realizarán **folletos**, en donde se colocará la información básica sobre la empresa, los precios y explicar cómo se va ayudar en los problemas que tiene un vehículo.

Anuncios: Se los realizará por los medios de comunicación y escritos de mayor cobertura en la provincia, lo que permitirá difundir la ubicación del negocio, servicios, los beneficios que ofrece y la garantía al utilizar el servicio.

Tarjetas de presentación y volantes: Éstas se repartirán en lugares estratégicos, como centros comerciales, almacenes, supermercados entre otros sitios donde sea mayor la afluencia de vehículos.

Publicidad por internet: Se creará una página web de la empresa tales como: Facebook, YouTube entre otras redes sociales, de esta manera las personas conocerán más sobre la empresa.

4.3.9 Promoción de Venta del servicio

Es un apoyo a la publicidad y a las ventas, da los motivos por lo que se debe comprar. Consisten en propuestas especiales o incentivos que se le ofrece al consumidor, para atraer y fidelizar a la clientela del centro de reparaciones 4 de Junio, se realizarán varias promociones del servicio como:

- Descuentos del 20% a partir de 7h00 a 9h00, entre lunes y martes.
- Refiere a un amigo para que trabaje con nosotros y gana el 50% de descuento en su próxima visita.
- Entregar premios por utilizar el servicio de mantenimiento de vehículos.
- Realizar sorteos en fechas en las que las personas desean descuentos y promociones.

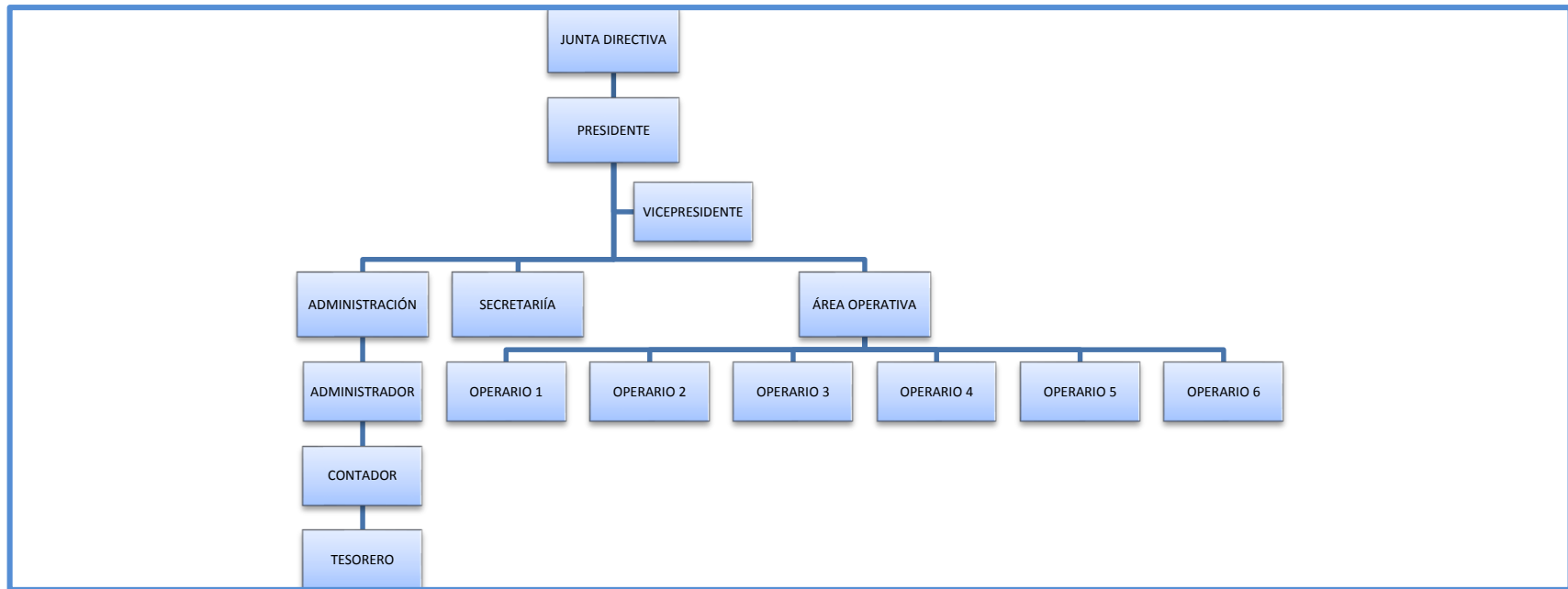
4.3.10 Políticas de Ventas

- 1.- La asociación hará un descuento del 20% en un mal servicio.
- 2.- La asociación se encargará de cobrar los pagos de contado, no habrá pagos de crédito.
- 3.- No se aceptará cheques.
- 4.- El horario de atención es de lunes a viernes de 8:00 a 17:00. Los sábados es de 8:00 a 13:00.
- 5.- Las ordenes de servicio serán atendidos en el orden que sean recibidos, no habrá preferencia para ningún cliente.
- 6.- La asociación no se hace responsable de pérdidas de algún objeto dejado dentro de la asociación.
- 7.- Cumplir con los requisitos acordados con los clientes.
- 8.- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes en sus llamadas, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio garantizado.

4.4 ORGANIZACIÓN

4.4.1 Estructura Organizacional

FIGURA No 5: Organigrama



Fuente: Organigrama

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

4.4.2 Objetivos generales por área de la organización

Junta Directiva

- Velar y proteger las inversiones de los accionistas, frente a cualquier tipo de riesgo que enfrente la asociación, brindando beneficios a los mismos.
- Aumentar las utilidades y rendimientos de los intereses de la asociación.
- Brindar seguridad y estabilidad a los clientes internos y externos de la asociación, procurando ser una organización comprometida con el entorno, el presente y el futuro.

Presidencia

- Dirigir y controlar el funcionamiento de la asociación, en todos los aspectos.
- Representar a la asociación en todos los negocios y contratos con terceros.
- Convocar y presidir las reuniones de la junta directiva.
- Guiar a los empleados hacia la obtención de las metas principales de la empresa.

Administración

- Realizar la eficaz y eficiente administración de los recursos físicos y tangibles de la asociación.
- Ejecutar procedimientos administrativos de cualquier índole en cualquier área, de una manera metodológica.
- Diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajando en grupo alcance con eficiencia metas seleccionadas.

Área operativa

- Esta área se encarga del mantenimiento total del vehículo
- Brindar un servicio de alta calidad, con maquinarias y personal idóneo para satisfacer las necesidades del cliente
- Formular y desarrollar métodos para la mejor ejecución en mantenimiento.

4.4.3 Descripción y Perfil de puesto

PRESIDENTE

El presidente es el representante legal, judicial y extrajudicial de la asociación, manda y dirige la gestión de la misma, tiene la responsabilidad de formular conclusiones, recomendaciones e informar directamente a la junta directiva, acerca de los avances de la asociación.

Perfil de puesto

Título profesional: Artesano profesional

Años de experiencia: 2 a 4 años siendo miembro de la asociación.

Estado civil: indistinto

Edad: 25 a 40 años

Sexo: Indistinto

Especialización: capacidad de liderazgo, de trabajo en equipo.

Funciones:

- Se encarga de planear, organizar, dirigir y controlar que todo marche bien y responderá por el buen progreso de la asociación.
- Presidir las reuniones y demás actos oficiales de la asociación, convocando a sesiones de asamblea general y de directorio.
- Representar a la asociación, en cuantos a actos, acciones o gestiones sean necesarios figurando a la cabeza de cualquier representación de la asociación.
- Informar y asesorar permanentemente a los asociados, poniendo a su disposición una serie de servicios que le ayuden en su actividad comercial.

VICEPRESIDENTE

Es la persona que trabaja directamente con el presidente y cuando este no pueda presentarse por algún imprevisto, el Vicepresidente tiene la facultad de dirigir las actividades de la asociación.

Perfil de puesto

Título profesional: Artesano profesional

Años de experiencia: 2 a 4 años siendo miembro de la asociación.

Estado civil: indistinto

Edad: 25 a 40 años

Sexo: Indistinto

Especialización: Capacidad de liderazgo, de trabajo en equipo.

Funciones:

- Asesorar al presidente y a las demás dependencia del directorio de la asociación, en asuntos jurídicos y administrativos que interesen a la misma
- Sustituir al presidente en sus faltas temporales ya sea por vacaciones o diligencias n otras partes.
- Firmar si no se encuentra el presidente, con el secretario la correspondencia oficial y las actas, poniendo el visto bueno a las certificaciones que el secretario expida.
- Hacer cumplir junto con el presidente los acuerdos adoptados que reciba de la Junta Directiva.

SECRETARIA

La secretaria es la encargada de supervisar el capital humano, recursos financieros, materiales y tecnológicos de la asociación, mediante el control de los procesos vigentes, con la finalidad de verificar que se proporcionen oportunamente los servicios administrativos en condiciones de eficiencia, costos, liquidez, rentabilidad y seguridad que se requieren para el óptimo desarrollo de las funciones de la asociación.

Perfil de puesto

Título profesional: Administración de empresas o afines

Años de experiencia: 1 a 2 años en cargos similares.

Estado civil: indistinto

Edad: 25 a 40 años

Sexo: Femenino

Especialización: Ciencias administrativas, conocimiento en computación, mecanografía y demás oficios relacionados con el cargo.

Funciones:

- Definir las políticas y procedimientos a seguir para proveer bienes materiales y prestación de servicios mediante la coordinación de las áreas involucradas.
- Gestionar el cumplimiento de acuerdos de conformidad con las instrucciones que reciba.
- Velar por el cumplimiento de las disposiciones legales.
- Redactar las actas y custodiar los libros oficiales, así como el sello oficial

ADMINISTRADOR

Dirigir y controlar las funciones de las diferentes áreas de operaciones que tienen la asociación, los recursos humanos, financieros y materiales. Elaborar e interpretar las herramientas contables, tales como: estados financieros, presupuestos y otras necesarias para garantizar la efectiva distribución y administración de todos los recursos.

Perfil del puesto:

Título profesional: Administración de Empresas, Ingeniería Comercial o afines

Años de experiencia: 1 a 2 años en cargos similares.

Estado civil: indistinto

Edad: 25 a 40 años

Sexo: Masculino

Especialización: Administración en comercio, administración y dirección de personal de producción.

Funciones:

- Llevar registro y control administrativo del presupuesto asignado a la unidad.
- Elaborar y analizar cuadros relacionados con el movimiento y gastos administrativos.
- Difundir y hacer cumplir a todos los subordinados las normas y políticas de la asociación
- Tramitar órdenes de servicio de mantenimiento, construcción de obras y reparaciones de alguna maquinaria.
- Llevar registro y control de proveedores.

CONTADOR

Planificar y elaborar el presupuesto anual, control contable, ingresos y gastos de la asociación, realizar las declaraciones anuales. Establece y coordina la ejecución de las políticas relacionadas con el área contable, asegurándose que se cumplan los principios de contabilidad generalmente aceptados y con las políticas específicas de la asociación.

Perfil del cargo:

Título profesional: Contador Público Autorizado

Años de experiencia: 1 a 2 años en cargos similares.

Estado civil: indistinto

Edad: 25 a 40 años

Sexo: Indistinto

Especialización: Auditoria y finanzas, declaraciones de impuestos, retenciones, manejo avanzado de Word, Excel, etc.

Funciones:

- Analizar, corregir y elaborar todos los estados financieros de la asociación en las fechas requeridas con información oportuna y verídica.
- Tomar decisiones económicas y financieras de la asociación, coordinando la elaboración del presupuesto general.
- Representar a la asociación financieramente, distribuir el excedente de la asociación después de efectuado el balance correspondiente al final del año.
- Revisar reportes de ventas diarias y semanales comparativas con periodos anteriores.

TESORERO

Controlar y manejar los recursos económicos de la asociación, velar por el cumplimiento de las actividades o procesos que garanticen la recepción y control de los ingresos de la asociación y su adecuada y correcta distribución, coordinando y supervisando la ejecución de los planes y programas a su cargo y apoyar a los jefes inmediatos en la colocación acertada de los recursos financieros.

Perfil del cargo:

Título profesional: Licenciado en Contaduría Pública, Ingeniería Comercial o carreras afines.

Años de experiencia: 1 a 2 años en cargos similares.

Estado civil: indistinto

Edad: 25 a 40 años

Sexo: Indistinto

Especialización: Área contable y financiera, leyes y reglamentos que rigen el área administrativa financiera.

Funciones:

- Dirigir y supervisar la tesorería y vigilar los ingresos y gastos de la asociación.
- Actuar conjuntamente con el Presidente, respecto de los intereses económicos de la asociación y el manejo de sus fondos.
- Elaborar el presupuesto, balance y estados de cuentas que han de ser sometidos en asamblea.
- Elaborar un balance mensual, que ha de ser sometido a la Junta Directiv

SUPERVISOR

Es el encargado de supervisar a los empleados asignados a su cargo, manteniendo el orden y control en cada operación realizada garantizando el buen funcionamiento de su área. Responsable de prever, organizar, integrar, dirigir, controlar y retroalimentar las operaciones de las áreas de servicio, garantizando el cumplimiento de los planes de organización planteados por la asociación.

Perfil de puesto

Título profesional: opcional

Años de experiencia: 2 a 4 años en cargos similares.

Estado civil: indistinto

Edad: 25 a 40 años

Sexo: Masculino

Especialización: Capacidad de liderazgo, conocimientos básicos en control y manejo de personal humano.

Funciones:

- Controlar los recursos del área asignada a supervisar así mismo reportar cualquier problema que surja en esta a su jefe inmediato.
- Mantener el buen funcionamiento del área asignada así como su limpieza y mantenimiento.
- Verificar que todo el personal cumpla con sus funciones asignadas.
- Controlar que todas las herramientas, materiales y maquinarias para el desempeño del trabajo se mantengan en buen estado y funcionamiento.
- Responsable del mantenimiento de cada área de trabajo.

OPERARIO

Los Operarios son los encargados de realizar todas las actividades de servicios en el centro de reparaciones 4 de Junio, cada área contará con un operario de trabajo. Responsable sobre la ejecución de actividades operativas y de apoyo vinculada al ámbito de los servicios generales.

Perfil del puesto

Título profesional: Bachiller

Años de experiencia: 1 a 2 años en cargos similares.

Estado civil: indistinto

Edad: 25 a 40 años

Sexo: Masculino

Especialización: Conocimientos básicos en mecánica en general, alineación, lavada y pulverizada de vehículos.

Funciones:

- Control de vehículos entrantes y salientes, para conocer la disponibilidad con la que se cuenta.
- Realizar cada actividad de manera responsable y eficaz.
- Atender a los clientes de una manera atenta y cortes, respetando las opiniones vertidas.
- Manejo de las maquinarias y equipos de cada área.
- Mantener limpia cada área de trabajo y asegurar su funcionamiento.
- Coordinar su actividad con la del resto de profesionales.
- Participar en las actividades de mejora de la organización.

4.4.4 Maquinarias y equipos

CUADRO No 18: Maquinarias y Equipos

Máquinas	Cantidad	costo unitario	Costo Total	Vida útil años
Maquinarias y Equipo				
Equipo de mantenimiento	2	100	200	10
Compresor	2	250	500	10
Elevador	1	150	150	10
Máquina de soldar	1	250	250	10
Gata hidráulica	2	300	600	10
Rampa de alineación	1	100	100	10
Pulverizadora	2	50	100	10
Pulidora	1	100	100	10
Tecele	1	300	300	10
Taladro	1	100	100	10
Equipo de oficina				
Escritorio	2	150	300	5
Muebles de oficina				
Sillas	20	10	200	5
Mesas	5	30	150	5
Equipo de computación				
Laptop	1	700	700	3
Impresora	1	200	200	3
Teléfono	1	25	25	3
TOTAL		2815	3975	

Fuente: Maquinarias y equipos

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

4.4.4.1. Equipo de mantenimiento

FIGURA No 6: Equipo de Protección Personal (EPP)



Fuente: Equipo de protección personal
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

El EPP comprende todos aquellos dispositivos, accesorios y vestimentas de diversos diseños que emplea el trabajador para protegerse contra posibles lesiones y accidentes que pueden ocurrir en el lugar de trabajo. El uso de EPP es obligatorio en todas las empresas industriales.

Los equipos de protección personal (EPP), constituyen uno de los conceptos más básicos en cuanto a la seguridad en el lugar de trabajo y son necesarios cuando los peligros no se pueden eliminar por completo o controlarlos por otros medios.

La asociación de Artesanos 4 de Junio, facilitará y exigirá a todo el personal de las áreas de riesgo laboral, el uso obligatorio del EPP, persona que no acate la disposición se sancionado y/o separado de Institución.

FIGURA No 7: Compresor de Aire



Fuente: Compresor
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

Compresor de marca indura, con alta capacidad de aire para pintar vehículos, lavar vehículos, inflar llantas, de fácil manipulación, con encendido automático. Exclusivo para uso industrial, el obligatorio el uso de EPP para la manipulación de este equipo.

Descripción:

- Carter húmedo, mando directo
- Una etapa 7 Amp.
- Motor de 2HP
- **Modelo:** Huracán 1520
- **Capacidad de estanque:** 50 litros
- **Velocidad;** 2850rpm
- **Flujo de entrada:** 183lt/min
- **Flujo de salida:** 106lt/min
- **Presión:** 8 Bar/116 PSI

FIGURA No 8: Elevador



Fuente: Elevador
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

Elevador de vehículos, permite tener un mejor acceso al auto al momento de empezar la alineación, permite tener una mejor ubicación. Calidad de ingeniería en todos sus componentes para garantizar la máxima seguridad de trabajo, mayor duración y reduce al mínimo las intervenciones de mantenimiento de los vehículos.

- Mecanismo de elevación por medio de un grupo hidráulico, que actúa sobre cilindros de simple efecto.
- Un original sistema que permite aprovechar las rampas de acceso y salida como extensión de las plataformas.
- Silencioso, máxima optimización del espacio.
- Muy estable y equilibrado, de fácil manejo y pensando en las necesidades del mecánico.
- Elevador de doble tijera diseñado para alinear
- Platos traseros con bajo nivel de fricción, bloqueo manual en posición centrada y movimientos de oscilación angular y transversal en ambas direcciones.

FIGURA No 9: Máquina de soldar



Fuente: Máquina de soldar
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

Máquina de marca indura, especial para soldar hierro, fácil manipulación para llevar a cualquier lado, con sistema para soldar en 110 y 220 amperios. Máquinas de soldar con electrodos, portátiles.

FIGURA No 10: Rampa de alineación



Fuente: Rampa de alineación
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

Rampa de alineación, de fácil manipulación, con dos gatos hidráulicos que permiten el fácil manejo de automóvil, le proporciona 9000 libras de capacidad de carga y es amplia para acomodar una variedad de autos y camionetas de carga ligera. Cuenta con múltiples posiciones de nivelado, platos de rotación frontales, placas traseras deslizantes para ayudarle a hacer sus trabajos de alineación más fácil y compatible.

FIGURA No 11: Gata hidráulica



Fuente: Gata hidráulica

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

El gato hidráulico debe su nombre al empleo de la fuerza de algún fluido en específico (normalmente aceite), cuando es sometido a una presión determinada, capacidad de carga de 15t, rango de elevación de 325 a 545 mm.

FIGURA No 12: Pulverizadora



Fuente: Pulverizadora

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

Máquina pulverizadora y lavadora de autos, permite realizar un novedoso rociado que combina el producto con aire comprimido proyectándolo de forma uniforme y vistosa sobre la carrocería del vehículo. Los conductos BUS utilizan el agua vaporizada por el aire comprimido para producir finas partículas que permiten alcanzar rápidamente la humedad requerida., es sencillo de utilizar, solo se ajusta a la manguera, tienen un recipiente para agua y jabón, cepillo para fregar y enjabonar.

FIGURA No 13: Tecele manual



Fuente: Tecele manual
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

Los equipos de levante son herramientas de una gran importancia dentro de los trabajos de montajes, son adecuados para levantar grandes pesos y poder trasladarlos y colocarlo donde se desee sin mayor esfuerzo. La cadena permite levantar y bajar alternadamente la carga sin mayor esfuerzo.

FIGURA No 14: Pulidora



Fuente: Pulidora
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

- Motor de 11000 rpm para un trabajo más rápido y efectivo.
- Brinda una mayor comodidad al usuario en aplicaciones de largo uso por su peso liviano.
- Caja de engranaje tipo embutido, proporciona alineación de los engranajes de forma más precisa reduciendo el ruido y la vibración.

FIGURA No 15 : Taladro



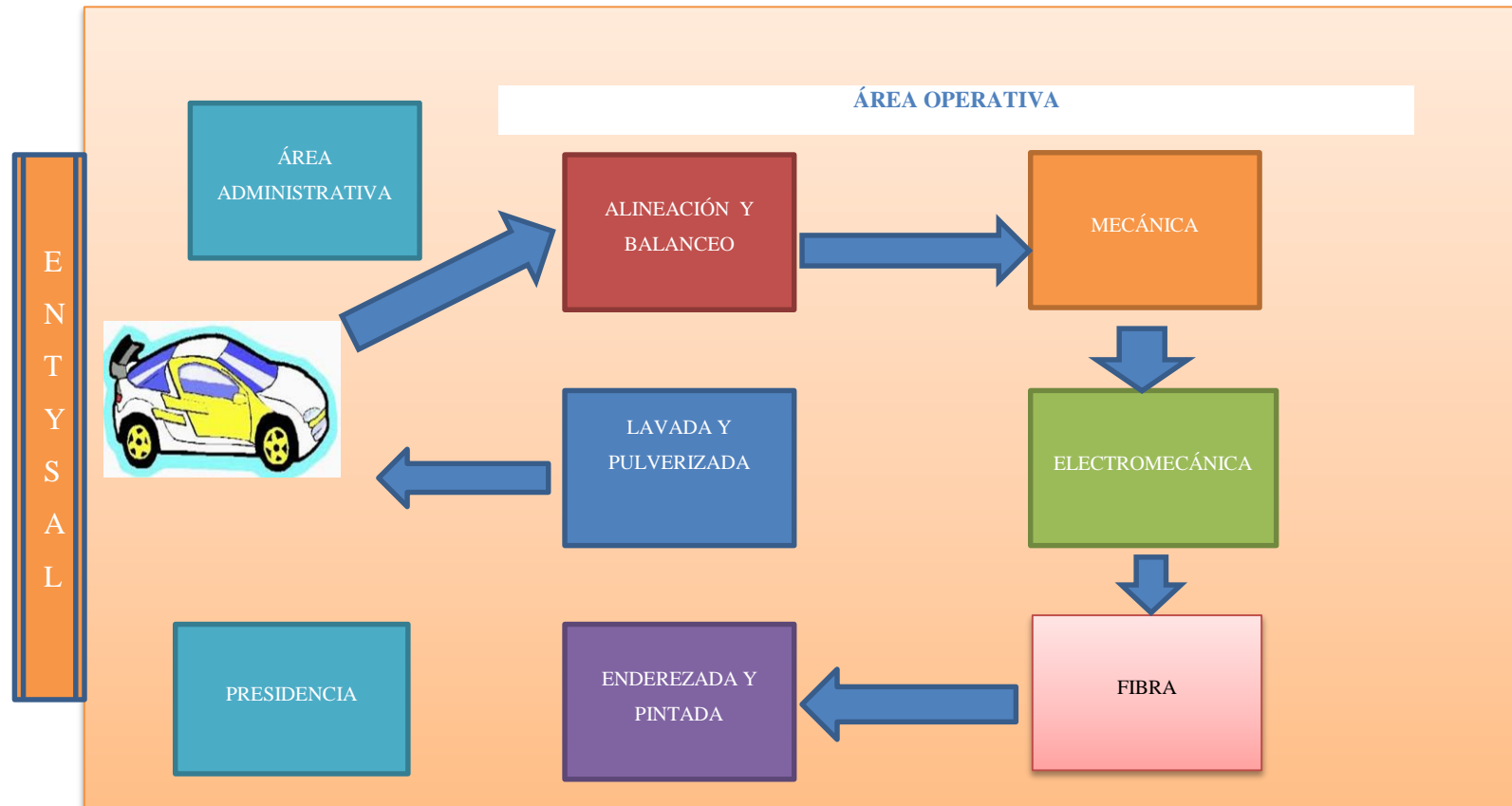
Fuente: Taladro

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

- **Modelo:** Percutor 650w-1 velocidad variable 13mm portabrocas auto.
- Un peso ligero que asegura que el taladro sea fácil de utilizar y reduce la fatiga del usuario.
- El diseño compacto asegura un uso cómodo con una mano y permite el acceso a los espacios confinados.
- Excelente potencia a proporción con resultados de gran alcance, durabilidad y un tamaño compacto.

4.4.5 Diseño y Distribución de la Planta y Oficinas

FIGURA No 16: Diseño de la planta



Fuente: Diseño de la planta

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

4.4.6 Control

El presente Plan de Negocios pretende realizar un análisis general sobre los elementos a tener en cuenta en el establecimiento de un sistema de inspección para el control adecuada de las actividades que se realizarán en cada área de servicio.

Los servicios a diferencia de los productos, presentan características que dificultan el proceso de verificación o inspección de estos antes que el cliente esté en contacto con estos. Un control adecuado de los procesos de servicio al cliente garantizará mayor fidelización de una marca, así como garantizar un mayor número de clientes. El control y servicio al cliente, es la parte donde el consumidor puede hacerse a la idea personal, de la calidad de la asociación.

4.4.7 Mantenimiento

El mantenimiento de cada área de trabajo y herramientas es fundamental para el buen funcionamiento de la empresa, teniendo en cuenta que el mismo repercute directamente en todo proceso productivo o de servicio. En otras palabras, si el mantenimiento no es necesariamente bueno las instalaciones o equipos no funcionarían bien al momento de realizar un trabajo.

Pasos para el mantenimiento de las maquinarias y áreas de trabajo.

- El mantenimiento de las maquinarias y equipos de la asociación se realizará diariamente.’
- El personal es responsable de darle el adecuado mantenimiento a cada área de trabajo que se le designe.
- Los equipos serán revisados semanalmente, con la presencia del Jefe Operativo y el responsable de la máquina o equipo,

4.5 TALENTO HUMANO

4.5.1 Captación del Personal

4.5.1.1 Reclutamiento

En este proceso se va a obtener un número suficiente de currículums aptos para el perfil de puesto que se pretende cubrir, con unos requisitos garantizados en el momento y lugar oportuno para un determinado puesto de trabajo, dependiendo del perfil se tomará una decisión de cuantos días se estará reclutando.

Se pondrá anuncios en las diferentes radios de la provincia, especificando cargos solicitados y requisitos. Las hojas de vida se receptorán en las oficinas de la asociación en un determinado horario, con la persona encargada, puede ser la secretaria o el administrador, en donde se verificaran los requisitos solicitados para cada puesto de trabajo, se revisaran si las personas están aptos para cubrir la vacante y posteriormente realizar las respectivas entrevistas de trabajo.

Fases de reclutamiento del personal.

- Anuncios radiales, especificando cargos disponibles
- Recepción de carpetas en las oficinas de administración
- Socialización y entrevista previa con las personas que entregaron carpetas
- Descripción y perfil de puesto de los cargos disponibles
- Revisión y selección de posibles candidatos
- Llamadas para entrevistas a personas que reúnen los perfiles deseado de la asociación.

4.5.1.2 Selección

Una vez finalizado el proceso de reclutamiento de personal sigue el proceso de selección del personal. Al reclutamiento le corresponde atraer de manera selectiva mediante varias técnicas de comunicación, candidatos que cumplan los requisitos mínimo que el cargo exige. Luego de realizar las respectivas entrevistas a cada uno de los posibles candidatos, se procederá a la selección de personal de la siguiente manera:

1. Reunión con la junta directiva para tratar el asunto
2. Verificación de los requisitos
3. Análisis de las entrevistas de todos los candidatos
4. Selección de los candidatos que reúnen todas las características requeridas
5. Aprobación de la junta directiva y directorio

4.5.1.3 Contratación

Esta fase es netamente formal, aquí se le informará sobre sueldo y servicios que va prestar a la asociación, duración del contrato, luego se le presentará a los jefes inmediatos y compañeros de trabajo, se le señala su lugar físico de trabajo, las funciones a desempeñar, las condiciones del trabajo y el horario.

- Es formalizar con apego a la ley, la futura relación de trabajo para garantizar los intereses, derechos, tanto del trabajador como la empresa.
- Cuando ya se aceptaron las partes es necesario integrar su expediente de trabajo.
- La contratación se llevará a cabo entre la asociación y el trabajador.
- La duración del contrato será por el tiempo que designe la asociación.
- La contratación del personal de trabajo generará afiliación a IESS.

4.5.1.4 Inducción

Es informar al personal respecto a todos los nuevos elementos, estableciendo planes y programas, con el objetivo de acelerar la integración del individuo en el menor tiempo posible al puesto, al jefe y a la asociación.

- Inducción en las diferentes áreas de servicios
- Inducción en el puesto a desempeñar
- Ayudas técnicas

4.5.1.5 Evaluación de Desempeño

La evaluación de personal es una herramienta para mejorar los resultados de los recursos humanos de la asociación, facilita la información básica para la investigación del personal y promueve el estímulo a la mayor productividad.

La evaluación de desempeño permite medir y valorar las conductas relacionadas con el trabajo, así como el grado de ausencia, para determinar en qué medida es productivo el empleado y la manera de mejorar su futuro rendimiento.

- La evaluación al personal se aplicará dos veces cada seis meses, en el momento que lo disponga la junta directiva.
- Entre los criterios de evaluación se considerará: puntualidad. Desempeño, relaciones interpersonales y cumplimiento de tareas asignadas.
- Se tomará una evaluación de escala valorativa de 100 puntos.
- El responsable del proceso de evaluación será el Presidente de la asociación.
- Los resultados obtenidos del proceso de evaluación serán socializados con cada uno de los colaboradores.

CUADRO No 19: Formato de evaluación

ASOCIACIÓN DE ARTESANOS 4 DE JUNIO					
Nombre: Área: Cargo: Fecha de ingreso:					
Factores de evaluación	Grados				
	A	B	C	D	E
Calidad de trabajo					
Conocimientos del cargo					
Responsabilidad					
Desempeño e iniciativa					
Motivación					
Higiene y seguridad					
Comunicación					
Cooperación					
Totales					
Firmas: Evaluado: Evaluador:					

Fuente: Formato de evaluación
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

CUADRO No 20: Sistema de puntuación

Grados	Valor	Reconocimientos y/o sanción
A	81 a 100	Excelente
B	61 a 80	Muy bueno
C	41 a 60	Bueno
D	21 a 40	En observación
E	1 a 20	insuficiente

Fuente: Sistema de puntuación
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

CUADRO No 21: Plan de Acción

PLAN DE ACCIÓN PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS 4 DE JUNIO			
PROBLEMA PRINCIPAL	¿Cómo incide la inexistencia de un Plan de Negocios para la Asociación de Artesanos Interprofesionales 4 de Junio del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2015?		
FIN DEL PROYECTO			INDICADORES
Proponer un Plan de Negocios para la Asociación de Artesanos Interprofesionales 4 de Junio del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2015, brindando un mejor servicio de mantenimiento y reparación de vehículos.			*Número de talleres de mantenimiento de vehículos.
PROPÓSITO DEL PROYECTO			*Entrevista a la directiva de la asociación y encuestas a los socios y habitantes del cantón La Libertad
Brindar el mejor servicio de reparación y mantenimiento de automotores, con tecnología de calidad, innovación y creatividad a través de la excelencia, efectividad, experiencia y desarrollo de nuestros colaboradores, logrando satisfacer las necesidades de los clientes, contribuyendo al desarrollo de la provincia de Santa Elena.			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INDICADORES	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES
Brindar un servicio de calidad implementando tecnología adecuada de acuerdo a cada área.	Servicio de calidad	Realizar convenio con los proveedores para comprar las maquinarias.	Comprar las maquinarias
Crear alianzas estratégicas con proveedores reconocidos a nivel local, para trabajar en un fin común.	Alianzas	Realizar alianzas estratégicas	Buscar por medio de otras instituciones o internet los proveedores convenientes.
Efectuar una mayor inversión en herramientas de promoción y publicidad, que permitan más información a los clientes y de esta manera posicionarnos en el mercado local.	Herramientas de Publicidad	Realizar programa de publicidad	Crear página web de la asociación para difundir el nuevo servicio, también crear Facebook, y Twitter
Incrementar el nivel de ventas mediante la captación de nuevos segmentos de clientes, generando rentabilidad incrementando en la institución.	Nuevos Clientes	Identificar los posibles clientes por medio de referidos	Realizar promociones por inauguración para captar clientes.
	Rentabilidad financiera	Brindar un servicio de calidad en reparación de vehículos	Estar capacitados de acuerdo a como va cambiando la tecnología.

Fuente: Plan de acción

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

4.5.1.6 Estudio Financiero

CUADRO No 22: Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL	
INVERSIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	\$1.020,00
CAPITAL DE TRABAJO	5.000,00
INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS	38.798,00
OBRAS FÍSICAS	10.000,00
INVERSIÓN TOTAL	54.818,00
TOTAL	54.818,00
CAPITAL PROPIO	16.445,40
DEUDA	\$ 38.372,60
TASA	10,15%
TIEMPO	10

Fuente: Inversión Inicial

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

El “Centro de Reparaciones 4 de Junio” conforma su inversión inicial considerando una inversión para activos fijos, activos diferidos, obras físicas y el capital de trabajo, el mismo servirá para cubrir los primeros costos y gastos.

CUADRO No 23: Amortización de Préstamo

Periodo	Pago	Interés	Amortización	Capital vivo
0				\$ 38.372,60
1	\$ 6.285	\$ 3.895	\$ 2.390	\$ 35.982
2	\$ 6.285	\$ 3.652	\$ 2.633	\$ 33.349
3	\$ 6.285	\$ 3.385	\$ 2.900	\$ 30.449
4	\$ 6.285	\$ 3.091	\$ 3.195	\$ 27.254
5	\$ 6.285	\$ 2.766	\$ 3.519	\$ 23.735
6	\$ 6.285	\$ 2.409	\$ 3.876	\$ 19.859
7	\$ 6.285	\$ 2.016	\$ 4.270	\$ 15.589
8	\$ 6.285	\$ 1.582	\$ 4.703	\$ 10.886
9	\$ 6.285	\$ 1.105	\$ 5.180	\$ 5.706
10	\$ 6.285	\$ 579	\$ 5.706	0

Fuente: Amortización de préstamo

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

El préstamo será a 10 años de vida del proyecto, considerando La tasa de interés del 10.15% anual. El amortizado anual será de \$2390, el mismo que el primer año generará un interés de \$3895, en el segundo año este disminuirá a \$3652, así mismo disminuirá en los próximos años, llegando al último año con un interés de \$579.

CUADRO No 24: Estado de Resultado y Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS		\$ 230.001,57	\$ 286.521,18	\$ 356.929,68	\$ 444.640,07	\$ 553.904,03	\$ 553.904,03	\$ 553.904,03	\$ 553.904,03	\$ 553.904,03	\$ 553.904,03
Venta activo		\$ -	\$ -	\$ 445,00	\$ -	\$ 2.698,25	\$ 445,00	\$ -	\$ -	\$ 445,00	\$ -
Total ingresos		\$ 230.001,57	\$ 286.521,18	\$ 357.374,68	\$ 444.640,07	\$ 556.602,28	\$ 554.349,03	\$ 553.904,03	\$ 553.904,03	\$ 554.349,03	\$ 553.904,03
COSTOS											
Insumos para mantenimiento preventivo		\$ (138.000,94)	\$ (142.140,97)	\$ (146.405,20)	\$ (150.797,36)	\$ (155.321,28)	\$ (155.321,28)	\$ (155.321,28)	\$ (155.321,28)	\$ (155.321,28)	\$ (155.321,28)
Gastos administrativos (sueldos)		\$ (123.125,76)	\$ (126.819,53)	\$ (130.624,12)	\$ (134.542,84)	\$ (138.579,13)	\$ (138.579,13)	\$ (138.579,13)	\$ (138.579,13)	\$ (138.579,13)	\$ (138.579,13)
Gastos de Servicios		\$ (1.920,00)	\$ (1.977,60)	\$ (2.036,93)	\$ (2.098,04)	\$ (2.160,98)	\$ (2.160,98)	\$ (2.160,98)	\$ (2.160,98)	\$ (2.160,98)	\$ (2.160,98)
Suministros		\$ (647,54)	\$ (666,97)	\$ (686,98)	\$ (707,58)	\$ (728,81)	\$ (728,81)	\$ (728,81)	\$ (728,81)	\$ (728,81)	\$ (728,81)
Depreciación (de activos fijos)		\$ (4.295,93)	\$ (4.295,93)	\$ (4.295,93)	\$ (4.295,93)	\$ (4.295,93)	\$ (4.295,93)	\$ (4.295,93)	\$ (4.295,93)	\$ (4.295,93)	\$ (4.295,93)
Gastos de Venta		\$ (780,00)	\$ (803,40)	\$ (827,50)	\$ (852,33)	\$ (877,90)	\$ (877,90)	\$ (877,90)	\$ (877,90)	\$ (877,90)	\$ (877,90)
total gastos operacionales		\$ (268.770,18)	\$ (276.704,40)	\$ (284.876,66)	\$ (293.294,08)	\$ (301.964,02)	\$ (301.964,02)	\$ (301.964,02)	\$ (301.964,02)	\$ (301.964,02)	\$ (301.964,02)
(=) Utilidad Operacional		\$ (38.768,61)	\$ 9.816,78	\$ 72.498,02	\$ 151.345,99	\$ 254.638,26	\$ 252.385,01	\$ 251.940,01	\$ 251.940,01	\$ 252.385,01	\$ 251.940,01
GASTOS NO OPERACIONALES											
Gastos Financieros (intereses sobre prestamos)		\$ (4.006,56)	\$ (3.756,97)	\$ (3.482,05)	\$ (3.179,22)	\$ (2.845,65)	\$ (2.478,23)	\$ (2.073,51)	\$ (1.627,71)	\$ (1.136,67)	\$ (595,78)
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES		\$ (4.006,56)	\$ (3.756,97)	\$ (3.482,05)	\$ (3.179,22)	\$ (2.845,65)	\$ (2.478,23)	\$ (2.073,51)	\$ (1.627,71)	\$ (1.136,67)	\$ (595,78)
(=) UTILIDAD ANTES DE PART. TRAB. E IMPUESTOS		\$ (42.775,17)	\$ 6.059,81	\$ 69.015,98	\$ 148.166,77	\$ 251.792,61	\$ 249.906,78	\$ 249.866,50	\$ 250.312,30	\$ 251.248,34	\$ 251.344,23
(-) 15% Participación de Trabajadores		\$ 6.416,28	\$ (908,97)	\$ (10.352,40)	\$ (22.225,02)	\$ (37.768,89)	\$ (37.486,02)	\$ (37.479,98)	\$ (37.546,84)	\$ (37.687,25)	\$ (37.701,63)
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ (36.358,89)	\$ 5.150,84	\$ 58.663,58	\$ 125.941,76	\$ 214.023,72	\$ 212.420,77	\$ 212.386,53	\$ 212.765,45	\$ 213.561,09	\$ 213.642,59
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$ 7.998,96	\$ (1.133,18)	\$ (12.905,99)	\$ (27.707,19)	\$ (47.085,22)	\$ (46.732,57)	\$ (46.725,04)	\$ (46.808,40)	\$ (46.983,44)	\$ (47.001,37)
(=) UTILIDAD NETA		\$ (28.359,94)	\$ 4.017,65	\$ 45.757,59	\$ 98.234,57	\$ 166.938,50	\$ 165.688,20	\$ 165.661,49	\$ 165.957,05	\$ 166.577,65	\$ 166.641,22
(+) Depreciación (de activos fijos)		\$ 4.295,93	\$ 4.295,93	\$ 4.295,93	\$ 4.295,93	\$ 4.295,93	\$ 4.295,93	\$ 4.295,93	\$ 4.295,93	\$ 4.295,93	\$ 4.295,93
(-) Inversión	\$ (34.033,00)	\$ -	\$ -	\$ (445,00)	\$ -	\$ (2.698,25)	\$ (445,00)	\$ -	\$ -	\$ (445,00)	\$ -
(+) Préstamo	\$ 39.473,52										
(-) Capital de trabajo	\$ (15.308,90)										
(-) Amortización deuda		\$ (2.459,03)	\$ (2.708,62)	\$ (2.983,54)	\$ (3.286,37)	\$ (3.619,94)	\$ (3.987,36)	\$ (4.392,08)	\$ (4.837,87)	\$ (5.328,92)	\$ (5.869,80)
(+) Recuperación Capital de Trabajo											\$ 15.308,90
(+) Valor de Desecho											\$ 6.186,67
(=) Flujo Neto Efectivo	\$ (9.868,38)	\$ (26.523,03)	\$ 5.604,97	\$ 46.624,99	\$ 99.244,13	\$ 164.916,25	\$ 165.551,77	\$ 165.565,35	\$ 165.415,11	\$ 165.099,67	\$ 186.562,92

*Fuente: Estado de resultado y flujo de caja
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá*

CUADRO No 25: TIR Y VAN

Tasa de descuento	12%
VAN	\$ 47.616,29
TIR	59,77%

Fuente: Tir y Van

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

El Valor Actual Neto (VAN), es una medida de beneficios o perdidas en los flujos de caja anuales, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo), permite decidir sobre su ejecución en un determinado tiempo.

El “**Centro de Reparaciones 4 de Junio**” de acuerdo a los resultados obtenidos, en el estado de resultado y flujo de caja, se estima un valor actual neto de \$47616.29, este valor es la ganancia que se obtendrá después del periodo de recuperación de la inversión a un costo del 12%.

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es aquella tasa que iguala el valor actual neto a cero. Esta tasa también es conocida como tasa de rentabilidad, esto ayuda a definir la inversión o reinversión en un proyecto.

El “**Centro de Reparaciones 4 de Junio**” cuenta con una inversión total de dicha inversión después de un periodo de 10 años obtendrá un TIR de 59.77%, este porcentaje se encuentra por arriba del costo de capital que es de 12%, aceptando el proyecto.

CUADRO No 26: Recuperación de la inversión

SALDO DE LA INVERSION	FLUJO DE CAJA	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACION DE LA INVERSION
\$16.445,40	\$8.828,54	\$1.973,45	\$ 6.855,09
9.590,31	9.633,54	1.150,84	8.482,71
1.107,60	10.326,51	132,91	10.193,60
(9.085,99)	11.358,60	(1.090,32)	12.448,92
(21.534,91)	10.774,95	(2.584,19)	13.359,14
(34.894,05)	12.010,84	(4.187,29)	16.198,12
(51.092,17)	12.028,22	(6.131,06)	18.159,28
(69.251,45)	11.882,17	(8.310,17)	20.192,35
(89.443,80)	11.571,34	(10.733,26)	22.304,60
\$(111.748,40)	\$22.730,78	\$(13.409,81)	\$36.140,59

Fuente: Estado de resultado y flujo de caja

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

Considerando los flujos cajas anuales, el “Centro de Reparaciones 4 de Junio” recuperará la inversión de \$16445.4 en un periodo de 4 años, generando una ganancia de \$12448.92, este valor quedará después de haber recuperado la inversión.

CUADRO No 27: Ventas

Ingresos	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Precios												
LUBRICANTES Y FILTROS	\$25,3	\$25,3	\$25,3	\$25,3	\$25,3	\$25,3	\$25,3	\$25,3	\$25,3	\$25,3	\$25,3	\$25,3
FILTRO COMBUSTIBLE	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
FILTRO AIRE	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
BUJIAS	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14
REFRIGERANTE	0,4375	0,4375	0,4375	0,4375	0,4375	0,4375	0,4375	0,4375	0,4375	0,4375	0,4375	0,4375
ACEITE HIDRAULICO	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
AGUA DE BATERIA	0,045	0,045	0,045	0,045	0,045	0,045	0,045	0,045	0,045	0,045	0,045	0,045
LIQUIDO DE FRENO	0,3125	0,3125	0,3125	0,3125	0,3125	0,3125	0,3125	0,3125	0,3125	0,3125	0,3125	0,3125
SERVICIO	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
TOTAL	52,9	52,9	52,9	52,9	52,9	52,9	52,9	52,9	52,9	52,9	52,9	52,9
DEMANDA	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201
TOTAL DE INGRESOS	\$10.605	\$10.605	\$10.605	\$10.605	\$10.605	\$10.605	\$10.605	\$10.605	\$10.605	\$10.605	\$10.605	\$10.605

Fuente: Ventas

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

El “**Centro de Reparaciones 4 de Junio**”, estima un ingreso mensual de \$10605, se consideran 210 de acuerdo a las estimaciones de la demanda, en base a un estudio de la capacidad de atención mensual es de 201, se asume esta demanda constante todo el año y luego al siguiente año incrementar la atención

CUADRO No 28: Activos Fijos

MAQUINARIAS, EQUIPO, MUEBLES Y VEHICULOS				
CANTIDAD	Descripción	Valor Unitario	Valor Total	Vida útil contable
MAQUINARIAS				
1	elevador	\$ 900,00	\$ 900,00	10
1	compresor de aire	185,00	185,00	10
1	alineadora	5.000,00	5.000,00	10
1	maquina electrica	250,00	250,00	10
4	herramientas	560,00	2.240,00	10
1	pistola neumática	105,00	105,00	10
2	pistola de agua a presión	160,00	320,00	10
1	aspiradora para sólidos	-	-	10
2	bombas manuales	-	-	10
2	gatos hidraulicos tipo lagarto	320,00	640,00	10
1	equipo de comunicación	800,00	800,00	10
EQUIPOS				
1	Laptop	650,00	650,00	3
1	PC	500,00	500,00	3
1	Impresoras multifuncional	230,00	230,00	3
1	Copiadora Xerox	400,00	400,00	3
MUEBLES				
2	escritorios	120,00	240,00	5
4	sillas ejecutivas	87,00	348,00	5
1	archivadores	85,00	85,00	5
8	sillas	15,00	120,00	5
VEHICULO				
1	vehículo	10.000,00	10.000,00	5
TOTAL DE LA INVERSIÓN INICIAL			\$ 23.013,00	

Fuente: Activos Fijos

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

El “Centro de Reparaciones 4 de Junio”, tendrá los siguientes activos y maquinarias, para poder operar, cada uno con su valor, el total de todos los equipos y maquinarias es de \$29917, valor que será financiado por la asociación.

CUADRO No 29: Depreciación de activos

ACTIVO	VALOR DE COMPRA	VIDA CONTABLE	DEPREC. ANUAL	AÑOS DEPREC	AÑOS POR DEPRECIARSE	DEPREC. ACUMUL.	VALOR EN LIBRO
MAQUINARIAS							
elevator	\$ 900,00	\$ 10,00	\$ 90,00	10	-	\$ 900,00	-
compresor de aire	185,00	10	18,50	10	-	185,00	-
alineadora	5.000,00	10	500,00	10	-	5.000,00	-
maquina electrica	250,00	10	25,00	10	-	250,00	-
herramientas	2.240,00	10	224,00	10	-	2.240,00	-
pistola neumática	105,00	10	10,50	10	-	105,00	-
pistola de agua a presión	320,00	10	32,00	10	-	320,00	-
aspiradora para sólidos	-	10	-	10	-	-	-
bombas manuales	-	10	-	10	-	-	-
gatos hidraulicos tipo lagarto	640,00	10	64,00	10	-	640,00	-
equipo de comunicación	800,00	10	80,00	10	-	800,00	-
EQUIPOS							
Laptop	650,00	3	216,67	1	2	216,67	433,33
PC	500,00	3	166,67	1	2	166,67	333,33
Impresoras multifuncional	230,00	3	76,67	1	2	76,67	153,33
Copiadora Xerox	400,00	3	133,33	1	2	133,33	266,67
escritorios	240,00	5	48,00	5	0	240,00	-
sillas ejecutivas	348,00	5	69,60	5	0	348,00	-
archivadores	85,00	5	17,00	5	0	85,00	-
sillas	120,00	5	24,00	5	0	120,00	-
VEHICULO	10.000,00	5	2.000,00	5	0	10.000,00	-
Obras fisicas	\$ 10.000,00	\$ 20,00	\$ 500,00	\$ 10,00	10	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Depreciación Anual			\$ 4.295,93	Valor de Salvamento			\$ 6.186,67

Fuente: Depreciación de activos
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

CUADRO No 30: Sueldos y Salarios

BALANCE DE PERSONAL									
PERSONAL	# DE EMPLEADOS	SUELDO MENSUAL UNIT.	SUELDO ANUAL	13 SUELDO	14 SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%	SUELDO ANUAL
Administrador	1	\$600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$352,00	\$ 300,00	\$ 600,00	\$ 874,80	\$ 9.926,80
Contador	1	\$500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$352,00	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 729,00	\$ 8.331,00
Tesorero	1	\$400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$352,00	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 583,20	\$ 6.735,20
Supervisor	1	\$360,00	\$ 4.320,00	\$ 360,00	\$352,00	\$ 180,00	\$ 360,00	\$ 524,88	\$ 6.096,88
Operario	2	\$240,00	\$ 5.760,00	\$ 480,00	\$352,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 699,84	\$ 7.771,84
Operario	2	\$240,00	\$ 5.760,00	\$ 480,00	\$352,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 699,84	\$ 7.771,84
Operario	2	\$240,00	\$ 5.760,00	\$ 480,00	\$352,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 699,84	\$ 7.771,84
Total	10	\$ 2.580,00	\$ 39.600,00	\$ 3.300,00	\$ 2.464,00	\$ 1.650,00	\$ 2.580,00	\$ 4.811,40	\$ 54.405,40

Fuente: Sueldos y salarios

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

CUADRO No 31: Gastos de Administración

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
SUMINSTROS DE OFICINA				
CANT.	DETALLE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL (\$)
3	GRAPADORAS	\$ 2,50	\$ 7,50	\$ 15,00
4	Perforadoras	2,87	11,48	11,48
4	Tijeras	0,62	2,48	29,76
2	Resmas de hojas	4,50	9,00	108,00
16	Carpetas	3,50	56,00	336,00
4	Cuadernos	1,25	5,00	30,00
2	Calculadora	18,00	36,00	36,00
5	Sellos	6,50	32,50	32,50
4	Goma	1,00	4,00	12,00
8	Esferos	0,30	2,40	28,80
4	Dispensador de Cinta	1,00	4,00	8,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$170,36	\$647,54

Fuente: Gastos Administrativos

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

CUADRO No 32: Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO MENSUAL (\$)	TOTAL MENSUAL (\$)	TOTAL ANUAL Año 1
Gigantografías	2	\$30,00	\$60,00	\$120,00
Banners/dípticos/ y otros	2	80,00	160,00	480,00
Publicidad en prensa	2	50,00	100,00	800,00
TOTAL GASTO DE VENTA			\$320,00	\$1.400,00

Fuente: Gastos de Ventas

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

CUADRO No 33: Gastos por Servicio

GASTOS POR SERVICIOS				
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO MENSUAL (\$)	TOTAL MENSUAL (\$)	TOTAL ANUAL Año 1
Teléfono	minutos	\$35,00	\$35,00	\$420,00
Internet	megas	28,00	28,00	336,00
Energía Eléctrica	kw	100,00	100,00	1200,00
Agua	m3	40,00	40,00	480,00
TOTAL GASTOS DE SERVICIOS			\$203,00	\$ 2.436,00

Fuente: Gastos por servicio

Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

CONCLUSIONES.

1.- La implementación de un Plan de Negocios para la Asociación de Artesanos Interprofesionales 4 de Junio, mejorará el servicio de mantenimiento y reparación de vehículos en el cantón La Libertad, utilizando tecnología de punta para cada área de trabajo, logrando la aceptación, fidelización y satisfacción de los clientes, generando rentabilidad para beneficios de los socios.

2.- La Asociación está ubicada en un sector donde tiene competencia directa, pero también una gran demanda de personas que realizan un mantenimiento a los vehículos, con la ejecución del Plan de Negocios se logrará satisfacer a una demanda insatisfecha que busca una buena atención, ahorro de tiempo, dinero y variedad de servicios en un solo lugar.

3.- Al ofertar un nuevo servicio, la asociación brindará nuevas oportunidades de empleo no solo para las personas del cantón La Libertad, se contratará a personas que reúnan el perfil idóneo, se capacitará al todo personal, para inducir al trabajo en equipo, compañerismo, responsabilidad, cooperación y buena comunicación.

4.- La utilización de las herramientas necesarias en cuanto a promoción y publicidad, permitirá que las personas conozcan los beneficios del nuevo y novedoso servicio de mantenimiento y reparación de vehículos que oferta la asociación, con el objetivo de expandirnos no solo a nivel local, sino provincial.

5.- Con la aportación económica de cada socio y el préstamo bancario, se mejorará la infraestructura de la asociación, adecuándola para cada área de servicios, se adquirirá maquinarias, herramientas, insumos para todo lo relacionado a mantenimiento y reparación de vehículos se trata, de esta manera se incrementará el nivel de ventas mediante la captación de nuevos de clientes, generando la rentabilidad deseada por la asociación y cada uno de los socios.

RECOMENDACIONES

- 1.- Efectuar un Plan de Negocios para la Asociación de Artesanos Interprofesionales 4 de Junio, para implementar un servicio de mantenimiento y reparación de vehículos de calidad en el cantón La Libertad.
- 2.- Proponer estrategias de competencia y atención al cliente, para satisfacer la demanda de personas inconformes con el servicio que brindan en la actualidad las personas que realizan mantenimiento y reparación de vehículos.
- 3.- Confiar en el talento humano que existe en la provincia de Santa Elena, contratar a personas que reúnan el perfil deseado, buscar a las instituciones adecuadas para realizar las respectivas capacitaciones en lo que concierne a servicio al cliente y mantenimiento de vehículos, para todas las áreas de trabajo.
- 4.- Desarrollar alianzas estratégicas con instituciones de publicidad reconocidas, para realizar de una manera correcta la publicidad y promoción del servicio que se ofrecerá, buscando la comodidad y beneficios del cliente.
- 5.- Realizar y planificar de una manera responsable y correcta todas las gestiones de financiamiento, lograr las ventas necesarias, minimizar los gastos y costos, para poder obtener la rentabilidad deseada por la asociación.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade Simón (2005), Diccionario de la Economía. Edición tercera.
- Anzil Federico (2012), Diccionario de Economía y Finanzas, Estudio Financiero.
- Berry Leonard, A. Parasuraman y Valerie Zeithanml (1993), Calidad total en la gestión de servicio. Editorial Díaz de Santos. Madrid, España.
- Chiavenato Idalberto (2002), Gestión de Talento Humano, Segunda edición, Editorial McGraw Hill, México.
- Chiavenato Idalberto (2009), Comportamiento Organizacional, La Dinámica del Éxito en las Organizaciones. Edición segunda. Editora McGraw-Hill.
- De La Vega García Ignacio Pastor del Instituto de Empresas (2004), El plan de negocios, una herramienta indispensable. 1ra Edición. Departamento de publicaciones del Instituto de Empresas. Madrid-España.
- Fayol Henry (1994), Administración industrial y General, Editorial El Ateneo.
- Fleitman Jack (2000), Libro Negocios Exitosos, Mc Graw Hill Interamericana Editores.
- Flores, Julio (2007), Como crear y dirigir la nueva empresa; ECOE, Ediciones, Colombia.
- González Hugo (2005), Investigación y Gestión empresarial.
- Hernández Roberto, Fernández Carlos y Baptista Lucio Pilar (1998), Metodología de la investigación, edición segunda McGraw-Hill. México D.F.
- Hernández Sampieri R. (2007), Metodología de la investigación. Editorial McGraw-Hill, 4ta Edición.

- Horovitz Jacques (1991), La calidad del servicio. Ediciones McGraw-Hill. España.
- Kotler Philip (2002), Fundamentos de Marketing. Edición sexta.
- Lambing Peggy A. y Charles Kuehl (1988), Empresarios Pequeños y Medianos. Edición Prentice-Hall. New York.
- Munuera José, Rodríguez Ana (2012). Estrategias de Marketing. Edit. Esc. España.
- Nueno Pedro (2003), Lo que se aprende en los mejores MBA. 1ra edición. España
- Pallares Zoilo (2005), Libro Hacer empresa, cuarta Edición, Fondo Editorial Nueva Empresa.
- Sandhusen Richard L. (2002), Mercadotecnia, Primera edición, Compañía Editorial Continental.
- Saproso G., (1977), Clínica Empresarial. Una metodología paso a paso para desarrollar y monitorear un “Plan de Negocios”. Ediciones Machi, Buenos Aires, Argentina.
- Velazco Félix (2007), Aprende a elaborar un Plan de Negocios. Edit. Paidós Ibérica S.A. España.
- Viniegra Sergio, (2007), Entendiendo el plan de negocios. Lulu.com: México.
- Wallace Stettinius (2009), Plan de negocios: como diseñarlo e implementarlo: McGraw-Hill; España.
- Weinberger Villarán Karen (2009), Plan de Negocios, herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. Primera edición: Perú

Páginas de Internet.

- <http://www.gestiopolis.com/canales6/mkt>
- <http://www.Monografías.com/trabajos89/plan-negocio-y-sus-componentes/shtml>
- <http://www.soyempresario.com>
- <http://www.crecenegocios.com>
- <http://www.100plandenegocios.com/la-descripcion-de-servicio>
- <http://es.slideshare.net/calidad-en-servicio/html>.
- <http://www.trabajo.com.mx>
- <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007>
- <http://www.crecenegocios.com>
- <http://www.buenastareas.com/ensayos/razones-financieras/>

ANEXOS

ANEXO No 1: Carta Aval de la Asociación.

La libertad, 01 de Septiembre del 2014

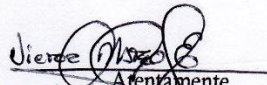
**Señor Economista
Félix Tigrero MSc.
Director de la Carrera Ingeniería en Desarrollo Empresarial:
En su despacho:**

Por medio de la presente, comunico a usted:

CARTA AVAL

Yo, Señor Víctor Miguel Mateo Eugenio, con C.I. No. 0920733094, Presidente de la Asociación de Artesanos Interprofesionales "4 de Junio" del Cantón La Libertad, me permito emitir la presente carta de compromiso, para que el Sr. Juan Christian Gonzabay Tomalá, levante información técnica en nuestra institución con fines académicos, al respecto con su tema denominado ***"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS INTERPROFESIONALES 4 DE JUNIO EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA"***.

Lo que certifico, es testimonio de absoluta verdad, dejando en libertad a la parte interesada de dar uso del presente documento de la manera más conveniente.


Atentamente,

**Sr. Víctor Miguel Mateo Eugenio
Presidente de la Asociación de Artesanos "4 de Junio"**

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



**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS MIEMBROS DE LA
ASOCIACIÓN**

Objetivo: Realizar un estudio de campo a través de captación de información, para diseñar técnicas indispensables que mejoren la calidad de servicio de la asociación. Todo cuanto nos pueda decir en honor a la verdad será de mucha utilidad y se le dará a su respuesta tratamiento estadístico.

GÉNERO: Masculino Femenino
EDAD: 20 - 30 31 -40 41 - 50 51- más

NIVEL DE INGRESO.
300-400 401-500 501-600 601-más

1.- ¿Cuál es la rama artesanal a la que se dedica usted?

2.- ¿Cuántos años lleva ejerciendo esta profesión artesanal?

3.- ¿Cuántos años lleva siendo miembro de esta institución?

4.- ¿Recibe algún beneficio de la asociación?

Siempre Muy de repente
Casi siempre Siempre
De repente

5.- ¿Cuál es la fuente principal de ingresos de la asociación?

- Alquiler de la sede
Alquiler de sillas
Mensualidades

6.- ¿Cuál es la mayor fortaleza de la asociación?

- Infraestructura propia
Fuerza de trabajo
Trabajo en equipo
Incremento de socios

7.- ¿Cuál cree usted que es la debilidad que afecta a la asociación?

- Falta de compromiso
Impuntualidad de los socios
Falta de comunicación
Descoordinación

8.- ¿En los últimos seis meses ha recibido alguna capacitación de algún tipo?

Si___ especifique_____

No___

9.- ¿Considera necesario recibir algún tipo de capacitación para enriquecer sus conocimientos?

Si__

No__

10.- ¿En la actualidad conoce alguna institución que ofrezca un servicio completo de mantenimiento y reparación de vehículos?

Si_____ especifique_____

no_____

11.- ¿Qué aspectos cree usted que consideran los clientes al momento de visitar su negocio?

Calidad de servicio Tiempo
Responsabilidad
Otros (especifique) _____

12.- ¿El trabajo en equipo al momento de implementar un nuevo negocio es importante para lograr un servicio de calidad?

Totalmente de acuerdo
Parcialmente de acuerdo
Medianamente de acuerdo
En desacuerdo

13.- ¿Considera usted necesario crear un servicio de mantenimiento y reparación de vehículos en la asociación para incrementar los ingresos?

Sí _____ No _____

14.- ¿Cree usted que la implementación de un servicio de mantenimiento y reparación de vehículos en la asociación satisfará las necesidades de los clientes?

Sí _____ No _____

15.- ¿Qué tipo de inversión se debe realizar en la asociación para llevar a cabo este nuevo negocio?

Préstamo bancario
Capitalización de los socios
Realizar actividades sociales

ANEXO No 3: Modelo de Encuesta a los Habitantes del Cantón La Libertad

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



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN
LA LIBERTAD

Objetivo: Realizar un estudio de campo a través de captación de información, para diseñar técnicas indispensables que mejoren la calidad de servicio de la asociación. Todo cuento nos pueda decir en honor a la verdad será de mucha utilidad y se le dará a su respuesta tratamiento estadístico.

GÉNERO: Masculino Femenino
EDAD: 20 - 25 31 - 35
26 – 30 36– más

NIVEL DE INGRESO.

300-400 501-600
401-500 601-más

1.- ¿De acuerdo con su opinión, poseer un vehículo en la actualidad es de gran ayuda?

Totalmente de acuerdo
Parcialmente de acuerdo
Medianamente de acuerdo
En desacuerdo

2.- ¿En su familia cuantos vehículos poseen?

3.- ¿Cuál es la marca de vehículo que posee?

Chevrolet Mazda Otros
Nissan kia
Toyota Hyundai

4.- ¿Qué tipo de utilización le da a su vehículo?

Personal Trabajo

5.- ¿Al momento de reparar su vehículo que aspectos considera?

Calidad de servicio Tiempo
Responsabilidad Otros (especifique)

6.- ¿Cuántos talleres visita para darle mantenimiento a su vehículo?

De 1 a 2
De 1 a 3
De 1 a 4

7.- ¿Con que frecuencia visita un taller para dar mantenimiento a su vehículo?

Semanal Trimestral
Quincenal Semestral
Mensual Otros especifique _____

8.- ¿Cuáles son los servicios que utiliza con mayor frecuencia?

Cambio de aceite Lavado y pulverizada
Alineación y balanceo Mecánica
Electromecánica Enderezada y pintada
Otros especifique _____

9.- ¿Le gustaría que todos estos servicios antes mencionados se los pueda encontrar en un solo lugar?

SI _____ NO _____

10.- ¿Le gustaría ahorrar tiempo y dinero al momento de dar mantenimiento a su vehículo?

SI _____ NO _____

11.- ¿Considera usted que es de mucho beneficio este nuevo tipo de servicio?

SI_____ NO_____

12.- ¿Conoce usted alguna empresa que ofrezca el servicio de mantenimiento y reparación de vehículos en un solo lugar?

SI_____ NO_____

13.- ¿De existir un negocio que ofrezca los servicios antes mencionados le visitaría?

SI_____ NO_____

ANEXO No 4: Modelo de la Entrevista



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL
CARRERA DE ING. EN DESARROLLO EMPRESARIAL

ENTREVISTA LA DIRECTIVA DE LA ASOCIACIÓN 4 DE JUNIO

Nombre: _____ **Edad:** _____

Cargo: _____

1. ¿Cuál fue el aspecto que motivo para que ustedes formen una asociación?

2. ¿Con cuántos miembros empezó la asociación?

3. ¿En la actualidad cuántos socios existen en la asociación?

4. ¿Cuál cree usted que es su mayor fortaleza?

5. ¿Cuál cree usted que es su mayor debilidad?

6. ¿Cuentan con el apoyo de alguna institución del estado?

7. ¿Durante los años que tiene la asociación, los socios han recibido alguna capacitación?

8. ¿Cuáles son los proyectos que tiene en futuro para la asociación?

9. ¿En la actualidad conoce alguna empresa que ofrezca el servicio de mantenimiento y reparación completa de vehículos?

10. ¿Cree usted que la implementación de este tipo servicio en la asociación mejorará e incrementará sus ingresos?

11. ¿Cree usted que todos los socios estarían dispuestos a capitalizar para la implementación de este tipo de servicio?

12. ¿Cómo usted contribuiría en la ejecución de este proyecto?

ANEXO No 5: Fotos de las encuestas



Fuente: Fotos de la encuestas
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá



Fuente: Fotos de la encuestas
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá



Fuente: Fotos de la encuestas
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá

ANEXO No 6: Fotos de la Asociación de Artesanos 4 de Junio



Fuente: Asociación 4 de Junio
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá



Fuente: Asociación 4 de Junio
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá



Fuente: Asociación 4 de Junio
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá



Fuente: Asociación 4 de Junio
Elaborado por: Juan Gonzabay Tomalá