



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL CENTRO DE REPARACIÓN
Y MANTENIMIENTO DE VEHÍCULOS “BETTY”
DEL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA
DEL GUAYAS”, AÑO 2015**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

**AUTORA: ADRIANA JAZMIN CRESPI ESCALANTE
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 EL CENTRO DE REPARACIÓN
Y MANTENIMIENTO DE VEHÍCULOS “BETTY”
DEL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA
DEL GUAYAS”, AÑO 2015**

TRABAJO DE TITULACIÓN
Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: ADRIANA JAZMIN CRESPI ESCALANTE
TUTOR: ING. WASHINGTON PERERO VERA, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR
2015

La Libertad, 11 de febrero del 2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, **“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL CENTRO DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO DE VEHÍCULOS “BETTY” DEL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS”, AÑO 2015**, elaborado por el Srta. ADRIANA JAZMIN CRESPI ESCALANTE, egresada 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 Ingeniera 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 académico y científico, razón que 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 EL CENTRO DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO DE VEHÍCULOS “BETTY” DEL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS”, AÑO 2015**, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, 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, 11 de febrero del 2015

Atentamente

.....
ADRIANA JAZMIN CRESPI ESCALANTE

C.I. 092934115-4

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación está dedicado a Dios por haber puesto en mí sabiduría y seguirme guiando a lo largo de toda la vida.

A mis padres Virgilio Crespín y Rita Escalante, gracias por su apoyo incondicional por haber depositado su entera confianza en cada reto que se presentaba, sin dudar un solo momento en mi inteligencia y capacidad, estoy alcanzando mi objetivo de culminar una Carrera, con el pasar del tiempo me ayudara a enfrentar los diferentes obstáculos que se presentan, día a día. A mis hermanos, por su apoyo y comprensión en todo momento.

A los Docentes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, quienes han impartido su conocimiento con sabiduría y paciencia a lo largo de este proceso.

ADRIANA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por dotarme de capacidad intelectual para desenvolvernos en el desarrollo de nuestros estudios; a mis padres, por brindarme su apoyo, confianza, comprensión, amistad, cariño incondicional y ser guías en mi vida con enseñanzas éticas y morales.

A La Universidad Estatal Península de Santa Elena, Institución que hace 5 años me abrió sus puertas y que gracias a los conocimientos impartidos por aquellos profesores que en momento, supieron tenderme su mano amiga, consejos valiosos y aquella mirada de confianza y estímulo que necesité para vencer y lograr cada uno de mis objetivos.

De igual manera, agradezco al Ing. Washington Perero Vera, MSc., quien tuvo paciencia de mostrarme con responsabilidad paso a paso el proceso que se llevó a cabo para culminar la tesis de grado, por su carisma y amistad que me demostró, durante el tiempo de desarrollo de la tesis.

ADRIANA

TRIBUNAL DE GRADO

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

CPA. Mariela Reyes Tomalá, MSc.
DIRECTORA DE LA CARRERA
DESARROLLO EMPRESARIAL

Ing. Washington Perero Vera, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Econ. Hugo Álvarez Plua, MSc.
PROFESOR DEL 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 EL CENTRO DE REPARACIÓN Y
MANTENIMIENTO DE VEHÍCULOS “BETTY”
DEL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA
DEL GUAYAS”, AÑO 2015**

Autora: Srta. Adriana Jazmín Crespín Escalante

Tutor: Ing. Washington Perero Vera, MSc.

RESUMEN

En el proceso de elaboración del trabajo de titulación, se describe el estudio con respecto a la creación del Plan de Negocios para el centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” del Cantón Playas. El trabajo se realizó bajo la modalidad de proyecto factible que tiene el propósito de utilizar de manera inmediata la ejecución de la propuesta. El marco teórico sustenta en teoría, todo lo establecido para el proyecto. Y la fase que se diagnostica la situación actual del Centro de reparación y mantenimiento Betty que se encuentra con una falencia en los servicios para vehículos dentro del Cantón. El estudio consistió en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades existentes. Se utilizó el modelo cualitativo y cuantitativo, por ser un proyecto en la que se midieron las percepciones, expectativas e intereses de los involucrados. La recolección de datos se la realizó a través de la entrevista y la encuesta estructuradas con preguntas cerradas y abiertas con el propósito de obtener los criterios de todos los involucrados y visualizar las necesidades de los clientes. Se aplicaron encuestas a los habitantes y clientes del Centro de servicios de reparación y mantenimiento Betty, de igual manera, se aplicaron entrevistas a los directivos y empleados con el propósito de conocer, apreciar la empatía y perspectivas que tienen hacia el proyecto. Con estas técnicas se estableció lo que el cliente necesita, si el proyecto va a ser rentable y las apreciaciones que se tiene, sin restringir, de alguna manera, las ideas de las personas involucradas. Dentro del plan de negocios se realizó el desarrollo de los estados financieros, donde se puede estimar con valores reales la factibilidad del proyecto, mostrando los ingresos y egresos que van a existir, es así donde se finaliza el trabajo investigativo con los diferentes pasos a seguir para culminar con un trabajo ejecutado bien definido y demostrado con hechos reales hacia donde se enfocó, como contribuyó a desarrollarse y obtener más recursos que ayudan al desarrollo del Cantón, se espera mejorar el Centro de reparación y mantenimiento para brindar servicio de calidad.

ÍNDICE

| | |
|-----------------------------------|-------|
| PORTADA..... | II |
| APROBACIÓN DEL TUTOR..... | III |
| AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... | IV |
| DEDICATORIA | V |
| AGRADECIMIENTO..... | VI |
| TRIBUNAL DE GRADO | VII |
| RESUMEN..... | VIII |
| ÍNDICE | IX |
| ÍNDICE DE CUADROS..... | XVI |
| ÍNDICE DE TABLAS | XVII |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | XVIII |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | XIX |
| ÍNDICE DE ANEXOS..... | XX |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| MARCO CONTEXTUAL | 2 |
| TEMA.... | 2 |
| EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN..... | 2 |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 2 |
| FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... | 7 |
| SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA..... | 7 |

| | |
|--|-----------|
| EVALUACIÓN DEL PROBLEMA..... | 8 |
| JUSTIFICACIÓN | 9 |
| OBJETIVOS | 10 |
| OBJETIVO GENERAL..... | 10 |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 10 |
| HIPÓTESIS..... | 11 |
| OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES..... | 11 |
| CAPÍTULO I..... | 14 |
| 1 MARCO TEÓRICO | 14 |
| 1.1 ANTECEDENTES..... | 14 |
| 1.2 PLAN DE NEGOCIOS | 15 |
| 1.2.1 Empresa..... | 17 |
| 1.2.1.1 Descripción de la Empresa..... | 17 |
| 1.2.1.2 Tipo de Empresa | 17 |
| 1.2.1.3 Ubicación Y Tamaño | 18 |
| 1.2.1.4 Misión | 19 |
| 1.2.1.5 Visión..... | 19 |
| 1.2.2 Mercado..... | 19 |
| 1.2.2.1 Procesos de Distribución..... | 21 |
| 1.2.3 El Servicio..... | 22 |
| 1.2.3.1 Equipos e instalaciones | 23 |
| 1.2.3.2 Mejora Continua..... | 23 |
| 1.2.4 Organización | 24 |
| 1.2.4.1 Estructura organizacional..... | 24 |
| 1.2.4.2 Tipos de organigrama..... | 25 |
| 1.2.4.3 Descripción del Cargo..... | 27 |
| 1.2.4.4 Perfil de Puestos..... | 27 |
| 1.2.5 Finanzas..... | 28 |

| | | |
|---------|---|----|
| 1.2.5.1 | Estado de situación financiera..... | 28 |
| 1.2.5.2 | Estado de resultado Integral..... | 29 |
| 1.2.5.3 | Flujos de efectivo..... | 31 |
| 1.3 | CALIDAD DE SERVICIO | 35 |
| 1.3.1 | El Cliente..... | 35 |
| 1.3.1.1 | Cliente interno..... | 35 |
| 1.3.1.2 | Cliente externo..... | 36 |
| 1.3.2 | Factores de influencia en la conducta del consumidor..... | 36 |
| 1.3.2.1 | Un nuevo entorno..... | 36 |
| 1.3.2.2 | Satisfacción..... | 37 |
| 1.3.2.3 | Fidelización..... | 37 |
| 1.3.3 | Resultados..... | 38 |
| 1.3.3.1 | Eficiencia..... | 38 |
| 1.3.3.2 | Eficacia..... | 38 |
| 1.3.3.3 | Evaluación..... | 39 |
| 1.4 | MARCO LEGAL | 40 |
| 1.4.1 | Constitución De La República Del Ecuador..... | 40 |
| 1.4.2 | Plan Nacional Del Buen Vivir..... | 40 |
| 1.4.3 | Ministerio De Inclusión Económica Y Social..... | 41 |
| | CAPÍTULO II | 42 |
| 2. | METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | 42 |
| 2.1 | DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN..... | 42 |
| 2.2 | MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN..... | 43 |
| 2.3 | TIPOS DE INVESTIGACIÓN..... | 43 |
| 2.3.1 | Por el Propósito..... | 44 |
| 2.3.2 | Por el Nivel..... | 44 |
| 2.3.3 | Por el lugar..... | 46 |
| 2.4 | MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN..... | 47 |
| 2.4.1 | Método Inductivo..... | 47 |
| 2.4.2 | Método Deductivo..... | 47 |

| | | |
|-------|--|----|
| 2.4.3 | Método Analítico. | 47 |
| 2.5 | TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN..... | 48 |
| 2.5.1 | La Entrevista. | 48 |
| 2.5.2 | La Encuesta. | 48 |
| 2.6 | INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN..... | 49 |
| 2.6.1 | Guión de Entrevista..... | 49 |
| 2.6.2 | El Cuestionario..... | 49 |
| 2.7 | POBLACIÓN Y MUESTRA. | 50 |
| 2.7.1 | Población..... | 50 |
| 2.7.2 | Muestra..... | 50 |
| 2.8 | PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN. | 52 |
| 2.8.1 | Procedimientos..... | 52 |
| 2.8.2 | Procesamiento. | 53 |
| | CAPÍTULO III | 54 |
| 3. | ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS..... | 54 |
| 3.1 | ANÁLISIS DE RESULTADO DE LA ENTREVISTA..... | 54 |
| 3.2 | ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA A CLIENTES..... | 60 |
| 3.3 | CONCLUSIONES. | 75 |
| 3.4 | RECOMENDACIONES..... | 76 |
| | CAPÍTULO IV | 77 |
| 4. | TÍTULO DE LA PROPUESTA..... | 77 |
| | “PLAN DE NEGOCIOS PARA EL CENTRO DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO DE VEHÍCULOS “BETTY” DEL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS”, AÑO 2015 | 77 |
| 4.1 | PRESENTACIÓN..... | 77 |
| 4.2 | DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA | 78 |
| 4.2.1 | Direccionamiento Estratégico | 79 |
| 4.2.2 | Misión | 79 |
| 4.2.3 | Visión | 79 |

| | | |
|---------|---|-----|
| 4.3 | OBJETIVOS | 80 |
| 4.3.1 | Objetivo General | 80 |
| 4.3.2 | Objetivos Específicos..... | 80 |
| 4.4 | JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA..... | 81 |
| 4.5 | ESTUDIO DE MERCADO | 82 |
| 4.5.1 | DEFINICIÓN DE MERCADO..... | 82 |
| 4.5.2 | OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO | 82 |
| 4.5.3 | Políticas de Atención al Cliente | 83 |
| 4.5.3.1 | Políticas de Mercado..... | 83 |
| 4.5.4 | Análisis de la oferta..... | 84 |
| 4.5.5 | Análisis de precios | 84 |
| 4.5.6 | Análisis de la demanda..... | 85 |
| 4.6 | ESTUDIO TÉCNICO..... | 86 |
| 4.6.1 | ESTUDIO TÉCNICO | 86 |
| 4.6.2 | Objetivos específicos del estudio técnico | 86 |
| 4.6.3 | Tamaño y localización óptima del proyecto | 86 |
| 4.6.4 | Tamaño del proyecto..... | 87 |
| 4.6.5 | Localización óptima del proyecto | 87 |
| 4.6.6 | Macro localización | 88 |
| 4.6.7 | Micro localización..... | 88 |
| 4.6.8 | TECNOLOGÍA DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS | 89 |
| 4.7 | PROCESO DE SERVICIO | 89 |
| 4.7.1 | Descripción del proceso de servicio..... | 90 |
| 4.7.2 | Ciclo del servicio en el sitio del lavado. | 93 |
| 4.8 | PRECIOS. | 99 |
| 4.9 | ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... | 99 |
| 4.9.2 | Perfil de puesto contador..... | 101 |
| 4.9.3 | Perfil de puesto de mecánico..... | 102 |
| 4.9.4 | Perfil de puesto de pintor | 103 |
| 4.10 | F.O.D.A. | 104 |
| 4.11 | ESTUDIO FINANCIERO. | 105 |

| | | |
|----------|---|-----|
| 4.11.1 | INVERSIÓN..... | 105 |
| 4.12 | ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO..... | 105 |
| 4.12.1 | ESTUDIO ECONÓMICO..... | 105 |
| 4.12.1.1 | OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO ECONÓMICO..... | 106 |
| 4.12.1.2 | OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 106 |
| 4.13 | DETERMINACIÓN DE COSTOS..... | 106 |
| 4.13.1 | COSTO DEL SERVICIO LAVADO..... | 107 |
| 4.13.2 | COSTO DE SERVICIO DE LUBRICACIÓN..... | 108 |
| 4.13.3 | COSTO DEL SERVICIO DE ALINEAMIENTO..... | 109 |
| 4.13.4 | costo de servicio de pintura de vehículos..... | 109 |
| 4.14 | TIPO DE COSTOS..... | 110 |
| 4.14.1 | costos fijos..... | 110 |
| 4.14.2 | costos variables..... | 110 |
| 4.14 | PRESUPUESTO DEL PROYECTO DE ADECUACIÓN DE INFRAESTRUCTURA..... | 111 |
| 4.15 | FINANCIAMIENTO..... | 113 |
| 4.16 | AMORTIZACIÓN..... | 113 |
| 4.17 | PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS..... | 114 |
| 4.18 | DEPRECIACIONES..... | 115 |
| 4.19 | ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL..... | 116 |
| 4.20 | FLUJO DE CAJA..... | 116 |
| 4.21 | ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA..... | 117 |
| 4.22 | CAPITAL DE TRABAJO..... | 117 |
| 4.23 | PUNTO DE EQUILIBRIO..... | 118 |
| 4.24 | MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE RECUPERACIÓN DESCONTADA VAN, TIR..... | 119 |
| 4.24.1 | VALOR ACTUAL NETO (VAN)..... | 119 |
| 4.24.2 | TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)..... | 120 |
| | CONCLUSIONES..... | 122 |
| | RECOMENDACIONES..... | 123 |

| | |
|--------------------|-----|
| BIBLIOGRAFÍA..... | 124 |
| ANEXOS..... | 127 |
| GLOSARIO..... | 142 |
| ABREVIATURAS | 143 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|---|-----|
| CUADRO N° 1 Plan de Negocios | 12 |
| CUADRO N° 2 Calidad de servicio | 13 |
| CUADRO N° 3 Población 18-70 años del Cantón Playas..... | 50 |
| CUADRO N° 4 Muestra a tomar | 51 |
| CUADRO N° 5 Demanda | 85 |
| CUADRO N° 6 Maquinaria y equipo | 89 |
| CUADRO N° 7 Atributo, beneficio y Valores del servicio..... | 92 |
| CUADRO N° 8 Lista de precios | 99 |
| CUADRO N° 9 Servicio de lavado 1..... | 107 |
| CUADRO N° 10 Servicio lavado 2 | 108 |
| CUADRO N° 11 Servicio de lubricación | 108 |
| CUADRO N° 12 Servicio de alineamiento..... | 109 |
| CUADRO N° 13 Servicio de pintado | 109 |
| CUADRO N° 14 Servicio de pintado | 110 |
| CUADRO N° 15 Adecuación de infraestructura | 111 |
| CUADRO N° 16 Muebles de oficina..... | 111 |
| CUADRO N° 17 Equipo de oficina..... | 112 |
| CUADRO N° 18 Equipo y materiales | 112 |
| CUADRO N° 19 Amortización. | 113 |
| CUADRO N° 20 Gastos administrativos..... | 114 |
| CUADRO N° 21 Punto de Equilibrio | 118 |
| CUADRO N° 22 Plan de Acción..... | 121 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| TABLA N° 1 Nivel de ingreso | 60 |
| TABLA N° 2 Pago por lavado de vehículos | 61 |
| TABLA N° 3 Calificación del servicio..... | 62 |
| TABLA N° 4 Importancia al elegir un sitio para hacer lavar el vehículo..... | 63 |
| TABLA N° 5 Forma de pago del servicio | 64 |
| TABLA N° 6 Incomodidad que encuentra en el centro de mantenimiento | 65 |
| TABLA N° 7 Servicio adicional | 66 |
| TABLA N° 8 Tipo de servicio que utiliza con mayor frecuencia | 67 |
| TABLA N° 9 Tiempo que lava su vehículo..... | 68 |
| TABLA N° 10 Implementación del servicio de pintura | 69 |
| TABLA N° 11 Existencia de equipo necesarios | 70 |
| TABLA N° 12 Mejoramiento de la infraestructura | 71 |
| TABLA N° 13 Personal calificado | 72 |
| TABLA N° 14 Calidad del servicio | 73 |
| TABLA N° 15 Satisfacción del servicio..... | 74 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| GRÁFICO N° 1 Nivel de ingresos..... | 60 |
| GRÁFICO N° 2 Pago por lavado de vehículos..... | 61 |
| GRÁFICO N° 3 Calificación del servicio..... | 62 |
| GRÁFICO N° 4 Importancia al elegir un sitio para hacer lavar el vehículo | 63 |
| GRÁFICO N° 5 Forma de pago del servicio | 64 |
| GRÁFICO N° 6 Incomodidad que encuentra en el centro de mantenimiento..... | 65 |
| GRÁFICO N° 7 Servicio adicional..... | 66 |
| GRÁFICO N° 8 Tipo de servicio que utiliza con mayor frecuencia | 67 |
| GRÁFICO N° 9 Tiempo que lava su vehículo | 68 |
| GRÁFICO N° 10 Implementación del servicio de pintura | 69 |
| GRÁFICO N° 11 Existencia de equipos necesarios | 70 |
| GRÁFICO N° 12 Mejoramiento de infraestructura..... | 71 |
| GRÁFICO N° 13 Personal calificado | 72 |
| GRÁFICO N° 14 Calidad del servicio..... | 73 |
| GRÁFICO N° 15 Satisfacción del servicio..... | 74 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|-----|
| FIGURA N° 1 Logo | 78 |
| FIGURA N° 2 Macro localización..... | 88 |
| FIGURA N° 3 Micro localización | 88 |
| FIGURA N° 4 Ciclo del servicio del lavado..... | 93 |
| FIGURA N° 5 Organigrama propuesto | 99 |
| FIGURA N° 6 Punto de equilibrio..... | 118 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|--|-----|
| ANEXO N° 1 Matriz de consistencia | 128 |
| ANEXO N° 2 Guion de entrevista | 129 |
| ANEXO N° 3 Cuestionario..... | 131 |
| ANEXO N° 4 Depreciaciones..... | 133 |
| ANEXO N° 5 Estado De Resultado Integral | 136 |
| ANEXO N° 6 Rol De Pago..... | 137 |
| ANEXO N° 7 Flujo De Efectivo..... | 138 |
| ANEXO N° 8 Estado De Situación Financiera..... | 139 |
| ANEXO N° 9 Capital De Trabajo..... | 140 |
| ANEXO N° 10 Fotos | 141 |

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación denominado “Plan de negocios para el Centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” en el Cantón Playas, provincia del Guayas”; es una propuesta de negocio que mejora la rentabilidad de la empresa, ampliando nuevos servicios. Con el plan de negocios incrementarán nuevas líneas de servicios, generando un impulso económico en el sector.

En el capítulo I se desarrolla el marco teórico y se presenta la base teórica relacionada con el tema, los modelos a seguir definiciones conceptuales, la base legal que hace énfasis en la Constitución de la República, economía popular y solidaria, plan del Buen Vivir.

En el Capítulo II presenta el marco metodológico, se explica el tipo descriptivo que concierne a la investigación de campo, diseño de investigación, métodos, investigaciones bibliográficas y documentales que orientaron el estudio y da respuesta al problema planteado, se utilizan técnicas e instrumentos de investigación tales como: encuesta y entrevista en base a la muestra determinada.

Capítulo III se realiza un análisis de resultados de las técnicas aplicadas en el trabajo de campo, encuestas, entrevistas que se realizó a los clientes y habitantes del Cantón Playas para determinar sus necesidades y establecer si existe o no un servicio de calidad y de ser necesario mejorar el servicio.

En el Capítulo IV, se desarrolló la propuesta de investigación, que consiste en un plan de negocios que se aplica en la empresa, para mejorar a través del estudio de mercado, el desarrollo de los servicios mediante el estudio técnico y el modelo propuesto para el financiamiento del proyecto.

Se finaliza en conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación, bibliografía y anexos.

MARCO CONTEXTUAL

TEMA

Incidencia del plan de negocio en el mejoramiento de la calidad de servicio en el centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” en el Cantón Playas. Plan de negocios para el centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” del Cantón Playas, Provincia del Guayas, año 2015.

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento del problema

General Villamil Playas es un cantón de la provincia del Guayas, cuenta con 45000 habitantes, aproximadamente, alrededor de 40% se estima que los hogares cuentan con automotores para su uso personal y de alquiler, en este porcentaje se encuentran vehículos en un 80% modernos del 2000 en adelante y un 20% vehículos de 1987.

Dada esta situación los vehículos antiguos y modernos necesitan una revisión mensual de su motor, su sistema de dirección hidráulica, sistema eléctrico, frenos, lubricación, transmisión, sistema de alimentación y distribución, lavado semanal, pintada anual etc. Debido que el mantenimiento permite mantener por vida útil más alargada debido a constantes chequeo.

Pero en las condiciones que se encuentran las calles del cantón, este chequeo que se realiza semanal y mensualmente, debería realizarse, constantemente, es donde el usuario va buscar un lugar donde le brinden los servicios de mantenimiento antes mencionado, y reparación a los daños que podría sufrir su automotor.

General Villamil Playas y sus alrededores no cuenta con un centro de reparación y mantenimiento de vehículos completo, solo cuenta con negocios que se encargan de reparar y algunos dar mantenimiento, totalmente, independiente, aislado uno con otro ofreciendo servicio de: lubricación, electricidad y Mantenimiento, etc. habiendo en total alrededor de 25 negocios de este tipo que no cumplen con las exigencias del medio.

También se visualiza la falta de interés por parte de los pobladores en ejercer y mejorar la rama de trabajo con la mecánica automotriz, los talleres y demás negocios afines no cuentan con adecuada instalación, debido a la escasa preocupación de los propietarios de negocio en mejorar y optimizar los servicios existentes.

La inexistencia de instituciones que ofrezcan cursos de capacitación de mecánica para motivar a los pobladores a que se arriesguen a implementar nuevos servicios en sus talleres, tomando en cuenta que le beneficia porque es de gran utilidad dentro del entorno y ayudan para los habitantes.

A nivel regional se cita como ejemplo a los centros de servicios técnico de reparación y mantenimiento auto lasa, automotores y anexo, general motors ubicado en el Cantón Guayaquil a 96 km del Cantón General Villamil Playas, este es el lugar más cerca para utilizar los servicios de dicho centro técnico de reparación y mantenimiento automotriz pero la movilización hasta estos lugares implica pérdida de tiempo y recursos.

Todas estas situaciones causan a los usuarios molestias, por la escasez de demandantes y ofertantes del servicio antes mencionado, y para el pleno desarrollo de dicha actividad se hace presente la calidad de servicio del centro reparación y mantenimiento automotriz en la localidad con los servicios completos.

SITUACIÓN ACTUAL

El Cantón Playas, cabecera cantonal General Villamil, se ubica en la provincia del Guayas, Que cuenta con, aproximadamente, 45.000 habitantes, y las principales actividades de los habitantes del cantón son: la pesca, comercio, albañilería, turismo y a la agricultura, a eso se le agrega el gran desarrollo de la población y que la mayoría cuenta con vehículos.

El Cantón Playas cuenta con diferentes centros de reparación pero estos no satisfacen la demanda y las necesidades que presentan los habitantes y los visitantes.

Al momento de revisar su vehículo encuentran varias falencias, estos centros no cuentan con un servicio completo que permita al cliente sentirse cómodos esto causa una molestia al momento de trasladarse de un taller a otro para recibir diferentes servicios generando pérdida de tiempo para cada dueño de vehículos.

Desde entonces se ha podido visualizar la iniciación de varias obras a nivel cantonal, sin embargo, vale la pena acotar que en la actualidad el Cantón no cuenta con las vías de acceso en buen estado y se ve la oportunidad y fortaleza que atrae ampliar el centro de reparación y mantenimiento de vehículos Betty, que será para los habitantes de la localidad, encaminando al Cantón al desarrollo.

Enfocado al ámbito del lavado vehicular que existe dentro del Cantón se cuenta con diversas formas de lavado existe lavado seco, a vapor o solo el que se realiza por fuera pero llegando al punto que es lo que se desea, se consideran un lugar donde se brinde el lavado general con todas las formas de lavado incluidas, también otros servicios como: pintado, lubricación, ABC, alineación y balanceo.

SITUACIONES FUTURAS.

PRONÓSTICO

Con lo mencionado, anteriormente, se deduce que el crecimiento de la población del Cantón y de sus sitios aledaños es cada vez más numerosa y el Cantón no cuenta con buena infraestructura que ayude a su desarrollo y la capacidad de respuesta de los negocios en el Cantón Playas, sigue siendo insatisfactoria e incómoda para quienes eligen visitar y para sus habitantes que es de gran inconveniente trasladarse de un lugar a otro para realizar una revisión completa a su vehículo.

CONSECUENCIAS

Los centros de reparaciones y mantenimientos que tiene el Cantón, no cuentan con buena infraestructura para atender la gran demanda de vehículos que existe en el Cantón, los espacios son pequeños y el cliente se siente incómodo, este problema hace que las personas busquen otros lugares fuera del Cantón donde les brindas los servicios.

EFECTOS

El crecimiento de la población volante o turística que poseen vehículos en el Cantón Playas empieza a trasladarse a otras ciudades para hacer reparar sus vehículos, de seguir con esta situación, y prestar servicios deficiente e incompleto a la comunidad, se genera un decreciente en el desarrollo del Cantón.

La importancia de fortalecer y que se brinde nuevos servicios, mostrando el alcance de reparación y mantenimiento de vehículos con todos los servicios completos, en un lugar y con productos de calidad para todos los clientes que visiten el local así estarán en un lugar seguro, cómodo y confortable.

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN.

Se visualiza que el Cantón no cuenta con un centro de reparación y mantenimiento completo con gran espacio y que satisfaga la demanda que existe.

Actualmente, existen diferentes cooperativas de vehículos y cada uno tiene un servicio por atender es ahí donde se ejecutara el Plan de negocio para el centro de reparación y mantenimientos de vehículos Betty que soluciona el inconveniente antes mencionados, esto favorece a la comunidad con la generación de fuentes de trabajo, y con mayor facilidad para adquirir este servicio.

Mejorar el centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty”, para que preste servicios completos.

Conocer las percepciones que poseen los habitantes y turistas de las ciudades, ante el proyecto de ampliar el centro de reparación y mantenimiento que le dará un buen servicio cómodo de calidad y confianza para los que necesitan los servicios, es así donde se da un valor agregado al Cantón para que cada día aumenta la perspectiva de desarrollo encaminado al buen vivir y a mejorar recursos.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA:

CAMPO: Área Operativo, Financiera

ÁREA: Centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” en el Cantón Playas.

ASPECTO: Trabajo de titulación de la Facultad de Ciencias Administrativa de la Universidad Península de Santa Elena.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cómo incide el plan de negocio en el mejoramiento de la calidad de servicio en el centro de reparación y mantenimiento para vehículos “Betty” dentro del Cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.

Para determinar la situación del problema principal es imprescindible dar soluciones a una serie de inquietudes:

- ✚ ¿Qué efecto genera el plan de negocio en el centro de reparación y mantenimiento para vehículos Betty?

- ✚ ¿Cuáles son los diferentes servicios adicionales que va a brindar el centro de mantenimiento y reparación para vehículos Betty?

- ✚ ¿Cómo satisface a los clientes la ampliación del centro de reparación y mantenimiento para vehículos Betty?

- ✚ ¿El servicio que se va a brindar cubre todas las necesidades del cliente?

- ✚ ¿Qué beneficios se obtienen al aplicar un plan de negocio para un centro de reparación y mantenimiento de vehículos Betty?

Evaluación del Problema

CLARO

El problema es claro debido que está redactado de una forma comprensible y de fácil interpretación para la sociedad que necesitan del servicio para mantenerse seguros.

DELIMITADO

En cuanto, a la delimitación del problema, la innovación empresarial dentro del centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” en el Cantón Playas provincia del Guayas. El problema se enmarca en el ámbito empresarial, especialmente, en el sector vehicular.

EVIDENTE

Es evidente que los transportistas no cuentan con un centro que brinde los servicios completos que resuelva el tipo de inconveniente que tengan en su vehículo con repuesto de garantía y de gran calidad.

CONCRETO

El tema de investigación se encuentra redactado, de manera clara, precisa y concisa debido a la utilización de términos adecuados y un lenguaje de fácil comprensión y entendimiento para el entorno.

FACTIBLE

Puede realizarse, porque se cuenta con el recurso necesario para la ampliación de esta empresa debido que el lugar donde se quiere establecer es un sector con mucha demanda de este servicio.

JUSTIFICACIÓN

Es importante, contar con un Plan de Negocio, desde el punto de vista empresarial dentro de servicios de automotores, con un departamento administrativo y financiero que presente fundamentos y desafíos, en la administración y gestión de negocios en la actualidad, junto a conceptos claves y prácticas de esta dinámica, área que integra una empresa, basados en la aplicación de criterios técnicos operativos y de calidad del entorno laboral que determina si propietario o empleado van a juzgar su presencia dentro de la empresa.

La investigación propuesta busca, mediante, la aplicación de la teoría y las definiciones básicas de un plan de negocio, clima organizacional y principios de administración empresarial; poder brindar un servicio, será de gran ayuda para las personas que habitan en el Cantón.

En el centro de reparación y mantenimiento Betty encontrarán lo que necesiten sin tener que viajar a otras localidades a buscar lo que requieran, esto es una oportunidad de desarrollo para las personas que laborarán en el centro de servicio vehicular Betty que desea ampliar con nuevos servicios.

Para lograr el cumplimiento de los objetivos de estudio, se acude al empleo de métodos, técnicas, recursos e instrumentos de investigación; a través de la aplicación de los cuestionarios de encuestas y entrevistas. De esta manera se dará a conocer si es factible o no el proyecto.

En la elaboración del proyecto se pretende implementar el método científico y descriptivo, realizando análisis y síntesis de la información obtenida de fuentes primarias y secundarias, para así conocer los posibles clientes que sustentarán la propuesta, a su vez permitirá desarrollar.

OBJETIVOS

Objetivo General.

Diseñar un plan de negocio en base al estudio de mercado, técnico y financiero para mejorar la infraestructura y la calidad del servicio del centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” en el Cantón General Villamil Playas.

Objetivos Específicos.

- ✚ Determinar las principales teorías que describen el plan de negocio y servicios, mediante, la revisión bibliográfica de los principales autores, para interpretar los resultados de la investigación.
- ✚ Definir la metodología en función al uso de técnicas e instrumentos que viabilicen la recopilación de información relevante y confiable sobre el plan de negocio que se aplicara en el centro de reparación y mantenimiento Betty.
- ✚ Aplicar las técnicas de investigación a través de encuestas dentro del entorno que permitirá diagnosticar si es factible o no el plan de negocios que se desea implantar.
- ✚ Analizar los resultados que se obtiene para determinar cuán importante es la realización de un nuevo servicio dentro del centro de reparación y mantenimiento Betty.
- ✚ Estructurar los elementos del plan de negocio con el propósito de mejorar el servicio para de esta manera poder ofrecer una excelente atención, con personal y con materiales de calidad, para así poder atraer al cliente y que ésta sea carta de presentación al momento de ofrecer los servicios.

Hipótesis.

¿El diseño de un plan de negocio permitirá mejorar la calidad de servicio del centro de reparación y mantenimiento “Betty” en el Cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas?

Variables:

Independiente;

🚦 Plan de Negocio

Dependiente;

🚦 Calidad De Servicio

Operacionalización de las Variables.

Está formada por la hipótesis, las variables que las componen, la definición de cada variable, las dimensiones que contienen las enunciaciones, los indicadores que examinan las dimensiones, los ítems que se hacen con los indicadores y las herramientas que se van a aplicar para la recolección de datos sobre el objeto de investigación que facilitará la elaboración de la propuesta.

El fin de un experimento es comprobar cuando una o más variables independientes intervienen o alteran a la variable dependiente, es decir, si la variable independiente produce algún cambio demostrativo en la variable dependiente.

Estas variables permiten conocer los elementos a desarrollar como está estructurada cada una de ellas, nos muestran los indicadores sus dimensiones y las preguntas que hacen énfasis a sus temas propuesto.

CUADRO N° 1 Plan de Negocios

| HIPOTESIS | Variables | Definición | dimensiones | Indicadores | Ítems | instrumento |
|--|---|--|--------------|---|---|--------------|
| ¿Elaborar el plan de negocio permitirá mejorar la calidad de servicio del centro de reparación y mantenimiento “Betty” en el Cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas? | Variable Independiente: Plan de Negocio | Herramienta que permite evaluar la viabilidad, del proyecto, mediante, un análisis de la empresa, con el estudio de mercado, servicios, organización y finanzas. | Empresa | Descripción de la empresa, Objetivos Misión, Visión | ¿Conoce los objetivos que existen dentro de la empresa? | Entrevista |
| | | | Mercado | Investigación de mercado Proceso de distribución Especificaciones de servicio, Equipos e instalaciones. Mejora continua | ¿Cuál es la demanda en el centro de reparación y mantenimiento en la ciudadanía? | Entrevista |
| | | | servicios | Estructura organizacional. Descripción de cargo. perfil de puesto | ¿Estaría usted de acuerdo en que se implemente el servicio de pintura de vehículos en esta empresa? | Cuestionario |
| | | | Organización | Balance general. Estado de resultados Flujo de efectivo | ¿Opina usted que se debe mejorar la infraestructura del centro de reparación y mantenimiento Betty? | Cuestionario |
| | | | Finanzas | | ¿Esta empresa cuenta con organigrama? | Entrevista |
| | | | | | ¿Considera Usted que se debe elaborar un plan financiero para controlar la economía de la empresa? | |

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

CUADRO N° 2 Calidad de servicio

| Variables | Definición | dimensiones | Indicadores | Ítems | instrumento |
|---|--|-----------------------------------|--|---|---|
| <p>Variable dependiente: Calidad de Servicio</p> | <p>Satisfacer, de conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por la que se contrató. La calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que entregamos.</p> <p>El grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances.</p> | <p>Clientes</p> <p>Resultados</p> | <p>expectativa</p> <p>Satisfacción</p> <p>Fidelidad</p> <p>Eficiente</p> <p>Eficacia</p> <p>evaluación</p> | <p>¿El servicio que ofrece satisface las necesidades y expectativa de sus clientes?</p> <p>¿Cómo califica los servicios que brindan el centros de reparación y mantenimiento Betty del Cantón Playas?</p> <p>¿Tiene procedimientos eficientes la empresa?</p> <p>¿Qué capacitación realiza a sus empleados?</p> | <p>Entrevista</p> <p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p> <p>Entrevista</p> |

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

CAPÍTULO I

1 MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES

Los vehículos antiguos, tanto como modernos necesitan una revisión mensual de su motor, su sistema de dirección hidráulico, sistema eléctrico, frenos, transmisión, sistema de alimentación y distribución, etc., debido a las condiciones que se encuentran las calles del cantón este chequeo debe realizarse mensualmente o constantemente esto lleva al usuario a buscar un lugar donde le brinden los servicios de mantenimiento antes mencionado una reparación a los daños que podría sufrir algún automotor.

Esto permite tomar en cuenta que es indispensable dentro del centro de reparación y mantenimiento ejecutar un plan de negocio, para contribuir con el desarrollo del Cantón y brindar a la población del Cantón un buen servicio y que genere fuentes de trabajo y contribuya al desarrollo y el buen vivir de diferentes familias dentro del Cantón.

Debido a la inexistencia de una empresa que cuente con los servicios de reparación y mantenimiento de calidad, causa problemas a los habitantes, este proyecto en el futuro podría incentivar en el desarrollo del Cantón pues muchos jóvenes se dedicaran a la mecánica, electromecánica, lavado encerado, reparación y mantenimiento.

Además la implementación de nuevos servicios genera oportunidades de trabajo a jóvenes bachilleres, oportunidades que no deberían ser desaprovechadas, esto podría captar la inversión de propios y extranjeros y a la vez interés de los mecánicos y además profesionales del tema que brinden sus conocimientos.

1.2 PLAN DE NEGOCIOS

A través de la planificación la empresa se dirige y direcciona para maximizar sus recursos, esto demuestra los resultados dentro de la organización los puntos fuertes o débiles. Este instrumento permite mostrar sus servicios que brinda como se está desarrollando la empresa y sus ganancias que se incrementan luego de la ampliación de servicios.

Valcárcel, José (2008) considera al plan de negocio:

Un plan de negocio es fruto de un ejercicio de planificación que analiza cuantitativa y cualitativa los costos y beneficios de implementar una idea de negocios u oportunidad de inversión, con el fin de ayudar a tomar una decisión de inversión. Es una herramienta de gestión empresarial que muestra la situación actual y las posibilidades futuras como un proceso articulador y mediador entre el presente y el futuro. Pág. # 15.

Dentro de las prestaciones en el centro de reparación y mantenimiento son ABC, engrasado, que en base al plan de negocio se dirige a la estructura donde muestran las ganancias que tiene, su visión, misión u objetivos. Los pasos para legalizar los documentos que pide la ley para su funcionamiento como son permiso de suelo, bomberos.

A través de este documento se desarrollar nuevos servicios a implementar dentro del centro de reparación y mantenimiento, para que ayude en el futuro al desarrollo del Cantón y permite que existan nuevos clientes.

Robles y alcérreca (2010) revela que: Un plan de negocio es importante para todo emprendedor cuenta con una herramienta técnica que le permita desarrollar, implementar y evaluar la factibilidad de negocio, con el objetivo de disminuir riesgos, dicha herramienta le ayudara a presentar de manera tangible la idea, siendo esta herramienta un plan de negocio. Pág. #23

Beneficios del Plan de Negocios

Revisando la información un plan de negocio se refiere, evaluar los lineamientos que se ponen en marcha para presentar un documento que interpreta las actividades que se realizan.

Los beneficios a los que enfoca la realización de un plan de negocios son;

- ✚ Una ayuda para analizar y comprender una oportunidad y que se necesita para explotarla.
- ✚ Para atraer posibles socios o altos ejecutivos
- ✚ Para monitorear el progreso y mantenerlo controlado después de empezar
- ✚ Para conseguir inversionistas.

En consecuencia un plan de negocios es el instrumento o documento que vende a una compañía, de este depende que tan interesante y factible sea una idea o proyecto.

Además de los beneficios ya detallados, también se obtienen otras ventajas inherentes a aquellos, tales como son, el conocer y comprender de mejor manera el producto o servicio que se ofrecerá, es fundamental al momento de negociar o establecer precios, sobre todo si se brinda calidad o con un valor agregado alto; de la misma manera nos ayudará a esclarecer desventajas, problemas o fallas.

Por otra parte también está el conocimiento organizacional y estructural del negocio a emprender, facilitando la delegación de funciones y más aún la toma de decisiones cuando la empresa ya esté en marcha. En definitiva el plan de negocios familiariza a sus inversionistas, empresarios o emprendedores con el proyecto, y profundiza con su información, conocimientos técnicos y empíricos de los detalles concernientes a la posterior implementación, estableciendo los lineamientos a seguir para alcanzar las metas y objetivos propuestos.

1.2.1 Empresa

La empresa es una entidad conformada por personas, bienes materiales, técnicos y financieros que proporciona bienes o servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados, obtener una utilidad o beneficio, y la consecución de unos objetivos determinados.

Esteban F. S. (2010), “Las empresas producen gran parte de los bienes que la gente consume y utiliza, también desarrollan la mayoría de innovaciones que están a disposición, por lo que contribuyen, directamente, la mayoría a nuestro nivel de vida.” pág. # 58

Actualmente, hay muchos propietarios de vehículos que no tienen conocimiento del mantenimiento preventivo y correctivo que se debe realizar a sus máquinas, sin nombrar la falta de confianza que se genera al llevarlo a un taller y no obtener la respuesta adecuada y el servicio esperado al momento de realizar un diagnóstico en un taller automotriz tradicional, deben esperar a que se gane esta confianza con las posteriores visitas al lugar.

1.2.1.1 Descripción de la Empresa

Centro de reparación y mantenimiento para vehículos Betty

1.2.1.2 Tipo de Empresa

Empresa de Servicios de mantenimiento preventivo y correctivo del sector Automotriz.

1.2.1.3 Ubicación Y Tamaño

La Empresa tendrá un nuevo servicio, contara con, aproximadamente, 12 personas directas entre personal técnico y administrativo apoyada de varios proveedores estratégicos.

Estas instalaciones cuentan con un área superior a 1000 Mts², donde ofrecemos servicio automotriz integral: Taller de Servicio, Servicio Rápido de reparación y Mantenimiento, venta de Repuestos. Poseemos una infraestructura de alta tecnología que nos permite ser líderes en el mercado.

Siendo la empresa la mejor opción en servicio postventa. Adicionalmente, se cuenta con un área de servicio rápido manejado por técnicos especializados en reparaciones inmediatas de todas las marcas.

Contando con lo siguiente:

- ✚ En el área de Servicio técnico especializado y rápido se cuenta con:
- ✚ Herramientas neumáticas, hidráulicas
- ✚ Equipo de medición de opacidad
- ✚ Variedad de llaves para diferentes líneas de vehículos

Objetivos

El objetivo son los anhelos y sueños que la organización desea alcanzar en un lapso de tiempo determinado, estableciendo parámetros que permitan conseguir los resultados en un corto mediano o largo plazo.

Los objetivos deben responder a las preguntas ¿Qué hacemos?, ¿Cómo lo hacemos?, ¿Para qué lo hacemos?

1.2.1.4 Misión

La Misión es la razón que fue creada la organización, define el negocio al que se dedica la organización, las necesidades que cubren con sus productos y servicios, en el mercado que se desarrolla la empresa y la imagen pública de la empresa u organización.

La misión de la empresa es la respuesta a la pregunta, ¿Quiénes somos?, ¿Qué hacemos?, ¿A quién nos dirigimos? ¿Para qué existe la organización?, Así como la Visión es una imagen a futuro, la Misión está enfocada en el presente.

Según Muñoz R, (2010) nos comenta que: “La misión es la razón de ser de la empresa, condiciona sus actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas”. (Pág. #55)

1.2.1.5 Visión

Visión es lo que la empresa desea conseguir en un futuro inmediato, es decir, alcanzar una imagen en el transcurso del tiempo, reflejada en un conjunto de aspiraciones, sueños o esperanzas convertidas en un desafío arduo en el trabajo cotidiano hacia el logro del éxito institucional.

1.2.2 Mercado

La investigación de mercado puede realizarse de diversas maneras: encuestas, observación directa, entrevistas, datos obtenidos de centros de información estadística, cámaras de comercio, etc.

Los objetivos principales de un análisis de mercado son:

- ✚ Analizar el sector económico que se pretende incursionar.
- ✚ Analizar la oferta
- ✚ Analizar la demanda
- ✚ Determinar el tamaño del mercado para la empresa.

El conocimiento del "mercado" (oferta y demanda) entre productores y consumidoras o usuarios tiene gran importancia en la preparación y elaboración de proyectos, no solo porque se identifica con objetivos intrínsecos orientados a la satisfacción de necesidades, sino también, por su influencia en la estimación de cifras y análisis de factibilidad de casi todos los demás componentes del proyecto (tamaño, localización, capacidades, inversión, etc).

En la preparación y elaboración de proyectos es indispensable dar atención al "estudio de mercado" o "cobertura" como condición fundamental para la viabilidad del proyecto en su conjunto, la demanda presente y futura bien determinadas, deciden la viabilidad del proyecto e influyen en las otras variables o componentes tales como: tamaño, localización, ingeniería, costos, ingresos, utilidades, etc.

Determinación del tamaño de mercado para la empresa:

Una vez que se ha identificado la oferta y la demanda, es posible determinar la existencia real de clientes para los productos o servicios que van a producir.

La Demanda.

La demanda permite identificar las necesidades del consumidor, definir la naturaleza de las oportunidades del producto o servicio creado.

Puntos a analizar:

- ✚ Identificación de los compradores segmentados por actividad, edad, sector, ingresos, etc.

- ✚ Características básicas de los demandantes

- ✚ Bases de decisión de compra de los clientes (precio, calidad, servicio, amistad, política, etc.)

- ✚ Determinación de las necesidades insatisfechas del mercado.

- ✚ Identificación de los servicios que requieren actualmente.

A través de los parámetros a conocer se percibe como evoluciona el mercado cuáles son sus posibles clientes quienes van a formar parte para crear un nuevo servicio.

1.2.2.1 Procesos de Distribución

Se muestra como este cada proceso del servicio según: Baca U.G. (2010), “agrupa a la persona y al equipo que realizan funciones similares y hacen trabajos rutinarios en bajos volúmenes de servicio” pág. # 95

Dentro de este pequeño concepto se conoce cada proceso semejante estableciendo que optimice su colocación relativa para realizar diferentes funciones.

Agrupar máquinas similares en departamentos o centros de trabajo según el proceso o la función que desempeñan.

Por ejemplo, la organización de los grandes almacenes responde a este esquema.

1.2.3 El Servicio

El servicio es un proceso o conjunto de prestaciones que no produce un producto físico, es una parte inmaterial de la transacción entre el cliente y proveedor.

Características del servicio

- ✚ Algunas características de los servicios son las siguientes:
- ✚ Un servicio es más un proceso que un producto.
- ✚ Un servicio casi nunca se puede almacenar.
- ✚ El servicio no se puede inspeccionar o supervisar, de manera rígida, o inamovible, como ocurre con un producto.
- ✚ No se puede predeterminedar de antemano la calidad final de un servicio.
- ✚ Los servicios como resultado ocurren o suceden, no permanecen, tienen un principio y un fin de en el tiempo, son finitos en función del consumo o su demanda.
- ✚ En el sector servicios, cuando menos alguno sino es que varios, de los trabajadores que lo generan o producen, tienen trato directo con el cliente o consumidor final.

Servicio al Cliente

Tipo de intervención que se realice entre un representante de una organización y un cliente:

Este contacto puede de ser:

- ✚ Personal
- ✚ Por teléfono
- ✚ Por correo

Especificaciones de Servicio.

El centro de reparación y mantenimiento “Betty” en el Cantón General Villamil Playas ofrece servicios de mantenimiento y reparación de vehículos de motor, lavado de carros en general

1.2.3.1 Equipos e instalaciones

Baca U.G. (2010), “Hay maquinas que requieren aire a presión, agua fría o caliente, y proporcionan estos equipos adicionales es algo que queda fuera del precio principal. Esto aumenta la inversión y los requerimientos de espacio”. Pág. # 94

Los equipos que se van a utilizar son los necesarios para brindar un servicio de calidad en el lavado del vehículo, tenemos que tener preciso la herramienta que se lleva a cabo el lavado del vehículo y servicios adicionales para vehículos.

1.2.3.2 Mejora Continua

El concepto de mejora continua se refiere al hecho que no puede considerarse como algo terminado o mejorado en forma definitiva. Se prevé estar siempre en un proceso de cambio, de desarrollo y con posibilidades de mejorar. La vida no es algo estático, sino más bien un proceso dinámico en constante evolución, como parte de la naturaleza del universo. Y este criterio se aplica tanto a las personas, como a las organizaciones y sus actividades.

El esfuerzo de mejora continua, es un ciclo interrumpido, a través se identifica un área de mejora, planea cómo se realiza, se implementa, verifica los resultados y actúa, para corregir desviaciones o para proponer otra meta más retadora.

1.2.4 Organización

Organización es la coordinación de las actividades de todos los individuos que integran una empresa; con el propósito de obtener el máximo aprovechamiento posible de los elementos materiales, técnicos y humanos, en la realización de los fines que la propia empresa persigue.

Una organización es el agrupamiento del colectivo humano se considera de vital importancia por la ubicación en una estructura orgánica, con el propósito de asignarles las distintas funciones a cada individuo para el cumplimiento de las diversas tareas, con la finalidad de alcanzar objetivos o metas comunes, de la empresa.

1.2.4.1 Estructura organizacional

Estructura organizacional a la distribución, división, agrupación y coordinación formal de las tareas en los diferentes puestos en la cadena administrativa y operativa, donde las personas influyen en las relaciones y roles para el cumplimiento de obligaciones y responsabilidades en la organización.

Por otro lado, con una estructura organizacional, una organización adquiere forma y figura, se pretende lograr los objetivos, cumplir planes y efectuar los controles internos.

En este diseño se debe tener en cuenta ciertos aspectos para concretar su estructura en elementos claves como: jerarquía de puesto, división de trabajo, definición de puesto y asignación de tareas que establecen una cadena de mando en las distintas unidades de estructuras, asignando responsabilidades y autoridad en el desarrollo de actividades que sean necesario en la organización.

1.2.4.2 Tipos de organigrama

Son las representaciones graficas de una organización entidad o empresa a través de este se puede presentar información general sobre las características de la empresa así como también realizar un análisis de su estructura organizacional.

Existes distintos tipos de organigramas.

El organigrama es un modelo abstracto y sistemático que permite obtener una idea uniforme y sintética de la estructura formal de una organización:

- ✚ Desempeña un papel informativo.
- ✚ Presenta todos los elementos de autoridad, los niveles de jerarquía y la relación entre ellos.

En el organigrama no se tiene que encontrar toda la información para conocer cómo es la estructura total de la empresa.

Todo organigrama tiene el compromiso de cumplir los siguientes requisitos:

- ✚ Tiene que ser fácil de entender y sencillo de utilizar.
- ✚ Debe contener, únicamente, los elementos indispensables.

Según su naturaleza:

Microadministrativos: pertenece a una sola organización, en conjunto o bien, a algunas de las áreas que la conforman.

Macroadministrativos: son representaciones graficas de más de una entidad.

Meso administrativo: en estos se representan a varia entidades del sector o bien al sector en totalidad.

Según el ámbito:

Generales: Aquí se representa a una cierta organización en su totalidad y las relaciones que existe dentro de esta.

Específicos: Representa a un departamento o área puntual de la entidad o cómo este organizada.

Según la presentación:

Horizontales: En estos las unidades son desplegadas de izquierda a derecha colocando al titulas en el extremo izquierdo. Las relaciones entre las unidades se representas, mediante, líneas horizontales y las jerarquías se ordena en columnas.

Verticales: las unidades se despliegan de arriba hacia abajo y el titular se ubica en el extremo superior y las jerarquías se despliegan de manera escalonada.

Mixtos: estos son una combinación de los dos anteriores, por lo que permiten un mayor despliegue.

Según el contenido:

Integrales: en ellos se representan todas las unidades administrativas de la empresa y las relaciones jerárquicas o de dependencia que se establecen entre las mismas.

Funcionales: a los elementos de los integrales se le agrega una reseña de las funciones más importantes de cada área.

De puestos, plazas y unidades: en estos se señala qué puestos se necesitan para cada unidad, el número de plazas que existen y que se requieren. A veces incluyen los nombres de quienes integran las plazas.

1.2.4.3 Descripción del Cargo

La descripción del cargo es un proceso que consiste en enumerar las tareas o funciones que lo conforman y lo diferencian de los demás cargos de la empresa; es la enumeración detallada de las funciones o tareas del cargo (que hace el ocupante), la periodicidad de la ejecución (cuándo lo hace) los métodos aplicados para la ejecución de las funciones o tareas (como lo hace) y los objetivos del cargo (por qué lo hace).

1.2.4.4 Perfil de Puestos.

El Perfil de Puestos, describe las características que debe reunir cada categoría de cargo o funciones.

Cada perfil del puesto incluye los siguientes factores:

- ✚ Tramo de Control
- ✚ Descripción Genérica
- ✚ Descripción Específica
- ✚ Conocimientos y Aptitudes
- ✚ Responsabilidad
- ✚ Esfuerzo
- ✚ Condiciones
- ✚ Competitividad en el mercado
- ✚ Escolaridad.

Cada organización podrá confeccionar su propio formulario de perfil indicando las competencias según el modelo que adopte para la selección del personal. Un modelo de gestión por competencias es conciso, fiable y efectivo para predecir el éxito de una persona en su puesto; por ello será una herramienta válida contar con un perfil por competencias.

1.2.5 Finanzas

Las Finanzas, son el conjunto de actividades que ayudan al manejo eficiente del dinero, a lo largo del tiempo y en condiciones de riesgo, con el fin último de generar valor para los accionistas. Para que el emprendimiento pueda ser llevado a la práctica, se necesita saber cuál es el monto de inversión requerida, y sobre en qué tiempo se va a recuperar esta inversión.

Por esta razón, es necesario proyectar una serie de planes económicos que permitan tener una visibilidad de los ingresos y egresos que tendrá la empresa, así como una perspectiva sobre la rentabilidad de la misma. La razón de ser de una empresa es obtener rentabilidad económica y uno de los aspectos más importantes que un inversionista evalúa a la hora de tomar una decisión es la parte financiera.

1.2.5.1 Estado de situación financiera

Permitirá conocer los activos que tiene la empresa y los pasivos en qué posición financiera se encuentran para realizar su ampliación con nuevos servicios

Baca G. (2012):

“activo, para una empresa, significa pertenencia material e inmaterial; pasivo significa tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros. Capital significa los activos, representados en dinero o en títulos, que son propiedad de los accionista o propietarios directos de la empresa.” Pág. # 155

$$\text{ACTIVOS} = \text{PASIVOS} + \text{CAPITAL CONTABLE}$$

El estado de situación muestra la distribución de los activos, la estructura del negocio, es decir si se basa en activos fijos o en activos corrientes. Este aspecto es importante, y debe tenerse en cuenta al analizar el sector. Ej. Su estructura se basa en activos fijos, gran parte de su inversión se encuentra en activos fijos de gran valor.

1.2.5.2 Estado de resultado Integral

Baca G. (2012); “El estado de resultado integral, es la base para calcular los flujos netos de efectivo (FNE) se realiza la evaluación económica.” Pág. #173

El estado de resultado integral es un estado financiero que muestra la situación de la empresa en términos de ingresos y egresos, durante un periodo definido (Ej.: P y G de enero 1 a diciembre 31 de 2015).

A continuación se describen los elementos del estado de resultados integrales:

Ingresos: Los ingresos de un negocio provienen de las ventas estas pueden agruparse en: nacionales, internacionales, crédito y contado.

Las ventas nacionales e internacionales se separan porque, generalmente, requieren nacionalizar las monedas (pueden venir en Euros o Dólares), por lo tanto se requieren cuantas diferentes.

Las ventas de crédito y contado se separan para llevar recorridos de las carteras.

Egresos: Los egresos deben diferenciarse en costos y gastos. Los costos se refieren a un desembolso de dinero del que se espera obtener un beneficio, el gastos es un desembolso cuyo beneficio ya se obtuvo. Según el destino de los egresos también pueden clasificarse en:

CMV: Costo de la mercancía vendida. Incluye todos los costos que están involucrados en la producción.

**Está conformada por MOD (mano de obra directa),
Materiales directos y CIF (costos indirectos de fabricación).**

Gastos de administración y ventas: no están, directamente, relacionados con la producción, tienen que ver con la administración del negocio: ventas, secretarías, papelería, salarios de gerentes.

Gastos de depreciación: es un gasto que permite el gobierno que genera un beneficio tributario y se justifica en el desgaste de los activos fijos despreciables.

Realmente no representa un desembolso de dinero. Con este gasto se disminuye el monto de los impuestos lo que le permite a la empresa ahorrar para reponer el activo después de que se ha desgastado, el problema es que, normalmente, este ahorro no se hace y se gasta el dinero en otras actividades.

Gastos de amortización de diferidos: se refiere a desembolsos que no constituyen ni capital de trabajo, ni activos fijos, pero son indispensables para arrancar con el negocio; por ejemplo gastos de investigación, gastos de arranque, adecuaciones.

El gobierno recupera un beneficio por estas inversiones con la amortización, así estos gastos no se cargan todos al periodo que se causan, sino que se van amortizando en un periodo de tiempo mínimo 5 años dependiendo de la duración del proyecto. El costo de la inversión se divide en el número de años a amortizar y se carga cada año a los costos del periodo, obteniendo una reducción

Gastos financieros: se refieren a los intereses de la financiación. Este es un elemento clave en la evolución del proyecto y de la gerencia.

Estos gastos dependen de las decisiones que tome la administración: cuanto y como financiar, a veces las pérdidas en los negocios no son propias de la operación sino de la financiación. “algunos negocios son muy buenos pero se financian mal”.

Impuestos: corresponden al desembolso por pago de impuestos, este monto se calcula sobre la utilidad antes de impuestos.

1.2.5.3 Flujos de efectivo

Es un método que utilizan los administradores financieros para saber si las empresas cuentan con los fondos necesarios para realizar sus operaciones.

Para efectuar este flujo de efectivo se deben conocer todos los conceptos que obtienen ingresos, por la operación normal de las actividades propias del negocio o por financiamiento, también es necesario, saber los egresos que se tienen para cubrir todos los gastos de las operaciones normales o de financiamiento.

Meza (2004), declara:

Todas las operaciones financieras se caracterizan por tener ingresos y egresos. Estos valores se pueden registrar sobre una recta que mida el tiempo de duración de la operación financiera. Al registro gráfico de entradas y salidas de dinero durante el tiempo que dura la operación financiera se conoce como flujo de caja. pág. # 31

Al flujo de efectivo también se le denomina cash flow, que significa secuencia del efectivo; se recomienda realizarlo a un corto plazo para que sea más real, lo indicado es hacerlo a un año, desglosado mes a mes, además se le debe dar un seguimiento adecuado es un instrumento de planeación.

Razones financieras

Robles L. (2012), “Este método consiste en analizar a los dos estados financieros, es decir, al balance general y al estado de resultados, mediante, la combinación entre las partidas de un estado financiero o de ambos” Pág. # 33

Las razones financieras donde se combinan, únicamente, partidas del estado de situación financiera, se denominan estáticas porque están a una fecha determinada; cuando se trata de partidas del estado de resultados son llamadas dinámicas corresponden a un periodo determinado; y cuando se combinan las partidas de los dos estados financieros se denominan estático-dinámicas.

Estas razones tienen como finalidad el estudio de cuatro indicadores fundamentales de las empresas: solvencia, actividad o productividad, endeudamiento y rentabilidad.

Los siguientes índices muestran la solvencia y la liquidez de la empresa:

- ✚ Capital de trabajo: Esta razón indica el recurso financiero con el que cuenta la empresa para realizar sus operaciones.

$$\text{ACTIVO CIRCULANTE} - \text{PASIVO CIRCULANTE}$$

- ✚ Razón del circulante: Esta razón indica el número de veces que la empresa puede cumplir con las obligaciones financieras.

$$\frac{\text{ACTIVO CIRCULANTE}}{\text{PASIVO CIRCULANTE}}$$

- ✚ Razón de prueba del ácido: Esta razón muestra el número de veces que la empresa cuenta con el recurso monetario con mayor grado de disponibilidad con relación a las deudas y obligaciones a corto plazo.

$$\frac{\text{ACTIVO CIRCULANTE} - \text{INVENTARIOS}}{\text{PASIVO CIRCULANTE}}$$

Actividad o productividad

Estos índices muestran el tiempo en el que algunas cuentas se convierten en efectivo o se desembolsan.

- ✚ Rotación de inventarios: Indica el número de veces que se compra-vende la mercancía, y el número de días que tarda el ciclo.

$$\frac{\text{COSTO DE VENTAS}}{\text{PROM. DE VENTAS}}$$

$$\frac{\text{NUMERO DE DIAS} = \text{DIAS DEL PERIODO}}{\text{ROTACION DE INVENTARIO}}$$

- Rotación de cuentas por pagar: Esta razón indica el número de veces que financian los proveedores a la empresa y los días que ésta tarda en liquidar el adeudo.

$$\frac{\text{COMPRAS A CRÉDITO}}{\text{PROM. DE CUENTAS POR}}$$

Número de días

$$\frac{\text{DIAS DEL PERIODO}}{\text{ROTACION DE CUENTAS POR PAGAR}}$$

Endeudamiento.

Este índice muestra en porcentaje la aportación de dinero por personas internas y externas a la empresa, que se utiliza para generar utilidades.

- Razón de endeudamiento: La sumatoria de estas dos razones siempre debe dar la unidad, indica que de cada peso invertido en los activos, una parte es financiada por personas ajenas a la empresa (acreedores, proveedores, etcétera; cuentas que representan el pasivo) y la otra por los socios o accionistas (cuentas que representan el capital contable).

$$\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$$

$$\frac{\text{CAPITAL CONTABLE}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$$

Rentabilidad

El índice de rentabilidad es uno entre varios métodos que existen para medir las utilidades de las empresas; este índice se analizará respecto a las ventas, a los activos y a la inversión de los accionistas.

- ✚ Margen de utilidad bruta: Conoce en porcentaje la utilidad por la operación de compra-venta en las empresas comerciales, es decir, entre la diferencia de las unidades vendidas a precio de costo y precio de venta.

Margen de utilidad bruta:

$$\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas}}$$

- ✚ Margen de utilidad operativa: Es aquella que se obtiene después de deducir los costos de ventas más los costos operativos.

Margen de utilidad operativa:

$$\frac{\text{Utilidad de operación}}{\text{Ventas}}$$

- ✚ Margen de utilidad neta: Es la ganancia real obtenida por cada dólar vendido.

Margen de utilidad neta:

$$\frac{\text{Utilidad de operación}}{\text{Ventas}}$$

1.3 CALIDAD DE SERVICIO

Definición de servicio

El servicio cubre la necesidad a un individuo u empresa, para que tenga un proceso de satisfacción, es quien incluye una diversidad de actividades desempeñada por un mayor número de funcionarios que trabajan.

Por lo tanto, la calidad del servicio está representada por el grupo de características que definen las organizaciones sobre acciones intangibles que ofrecen a sus clientes, de acuerdo, a sus necesidades y expectativas quien los evalúa y cataloga como satisfactorias o no, de acuerdo, a su percepción.

1.3.1 El Cliente

Es la persona o conjunto de personas que satisface sus necesidades adquiriendo bienes y servicios generados en el proceso productivo por otra persona o conjunto de personas.

Es quien siempre tiene la razón, la empresa se orienta hacia los servicio que les va a brindar es ahí donde nace la idea de los servicios a satisfacer, existen clientes que constantes, acceden a dicho bien de forma asidua, u ocasionales, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual

1.3.1.1 Cliente interno

Cuando se habla de cliente interno es cuando trabajador depende de otro pero para poder compartir el trabajo visualizar lo que a la organización le hace falta los cambios que se pueden realizar día a día, es quienes tienen las posibilidades de poder tomar decisiones dentro de la empresa para llevar a cabo el servicio que se requiera.





1.3.1.2 Cliente externo.

El cliente externo por su parte se refiere a las personas, así como los negocios, que ejercen como compradores de bienes y servicios de una organización, cabe mencionar que la palabra “cliente” se refiere a estas personas.

Cliente externo es quien requiere y busca servicios para vehículos, que al momento de llevar su vehículo se sienta seguro.

1.3.2 Factores de influencia en la conducta del consumidor.

Son cuatro los factores que influyen la conducta del cliente:

-  Factores Culturales
-  Factores Sociales
-  Factores Personales
-  Factores Psicológicos.

Estos factores a su vez tienen subdivisiones que explican la conducta del consumidor.

1.3.2.1 Un nuevo entorno

Sólo porque una organización es buena en implementación, no significa que puede llevar los mejores productos o servicios nuevos al mercado. También es necesario, que desarrollen la capacidad de reconocer e interpretar los factores que cambian las necesidades de los clientes.

El cambio se da en la forma en que las compañías “escuchan” a sus clientes y en la medida que los gerentes se dan cuenta que los clientes finales rara vez pueden enunciar sus necesidades reales.

1.3.2.2 Satisfacción

Es la sensación de placer o decepción que tiene una persona al comparar el desempeño (o resultado) percibido de un producto o servicio con sus expectativas. Es decir, la satisfacción está en función del desempeño percibido y de las expectativas planteadas, si estas se cumplen al usar el bien o el servicio, el cliente se siente satisfecho, en caso contrario queda insatisfecho.

1.3.2.3 Fidelización

La fidelidad fue interpretada como una forma de comportamiento del cliente dirigida hacia una marca particular, durante el tiempo. El comportamiento de lealtad incluiría, por ejemplo, las compras repetidas de servicios al suministrador o el incremento de la fuerza de la relación.

Fidelización es el mantenimiento de relaciones a largo plazo con los clientes más rentables de la empresa, obteniendo una alta participación en sus compras.

Fidelización de los clientes». La fidelización es el fenómeno por el que un público determinado permanece fiel a la compra de un producto concreto de una marca concreta, de una forma continua o periódica.

La fidelización se basa en convertir cada venta en el principio de la siguiente. Trata de conseguir una relación estable y duradera con los usuarios finales de los productos que vende. Un plan de fidelización debe mostrar tres «C»: captar, convencer y conservar.

Cuando un consumidor compra un producto, pueden ocurrir tres cosas distintas:

- ✚ Que no vuelva a comprar el producto
- ✚ Que vuelva a comprarlo
- ✚ Que compre el artículo, pero de otra marca

La estrategia de fidelización empieza con la formación de los empleados de la propia empresa para que adopten el siguiente paradigma:

La calidad de un producto o servicio conduce a la satisfacción del cliente, que lleva a la fidelización del cliente, que lleva a la rentabilidad.

La fidelización confía en la publicidad y la comunicación “boca a boca” para transmitir las ventajas y beneficios que disfrutaban los clientes fidelizados y así atraer a nuevos clientes.

1.3.3 Resultados

1.3.3.1 Eficiencia

Eficiencia es la relación entre los recursos utilizados en un proyecto y los logros conseguidos.

Esta eficiencia se da cuando se utilizan menos recursos para lograr un objetivo, O al contrario, cuando se logran más objetivos con los recursos.

La eficiencia permitirá medir la capacidad que tienen cada uno de sus integrantes, así como también sus cualidades que contribuyan al cumplimiento de los objetivos planteados.

Minimizando los recursos que dispone la empresa y maximizando su nivel económico, haciendo las cosas de una manera significativa para el desarrollo productivo de la empresa.

1.3.3.2 Eficacia

Se define como el nivel de consecución y logro de las metas y los objetivos personales o institucionales. La eficacia hace referencia a la capacidad para lograr lo que nos proponemos.

Corresponde al cumplimiento de metas y objetivos o a la satisfacción de la necesidad que motivó el diseño y desarrollo de la iniciativa, sin importar los costos y el uso de recursos.

Se presentan múltiples versiones de la definición, muchos explican que la eficacia implica cumplir objetivos, teniendo en cuenta calidad y/o tiempo y otros dejan estas dimensiones implícitas.

1.3.3.3 Evaluación

Es valorar (determinar el valor de alguien o de algo).

Evaluación designa el conjunto de actividades que sirven para dar un juicio, hacer una valoración, medir “algo” (objeto, situación, proceso), de acuerdo, con determinados criterios de valor con que se emite dicho juicio. En la vida cotidiana la evaluación consiste en la comparación de los impactos reales del proyecto con los planes estratégicos acordados.

Está enfocada hacia lo que habían establecido hacer, lo que ha conseguido y cómo lo ha conseguido.

Puede ser formativa: tiene lugar durante la vida de un proyecto u organización con la intención de mejorar la estrategia o el modo de funcionar del proyecto y organización.

1.4 MARCO LEGAL

1.4.1 Constitución De La República Del Ecuador.

Las constitución dirige hacia donde puede estar enmarcado el proyecto y saber los derechos de la población, cada persona tiene libertad para ampliarse en los diferente sectores que ayuden en su mejora de vida.

En el Capítulo Primero del Artículo once, principios de aplicación de los derechos notamos que se tiene en cuenta el principio que permiten conocer que nadie podrá ser discriminado por razones de etnia lugar de nacimiento sexo, edad, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política este es el primer principio que dirige y actua con equidad.

En el Capítulo Segundo del Artículo catorce. Derechos del buen vivir, que toda la población cuenta con el derecho de poder vivir en ambiente sano y, ecológicamente, equilibrado estos nos ayudar a reconocer la satisfacción que se le tiene que dar a todos los ciudadanos y ciudadanas.

En el Capítulo Tercero de la Sección Sexta.- Personas Con Discapacidad Artículo cuarenta y siete, Dentro de este artículo garantizan la vinculación y la igualdad de las diferentes personas con discapacidad, y de actuar, de manera conjunta, con la sociedad y la familia que tengan oportunidades de integración social.

Título cuarto del Capítulo Primero, Artículo doscientos setenta y seis, Dentro de este artículo nos da a conocer el sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible. Basado en la redistribución de beneficio, de manera equitativa, por la generación de trabajo digno y estable.

1.4.2 Plan Nacional Del Buen Vivir.

OBJETIVOS, POLÍTICAS, LINIAMIENTOS.

OBJETIVO 2: Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.

Política 1.3. Promover la inclusión social y económica con enfoque de género, intercultural e intergeneracional para generar condiciones de equidad.

c. Fortalecer el sector financiero público y popular y solidario para el desarrollo de actividades productivas y para satisfacer las necesidades de la población.

OBJETIVO 4: Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable.

Política 8.5. Promover y apoyar procesos de preservación, valoración, fortalecimiento, control y difusión de la memoria colectiva e individual y del patrimonio cultural y natural del país, en toda su riqueza y diversidad.

1.4.3 Ministerio De Inclusión Económica Y Social

CAPÍTULO I: DE LAS FORMAS DE ORGANIZACIÓN DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA.

Art. 8.- Formas de Organización.- Para efectos de la presente Ley, integran la Economía Popular y Solidaria las organizaciones conformadas en los Sector.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Diseño de la investigación

Tomando en cuenta el objetivo general y los específicos de estudio del proyecto se procedió a obtener indagación para llevar a cabo la investigación. Se decidió realizar un estudio en base al método exploratorio y descriptivo.

Según Danhke (2010), el tipo de investigación exploratorio “se efectúa, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco asimilado, se obtienen muchas dudas o no se han abordado antes” pág. # 24

Se establece explorar el tema de investigación para obtener los datos relevantes y a través de las observaciones se consigue la información de la empresa enfocada.

En la investigación descriptiva de acuerdo Bernal C. (2010):

“Se muestran, narran, describen o identifican hechos, situaciones, rasgos, características de un objeto de estudio, o se diseñan productos, modelos, prototipos, guías, etc., pero no se dan explicaciones o razones de las situaciones, los hechos, los fenómenos, etc.” Pág. #113

La investigación descriptiva especifica cada uno de los detalles y características que se propone de la investigación de las personas o de un fenómeno con el fin de obtener información necesaria para el tema de estudio, en este caso, los actores. Como propietarios, clientes fijos y potenciales del centro de reparación y mantenimiento de vehículos Betty.

2.2 Modalidad de la investigación

El desarrollo de este proyecto corresponde a la modalidad de proyecto factible.

Arias, (2009), señala que: “se trata de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización”. Pág. #134

Los proyectos factibles representan un conjunto coherentes de operaciones y acciones que permiten investigar y modificar una situación práctica en un contexto determinado, para mejorar sus condiciones y de la población donde interviene.

De allí que este perfil de investigación está captando cierta notoriedad, académicamente, por cuanto se emplea, principalmente, para determinar problemas y aportar salidas a nivel institucional y empresarial.

Se propuso generar cambios y alterar una realidad (que en este caso es negocios empresariales), gracias a la inconformidad que este tiene con aquella. Desde su perspectiva, esa realidad se presenta con carencias y deficiencias y por supuesto, quiere proveer cambios deseados, mediante, proyectos de acción.

2.3 Tipos de investigación

Este tipo de investigación científica se entiende como un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno; Se puede manifestar de las siguientes formas: cuantitativa, cualitativa.

Para desarrollar un excelente trabajo, es necesario conocer sus características para saber cuál de ellos se ajusta mejor a la investigación que se va a realizar.

Es muy trascendente que se estudie paso a paso cada uno de los tipos de investigación para concretar cuáles son más notables para este proyecto de plan de negocio, la investigación puede ser de varios tipos, y en tal sentido se puede clasificar de distintas maneras, sin embargo, es frecuente hacerlo en función de su nivel, su diseño y su propósito.

2.3.1 Por el Propósito.

Investigación Aplicada.

Con el fin de dar solución a los problemas identificados, se emplea en este estudio la investigación aplicada, la misma que se desarrolla, mediante, un enfoque teórico acerca de un plan de negocio y su efecto en la gestión empresarial del centro de reparación y mantenimiento Betty.

2.3.2 Por el Nivel.

Investigación Descriptiva.

Esta investigación permite la recopilación de datos, e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables, su objetivo es establecer el quien, que, cuando, donde, por qué, y como, del problema que atraviesa el centro de reparación y mantenimiento Betty, luego se ejecuta la tabulación y, exponen y resumen la información, de manera cuidadosa, y luego analizan, minuciosamente, los resultados.

Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar, con el fin de obtener información sobre comportamientos de proveedores, clientes, preferencias, precios, niveles de ingresos, en el entorno del negocio de servicios de mantenimientos de vehículos Betty. Se midieron cada una de las variables de manera independiente.

Investigación cualitativa.

El objetivo de la investigación es conocer cuáles son las motivaciones más profundas de los usuarios respecto al servicio que ofrece la empresa; con este modo se comprende la manera en que la o el cliente aprecia las cosas, cuáles son sus intereses, sus sentimientos y pensamientos.

El fin para realizar esta investigación, es reunir información a base de preguntas más profundas para obtener respuesta de mayor alcance; se trata de desarrollar una relación más cercana entre el entrevistador y el cliente; en otras palabras, se busca crear una relación más larga y flexible con la persona de quienes se obtendrán información. Esta técnica de investigación fue utilizada para realizar las entrevistas a los colaboradores de la empresa.

Investigación cuantitativa.

La investigación cuantitativa es el conjunto de acciones se busca abarcar un número apropiado de personas para la investigación. Para calcular este número se recurre a una serie de fórmulas y procedimientos estadísticos dependiendo del tamaño de la población; también se considera el porcentaje de error y de certeza con la que se vaya a trabajar.

Su objetivo es explorar o buscar toda la información necesaria para tener mejor comprensión del problema o tema que se quiere analizar y familiarizar, esta técnica es utilizada, principalmente, en las etapas iniciales del proceso de investigación.

Mediante, la investigación exploratoria se identificó las falencias que existen en el centro de reparación y mantenimiento Betty.

Esta investigación se afirma en el sondeo básico con el fin de evaluar la teoría y que esta sirva de orientación en la solución del problema.

2.3.3 Por el lugar

Investigación Documental o Bibliográfica

El énfasis de esta investigación está en el análisis teórico y conceptual hasta el paso final de la elaboración de la propuesta del plan de negocio para el centro de reparación y mantenimiento de vehículos Betty, ya se trate de obras, investigaciones anteriores, documentos legales, entre otras fuentes de donde se pueda conocer, comparar, ampliar, profundizar, deducir diferentes enfoques y teorías.

Conceptualizaciones y criterios de varios autores sobre la fundamentación teórica de los planes de negocios y su proceso para implementarlo de forma correcta y efectiva.

Este tipo de investigación es la que se realiza, como su nombre lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de especie como revistas, manuales, libros, entre otros documentos que trate sobre los planes de negocios.

Investigación de Campo.

La investigación de campo es entendida como el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su entorno y factores constituyentes, explicar sus causas, y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo.

Otra característica de la investigación de campo es que los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad.

2.4 Métodos de Investigación

2.4.1 Método Inductivo

Según Cesar A. Bernal (2010) indica: “el método inductivo utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general”. Pág. #59

Para poder estructurar el plan de negocios en la empresa se realizó un estudio individual de la estructura, lo que ayudó a tener una idea clara de la situación financiera y administrativa en la que se encuentra la empresa, para luego de haberlas analizado formular conclusiones que sirven como fundamentos para implementar un adecuado plan para la empresa.

2.4.2 Método Deductivo

Cesar A. Bernal (2010) señala que: “Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares” pág. #59

El método deductivo permitió la comprensión del tema objeto de estudio y a tener una idea generalizada tomándola en primera instancia como guía para luego descifrar cada nuevo tema o subtema que trae consigo el proceso de investigación.

2.4.3 Método Analítico.

En este caso, la aplicación de este método facilitó a descubrir los distintos elementos que componen el fenómeno u objeto investigado (plan de negocio), las causas y los efectos para ser analizados con la finalidad de establecer parámetro, además de saber qué hacer y hasta donde llegar en términos de servicios al cliente, eficiencia, eficacia y otros parámetros.

2.5 Técnicas de investigación.

La indagación que se realizó consistió en acudir a tipos de fuentes, que suministran información básica. Se encuentran en las bibliotecas y está contenida en libros, periódicos y otros materiales documentales, como trabajos de grado, revistas especializadas, enciclopedias, diccionarios. Además la información que se obtuvo fue de entrevistas y encuestas.

2.5.1 La Entrevista.

Para la recolección de información se elaboró un guion de preguntas muy bien estructuradas con el afán de conocer de qué manera está trabajando el centro de reparación y mantenimiento de vehículos Betty, como se siente el personal, además cuál es la estrategia que utilizan para alcanzar las ventas deseadas.

2.5.2 La Encuesta.

Para la recolección de datos se utilizó, adecuadamente, técnicas, que son los instrumentos de carácter formal que se emplearon para estudiar y analizar un problema detectado, con el propósito de buscar las posibles soluciones y conocer la realidad de los hechos.

La encuesta es la técnica que se aplicó a través de preguntas bien estructuradas, que sirvieron para recolectar datos referentes al nuevo servicio propuesto en el plan de negocios, así mejorar la competitividad de centro de reparación y mantenimiento de vehículos Betty.

En la correlación con la técnica establecida, el instrumento que se utilizó para la recolección de datos fue el cuestionario. Las preguntas estuvieron, correctamente, formuladas para que la persona encuestada entienda sobre el tema que se está investigando.

2.6 Instrumentos de investigación

2.6.1 Guión de Entrevista.

La entrevista es una conversación con un propósito específico. Se entrevista cuando se quiere obtener información de algo que no se puede obtener por vía numérica.

Las entrevistas serán estructuradas, seleccionando el tipo de acuerdo a:

- ✚ El conocimiento que el entrevistador tenga del tema.
- ✚ La experiencia del entrevistado.
- ✚ Número de entrevistas que se requiere hacer.
- ✚ Naturaleza de la información que se desea obtener.

2.6.2 El Cuestionario.

El cuestionario es una técnica de recogida de datos que supone un interrogatorio en el que las preguntas establecidas de antemano se plantean siempre en el orden y se formulan con los términos.

Los cuestionarios ahorran tiempo porque permiten a los individuos llenarlos sin ayuda ni intervención directa del investigador.

Un cuestionario es el procedimiento clásico en las ciencias sociales para la Preparación y registro de datos. Su versatilidad permite utilizarlo como instrumento de investigación y como instrumento de evaluación de personas, procesos o programas.

Mediante, el cuestionario se realizó las encuestas a los clientes fijos y potenciales dueños de vehículos, conocer sus inquietudes, percepciones y expectativas con respecto al servicio de reparación y mantenimiento de carros, para contribuir con su posible solución.

2.7 Población y Muestra.

2.7.1 Población.

El individuo, en esta aceptación, hace referencia a cada uno de los elementos de los que se obtiene la información. Los individuos pueden ser personas, objetos o acontecimientos.

Para este estudio, nuestra población también llamada universo, comprendió el número de personas que existen en el Cantón Playas entre las edades alcanzadas de 18 a 70 años; porque son las personas con capacidades de tener una licencia de conducir y cuentan con vehículos datos que fueron tomados de la página del INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y censos).

CUADRO N° 3 Población 18-70 años del Cantón Playas.

| | |
|----------------------------|-------|
| Población de la entrevista | 12 |
| Población de la encuesta | 4.294 |

Elaborado por: Adriana Crespín.

Fuente: INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos)

2.7.2 Muestra

Se llama muestra a una parte de la población a estudiar qué sirve para representarla, una muestra es una colección de algunos elementos de la población, pero no de todos.

Una muestra debe ser definida en base de la población determinada, y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra solo podrán referirse a la población en referencia.

FÓRMULA:

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

$$n = \frac{4.294}{0.05^2(4294 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{4294}{0.0025(4293) + 1}$$

$$n = \frac{4294}{10.73 + 1}$$

$$n = \frac{4294}{11.73}$$

$$n = 366$$

Luego de la aplicación de esta fórmula, se obtuvo como resultado **366** encuestas que estaban enfocadas y realizadas a los clientes de la lubricadora

CUADRO N° 4 Muestra a tomar

| | |
|---------------------------------------|------------|
| Administrador | 1 |
| Operativos | 9 |
| Población a ser encuestada (Clientes) | 366 |
| Servicio | 1 |
| Vendedor | 1 |
| TOTAL | 378 |

Fuente: Centro de reparación y mantenimiento Betty

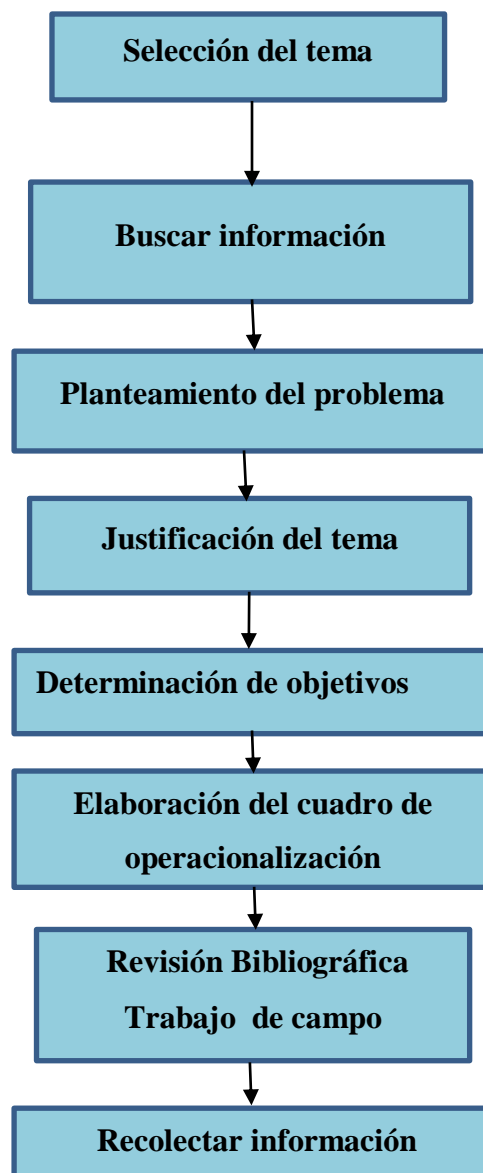
Elaborado por: Adriana Crespín Escalante.

2.8 Procedimientos de la investigación.

2.8.1 Procedimientos.

A continuación se detalla el procedimiento, que se hará la investigación.

FIGURAS N° 1 Procedimiento



Elaborado por: Adriana Crespín.

2.8.2 Procesamiento.

A través de los cuestionarios descritos, comienza un procedimiento esencial para toda investigación, referida a la clasificación o agrupación de los datos referentes a cada variable objetivo de estudio y su presentación conjunta, para validar el proceso de investigación de este trabajo se seleccionó el método deductivo.

En cuanto al procesamiento de la información, se detalla las fases a continuación.

- ✚ Clasificaciones datos
- ✚ Análisis de datos
- ✚ Interpretar la información obtenidos
- ✚ Elaborar los gráficos y cuadros
- ✚ Elaboración de conclusiones y recomendaciones
- ✚ Formulación de la propuesta
- ✚ Formular las preguntas
- ✚ Preparación y redacción del informe final
- ✚ Presentar el informe final
- ✚ Sustentación

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Análisis de resultado de la Entrevista

Informe de la entrevista realizada a los administradores y empleados operativos del Centro de reparación y mantenimiento Betty.

El día domingo 15 de septiembre se realizó la entrevista a los 12 colaboradores del Centro de reparación y mantenimiento Betty, en las instalaciones del negocio con el fin de interactuar con las personas que laboran, pero sin interrumpir su trabajo siendo se formularon 2 tipos de cuestionarios uno para el administrador y otro para el personal operativo.

De forma que el administrador fue convocado para realizar la entrevista con el objetivo de conocer cuáles son las estrategias, las fortalezas y debilidades del Centro de reparación y mantenimiento Betty, para diagnosticar como se encuentra el negocio actualmente, sus futuros proyectos, servicios que desean implementar, este procedimiento se utilizó con el personal operativo.

Se realizó la entrevista a cada colaborador tratando de hacerla lo más amena posible para que el entrevistado se sienta con absoluta confianza, brinde su conocimientos y perspectiva que tiene de la empresa donde labora dando a conocer el gran empeño que pondrán para futuras innovaciones, se dio a conocer el cuestionario de preguntas acotando guardar total confidencialidad en cada una de las repuestas que brindarían de tal forma que se procedió con la entrevista, a continuación se presenta un análisis de las repuestas que brindaron.

Análisis de la entrevista realizada a los empleados operativos

1.- ¿Qué opina del Centro de reparación y mantenimiento Betty?

El personal del Centro de reparación y mantenimiento Betty asume que es un negocio familiar que les ha brindado trabajo a varias personas y les ha permitido formarse, ilustrar y además les ha cultivado el valor de la responsabilidad laboral para que puedan vender una buena atención al cliente, además de obtener una muy buena experiencia que les servirá de mucha ayuda por si en algún momento quisieran separarse del negocio y buscar nuevas alternativas de trabajo.

También los entrevistados acotaron que el Centro de reparación y Mantenimiento Vehicular está creciendo cada día más y eso hace que ellos como empleados lo hagan también.

2.- Se siente conforme con su trabajo dentro del Centro de reparación y mantenimiento Betty ¿Por qué?

Todo el personal respondió que si se sienten a gusto que están contentos de pertenecer al grupo de trabajo y que, independientemente del compromiso laboral también han podido formar un muy buen equipo cada uno cuenta con sus responsabilidades las cumplen según se lo han encomendado y eso lo reflejan al momento de brindar los servicios que se ofrecen.

Por tal motivo el personal contestó sentirse satisfecho de ser parte del Centro de reparación y Mantenimiento Vehicular Betty y pertenecer a esta gran familia laboral que se ha ido formando con el pasar de los años.

Opinaron que les agrada trabajar, mediante, el manual de funciones establecido, eso les permite concretamente indicado el trabajo a realizar.

3.- ¿Conoce el nuevo servicio que quiere implementar el Centro de reparación y mantenimiento Betty?

Tienen conocimiento del nuevo servicios que se quiere implementar además ya se lo habían informado, mediante, una reunión que se realizó hace unos meses y que están convencidos de que va hacer un buen avance no solo para los clientes si no para ellos como trabajadores porque incrementarían sus ingresos y será un aporte para el Cantón el que se pueda brindar un servicio que no se encontraba anteriormente.

4.- ¿Considera que necesita capacitación para el nuevo servicio que se piensa implantar?

Los empleados piensan que si se necesitan capacitación porque es un servicio nuevo que de alguna u otra forma ya tienen experiencia y no es difícil llevarlo a la práctica, pero si tienen que estar capacitados, técnicamente, porque el centro de servicios brinda excelencia en todo lo que ofrece además de productos de calidad.

5.- ¿Qué capacitaciones le agradecería recibir?

En la entrevista el personal operativo señaló que con los servicios a implementar, desean que se les brinde una capacitación profunda acerca de cómo se realiza la limpieza y lavado general a cada uno de los automóviles, indiferentemente, del cargo que ocupen, para estar actualizados en conocimientos.

6.- ¿El ambiente de trabajo le motiva a trabajar?

Todos indicaron que si porque no trabajan bajo presión que se sienten satisfechos además indicaron que no tienen ninguna clase de inconvenientes entre compañeros de trabajo, tienen un buen líder que los dirige y los guía para que el trabajo que realizan cada uno este perfecto mientras, el cliente este satisfecho ellos también lo están por tal motivo es que en su gran mayoría de empleados laboran desde que se inició el centro de servicio de mantenimiento Betty.

7.-Sugerencias para mejorar el Centro de reparación y mantenimiento Betty en favor del personal.

- ✚ Continuar con el equipo de trabajo.
- ✚ Recibir las debidas capacitaciones para cada uno de servicios con el fin de ofrecer un excelente trabajo.
- ✚ Equipar el Centro de Servicios de Mantenimiento Vehicular con la mayor gama de productos con tecnología de punta.
- ✚ Mejorar la infraestructura

Análisis de la entrevista realizada al personal administrativo

1.- ¿Qué ofrece el Centro de reparación y mantenimiento Betty?

El administrador del centro de servicio y manteniendo vehicular contestó que ofrecen la venta de:

- ✚ Lubricantes para automóviles
- ✚ Filtros
- ✚ Utensilios de limpieza para carros
- ✚ Repuestos de motos
- ✚ Accesorios

2.- ¿Cuáles considera usted que son las ventajas más importantes del Centro de reparación y mantenimiento Betty?

El entrevistado se enfocó en decir que la mayor ventaja que tienen es que brindar un excelente servicio, el personal capacitado, y además ofrecen una línea de crédito que hace que los clientes sean fieles al negocio.

3.- ¿Qué le parece el plan de negocios para implementar un nuevo servicio e en el Centro de reparación y mantenimiento Betty?

El Propietario administrador del centro de reparación y mantenimiento Betty determinó que le parece muy oportuno que se implemente este plan de negocios le hacía falta.

Además acoto que es beneficioso tanto como para la empresa, como para los clientes, es un proyecto innovador en Playas que atraerá a muchos clientes y permitirá vender productos sustitutos que se expenden también en el Centro de Servicios.

4.- ¿Cómo percibe el futuro del Centro de reparación y mantenimiento Betty después del plan de negocios propuesto?

En la entrevista realizada el personal administrativo, el entrevistado indico que el plan de negocios propuesto para incrementar una nueva línea de servicios que es una muy buena alternativa de negocio.

Por otra parte dijeron que sería el primer centro de reparación y mantenimiento con el servicio completos, están confiados de que va a reflejar muy buenos resultados.

5.- ¿Qué me puede decir de los nuevos servicios que pretende implementar en el Centro de reparación y mantenimiento Betty?

El entrevistado indico que es muy buena la idea de implementar el nuevo servicio y que tienen toda la predisposición de empezar a trabajar publicitándolo, están convencidos de que van a tener una buena acogida por parte de los habitantes.

6.- ¿Cómo califica a su competencia?

Indica que la competencia que existe en la localidad es buena, tienen métodos estratégicos muy convincentes para llegar al cliente final pero el Centro de reparación y mantenimiento se ha mantenido a con muy una ventaja competitiva, que hace que el cliente sea fiel.

7.- ¿Usted está abierto al dialogo con todos sus colaboradores?

La administradora del Centro de reparación y Mantenimiento Betty contesto que siempre ha estado dispuesta a conversar con los empleados que lidera, por ese motivo su personal es fijo y han trabajado en él desde sus inicios y eso lo que hace que el negocio prospere gracias al buen clima laboral que se percibe al momento de tratar con el cliente.

8.- ¿Cuáles son sus planes para que el Centro de reparación y mantenimiento Betty crezca?

El administrador contesto que la meta del Centro de Servicios de Mantenimiento Betty es crecer cada día más, ser constantes y brindar uno de los mejores servicios, atender bien al cliente es parte fundamental en toda empresa, además acotó que con el plan de negocios que se va a implantar va a crecer mucho más.

3.2 Análisis De Resultados De La Encuesta A Clientes.

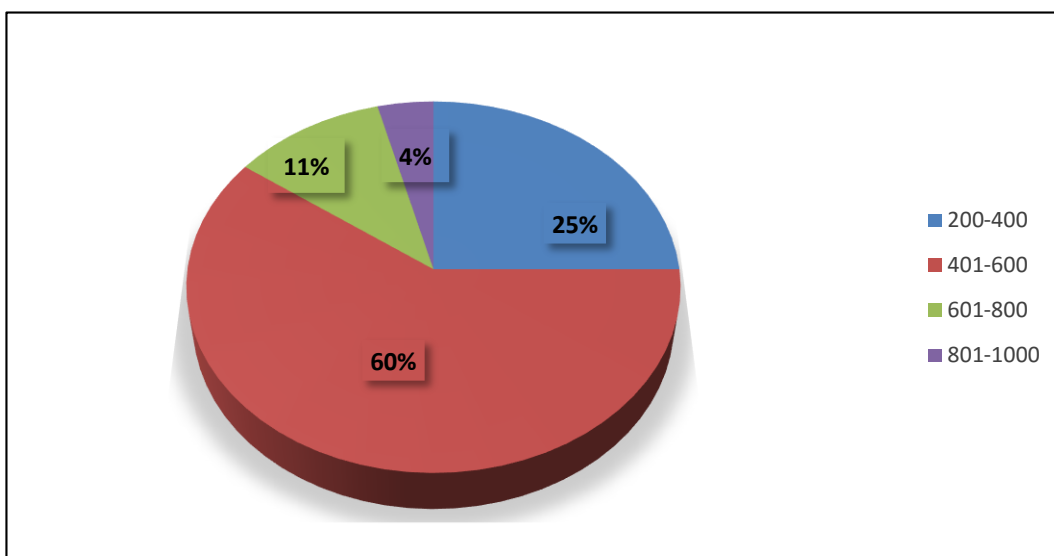
TABLA N° 1 Nivel de ingreso

| ¿De lo siguiente cuál es su nivel de Ingresos mensuales? | | | |
|---|--------------------|-------------------|-------------------|
| ÍTEM | DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| 1 | 200-400 | 92 | 25 % |
| | 401-600 | 220 | 60 % |
| | 601-800 | 40 | 11 % |
| | 801-1000 | 15 | 4 % |
| | TOTAL | 366 | 100 % |

Fuente: Habitantes del Cantón Playas.

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

GRÁFICO N° 1 Nivel de ingresos



Fuente: Habitantes del Cantón Playas.

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

En el resultado obtenido de la encuesta, se establece que el 60% de los habitantes del Cantón Playas tienen un ingreso mensual de \$ 401-600. Se concluye que dentro del rango de ingreso existen posibles clientes potenciales.

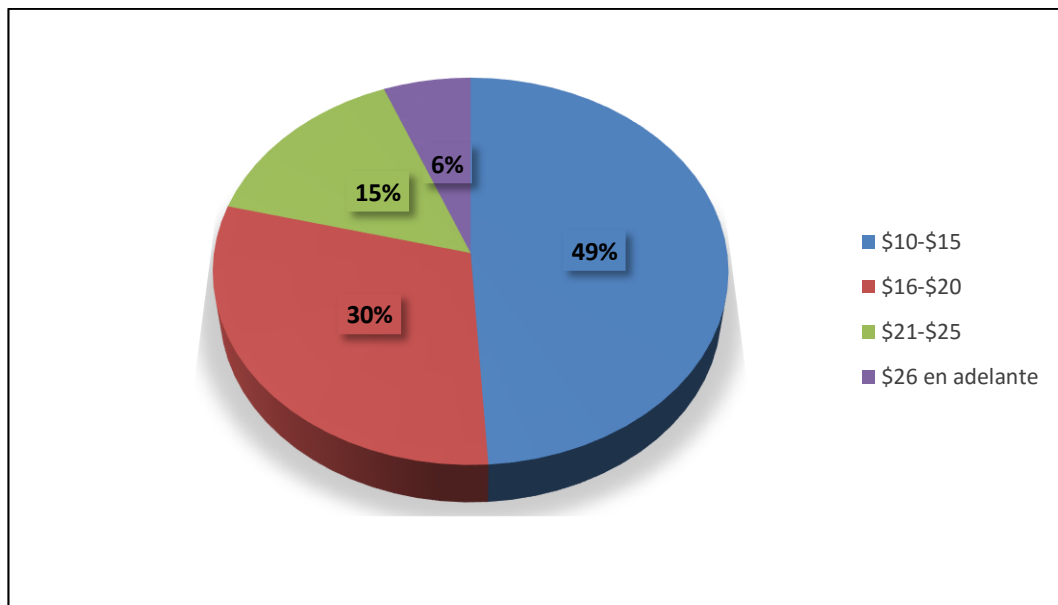
TABLA N° 2 Pago por lavado de vehículos

| ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el lavado de su vehículo? | | | |
|--|--------------------|-------------------|-------------------|
| ÍTEM | DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| 2 | \$10-\$15 | 179 | 49 % |
| | \$16-\$20 | 110 | 30 % |
| | \$21-\$25 | 55 | 15 % |
| | \$26 en adelante | 22 | 6 % |
| | TOTAL | 366 | 100 % |

Fuente: Habitantes del Cantón Playas.

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

GRÁFICO N° 2 Pago por lavado de vehículos



Fuente: Habitantes del Cantón Playas.

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

Luego del análisis de la encuesta, el 49% de las personas establecen que están dispuestos a pagar por el servicio de lavado entre \$ 10-15, mientras el 30% determina que están dispuestos a pagar \$ 16-20. Por ello se recomienda, que el precio del lavado de vehículo se establezca entre \$10-15.

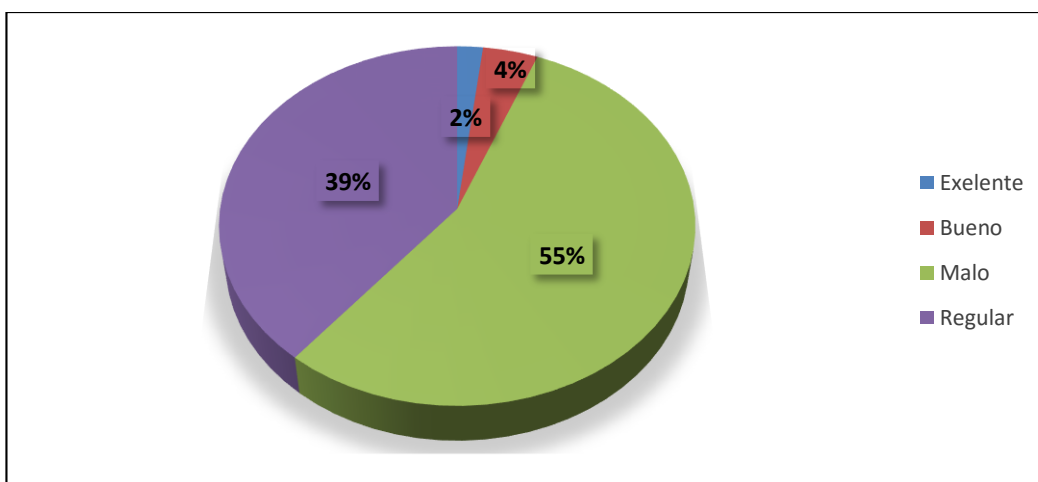
TABLA N° 3 Calificación del servicio

| ¿Cómo califica el servicio de lavado de vehículos en locales que existen dentro del Cantón? | | | |
|--|--------------------|-------------------|-------------------|
| ÍTEM | DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| 3 | Excelente | 7 | 2% |
| | Bueno | 15 | 4% |
| | Malo | 201 | 55% |
| | Regular | 143 | 39% |
| | TOTAL | 366 | 100% |

Fuente: Habitantes del Cantón Playas.

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

GRÁFICO N° 3 Calificación del servicio



Fuente: Habitantes del Cantón Playas.

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

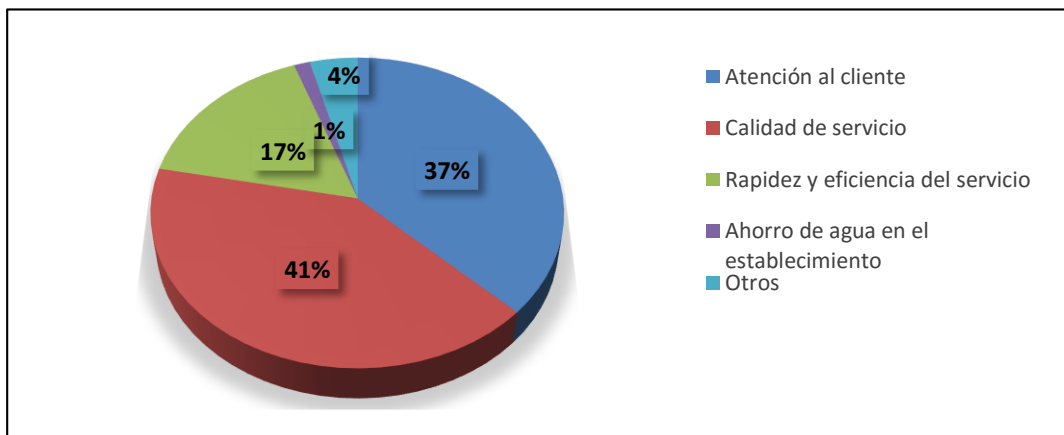
En el resultado obtenido, el 55% de los encuestados establecen la calificación del servicio de lavado es malo, mientras el 4% determinó la calificación del servicio como bueno. Por ello se recomienda, a través de la implementación de nuevos servicios alcanzar la excelencia y satisfacción de posibles clientes potenciales.

TABLA N° 4 Importancia al elegir un sitio para lavar el vehículo

| ¿Cuál de los siguientes factores suelen tener más importancia para Ud. a la hora de elegir un sitio para realizar el lavado? | | | |
|--|--------------------------------------|------------|-------------|
| ÍTEM | DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCFENTAJE |
| 4 | Atención al cliente | 136 | 37% |
| | Calidad de servicio | 150 | 41% |
| | Rapidez y eficiencia del servicio | 60 | 16% |
| | Ahorro de agua en el establecimiento | 5 | 1% |
| | Otros | 15 | 4% |
| | TOTAL | 366 | 100% |

Fuente: Habitantes del Cantón Playas.
Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

GRÁFICO N° 4 Importancia al elegir un sitio para hacer lavar el vehículo



Fuente: Habitantes del Cantón Playas.
Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

Luego del análisis de la encuesta, el 41% de las personas establecen que uno de los factores que tiene mayor importancia al momento de contratar un servicio es su calidad, mientras el 37% determina que es importante la atención al cliente. Por ello se recomienda, que la empresa mejore su calidad del servicio adquiriendo equipos y productos con marcas registradas.

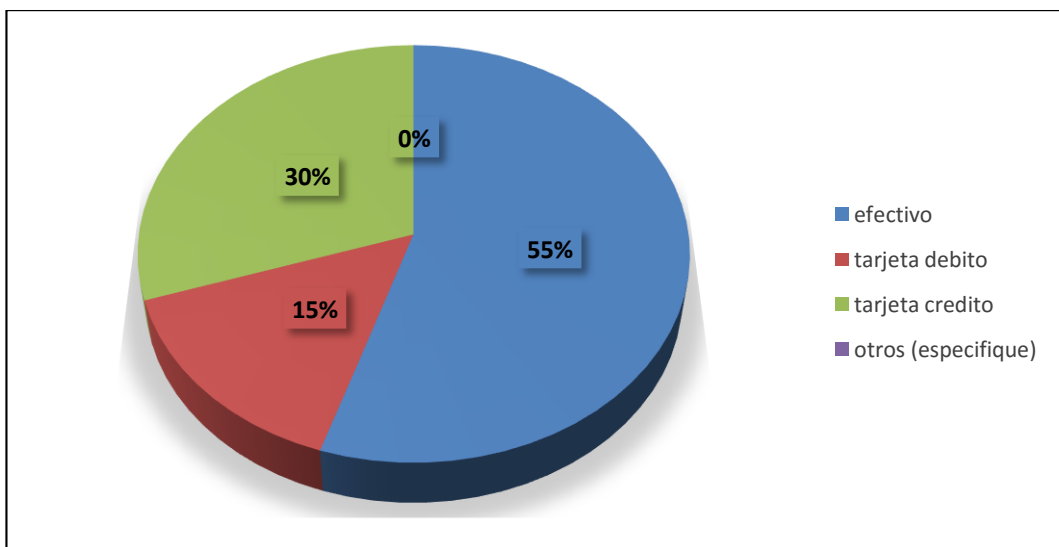
TABLA N° 5 Forma de pago del servicio

| ¿Cuál es la forma de pago que utilizaría para cancelar el servicio de su vehículo? | | | |
|---|---------------------|-------------------|-------------------|
| ÍTEM | DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| 5 | efectivo | 201 | 55% |
| | tarjeta debito | 55 | 15% |
| | tarjeta crédito | 110 | 30% |
| | otros (especifique) | 0 | 0% |
| | TOTAL | 366 | 100 |

Fuente: Habitantes del Cantón Playas.

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

GRÁFICO N° 5 Forma de pago del servicio



Fuente: Habitantes del Cantón Playas.

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

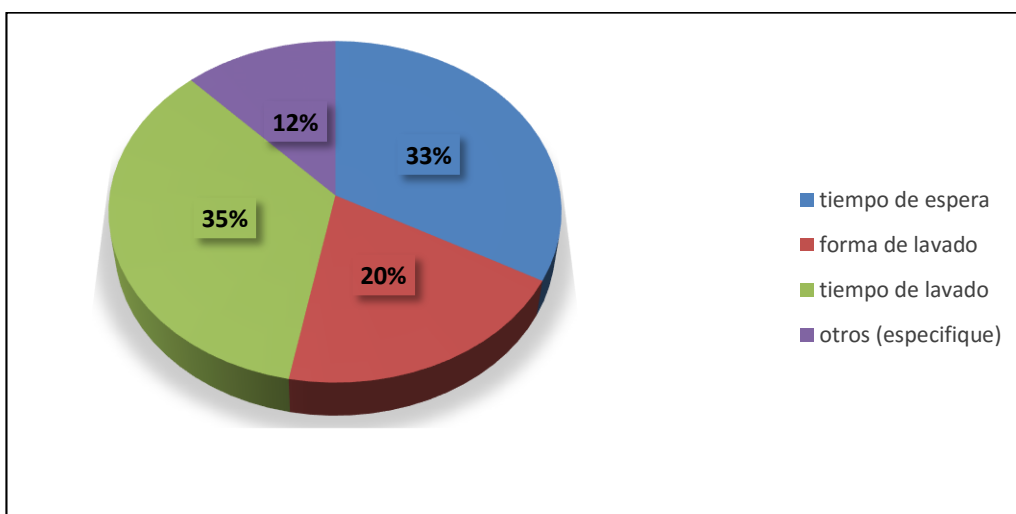
En el análisis de la encuesta, el 55% de habitantes del Cantón Playas la forma de pago que utilizaría para cancelar el servicio de su vehículo es en efectivo, mientras el 30% utilizan tarjeta de crédito.

TABLA N° 6 Incomodidad que encuentra en el centro de mantenimiento

| ¿Qué es lo que más le incomoda del sitio o servicio al que va actualmente? | | | |
|---|---------------------|-------------------|-------------------|
| ÍTEM | DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| 6 | tiempo de espera | 121 | 33% |
| | forma de lavado | 73 | 20% |
| | tiempo de lavado | 128 | 35% |
| | otros (especifique) | 44 | 12% |
| | TOTAL | 366 | 100% |

Fuente: Habitantes del Cantón Playas.
Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

GRÁFICO N° 6 Incomodidad que encuentra en el centro de mantenimiento



Fuente: Habitantes del Cantón Playas.
Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

Luego del análisis de la encuesta, el 35% de las personas establecen que le incomoda el tiempo de espera por el servicio. Mientras el 12% determina que se incomoda por la infraestructura inadecuada. Por ello se recomienda, que el centro de reparación y mantenimiento Betty mejore el servicio con un adecuado tiempo de lavado y una amplia infraestructura.

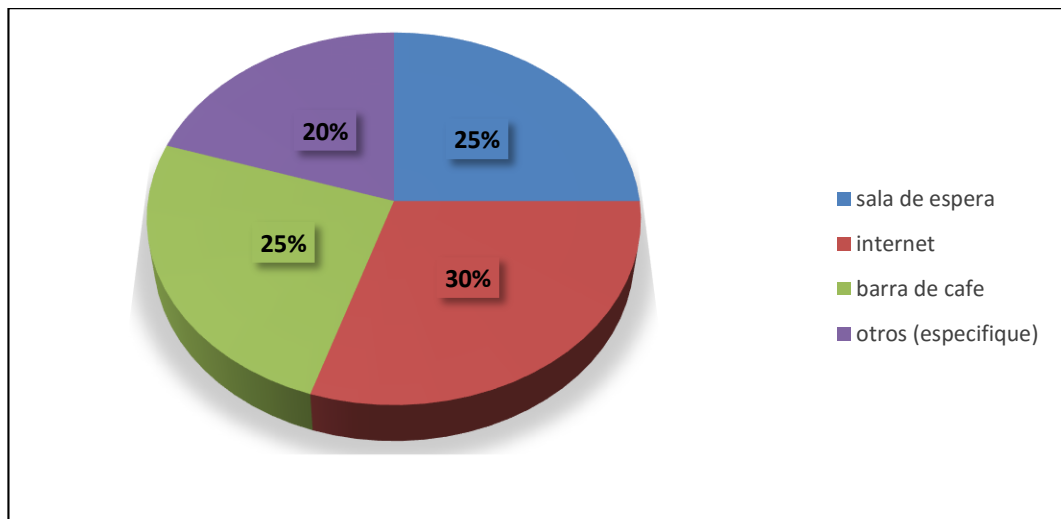
TABLA N° 7 Servicio adicional

| ¿Qué servicios adicionales le gustaría encontrar en el sitio de lavado? | | | |
|--|---------------------|-------------------|-------------------|
| ÍTEM | DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| 7 | sala de espera | 92 | 25% |
| | internet | 110 | 30% |
| | barra de café | 92 | 25% |
| | otros (especifique) | 73 | 20% |
| | TOTAL | 366 | 100% |

Fuente: Habitantes del Cantón Playas.

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

GRÁFICO N° 7 Servicio adicional



Fuente: Habitantes del Cantón Playas.

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

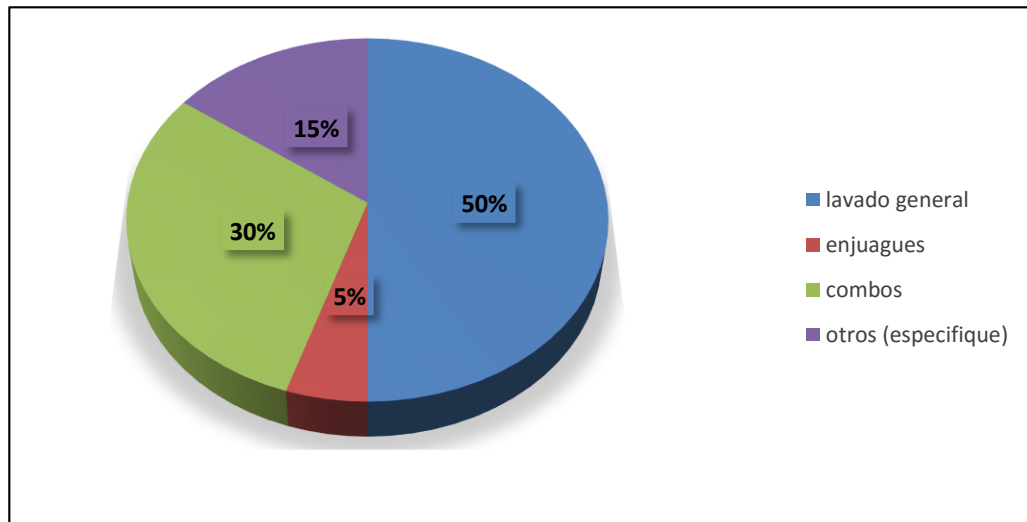
En el análisis de la encuesta, el 30% establece que el servicio adicional que prefieren es internet. Mientras el 25% determinan que eligen opciones como es sala de espera y barra de café. Por ello se recomienda, que el centro de reparación y mantenimiento Betty implemente servicios como es internet y otros adicionales.

TABLA N° 8 Tipo de servicio que utiliza con mayor frecuencia

| ¿Cuáles servicios utiliza con mayor frecuencia? | | | |
|--|---------------------|-------------------|-------------------|
| ÍTEM | DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| 8 | lavado general | 183 | 50% |
| | enjuagues | 18 | 5% |
| | combos | 110 | 30% |
| | otros (especifique) | 55 | 15% |
| | TOTAL | 366 | 100% |

Fuente: Habitantes del Cantón Playas.
Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

GRÁFICO N° 8 Tipo de servicio que utiliza con mayor frecuencia



Fuente: Habitantes del Cantón Playas.
Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

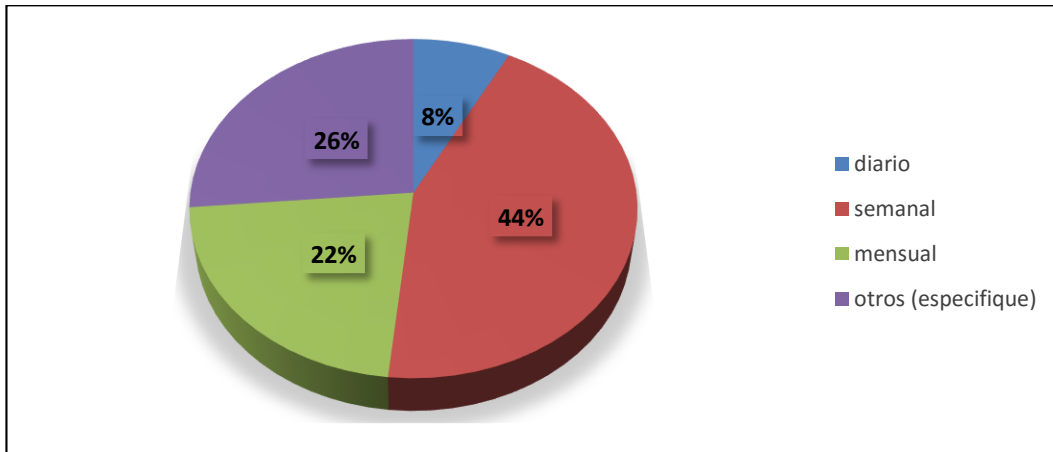
Luego del análisis de la encuesta, el 50% de los encuestados establecen que el servicio que utilizan con mayor frecuencia es lavado general de vehículos, mientras el 30% determinan que utilizan combos. Por ello se recomienda, que el centro de reparación y mantenimiento Betty realice promociones relacionadas con el lavado de vehículos y combos para mejorar su rentabilidad así captar clientes.

TABLA N° 9 Tiempo que lava su vehículo

| ¿Cada qué tiempo lava usted su vehículo? | | | |
|---|---------------------|-------------------|-------------------|
| ÍTEM | DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| 9 | diario | 26 | 8% |
| | semanal | 146 | 44% |
| | mensual | 73 | 22% |
| | otros (especifique) | 88 | 26% |
| | TOTAL | 366 | 100% |

Fuente: Habitantes del Cantón Playas.
Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

GRÁFICO N° 9 Tiempo que lava su vehículo



Fuente: Habitantes del Cantón Playas.
Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

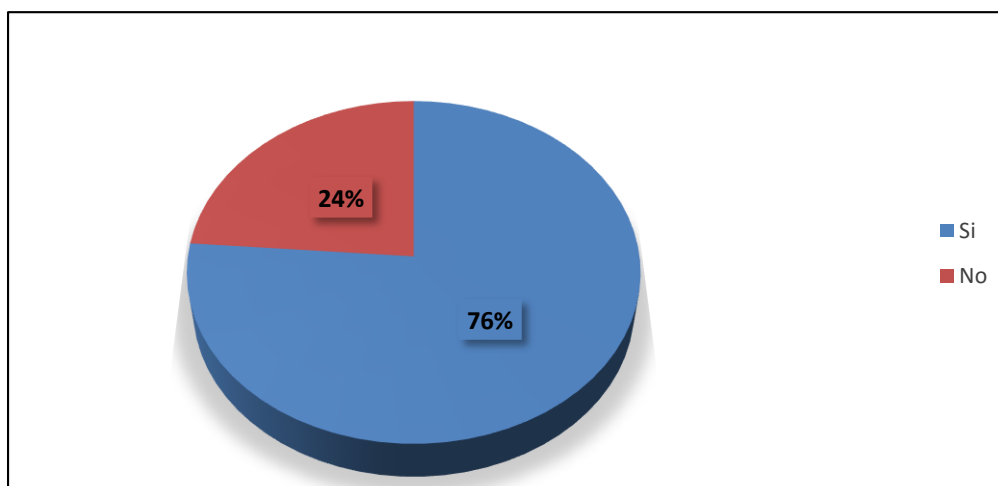
Después del análisis de la encuesta, el 44 % establecen que acuden a lavar su vehículo semanalmente, mientras el 8 % de los encuestados determinan que realizan el lavado a su vehículo diariamente. Se concluye que existe demanda de vehículo semanalmente, por ello se recomienda, ampliar e implementar el servicio con nuevos productos para cubrir la demanda de vehículos que acuden semanalmente.

TABLA N° 10 Implementación del servicio de pintura

| ¿Estaría usted de acuerdo que se implemente el servicio de pintado de vehículos en el centro de reparación y mantenimiento Betty? | | | |
|--|--------------------|-------------------|-------------------|
| ITEM | DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| 10 | Si | 279 | 76% |
| | No | 87 | 24% |
| | TOTAL | 366 | 100% |

Fuente: Habitantes del Cantón Playas.
Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

GRÁFICO N° 10 Implementación del servicio de pintura



Fuente: Habitantes del Cantón Playas.
Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

En el análisis de la encuesta, el 76% establecen que si están de acuerdo que se implemente el servicio de pintado de vehículos en el centro de reparación y mantenimiento Betty, mientras el 24% determinan que no están de acuerdo. Por ello se recomienda, implementar el servicio de pintado de vehículos para brindar servicios completos a posibles clientes potenciales.

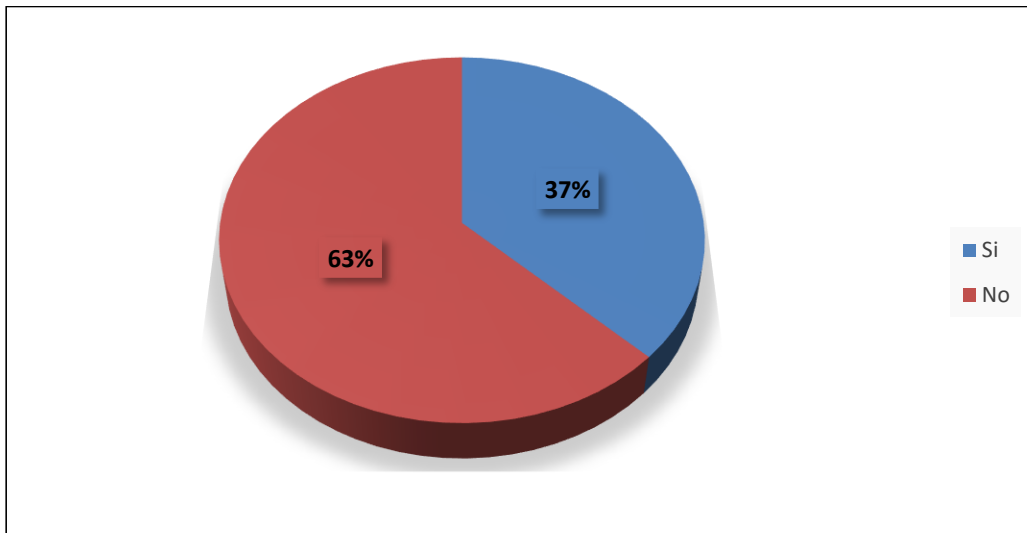
TABLA N° 11 Existencia de equipo necesarios

| ¿Considera usted que las empresas de servicios de vehiculos cuenta con todos los equipos necesarios para brindar un mejor mantenimiento de vehículos? | | | |
|--|--------------------|-------------------|-------------------|
| ITEM | DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| 11 | Si | 136 | 37% |
| | No | 230 | 63% |
| | TOTAL | 366 | 100% |

Fuente: Habitantes del Cantón Playas.

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

GRÁFICO N° 11 Existencia de equipos necesarios



Fuente: Habitantes del Cantón Playas.

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

Luego del análisis de la encuesta, el 63% establecen que las empresas de servicios para vehículos no cuenta con todos los equipos necesarios para brindar mejor mantenimiento y el 37% determina que si cuentan con equipos. Por ello se recomienda, realizar presupuestos para adquirir equipos necesarios y brindar mantenimientos adecuados a vehículos del Cantón Playas.

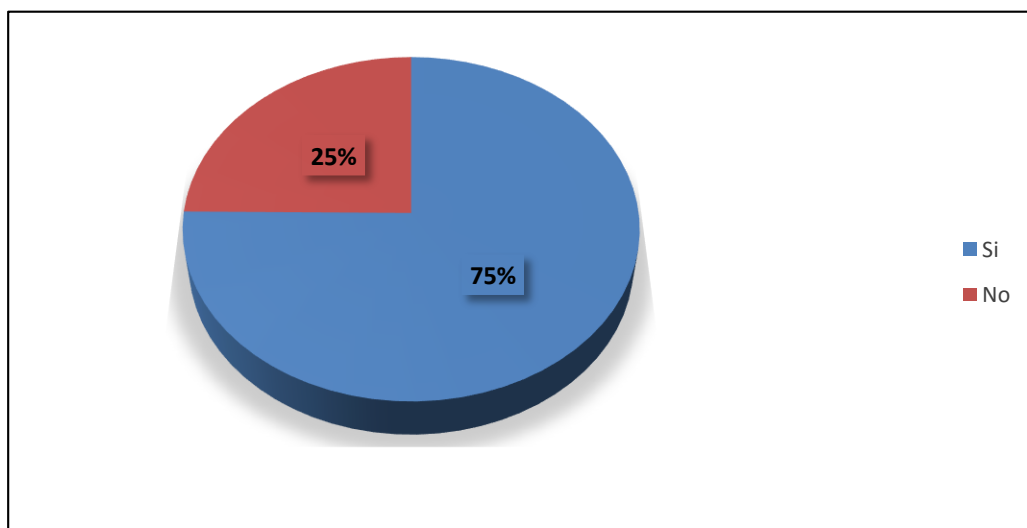
TABLA N° 12 Mejoramiento de la infraestructura

| ¿Cree usted que se debe mejorar la infraestructura del centro de reparación y mantenimiento Betty? | | | |
|---|--------------------|-------------------|-------------------|
| ITEM | DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| 12 | Si | 275 | 75% |
| | No | 91 | 25% |
| | TOTAL | 366 | 100% |

Fuente: Habitantes del Cantón Playas.

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

GRÁFICO N° 12 Mejoramiento de infraestructura



Fuente: Habitantes del Cantón Playas.

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

En el análisis de la encuesta, el 75% de las personas establecen que si mejore la infraestructura del centro de reparación y mantenimiento Betty, mientras el 25% determina que no está de acuerdo que se mejore la infraestructura. Por ello se recomienda ampliar la infraestructura que es considerado espacio físico del centro de reparación Betty para brindar un buen servicio.

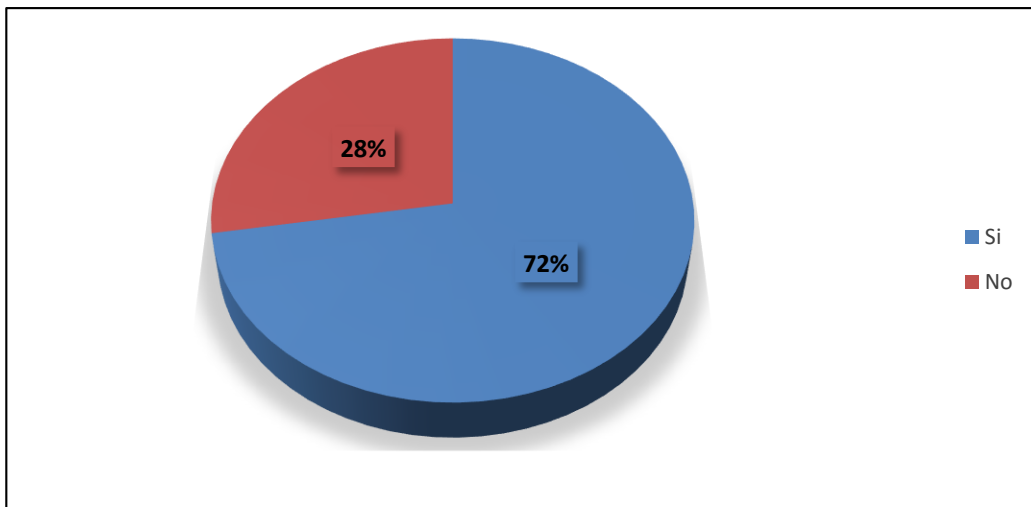
TABLA N° 13 Personal calificado

| ¿Las empresas cuentan con un personal calificado de acuerdo a sus funciones que realizan? | | | |
|--|--------------------|-------------------|-------------------|
| ITEM | DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| 13 | Si | 265 | 72% |
| | No | 101 | 28% |
| | TOTAL | 366 | 100% |

Fuente: Habitantes del Cantón Playas.

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

GRÁFICO N° 13 Personal calificado



Fuente: Habitantes del Cantón Playas.

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

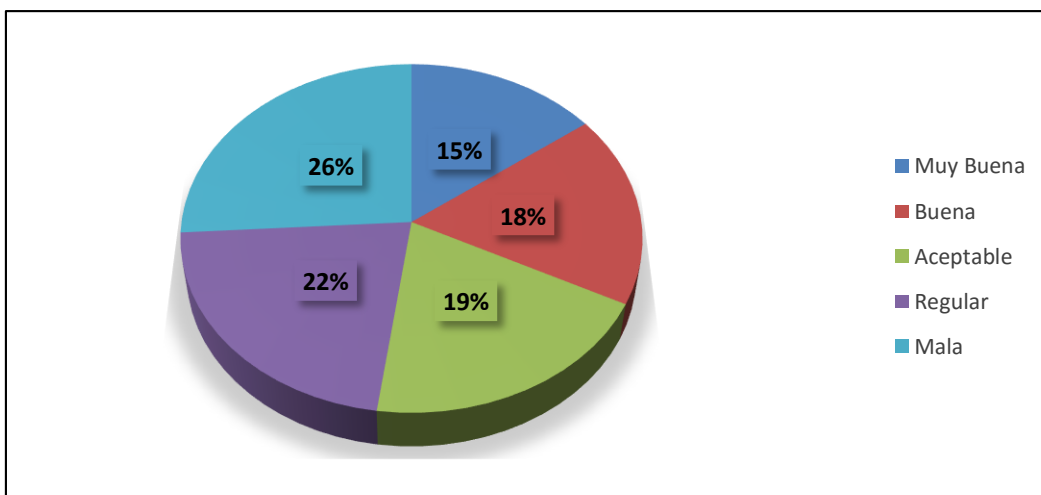
Luego del análisis de la encuesta, el 72% establecen que si cuenta con personal calificado en las empresas, mientras el 28% determinan que las empresas no cuentan con personal calificado. Se concluye que las empresas cuentan con personal acta para sus labores. Por ello se recomienda, que mejoren los servicios y adquieran más equipos para que los colaboradores apliquen sus funciones adecuadas.

TABLA N° 14 Calidad del servicio

| ¿Cómo considera usted la calidad del servicio en los locales del Cantón? | | | |
|---|--------------------|-------------------|-------------------|
| ITEM | DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| 14 | Muy Buena | 54 | 15% |
| | Buena | 65 | 18% |
| | Aceptable | 72 | 20% |
| | Regular | 80 | 22% |
| | Mala | 95 | 26% |
| | TOTAL | | 366 |

Fuente: Habitantes del Cantón Playas.
Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

GRÁFICO N° 14 Calidad del servicio



Fuente: Habitantes del Cantón Playas.
Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

En el resultado obtenido de la encuesta, el 26% establece que la calidad del servicio es considerada mala, mientras el 22% determina su calidad de servicio es regular. Por ello se recomienda, buscar productos de calidad con marcas reconocidas y capacitar a los colaboradores para que brinden servicios de calidad.

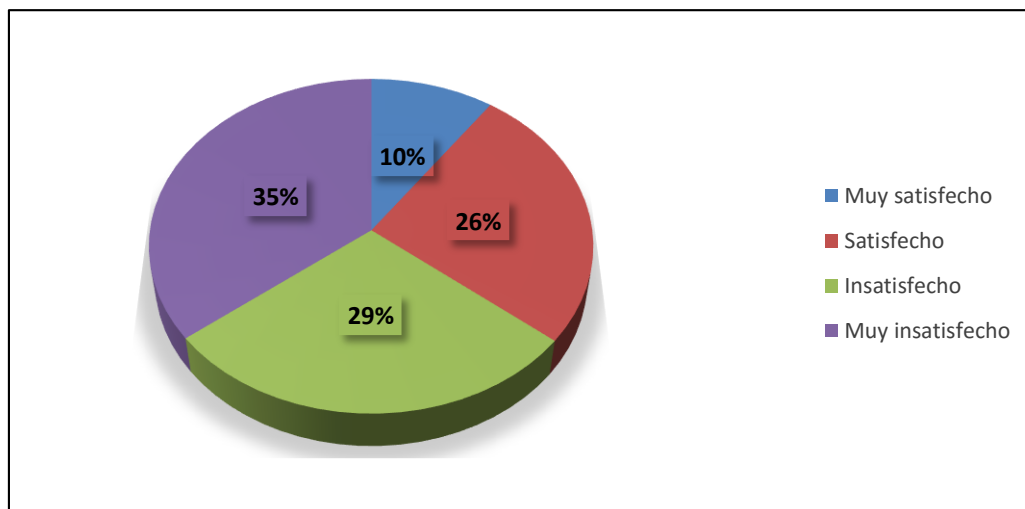
TABLA N° 15 Satisfacción del servicio

| ¿Su satisfacción por los servicios brindado a sus vehiculos es? | | | |
|---|------------------|------------|------------|
| ITEM | DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| 15 | Muy satisfecho | 36 | 10% |
| | Satisfecho | 95 | 26% |
| | Insatisfecho | 105 | 29% |
| | Muy insatisfecho | 130 | 35% |
| | TOTAL | 366 | 100% |

Fuente: Habitantes del Cantón Playas.

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

GRÁFICO N° 15 Satisfacción del servicio



Fuente: Habitantes del Cantón Playas.

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

Luego del análisis de la encuesta, el 35% de las personas establecen que están insatisfecho por el servicio brindado, mientras el 10% determina que se siente muy satisfecho con los servicios. Por ello se recomienda, que el centro de reparación y mantenimiento Betty innove e implemente servicios para alcanzar la satisfacción de los clientes.

3.3 Conclusiones.

- ✚ Se determinó que el mercado vehicular es extenso y existe afluencia de personas a centros de servicios para vehículos, a realizar mantenimiento a sus automóviles con frecuencia, debido que los vehículos son utilizados como medios de transportes.
- ✚ Se demuestra que mayoría de las personas están dispuestos a utilizar y comprar nuevos productos y servicios que va ofrecer el Centro de reparación y Mantenimiento Betty, esto debido a que existe poca competencia en el servicio de lavados de vehículos completos y pintados de vehículos.
- ✚ Se determina que existe un nicho de mercado para el servicio de mantenimiento de vehículo que no ha sido aprovechado debido que no existe una adecuada distribución del servicio de automóvil.
- ✚ En el centro de reparación y mantenimiento Betty no dispone de equipos e infraestructura adecuada para que colaboradores puedan realizar las actividades, funciones y responsabilidades, de manera eficiente, y eficaz.
- ✚ Se establece que no existe financiamiento para ejecutar proyecto de mejoramientos, esto impide que la empresa mejore su rentabilidad y tenga una situación económica reforzada para futuras innovaciones.

3.4 Recomendaciones.

- ✚ Realizar publicidad promociones para la localidad que cuenta con vehículos y conozcan nuevos servicios a ofrecer especializado, y de alta calidad.
- ✚ Realizar proyectos destinados a generar ingresos a través de la implementación de nuevos servicios como: lavado de vehículos completos y pintados de vehículos que no existe en el Cantón Playas, para mejorar la rentabilidad de la empresa.
- ✚ Elaborar proyectos para adecuación de la empresa, creando un clima laboral agradable que permita transmitir confianza a los clientes que visiten el local y soliciten el servicio.
- ✚ Contar con equipos necesarios que permitan al colaborador desempeñar sus funciones de manera eficaz y eficiente, escoger equipos modernos con los estándares de calidad.
- ✚ Crear un plan de negocio, para definir las actividades que realiza la empresa, con el objetivo de disminuir un gran porcentaje de falencia e imprevistos que se manifiestan dentro de la organización, realizar la gestión adecuada para obtener financiamiento que contribuya con el desarrollo de la propuesta y mejorar los servicio ofrecido.

CAPÍTULO IV

4. TÍTULO DE LA PROPUESTA.

“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL CENTRO DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO DE VEHÍCULOS “BETTY” DEL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS”, AÑO 2015

4.1 Presentación.

Contar con un plan de negocios que permita la implementación de servicios adicionales que brinden un mejor servicio a los clientes y a potenciales clientes, logrando el crecimiento y la utilidad del negocio, la propuesta de plan de negocios contribuye al mejoramiento continuo de las actividades laborales, con el objetivo de implementar formas óptimas de trabajo.

El Centro de reparación y mantenimiento presenta grandes inconvenientes en los servicios que brinda por la falta de equipos y la calidad de servicio, generando problemas en la empresa y clientes insatisfechos por no cubrir sus necesidades ni cumplir sus expectativas.

Es importante esta propuesta que se está desarrollando con el propósito que la organización involucre a cada empleado y brinde capacitación para mejorar el servicio, fortalecer sus estrategias direccionadas a la empresa con el objetivo de satisfacer las necesidades que existen con respecto a los servicios para vehículos dentro del Cantón Playas.

4.2 Datos de identificación de la empresa

Razón Social: Lubricadora Betty

Ruc: 0910494244001

Teléfono: 0990757804

Gerente: Sr. Jairo Darío

Administrador: Sr. José Crespín.

Operarios: 10

Actividad Económica: Cambio de Aceite, venta de lubricantes y accesorios de vehículos, mantenimiento en general.

Ubicación: Av. Sixto Chang Cansing.

FIGURA N° 1 Logo

Lubricadora Betty



Slogan

Tu servicio rápido y de calidad

4.2.1 Direccionamiento Estratégico

Actualmente, el centro de reparación y mantenimiento Betty no cuenta con un direccionamiento estratégico por lo que se consideró lo siguiente:

4.2.2 Misión

Dar mantenimiento preventivo y correctivo a todas las marcas de vehículos livianos y pesados existentes en el Cantón Playas, formando una empresa sólida con un amplio espacio y tecnología adecuada, direccionando a satisfacer las necesidades de los clientes con servicio de calidad, precios competitivos y atención personalizada, contribuyendo así al desarrollo del país a través de los ingresos, generando empleo y cuidado del medio ambiente.

4.2.3 Visión

Ser líderes en el Mercado Automotriz en el Cantón Playas, dentro de reparación y mantenimiento de vehículos livianos y pesados a largo plazo con un mejoramiento continuo.

4.3 OBJETIVOS

4.3.1 Objetivo General

Implementar un plan de negocio a través del financiamiento que mejore la infraestructura, la calidad del servicio y desarrollar nuevos servicios para satisfacer la demanda del mercado de mantenimiento de automóvil, en el Cantón Playas.

4.3.2 Objetivos Específicos.

- ✚ Identificar los clientes potenciales que cuenta el centro de reparación y mantenimiento Betty, a través de la investigación de mercado, para ofrecer un servicio especializado y de óptima calidad.

- ✚ Diseñar la estructura organizacional del centro de reparación y mantenimiento Betty, mediante un estudio la empresa, que permita una mejor distribución de las tareas y un óptimo desempeño de las actividades de los colaboradores.

- ✚ Establecer estrategias de mercado para mejorar la calidad del servicio e identificar posibles grupos de consumidores para especificar el posicionamiento de la lubricadora Betty, frente al mercado.

- ✚ Investigar las diferentes alternativas bancarias que permitan obtener el financiamiento a un tipo de interés bajo, para ejecutar los proyectos de mejoramiento de conocimientos y habilidades, adecuación de infraestructura, nuevos servicios de vehículos.

4.4 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

El presente plan de negocio que se implementará en la Centro de reparación y mantenimiento Betty, va a mejorar la infraestructura y la calidad del servicio para lograr el crecimiento de la empresa.

El desarrollo de esta propuesta comprende lo siguiente: estudio de mercado para determinar el cliente meta, estudio técnico para establecer los recursos necesarios, correcto funcionamiento de la empresa y estudio financiero para comprobar la factibilidad del plan.

A continuación se detalla los proyectos, procedimientos, plan operativo y el plan financiero con su respectiva evaluación para lograr los objetivos que persigue la empresa. Los proyectos que se implementarán son los siguientes:

Perfeccionamiento de los conocimientos de los empleados del centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty”: Mejorar la experiencia de colaboradores, para lograr un desempeño eficiente y eficaz en la empresa.

Adecuación de infraestructura para el centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” del Cantón Playas: Contar con sala de espera, y parqueo para brindar una atención de óptima calidad.

Implementación de nuevo servicios como: pintado de vehículos para lograr el desarrollo de la empresa, tener nuevas fuentes de ingresos y satisfacer las necesidades de los clientes brindando una adecuada atención.

También es importantes el ambiente laboral, facilita el cumplimiento del trabajo de cada persona, todos estos factores se cumplen cuando los colaboradores tengan constantes capacitaciones que permita elevar su nivel intelectual y personal.

4.5 ESTUDIO DE MERCADO

4.5.1 DEFINICIÓN DE MERCADO

El mercado objetivo del centro de mantenimiento Betty son las cooperativas de transporte, taxis, camionetas del sector, sitios aledaños y turistas que visiten el Cantón y tengan inconvenientes con sus vehículos.

4.5.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Objetivo General

Conocer las necesidades de los potenciales clientes y determinar los diferentes servicios que se ofrecerán, para brindar un servicio de calidad.

Objetivos Específicos.

- ✚ Identificar el tamaño del mercado que deseamos cubrir.

- ✚ Establecer las preferencias y expectativas del mercado meta

- ✚ Determinar un precio base más adecuado, por cada uno de los servicios que se les proporcionaría a los neumáticos.

- ✚ Establecer el medio de comunicación óptimo para dar a conocer nuestro servicio.

4.5.3 Políticas de Atención al Cliente

- ✚ La atención al cliente será de excelente calidad.
- ✚ Recibir y prestar el servicio, oportunamente, al cliente
- ✚ Fomentar las relaciones humanas con los clientes, en base a la comprensión de sus necesidades y el respeto.
- ✚ Evaluar la satisfacción del cliente y la eficiencia de la atención que le brinda la empresa cada seis meses a través de encuestas.
- ✚ Recibir sugerencias y reclamos del cliente, dar soluciones al instante

4.5.3.1 Políticas de Mercado

- ✚ Realizar un estudio de mercado de la demanda.
- ✚ Determinar el mercado meta del centro reparación y mantenimiento Betty.
- ✚ Evaluar la satisfacción del cliente. Recibir sugerencias de los clientes.
- ✚ Colocar publicidad en la empresa, volantes y páginas web.
- ✚ Aplicar estrategias innovadoras de mercadeo y publicidad
- ✚ Realizar promociones a fin de captar nuevos clientes para el centro de reparación y mantenimiento Betty.

4.5.4 ANALISIS DE LA OFERTA

El centro de reparación y mantenimiento Betty ofrece servicios de:

- ✚ Lavado
- ✚ Lubricada
- ✚ Alineación y balanceo
- ✚ Pintado

Tiene como meta incrementar su rentabilidad y competitividad en el mercado introduciendo un nuevo servicio de pintado e innovando el lavado de vehículos con nuevos productos, el estudio de mercado realizado a través de la encuesta demostró que si es factible incorporar estos productos y servicios al centro de reparación y mantenimiento Betty.

4.5.5 ANALISIS DE PRECIOS

Para la fijación de precios de los productos y servicios se tendrá en cuenta:

- ✚ los gastos de administración.
- ✚ los gastos de mercadeo.
- ✚ los costos indirectos de fabricación.
- ✚ los precios de la competencia.
- ✚ Entender las finalidades de la fijación de precios
- ✚ Aprender a calcular el umbral de rentabilidad
- ✚ Entender las estrategias y razones de las subidas y bajadas de precios
- ✚ Aprender varias estrategias de fijación de precios
- ✚ Propósito de la fijación de precios

El precio cumple numerosas funciones:

- ✚ Tiene que cubrir el costo de los productos, y servicios
- ✚ Debe cubrir los gastos generales del negocio
- ✚ Debe pagar a los dueños el dinero invertido en el negocio, en cierto periodo de tiempo
- ✚ Debe proporcionar un margen de beneficio suficiente para asegurar la estabilidad a largo plazo de la empresa.
- ✚ Debe actuar como herramienta de marketing.

4.5.6 ANALISIS DE LA DEMANDA

Debido al estudio realizado se determinó la demanda estimada anual de vehículos, esto se muestra en el siguiente cuadro. Ver cuadro 5 (demanda)

CUADRO N° 5 Demanda

| 6.000 | 4.500 | 3.000 | 3.500 | 200 | 150 |
|----------------------|---------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| LAVADO CARRO PEQUEÑO | LAVADO CARRO GRANDE | CAMBIO DE ACEITE AUTOS | ALINEACIÓN Y BALANCEO | PINTADO CARRO PEQUEÑO | PINTADO CARRO GRANDE |

Se pretende tener un conocimiento bastante profundo del entorno competitivo que rodea al centro de reparación y mantenimiento de vehículos Betty, que existe una necesidad muy marcada de saber las debilidades y fortalezas que existen, en la actualidad, para trazar estrategias comerciales que contribuya en todos los aspectos.

4.6 ESTUDIO TÉCNICO

4.6.1 ESTUDIO TÉCNICO

Esta etapa comprende aquellas actividades que definen las características de los activos fijos necesarios, para brindar servicios de lavado, pintado, lubricación y alineación de vehículos. También se incluye la definición de materia prima y de insumos necesarios para brindar el servicio a los vehículos.

4.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

- ✚ Determinar los factores relevantes para la adquisición de equipos y maquinarias que el proyecto requiera para su implementación.

- ✚ Determinar la estructura administrativa, operativa y organizativa para el proyecto.

4.6.3 TAMAÑO Y LOCALIZACION ÓPTIMA DEL PROYECTO

Las instalaciones cuentan con un área superior a 1000 Mts², donde se ofrece servicio automotriz integral: Taller de Servicio, Servicio Rápido de reparación y Mantenimiento, venta de Repuestos. La infraestructura es de alta tecnología que permite ser líderes en el mercado su capacidad de producción es de 17.350 vehículos al año.

Siendo nuestra compañía la mejor opción en servicio postventa. Se cuenta con un área de servicio rápido manejado por técnicos especializados en reparaciones inmediatas de todas las marcas.

En el área de Servicio técnico especializado y rápido se cuenta con:

- ✚ Herramientas neumáticas, hidráulicas
- ✚ Equipo de medición de opacidad
- ✚ Variedad de llaves para diferentes líneas de vehículos.

La localización óptima de la empresa del centro de reparación y mantenimiento Betty se debe a los siguientes aspectos:

- ✚ Fácil adquisición de productos.
- ✚ Ubicación a la entrada del cantón.
- ✚ Contar con los servicios.

4.6.4 TAMAÑO DEL PROYECTO

Con el tamaño del proyecto se refiere a la capacidad de producción que tiene el centro de reparación y mantenimiento de vehículos para todos los servicios que ofrece como: alineación, cambio de aceite, lavado, pintado de vehículos, diaria, semanal, por mes o por año siendo una empresa grande, distribuidos de la siguiente manera y considerando 250 días laborables 24 carros pequeños y 18 carros grandes para lavado, para cambio de aceite 12, lubricación y balanceo 14 y en pintado 1 pequeño y 1 grande.

4.6.5 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

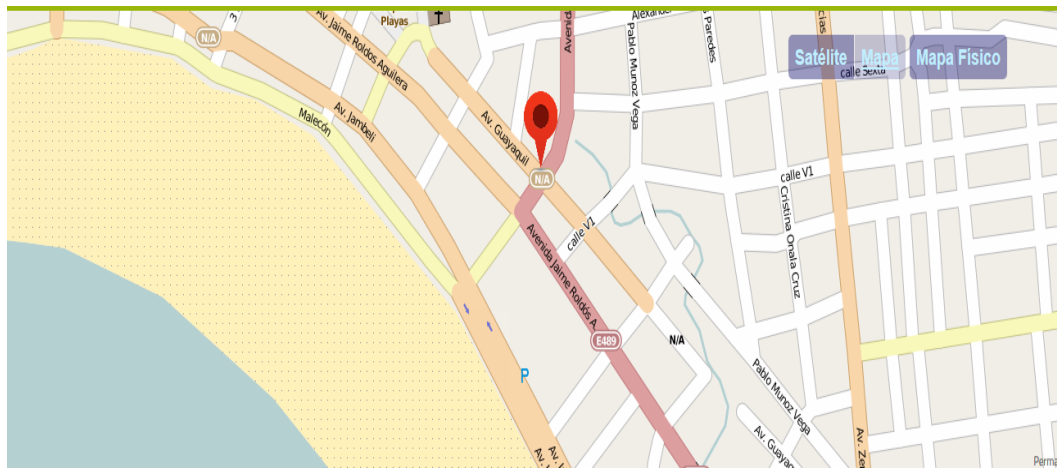
Está ubicado a la entrada del cantón General Villamil Playas a continuación mostramos puntos para su ubicación exacta:

- ✚ Entra del Cantón Playas.
- ✚ Frente a la gasolinera Villamil.

4.6.6 MACRO LOCALIZACIÓN

Se establece donde está ubicado el centro de reparación y mantenimiento Betty dentro del Cantón Playas.

FIGURA N° 2 Macro localización

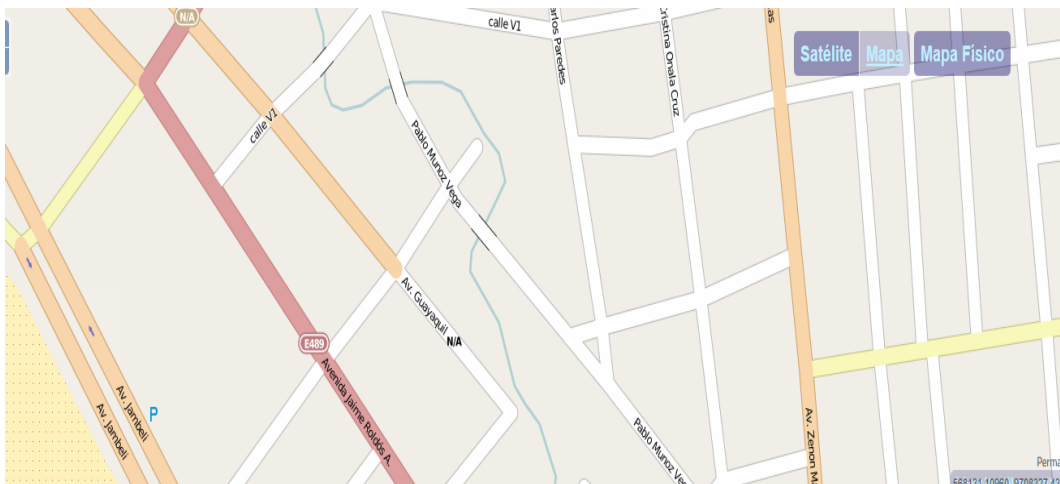


Fuente: google

Elaborado por: la autora

4.6.7 MICRO LOCALIZACIÓN

FIGURA N° 3 Micro localización



Fuente: google

Elaborado por: la autora

4.6.8 TECNOLOGÍA DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS

Las maquinarias y equipos que se han elegido en base a un análisis de los servicios que se van a brindar e innovar, sobre todo analizando las cotizaciones más razonables, son las que se detallan a continuación y que ascienden a un monto de \$ 285,221. Ver cuadro 6 (maquinaria y equipo).

CUADRO N° 6 Maquinaria y equipo

| GRUPOS | MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA | ADMINISTRATIVO Y VENTAS | TOTAL |
|-------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|----------------|
| Equipos de computación | 3.658 | 8.535 | 12.192 |
| Maquinarias, Equipos y Herramientas | 98.667 | 0 | 98.667 |
| Muebles de Oficina | 3.353 | 7.823 | 11.176 |
| Equipos de Comunicación Y Seguridad | 1.256 | 2.930 | 4.186 |
| Inversión Infraestructura | 45.000 | 105.000 | 150.000 |
| | 6.300 | 2.700 | 9.000 |
| | 158.233 | 126.988 | 285.221 |

4.7 PROCESO DE SERVICIO

El servicio será de alta calidad y se considerara los estándares más altos para satisfacer a los clientes, lo que genera beneficios económicos para el centro de reparación y mantenimiento Betty y garantizara una rentabilidad.

4.7.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE SERVICIO

Dentro de los servicios que se pretan en un autolavado se encuentran los siguientes:

Servicio en humedo

Se divide en cuatro tipos: lavado exterior o enjuague: como primer paso al vehículo se realiza un enjuague con agua proveniente de acueducto o algunos establecimientos cuenta con un pozo profundo para el suministro de agua, mediante, un compresor y una manguera que sirve como medio para el suministro de agua, adicionalmente, se utiliza detergente y toalla para realizar la limpieza.

Lavado inferior (de chasi o por debajo)

Para realizar este trabajo se utiliza gatos hidráulicos o carro camas móviles, se ubica el auto para elevarlo y realizar el lavado con manguera. Este lavado se realiza con desengrasante y con cepillos para remover la suciedad de las partes inferiores del vehículo.

Lavado de motor: se lleva acabo en la parte mecanica del motor se utiliza una mezcla de aceite combustible para motores, gasolina y jabon o se utiliza detergente biodegradable.

Lavado y limpieza de tapiceria: siguiente paso es retirando la silla. Para este lavado se utiliza espumas especiales que limpian, desmanchan y desodorizan la tapiceria.

Servicio en seco.

Consiste en retirar la humedad del vehículo para evitar que la superficie del vehículo se manche o dañe la pintura.

El operario con unas toallas deshumedese la superficie del auto, para luego con una toalla procederá al secado completo del

Aspirado

Para realizar la limpieza interior del vehiculo, se procede primero a retirar la basura que se encuentre dentro del habitaculo para luego con aspiradora industriales recoger las particulas y el polvo adherido a los tapetes o a la cojineria. Se aplica silicona al tablero y al tapizado que lo permita.

Polinchado o lustrado

Consiste en remover partículas de polvos adheridas y la capa de oxidación de la pintura creando una capa protectora la cera que se utiliza se aplica con una toalla. Se deja secar para luego removerlo con un paño limpio y libre de humedad.

Grafitado o petrolizado

Se hace con el fin de recubrir y proteger de la corrosión y de las partículas de polvo que se concentran a las partes internas del vehículo. Se aplica una capa de grafito en la parte inferior.

CUADRO N° 7 Atributo, beneficio y Valores del servicio

| | ATRIBUTOS | BENEFICIOS | SATISFACCION DE VALORES |
|-------------------|--|---|--|
| SALA DE ESPERA | Acogedora Confortable Acogedor Limpio | Comodidad Tranquilidad Tolerancia en la espera | Satisfacción con el servicio Seguridad Conformidad |
| WI-FI O INTERNET | Veloz gratis Banda ancha | Aprovechamiento de tiempo cómodo | Satisfacción felicidad |
| BARRA DE CAFÉ | Variedad/ bebidas Café de primera calidad Productos creado al gusto | Satisfacción de una necesidad (hambre o sed) | Placer de tomar un buen café bien acompañado |
| ENTRETENIMIENTO | Libros actualizados revistas | Relajación esparcimiento | Comodidad Relajación Alegría |
| SERVICIO OFRECIDO | Servicio de calidad garantizada, tecnología avanzada, personal calificado y excelente presentación del personal | Garantía de un buen servicio Satisfacción Sensación de ser cliente importante | Fidelidad respeto Desempeño Empresa organizada y responsable |

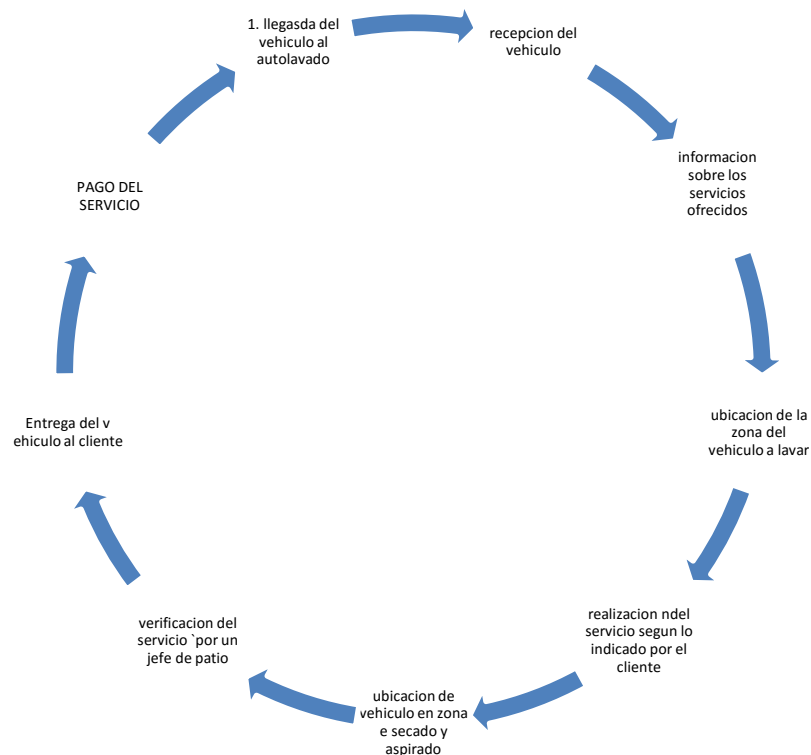
Fuente: trabajo de campo, centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” Año 2015.

Elaborado por: Adriana Crespín

4.7.2 Ciclo del servicio en el sitio del lavado.

Identificar todos los movimientos de verdad donde el cliente se enfrenta a la hora de llevar su vehículo a lavar.

FIGURA N° 4 Ciclo del servicio del lavado



Fuente: trabajo de campo, centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” Año 2015.

Elaborado por: Adriana Crespín

Llegada del vehículo al auto lavado: el cliente se debe sentir agradado por el sitio que va a ingresar. Debe encontrar un acceso rápido y fácil.

Recepción del vehículo: la persona encargada de recibir el vehículo debe ser amable y tener buena presentación personal para preguntar al cliente el tipo de servicio que va a utilizar.

Información sobre el tipo de servicio: la información deberá ser clara, completa y con responsabilidad adicional si esta es solicitada.

Al cliente se informará sobre los servicio vip que cuente el auto lavado y el propósito de esto.

Ubicación del vehículo en la zona de lavado: Si el cliente permite se encarga el jefe de patios o sino el cliente que deberá estar dirigido por el jefe de patio.

Realización del servicio según lo indicado por el cliente: El servicio se hará con el máximo profesionalismo cuidando cada aspecto del lavado.

Ubicación del vehículo en la zona de secado y aspirado: El vehículo podrá ser ubicado por el jefe de patios si el cliente permite y si es el cliente quien ubica el vehículo este deberá estar dirigido por el jefe de patios. Se procede a hacer el secado y aspirado donde la calidad de la limpieza interior debe ser total.

Verificación del servicio por un jefe de patio: Esta persona tendrá que inspeccionar muy bien cada aspecto el lavado y limpieza interior del vehículo. Si encuentra alguna inconformidad deberá reportarla a quienes han tenido a cargo el vehículo para que sea corregida.

Entrega del vehículo al cliente: Se ubicara al cliente en la sala de espera para anunciarle la finalización del servicio. Si el cliente lo desea puede hacer una inspección previa del vehículo y anotar la inconformidad. Una vez satisfecho el cliente se procede al paso siguiente.

Pago del servicio: Aquí el cliente encontrara varias formas de pago. La persona que se encarga de cobrar el servicio verifica el servicio prestado al cliente y el monto a pagar. En este punto se aprovecha para obtener información del cliente sobre su nombre, cedula, dirección y teléfono para ser ingresado a una base de datos.

PROCESOS DE PINTADO

Durante el proceso de pintado en fabricación, se aplican distintos productos de pintura, con una misión específica, durante la reparación, deben aplicarse productos compatibles original del vehículo y cumplan las mismas funciones que los eliminados como consecuencia del impacto o en la propia reparación.

A pesar de la similitud entre los productos utilizados en fabricación y reparación, en la mayoría de los casos el proceso de pintado original es distinto. Primero se trabaja con carrocerías desnudas, que facilita el acceso a las diferentes zonas, al no llevar montados los elementos electrónicos y plásticos, la carrocería puede someterse a mayor temperatura para conseguir un secado más rápido y eficaz. El proceso es original tiene que adaptarse a condiciones anteriores de color o brillo.

Para entender las funciones de los productos empleados durante la reparación, los procesos de trabajo seguidos, es muy interesante conocer el procedimiento de pintado original, se aplican distintos productos y se somete a la carrocería a diversos tratamientos, con el objeto de conseguir una adecuada protección y un excelente aspecto final.

PINTADO EN REPARACIÓN

El proceso de pintado en reparación tiene por objeto devolver al vehículo los niveles de protección y embellecimiento que tenía originalmente.

En función de los daños ocasionados, este proceso podrá llevar la sustitución de piezas o su reparación. Deben aplicarse, posteriormente, diferentes productos de pintura.

Vehículo con distintos tipos de daño.

Los pasos del pintado en reparación y los productos utilizados son equivalentes a los del proceso de fabricación, se adecuarán a las condiciones del vehículo y del taller. Se procederá a la limpieza y desengrasado, enmasillado, imprimado y a la aplicación del aparejo. Tras esa preparación, se dará el acabado.

Limpieza y desengrasado

Se procede al lavado y desengrasado para conseguir una superficie libre de impurezas, que garantice la adherencia de los distintos productos y la calidad del proceso.

Enmasillado

Para nivelar las superficies reparadas, se aplican las masillas de relleno.

Estos productos cubren las irregularidades del sustrato.

Para asegurar la calidad del proceso, no son recomendables, reparaciones que requieran espesores de masilla de más de 500 micras.

En general, se aplican capas mucho más finas.

El enmasillado no se realiza cuando la pieza es nueva, pues los recambios han recibido los primeros procesos de pintado en fabricación, hasta la cataforesis, presentando una superficie uniforme.

Si se hubiesen dañado, sería necesario reparar, igualar y proteger la superficie de modo que se haría con una pieza reparada.

La masilla se aplica, generalmente, con espátulas, aunque también se puede realizar a pistola, cuando se trata de masillas, reparaciones.

Tras su secado, es necesario lijarla para igualar la superficie y favorecer la adherencia de los siguientes productos de pintura.

Imprimado

La imprimación actúa como protección anticorrosiva. Se aplica sobre aquellas zonas en las que, tras el lijado de la masilla, haya aparecido metal.

También es posible aplicar imprimaciones antes del enmasillado, para incrementar la protección. Aplicación de masilla y Aplicación de imprimación anticorrosiva.

En las piezas nuevas no es necesaria la imprimación, al recibir todos los tratamientos protectores hasta la cataforesis.

Si, por causa de la reparación, se hubiesen eliminado las capas de protección, habría que aplicar imprimación, antes o después del enmasillado, si aparecen zonas de metal al descubierto.

El proceso continúa sin necesidad de secar la imprimación. Bastará con la evaporación de los disolventes, siguiendo un método, denominado húmedo sobre húmedo, que evita el secado y el lijado.

Aparejado

Para aislar las pinturas anteriores y facilitar la adherencia de los siguientes productos, se aplica el aparejo. Su espesor está condicionado por el tipo de reparación, con el fin de que se nivelen adecuadamente las superficies.

Lijado de aparejo.

Los tiempos de secado dependen del espesor aplicado, del tipo de producto empleado y de la temperatura. Como indicación, para espesores inferiores a 200 micras, los tiempos de secado serán de 30 minutos, a 60 °C. Con aparejos específicos también se puede realizar un proceso húmedo sobre húmedo, de forma que no es necesario secar el aparejo, sino que basta con dejar evaporar los disolventes.

Una vez seco el aparejo, debe realizarse un lijado para facilitar la adherencia de la pintura de acabado y mejorar la superficie.

Con la posterior limpieza y desengrasado se completa la preparación de superficies.

Aplicación del acabado

El acabado puede ser monocapa o bicapa, pero siempre ha de conseguirse la igualdad del color de la zona reparada con el resto del vehículo.

Junto a la correcta elección del color, intervienen otros factores, como la presión y la distancia de aplicación.

Evaporación de la base de color.

Tras la aplicación del color monocapa o el barniz en procesos bicapa, se procede al secado, que suele ser de 30 a 60 minutos, a una temperatura de 60 °C.

Una inspección final garantizará que el acabado no presente ningún defecto.

4.8 PRECIOS.

CUADRO N° 8 Lista de precios

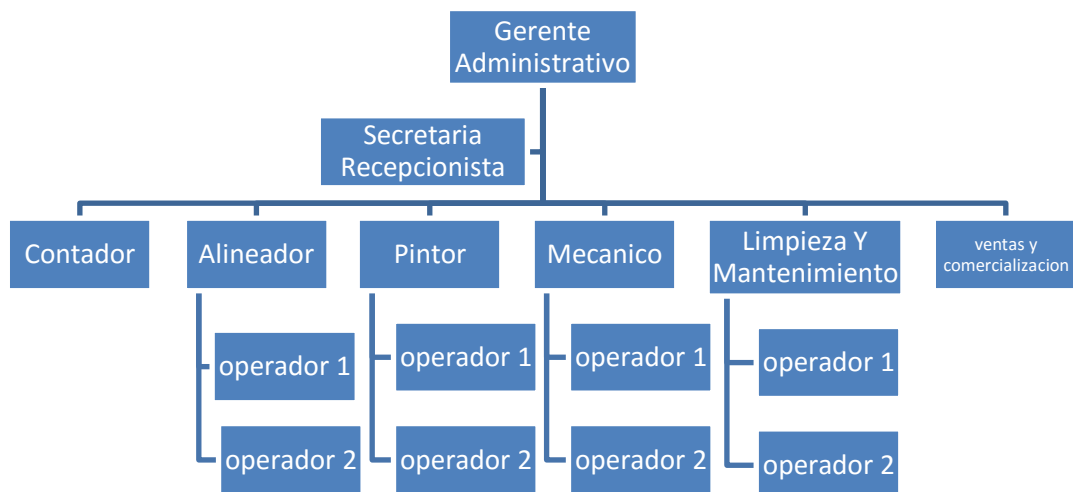
| | LAVADO CARRO PEQUEÑO | LAVADO CARRO GRANDE | CAMBIO DE ACEITE AUTOS | ALINEACIÓN Y BALANCEO | PINTADO CARRO PEQUEÑO | PINTADO CARRO GRANDE |
|-----------------|----------------------|---------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| PRECIO DE VENTA | 8,99 | 14,21 | 37,08 | 20,11 | 352,80 | 699,17 |

Fuente: trabajo de campo, año 2015

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

4.9 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

FIGURA N° 5 Organigrama propuesto



Fuente: trabajo de campo, centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” Año 2015.

Elaborado por: Adriana Crespín

4.9.1 DESCRIPCIÓN Y PERFIL DE PUESTO PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE OPERACIONES.

| | |
|-----------------------------------|--|
| Nombre del Puesto: | Gerente General |
| Área o Departamento: | Ejecutivo |
| Finalidad del Puesto: | |
| Jefe Inmediato: | |
| Coordinar actividades con: | |
| Supervisar a: | |
| Actividades : | <p>Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los Factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.</p> <p>Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.</p> <p>A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias a desarrollar planes de acción a corto, mediano y largo plazo.</p> <p>Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir, optimizando los recursos disponibles.</p> <p>Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.</p> <p>Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su gerente.</p> |
| Conocimientos: | Gerenciales y administrativo |
| Competencias: | Planeación y organización |
| Habilidades y destrezas : | Lingüística y numérica |
| Experiencia: | 3 años |
| Educación: | Ingeniero comercial |
| Edad: | 47 |
| sexo: | Indistinto |
| Horario: | Requiere de un horario matutino que comprende 8 horas, en ocasiones de más de 8 horas. |

Fuente: trabajo de campo, centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” Año 2015.

Elaborado por: Adriana Crespín

4.9.2 PERFIL DE PUESTO CONTADOR

| | |
|----------------------------------|---|
| Nombre del Puesto: | Contador |
| Área o Departamento: | Operativo |
| Finalidad del Puesto: | Establecer los estados financieros |
| Jefe Inmediato: | |
| Actividades : | <p>Clasificar, preparar, codificar y registrar cuentas, facturas y otros estados financieros, de acuerdo, con procedimientos establecidos, usando sistemas manuales y computarizados.</p> <p>Procesar, verificar y preparar balance de prueba, registros financieros y otras transacciones como: cuentas por pagar, cuentas por cobrar, e ingresar datos en libros auxiliares o aplicación computarizada.</p> <p>Elaborar comprobantes de ingreso y egreso.</p> <p>Liquidar impuestos de referentes y aportes parafiscales.</p> <p>Calcular costo de materiales y otros desembolsos con base en cotizaciones y listas de precios.</p> <p>Realizar otras funciones de oficina como: mantener el archivo y sistemas de registro, completar informes y contestar preguntas de clientes.</p> <p>Analizar los estados financieros.</p> <p>Presentar un diagnóstico financiero.</p> <p>Formular alternativas y ajustes considerando objetivos Organizacionales.</p> |
| Conocimientos: | Normas de contabilidad e informática |
| Competencias: | Numérica |
| Habilidades y destrezas : | Numérica |
| Experiencia: | 1 año |
| Educación: | Bachiller contable |
| Edad: | 25 años |
| sexo: | Indistinto |
| Horario: | Requiere de un horario matutino que comprende 8 horas, en ocasiones de más de 8 horas. |

Fuente: trabajo de campo, centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” Año 2015.

Elaborado por: Adriana Crespin

4.9.3 PERFIL DE PUESTO DE MECÁNICO

| | |
|----------------------------------|---|
| Nombre del Puesto: | Mecánico |
| Área o Departamento: | Operativo |
| Finalidad del Puesto: | Reparación de vehículos |
| Jefe Inmediato: | |
| Actividades : | Elaborar un presupuesto de la unidad a reparar en el sistema mecánico, eléctrico de las unidades siniestradas e identificar las refacciones requeridas para una buena reparación. Desarmar las piezas del sistema dañado (motor, suspensión, transmisión, frenos o eléctricos.) |
| Conocimientos: | Mecánica automotriz |
| Competencias: | Rapidez y oportuno |
| Habilidades y destrezas : | Reparar o alinear y balancear modelo de automóvil |
| Experiencia: | 3 años |
| Educación: | bachiller |
| Edad: | 27 años |
| sexo: | Indistinto |
| Horario: | Requiere de un horario matutino que comprende 8 horas, en ocasiones de más de 8 horas. |

Fuente: trabajo de campo, centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” Año 2015.

Elaborado por: Adriana Crespín

4.9.4 PERFIL DE PUESTO DE PINTOR

| | |
|----------------------------------|---|
| Nombre del Puesto: | Pintor |
| Área o Departamento: | Operativo |
| Finalidad del Puesto: | Pintar los automóviles que solicitan en el local |
| Jefe Inmediato: | |
| Actividades : | Solicitar al igualador el color y cantidad a utilizar, de acuerdo, al color de la unidad o pieza que será procesada, presentando la tapa de gasolina de la unidad para la regulación de la pintura. Revisar la preparación y empapelado efectuado por el ayudante del pintor, con la finalidad de corregir algún desperfecto |
| Conocimientos: | Colorimetría, aplicación de pintura, manejo de automóvil |
| Competencias: | Reglas de pintar |
| Habilidades y destrezas : | Lavadora de pistola, pistola, pintura |
| Experiencia: | 2 año |
| Educación: | Bachiller |
| Edad: | 25 años |
| sexo: | Indistinto |
| Horario: | Requiere de un horario matutino que comprende 8 horas, en ocasiones de más de 8 horas. |

Fuente: trabajo de campo, centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” Año 2015.

Elaborado por: Adriana Crespín

4.10 F.O.D.A.

FORTALEZAS

Calidad del producto

Innovación de los productos (nuevos servicios)

Facilidad adquisición de la materia prima

Documentos legalizados.

OPORTUNIDADES

Programas de capacitación

Acceso a financiamiento

Ubicación adecuada

Reconocimiento dentro del Cantón.

DEBILIDADES

Sistema tecnológico incompleto

Recursos publicitarios bajos

Adquisición de nuevos productos a implementar en el mercado.

AMENAZAS

Ingresos de nuevos competidores en el sector

Guerra de precios.

Desinformación sobre los servicios brindados.

4.11 ESTUDIO FINANCIERO.

4.11.1 INVERSIÓN.

Para determinar el valor de la inversión para la implementación del Centro de reparación y mantenimiento se establecen los costos de adecuación del local, equipos y maquinarias, muebles de oficinas, y otros gastos que necesitan incurrir para el buen funcionamiento del negocio; los que ascienden a \$285.221 con un capital de trabajo de \$15.500, se requieren una inversión total de \$306.721.

Esto se financiará con un 40% capital propio y con el 60% capital financiado.

Presupuesto del proyecto de perfeccionamiento de los conocimientos de los empleados del Centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty”

4.12 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

4.12.1 ESTUDIO ECONÓMICO

La parte del análisis económico establece, el monto de los recursos económicos que necesitan para la ampliación del centro de reparación y mantenimiento Betty en el Cantón Playas, identificar el costo total de operación, que comprenda las funciones de producción, administración y ventas.

El estudio que integra, con la formulación de los presupuestos de ingresos y gastos, como la determinación de las fuentes de financiamiento que se necesiten, durante la instalación y operación del proyecto.

4.12.1.1 OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO ECONÓMICO

Determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la ampliación del Centro de reparación y mantenimiento Betty, como otra serie de indicadores financieros que servirán de base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.

4.12.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✚ Identificar las técnicas básicas del estudio financiero.
- ✚ Determinar herramientas que se necesitan para elaborar el análisis financiero.
- ✚ Aplicar el análisis vertical, horizontal y razones financieras en la empresa.

4.13 DETERMINACIÓN DE COSTOS

La determinación de costos es importante para lograr el éxito en el negocio. Se puede conocer a tiempo si el precio que se vende lo que produce permite lograr la obtención de beneficios, luego de cubrir todos los costos de funcionamiento de la empresa.

Los costos interesan cuando están relacionados, con la productividad de la empresa. El análisis de las relaciones entre los costos, los volúmenes de producción y las utilidades.

La determinación de costos permite identificar:

- + El costo unitario de un artículo, lo que cuesta producirlo.
- + El precio al que debemos venderlo.
- + Los costos totales que incurre la empresa.
- + El nivel de ventas necesario para determinar el punto de equilibrio.
- + volumen de ventas se necesita para obtener una utilidad deseada.
- + Se pueden disminuir los costos sin afectar la calidad del artículo que se produce.
- + Cómo controlar los costos.

4.13.1 COSTO DEL SERVICIO LAVADO

El costo del servicio de lavado a carros pequeños es de \$ 3,45 determinado con los insumos a utilizar obteniendo un margen de utilidad de \$ 3. Ver cuadro 9 (servicio lavado)

CUADRO N° 9 Servicio de lavado 1

| PRODUCCIÓN | | 6000 | LAVADO CARRO PEQUEÑO | |
|--------------|------------------|---------------|----------------------|---------------------|
| 20 | | | | |
| Insumo | Unidad de Medida | Requerimiento | Cto. Unit. | Total |
| AGUA | M3 | 18000 | 0,5 | \$ 9.000,00 |
| SHAMPO | ONZAS | 6000 | 0,07 | \$ 420,00 |
| DETERGENTE | ONZAS | 6000 | 0,08 | \$ 480,00 |
| BRILLO | ML | 360000 | 0,01 | \$ 3.600,00 |
| AROMATIZANTE | ML | 360000 | 0,02 | \$ 7.200,00 |
| TOTAL | | | \$ 0,68 | \$ 20.700,00 |
| | | | \$ 3,45 | |

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

Es así como se determina el costo para el lavado de carros pequeños.

El costo del servicio del lavado a carros grandes es de \$6,90, según los insumos que se utilizó obteniendo un beneficio de \$ 4,74. Ver cuadro 10 (servicio lavado)

CUADRO N° 10 Servicio lavado 2

| PRODUCCIÓN | 4500 | LAVADO CARRO GRANDE | | |
|-------------------|-------------------------|----------------------------|-------------------|---------------------|
| Insumo | Unidad de Medida | Requerimiento | Cto. Unit. | Total |
| AGUA | M3 | 27000 | 0,5 | 13500 |
| SHAMPO | ONZAS | 9000 | 0,07 | 630 |
| DETERGENTE | ONZAS | 9000 | 0,08 | 720 |
| BRILLO | ML | 540000 | 0,01 | 5400 |
| AROMATIZANTE | ML | 540000 | 0,02 | 10800 |
| TOTAL | | | \$ 0,68 | \$ 31.050,00 |
| | | | \$ 6,90 | |

Elaborado por: Adriana Crespin Escalante.

4.13.2 COSTO DE SERVICIO DE LUBRICACIÓN

Se determina el costo del servicio de lubricación, según los insumos utilizados y es de \$22,09 obteniendo un beneficio de \$12,36. Ver cuadro 11 (servicio de lubricación)

CUADRO N° 11 Servicio de lubricación

| PRODUCCIÓN | 3000 | CAMBIO DE ACEITE AUTOS | | |
|-------------------|-------------------------|-------------------------------|-------------------|---------------------|
| Insumos | Unidad de Medida | Requerimiento | Cto. Unit. | Total |
| LUBRICANTE | GALÓN | 3000 | 18,5 | 55.500,00 |
| FILTRO | UNIDAD | 3.000,00 | 3,59 | 10.770,00 |
| TOTAL | | | \$ 22,09 | \$ 66.270,00 |
| | | | \$ 22,09 | |

Elaborado por: Adriana Crespin Escalante.

4.13.3 COSTO DEL SERVICIO DE ALINEAMIENTO

El costo del servicio de alineamiento es determinado a \$ 10,80 con un beneficio del \$6,70. Ver cuadro 12 (servicio de alineamiento)

CUADRO N° 12 Servicio de alineamiento

| PRODUCCIÓN | 3500 | ALINEACIÓN Y BALANCEO | | |
|-------------------|-------------------------|------------------------------|-------------------|---------------------|
| Insumos | Unidad de Medida | Requerimiento | Cto. Unit. | Total |
| ALINEACIÓN | UNIDAD | 7.000,00 | 4,00 | 28.000,00 |
| BALANCEO | UNIDAD | 14.000,00 | 0,70 | 9.800,00 |
| TOTAL | | | \$ 4,70 | \$ 37.800,00 |
| | | | \$ 10,80 | |

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante.

4.13.4 COSTO DE SERVICIO DE PINTURA DE VEHÍCULOS

El costo del servicio de pintura a carros pequeños es de \$235 con un beneficio de \$ 117,60. Ver cuadro 13 (servicio de pintado)

CUADRO N° 13 Servicio de pintado

| PRODUCCIÓN | 200 | PINTADO CARRO PEQUEÑO | | |
|-------------------|-------------------------|------------------------------|-------------------|---------------------|
| Insumos | Unidad de Medida | Requerimiento | Cto. Unit. | Total |
| PINTURA | LITRO | 1.200,00 | 25,00 | 30.000,00 |
| INSUMOS | UNIDAD | 800,00 | 20,00 | 16.000,00 |
| TOTAL | | | \$ 45,00 | \$ 46.000,00 |
| | | | \$ 230,00 | |

Elaborado por: Adriana Crespín Escalante

El costo de producción del servicio de lavado de carros grande es de \$466,12 con un beneficio de \$233,06. Ver cuadro 14 (servicio de pintado).

CUADRO N° 14 Servicio de pintado

| PRODUCCIÓN | 150 | PINTADO CARRO GRANDE | | |
|--------------|------------------|----------------------|--------------------|---------------------|
| Insumos | Unidad de Medida | Requerimiento | Cto. Unit. | Total |
| PINTURA | LITRO | 1.800,00 | 25,00 | 45.000,00 |
| INSUMOS | UNIDAD | 1.200,00 | 20,00 | 24.000,00 |
| TOTAL | | | \$ 1.845,00 | \$ 69.000,00 |
| | | | \$ 460,00 | |

Elaborado por: Adriana Crespin Escalante.

4.14 TIPO DE COSTOS

Al examinar los costos, se pueden separar en dos grandes rubros: Costos Fijos Y Costos Variables.

4.14.1 COSTOS FIJOS

Son periódicos. Se suele incurrir en ellos por el simple transcurrir del tiempo, para el Centro de reparación y mantenimiento “Betty” es de \$58,315.

| | |
|-----------------------|--------|
| Gastos administrativo | 21.672 |
| Gastos de ventas | 14.559 |
| Gastos de intereses | 22.084 |

4.14.2 COSTOS VARIABLES

Son los que están involucrados con el servicio que brinda por lo que tienden a variar con el volumen de la producción, como es de \$324.704

| | |
|--------------------|---------|
| Insumos | 270.820 |
| M.O. | 50.584 |
| Insumos indirectos | 3.300 |

4.14 PRESUPUESTO DEL PROYECTO DE ADECUACIÓN DE INFRAESTRUCTURA.

La adecuación del Centro de reparación y mantenimiento “Betty” es de \$150.000,00 con esto terminamos de arreglar en centro de reparaciones para que brinde un mejor servicio. Ver cuadro 15 (adecuación de infraestructura).

CUADRO N° 15 Adecuación de infraestructura

| Inversión en Infraestructura | Cantidad | Cant. De metros cuadrados | PVP x M2 | Valor |
|--|----------|---------------------------|----------|--------------|
| Construcción y adecuación de la planta | 40 | 25 | 150,00 | \$150.000,00 |

Fuente: trabajo de campo, centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” Año 2015.

Elaborado por: Adriana Crespín

Muebles De Oficina

Los muebles de oficina para la comodidad del centro de reparación y mantenimiento son de \$ 11.176,00. Ver cuadro 16 (muebles de oficina).

CUADRO N° 16 Muebles de oficina

| Muebles y Enseres | Cantidad | PVP | Valor |
|--|-----------|-----------------|---------------------|
| Escritorios de oficina negro | 4 | 190,00 | 760,00 |
| Mesas plasticas | 3 | 90,00 | 270,00 |
| Sillas giratoria oficina | 4 | 210,00 | 840,00 |
| Sillas fijas | 12 | 95,00 | 1.140,00 |
| Archivadores aereos diámetro 0,90 c/tapa curva | 5 | 1.200,00 | 6.000,00 |
| Archivadores verticales | 6 | 150,00 | 900,00 |
| Mesas de trabajo | 1 | 250,00 | 250,00 |
| SUBTOTAL | | | 10.160,00 |
| Imprevistos 10% | | | 1.016,00 |
| Total Muebles y Enseres | 35 | 2.185,00 | \$ 11.176,00 |

Fuente: trabajo de campo, centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” Año 2015.

Elaborado por: Adriana Crespín

Equipo De Oficina

La inversión de los equipos de oficina dio un total de \$12.192,40. Ver cuadro 17 (equipos de oficina).

CUADRO N° 17 Equipo de oficina

| Sistemas y Equipos de Computación | Cantidad | PVP | Valor |
|---|----------|-----------------|--------------------|
| Sistema Contable completo | 1 | 4.900,00 | 4.900,00 |
| Computador escritorio Core 13 Led LG | 2 | 534,00 | 1.068,00 |
| Laptops HP | 2 | 1.898,00 | 3.796,00 |
| Licencias Microsistema | 1 | 1.200,00 | 1.200,00 |
| Impresora Lexmark 7200 multifunción | 1 | 120,00 | 120,00 |
| SUBTOTAL | | | 11.084,00 |
| Imprevistos 10% | | | 1.108,40 |
| Total de Sistemas y Equipo computación | 7 | 8.652,00 | \$12.192,40 |

Fuente: trabajo de campo, centro de reparación y mantenimiento de vehículos "Betty" Año 2015.

Elaborado por: Adriana Crespín

Equipos Y Materiales

Entre materiales y equipos nos ha mostrado un total de \$98.667,22. Ver cuadro 18 (equipos y materiales).

CUADRO N° 18 Equipo y materiales

| Maquinarias, Equipos y Herramientas | Cantidad | PVP | Valor |
|--|-----------|------------------|------------------|
| Engrasadoras Neumáticas | 2 | \$ 1.675,38 | \$ 3.350,76 |
| Aspiradoras | 3 | \$ 2.000,00 | 6.000,00 |
| Aceiteras neumáticas y manuales | 2 | \$ 1.187,55 | 2.375,10 |
| Accesorios de Lubricación | 1 | \$ 1.350,50 | 1.350,50 |
| Compresores | 4 | \$ 3.177,97 | 12.711,88 |
| Elevadores de autos | 3 | \$ 6.000,00 | 18.000,00 |
| Alineadoras | 3 | \$ 3.572,00 | 10.716,00 |
| Hidrolavadoras | 3 | \$ 8.000,00 | 24.000,00 |
| Caja de Herramientas | 5 | \$ 1.456,00 | 7.280,00 |
| Filtro regulador lubricado de aire aro bomba para cisterna | 3 | \$ 555,62 | 1.666,86 |
| | 1 | \$ 2.246,37 | 2.246,37 |
| SUBTOTAL | | | 89.697,47 |
| Imprevistos 10% | | | 8.969,75 |
| Total Maquinarias, Equipos y Herramientas | 30 | 31.221,39 | 98.667,22 |

Fuente: trabajo de campo, centro de reparación y mantenimiento de vehículos "Betty" Año 2015.

Elaborado por: Adriana Crespín

4.15 FINANCIAMIENTO.

Se requiere que se financie el 60% de la Inversión Total, para la ejecución el proyecto. Se solicitará un préstamo a entidad financiera, cobrará una tasa mensual del 12%, dicha deuda será amortizada en 10 años.

El préstamo es de un total de \$184.033.

| | |
|--------------------|---------|
| Inversión total | 306.721 |
| Préstamo B. 60% | 184.033 |
| Capital propio 40% | 122.688 |

4.16 AMORTIZACIÓN

Se presenta la tabla de amortización del financiamiento del proyecto. Ver cuadro 19 (amortización).

CUADRO N° 19 Amortización.

| PRÉSTAMO HIPOTECARIO | | | | |
|-----------------------------|-------------------|----------------|--------------------------------|--------------------|
| <u>PERIODO</u> | <u>DIVIDENDOS</u> | <u>INTERÉS</u> | <u>AMORTIZACIÓN DE CAPITAL</u> | <u>SALDO FINAL</u> |
| | | | | 184.033 |
| | | | | 122688 306.721 |
| 2015 | 40.487 | 22.084 | 18.403 | 165.629 |
| 2016 | 38.279 | 19.876 | 18.403 | 147.226 |
| 2017 | 36.070 | 17.667 | 18.403 | 128.823 |
| 2018 | 33.862 | 15.459 | 18.403 | 110.420 |
| 2019 | 31.654 | 13.250 | 18.403 | 92.016 |
| 2020 | 29.445 | 11.042 | 18.403 | 73.613 |
| 2021 | 27.237 | 8.834 | 18.403 | 55.210 |
| 2022 | 25.028 | 6.625 | 18.403 | 36.807 |
| 2023 | 22.820 | 4.417 | 18.403 | \$18.403 |
| 2024 | 20.612 | 2.208 | 18.403 | 0 |

Fuente: trabajo de campo, centro de reparación y mantenimiento de vehículos "Betty" Año 2015.

Elaborado por: Adriana Crespín

4.17 PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS.

Gastos Administrativos.

A continuación, se presenta un cuadro con los respectivos gastos administrativos que incurren para el proyecto, esto asciende a \$ 14,616. Ver cuadro 20 (gastos administrativos).

CUADRO N° 20 Gastos administrativos

| GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS | | |
|---|---------------------|-------------------|
| DESCRIPCIÓN | REQ. MENSUAL | REQ. ANUAL |
| SERVICIOS BÁSICOS | | |
| Agua | 60 | \$720 |
| Electricidad | 60 | 720 |
| Combustible | 35 | 420 |
| Teléfono | 50 | 600 |
| MATERIALES DE LIMPIEZA | | |
| Escobas | 10 | 120 |
| Trapeadores | 25 | 300 |
| Baldes capacidad 10 litros | 18 | 216 |
| Jabón Líquido | 15 | 180 |
| Desinfectante | 12 | 144 |
| Limpiones | 12 | 144 |
| Esponjas (Paca) | 10 | 120 |
| Detergente | 7 | 84 |
| Aromizantes | 12 | 144 |
| Jaboncillos, Shampoo y papel Higiénico | 22 | 264 |
| MATERIALES DE OFICINA | | |
| Suministros de oficina | 250 | 3.000 |
| Papelería | 320 | 3.840 |
| Gastos de mantenimiento de activos | 150 | 1.800 |
| Imprevistos | 150 | 1.800 |
| TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS | | \$14.616 |

Fuente: trabajo de campo, centro de reparación y mantenimiento de vehículos "Betty" Año 2015.

Elaborado por: Adriana Crespín

4.18 DEPRECIACIONES.

La depreciación y la amortización se refieren al cargo contable periódico que es necesario, realizar con el propósito de establecer una reserva que permita reponer el valor de los activos.

Dentro de la depreciación se encuentran la adecuación de la planta que tiene un valor de 150.000,00 con una depreciación del 5 % en 20 años y un valor de \$7.500,00 en veinte años.

Maquinarias, equipos y herramientas tienen 10 años de vida útil con una depreciación del 10 % con un total de \$98.667,22 y en diez años estarán valorados por \$7.287,90.

Se tienen los sistemas y equipos de computación valorados en \$12.192,40 con una depreciación del 33,33 % en tres años que obtendrían un valor de \$4.064,13.

Se deprecian los equipos de comunicación valorados en \$4.185,50 al 20 % en cinco años tendrían un valor de \$837,10.

La depreciación de muebles y enseres valorados en \$ 11.176,00 con un 20 % a 5 años dentro de ese tiempo, luego tendrían un valor de 2.235,20.

Ver los cuadros en **ANEXO 5**.

4.19 ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL.

El estado de resultado integral, una vez establecidos los precios y la demanda de mercado, se obtuvieron, los ingresos por año, los que cuentan con una tasa de crecimiento del 6%.

Se establecen los costos de venta de insumos y servicios para el negocio, con todos los gastos inherentes en él, como gastos Administrativos, de interés y depreciación.

Se obtuvo una utilidad neta de \$ 78.214, para el primer año con un crecimiento del 8% anual. Ver **ANEXO 6**

4.20 FLUJO DE CAJA

En el flujo de caja se establecen los montos de la inversión inicial, capital de trabajo y del préstamo a realizarse, se incluyen los ingresos con los precios y demanda establecida para luego disminuirles los costos y gastos al negocio para así obtener el flujo de efectivo del tiene este proyecto.

Se puede observar que el flujo de efectivo para el primer año es de \$90,744 y tiene un crecimiento constante a lo largo de los 10 años del 9% anual. Ver **ANEXO 8**

4.21 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

El estado de situación financiera, hay un total de activos con valor de \$306.721 con un préstamo Bancario de \$ 122.688 quedando un total pasivo y capital de \$ 306.721. Resultados muestran que el proyecto es rentable. Vea el cuadro de **ANEXO 9**.

4.22 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo se refiere al manejo de las cuentas corrientes del Centro de reparación y mantenimiento “Betty”, que incluye activos y pasivos como es: activo \$35.582,70 y pasivo \$22.568,33 posibilitando la obtención de resultados favorables desde el punto de vista económico financiero de la empresa. Todas estas decisiones repercuten, en la liquidez de la entidad, es de vital importancia el conocimiento de todas las técnicas de administración que tributan al manejo eficiente.

La administración del capital de trabajo es una de las actividades que exigen atención y tiempo en consecuencia, que maneja cada una de las cuentas circulantes de la compañía (caja, valores negociables, cuentas por pagar y pasivos acumulados), a fin de alcanzar el equilibrio entre los grados de utilidad y riesgo que maximizan el valor de la empresa.

El capital de trabajo se calculó considerando la técnica de la contribución marginal la misma que da como resultado \$15.500. Ver **ANEXO 10**

4.23 PUNTO DE EQUILIBRIO

Para la determinación del punto de equilibrio se establecen las técnicas mezclas de ventas.

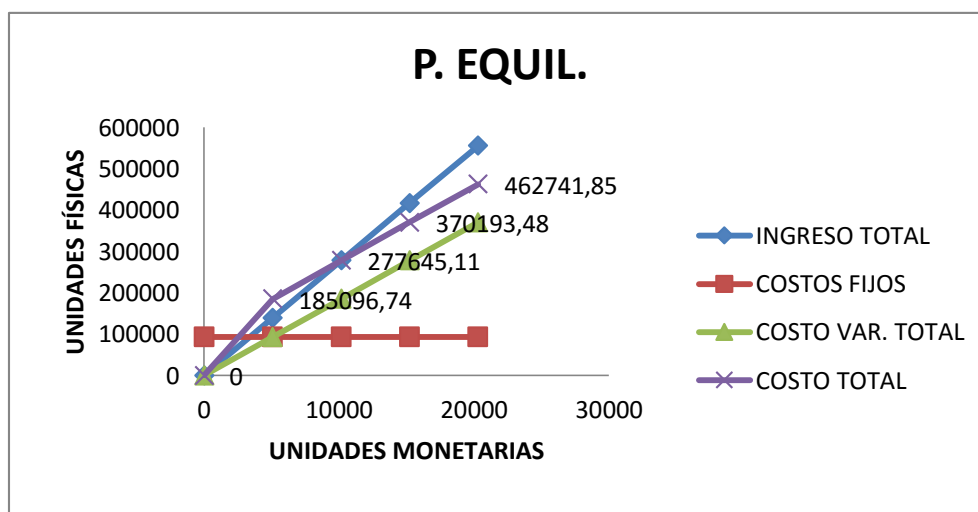
Para la determinación de costos y precios ponderados se consideró la demanda estimada de cada servicio, el punto de equilibrio para el presente caso de estudio es de 10.143 distribuido de la siguiente manera:

CUADRO N° 21 Punto de Equilibrio

| Punto de equilibrio | 10.143 | |
|------------------------|---------------|----------|
| Lavado carro pequeño | 3508 | 31522,43 |
| Lavado carro grande | 2631 | 37376,31 |
| Cambio de aceite autos | 1754 | 65038,76 |
| Alineación y balanceo | 2046 | 41147,36 |
| Pintado carro pequeño | 117 | 23384,07 |
| Pintado carro grande | 88 | 61310,78 |
| | 10143 | 259780 |

Es decir, que se debe generar \$ 259.750 para no perder ni ganar, a continuación, se puede observar el gráfico.

FIGURA N° 6 Punto de equilibrio



4.24 MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE RECUPERACIÓN DESCONTADA VAN, TIR

4.24.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto es un procedimiento que calcula el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originados por una inversión, el valor obtenido \$ 366.093,16 es el Valor Actual Neto del proyecto.

El Valor Actual Neto es uno de los criterios económicos utilizados en la evaluación de proyectos de inversión.

Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto de inversión y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando la equivalencia es mayor que el desembolso inicial, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

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

Donde:

V_t : representa los flujos de caja en cada periodo t

I_0 : es el valor del desembolso inicial de la inversión

n : es el numero de periodos considerados

κ : es el tipo de interés

4.24.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Esta tasa consiste en evaluar el proyecto en función de una única tasa de rendimiento o la tasa de interés más alta que un inversionista pagaría sin perder su inversión. Esta tasa de descuento hace que el valor presente neto de un flujo de caja sea igual a cero.

La Tasa Interna de Retorno es el promedio geométrico de los rendimientos geométricos esperados de una inversión y que implica un % del presupuesto de una oportunidad para invertir. En el caso del Centro de reparación y mantenimiento “Betty” presenta que el porcentaje es del 33% En este proyecto la TIR es mayor que la tasa del costo de capital se considera ACEPTADO.

4.25 PLAN DE ACCIÓN

CUADRO N° 22 Plan de Acción

| Fin del Proyecto: Elaborar un plan de negocios, mediante, un estudio científico de mercado, técnico y financiero con la finalidad de mejorar la calidad de servicio del centro de reparación y mantenimiento para vehículos “Betty” del Cantón Playas, Provincia del Guayas. | | | | Indicadores: Entrevistas, Encuestas a clientes |
|---|---|--|--------------------|---|
| Propósito del Proyecto: lograr que los empleados brinden una alta calidad de servicio y mejor desempeño para desarrollo del centro de reparación y mantenimiento para vehículos “Betty” | | | | Indicador: Administrador, colaboradores y clientes |
| Objetivos | Estrategias | Actividades | presupuesto | Coordinador |
| Descripción de la Empresa, Mediante, técnica de investigación para mejorar la calidad de servicio | Análisis F.O.D.A | Determinar las actividades de la Empresa, sus procesos de prestación de servicios | \$500 | Egresada: Adriana Crespín. Administrador |
| Analizar e identificar los clientes frecuentes y posibles clientes del Centro de reparación y mantenimiento para vehículos a fin de brindar servicios adicionales | Elaborar una base de datos | Control en Facturación Identificación de clientes meta | \$700 | Administrador Colaboradores |
| Elaborar proponer un organigrama. Adiestramiento al personal operativo para mejorar el desempeño de sus actividades | Proponer un esquema jerárquico. División de las funciones. | Diseñar un manual de funciones y responsabilidades. Buscar facilitadores en temas de relaciones humanas y atención al cliente | \$2841 | Administrador |
| Adecuación de la infraestructura e implementación de nuevo servicio. Determinar la factibilidad del proyecto, mediante, el plan financiero para ejecutarlo | Diseñar y Presentar el proyecto para su aprobación. Brindar nuevas opciones de servicio para vehículos | Planificar un estudio técnico para verificar los recursos disponibles. Realizar el estudio financiero. | \$20380.40 | Propietario Administrador |

Fuente: trabajo de campo, centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” Año 2015.

Elaborado por: Adriana Crespín

CONCLUSIONES

- ✚ El Centro de reparación y mantenimiento “Betty” mejorará su infraestructura y la calidad de servicio a través de la ejecución del Plan de negocios, la intención de este trabajo es proporcionar un direccionamiento estratégico que brinde un servicio satisfactorio hacia los clientes.
- ✚ El mercado automotriz es cada vez más dinámico y extenso, los vehículos necesitan reparación, pintado y lavado semanal y mensual, para cubrir esta demanda insatisfecha se implementarán nuevos servicios.
- ✚ La falta de maquinaria y equipo es una de las principales causas para el inadecuado mantenimiento que se brinda a los vehículos.
- ✚ La empresa tendrá una Inversión de: \$306.721 para ejecutar los proyectos de mejoramiento en capacitaciones, adecuación de infraestructura, nuevos servicios para vehículos. Que serán financiados, con capital propio el 40% (122.688) y el 60% (184.033,60) restante se solicitará un crédito.
- ✚ El presente Plan de negocios es rentable, analizando la evaluación financiera que se realizó de los proyectos, dio como resultado la rentabilidad, con un valor actual neto “VAN” de \$ 366.093,60 dólares y una tasa interna de retorno “TIR” del 33%, se recuperará la inversión dentro de 10 años, de la implementación del proyecto. El Plan de negocios es factible y se recomienda su ejecución.

RECOMENDACIONES

- ✚ Aplicar un plan de negocio en el centro de reparación y mantenimiento Betty, con una planificación adecuada para llevar un control correcto, registros y procesos de mantenimientos a los vehículos, mejorar la infraestructura para que la empresa alcance rentabilidad y estabilidad en el mercado.

- ✚ Implementar nuevos servicios para satisfacer la demanda para vehículos que existe en el Cantón Playas.

- ✚ Adquirir herramientas, equipos y repuestos, para que colaboradores brinden servicios eficientes y el centro de reparación y mantenimiento Betty obtenga utilidad.

- ✚ Ejecutar los trámites necesarios para obtener el financiamiento que se requiere para implementar nuevos servicios en centro de reparación y mantenimiento Betty en el Cantón Playas.

- ✚ Socializar el orgánico funcional a los colaboradores de la empresa, con el fin que el personal se instruya con respecto a sus conocimientos, funciones y tener un desempeño eficiente y eficaz.

BIBLIOGRAFÍA.

Bernal, Cesar. (2010). Metodología de la investigación, tercera edición. Colombia: Pearson Educación.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P., (2010). Metodología de la investigación, quinta edición. Perú: Mc Graw-Hill.

HARVARD C. Crear un plan de Negocios. Chile 2009. Edit. Impact Media.

Méndez, C. (2009). Metodología de la investigación, diseño y desarrollo del proceso del proceso de investigación, con énfasis en ciencias empresariales, quinta edición. México: Limusa.

Palacios, P. M., & Duque, O. E. J. (2011). Modelos de negocio: propuesta de un marco conceptual para centros de productividad. Colombia: D - Escuela Superior de Administración Pública.

ALCARAZ, Rafael, (2008) Guía de planes de negocios, segunda edición, 2008, México, McGraw-Hill.

Baca, G. (2010). Evaluación de proyectos. México: Mc Graw Hill.

González R. Rene (2004) Elaboración de Planes de Negocios, Mc Graw Hill.

Ramírez P. David (2007) Contabilidad Administrativa, Mc Graw Hill., Octava Edición.

WALLACE S. Plan de negocios: Como Diseñarlo E Implementar. Edit. España 2009. Profit Edittorial.

BARRENO, Luís. 2012. Compendio de Formulación y Evaluación de Proyectos. México, pág. 67.

Bateman, Thomas. (2009) Administración una ventaja competitiva. Interamericana de España: Mc Graw- Hill.

Canelos S, Ramiro. (2010) Formulación y evaluación de un plan de negocios, segunda edición. Ecuador: Universidad Internacional del Ecuador.

Galindo, R. (2011) Formulación y evaluación de planes de Negocios. Colombia: Ecoe Ediciones.

LAWRENCE, Gitman. 2009. Introducción a la Investigación de Mercados. México: Tercera Edición, pág. 162.

Lind Douglas, Marchal William G, Wathen Samuel A. (2012) Estadística aplicada a los negocios y a la economía. Interamericana de España: Mc Graw- Hill.


Méndez, C. (2009). Metodología de la investigación, diseño y desarrollo del proceso del proceso de investigación, con énfasis en ciencias empresariales, quinta edición. México: Limusa.

MOGENS, T. (2010). El Plan De Negocios Dinámico. Edit. Thomson Business Information: Escandinavia.

Robbins, Stephen. (2010) Fundamentos de Administración, cuarta edición. México: Pearson Educación

Velásquez M. (2010) Ética en los negocios. Conceptos y casos sexta edición. México: Pearson Educación.


Páginas de Internet.


 <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptoImportanciaDise%fl0Organizacional>


 www.googleacademico.com

 www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/


 <http://emprendedor.unitec.edu/pnegocios/Estudio%20Financiero.htm>

 www.emprendimiento.sena.edu.co/index.php?option=com

 www.google.com.ec-http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-deorganigramas.

 <http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/el-estudio-tecnico-el-estudio.html>

 <http://www.microfinanzas.org/uploads/media/0775.pdf>

 <http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/el-estudio-tecnico-el-estudio.html>

Anexos

ANEXO N° 1 Matriz de consistencia

| Titulo | Tema | Problema | Objetivo General | Hipótesis | Variables |
|---|--|---|---|---|---|
| <p>“Plan De Negocio, Para el Centro De Reparación Y Mantenimiento de Vehículos Betty En El Cantón Playas, Provincia del Guayas. Año 2014”</p> | <p>Incidencia de la calidad de servicio en el centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” en el cantón playas. Plan de negocios para el centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” del cantón playas, provincia del guayas, año 2014.</p> | <p>¿Cómo incide la calidad de servicio en el centro de reparación y mantenimiento para vehículos “Betty” dentro del Cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas?</p> | <p>Diseñar un plan de negocio en base al estudio técnico y de mercado para el centro de reparación y mantenimiento de vehículos “Betty” en el Cantón General Villamil Playas.</p> | <p>Con el plan de negocio se mejora el servicio de lavado de vehículos en el centro de reparación y mantenimiento “Betty” en el Cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas.</p> | <p>V.I. Plan De Negocio V.D. Calidad de servicio</p> |

ANEXO N° 2 Guion de entrevista

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



“Plan De Negocio, Para el Centro De Reparación Y Mantenimiento de Vehículos Betty En El Cantón Playas, Provincia del Guayas. Año 2015”

GUIA DE ENTREVISTA

Objetivo: La entrevista tiene como el fin de conocer la opinión y recolectar datos con respecto a la elaboración de un plan de negocio.

Entrevistador: Adriana Crespín **Fecha:**

1.- ¿Qué opina del Centro de reparación y mantenimiento Betty?

2.- Se siente a gusto con su trabajo en el Centro de reparación y mantenimiento Betty ¿Por qué?

3.- ¿Conoce los nuevos servicios que quiere implantar el Centro de reparación y mantenimiento Betty?

4.- ¿Considera usted que necesita capacitación para el nuevo servicios que se piensa implantar?

5.- ¿Qué capacitaciones le agradecería recibir?

6.- ¿Qué le gustaría que hiciera el Centro de reparación y mantenimiento Betty en favor del personal?

7.- ¿El ambiente de trabajo le motiva a trabajar?

8.-Sugerencias para mejorar el Centro de reparación y mantenimiento Betty en favor del personal.

9.-¿Qué ofrece el Centro de reparación y mantenimiento Betty?

10.-¿Cuáles considera usted que son las ventajas más importantes del Centro de reparación y mantenimiento Betty?

11.-¿Qué le parece el plan de negocios para ampliar el del Centro de reparación y mantenimiento Betty?

12.-¿Cómo ve el futuro del Centro de reparación y mantenimiento Betty después del plan de negocios propuesto?

13.-¿Qué me puede decir de los nuevos servicios que pretende implantar el Centro de reparación y mantenimiento Betty?

14.-¿Cómo califica a su competencia?

15.-¿Cree usted que la competencia es buena para el Centro de reparación y mantenimiento Betty?

ANEXO N° 3 Cuestionario

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



Cuestionario

Objetivo: Recolectar información con respecto a la calidad servicio de mantenimiento de vehículos, con la finalidad de realizar un Plan de negocio para el centro de reparación y mantenimiento de vehículos Betty, en el Cantón Playas.

Instrucciones: Examine detenidamente las preguntas realizadas y marque con el \surd la opción que usted crea correcta.

1. ¿De lo siguiente cuál es su nivel de Ingresos mensuales?

\$200 -\$400 \$401 - \$600
\$601-\$800 \$801-\$1000

2. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una lavada a su vehículo?

\$10 -\$15 \$16 -\$20
\$21- \$25 \$26 en adelante

3. ¿Cómo califica el servicio de lavado de vehículos en el centro de reparación y mantenimiento Betty?

Excelente Bueno
Malo Regular

4. ¿Cuál de los siguientes factores suele tener más importancia para Ud. a la hora de elegir un sitio para realizar el lavado?

Atención al cliente Calidad del servicio
Ahorro de agua por parte del establecimiento Rapidez y eficacia del servicio
Otro (especifique) _____

5. ¿Cómo le gustaría cancelar el servicio de lavado?

Efectivo Tarjeta Debito

Tarjeta Crédito Otros (especifique) _____

6. ¿Qué es lo que más le incomoda del sitio o servicio al que va actualmente?

Tiempo de espera Tiempo de Lavado

Forma de Lavado Trato ofrecido

Otros (especifique) _____

7. ¿Qué servicios adicionales le gustaría encontrar en el sitio de lavado?

Sala de espera Internet

Barra de café Entretenimientos

Boutique de accesorios para vehículo Otros (especifique) _____

8. ¿Cuáles servicios utiliza con mayor frecuencia?

Lavado general Enjuague

Combos Otros (especifique) _____

9. ¿Cada qué tiempo lava usted su vehículo?

Diario Semanal

Mensual Otros (especifiquen) _____

10. ¿Se socializan los objetivos del centro de reparación y mantenimiento de vehículos Betty?

Sí No

11. ¿Conoce usted la misión y visión de la empresa de servicios?

Sí No

12. ¿Existe un mercado verdadero para este servicio de mantenimiento de vehículos?

Sí No

13. ¿Cree usted que el Proceso de distribución del servicio que brinda este local es el adecuado?

Sí No

14. ¿Estaría usted de acuerdo en que se implemente el servicio de pintura de vehículos en esta empresa?

Sí No

15. ¿Considera usted que esta empresa de servicios cuenta con todos los equipos necesarios para brindar un mejor mantenimiento de vehículos?

Sí

ANEXO N° 4 Depreciaciones

| Inversión en Infraestructura | Valor | % Deprec. | Años | V/Deprec.1 | V/Deprec.2 | V/Deprec.3 | V/Deprec.4 | V/Deprec.5 | V/Deprec.6 | V/Deprec.7 | V/Deprec.8 | V/Deprec.9 | V/Deprec.10 |
|--|------------------|-----------|------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Construcción y adecuación de la planta | 150.000,00 | 5% | 20 | 7.500,00 | 7.500,00 | 7.500,00 | 7.500,00 | 7.500,00 | 7.500,00 | 7.500,00 | 7.500,00 | 7.500,00 | 7.500,00 |
| Maquinarias, Equipos y Herramientas | | | | | | | | | | | | | |
| Engrasadoras Neumáticas | 3.350,76 | 10% | 10 | 335,08 | 335,08 | 335,08 | 335,08 | 335,08 | 335,08 | 335,08 | 335,08 | 335,08 | 335,08 |
| Aspiradoras | 6.000,00 | 10% | 10 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 |
| Aceiteras neumáticas y manuales | 2.375,10 | 10% | 10 | 237,51 | 237,51 | 237,51 | 237,51 | 237,51 | 237,51 | 237,51 | 237,51 | 237,51 | 237,51 |
| Accesorios de Lubricación | 1.350,50 | 10% | 10 | 135,05 | 135,05 | 135,05 | 135,05 | 135,05 | 135,05 | 135,05 | 135,05 | 135,05 | 135,05 |
| Compresores | 12.711,88 | 10% | 10 | 1.271,19 | 1.271,19 | 1.271,19 | 1.271,19 | 1.271,19 | 1.271,19 | 1.271,19 | 1.271,19 | 1.271,19 | 1.271,19 |
| Elevadores de autos | 18.000,00 | 10% | 10 | 1.800,00 | 1.800,00 | 1.800,00 | 1.800,00 | 1.800,00 | 1.800,00 | 1.800,00 | 1.800,00 | 1.800,00 | 1.800,00 |
| Alineadoras | 10.716,00 | 10% | 10 | 1.071,60 | 1.071,60 | 1.071,60 | 1.071,60 | 1.071,60 | 1.071,60 | 1.071,60 | 1.071,60 | 1.071,60 | 1.071,60 |
| Hidrolavadoras | 24.000,00 | 10% | 10 | 2.400,00 | 2.400,00 | 2.400,00 | 2.400,00 | 2.400,00 | 2.400,00 | 2.400,00 | 2.400,00 | 2.400,00 | 2.400,00 |
| Caja de Herramientas | 7.280,00 | 10% | 10 | 728,00 | 728,00 | 728,00 | 728,00 | 728,00 | 728,00 | 728,00 | 728,00 | 728,00 | 728,00 |
| Filtro regulador lubricado de aire aro | 1.666,86 | 10% | 10 | 166,69 | 166,69 | 166,69 | 166,69 | 166,69 | 166,69 | 166,69 | 166,69 | 166,69 | 166,69 |
| bomba para citerna | 2.246,37 | 10% | 10 | 224,64 | 224,64 | 224,64 | 224,64 | 224,64 | 224,64 | 224,64 | 224,64 | 224,64 | 224,64 |
| SUBTOTAL | 89.697,47 | | | 6.390,92 | 6.390,92 | 6.390,92 | 6.390,92 | 6.390,92 | 6.390,923 | 6.390,923 | 6.390,923 | 6.390,923 | 6.390,923 |
| Imprevistos 10% | 8.969,75 | 10% | 10 | 896,97 | 896,97 | 896,97 | 896,97 | 896,97 | 896,97 | 896,97 | 896,97 | 896,97 | 896,97 |
| Total Maquinarias, Equipos y Herramientas | 98.667,22 | | | 7.287,90 | 7.287,90 | 7.287,90 | 7.287,90 | 7.287,90 | 7.287,90 | 7.287,90 | 7.287,90 | 7.287,90 | 7.287,90 |

Fuente: trabajo de campo, centro de reparación y mantenimiento de vehículos "Betty" Año 2015.

Elaborado por: Adriana Crespin

| Sistemas y Equipos de Computacion | | | | | | | | |
|---|------------------|--------|---|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|
| Sistema Contable completo | 4.900,00 | 33,33% | 3 | 1.633,33 | 1.633,33 | 1.633,33 | | |
| Computador escritorio Core 13 Led LG | 1.068,00 | 33,33% | 3 | 356,00 | 356,00 | 356,00 | | |
| Laptops HP | 3.796,00 | 33,33% | 3 | 1.265,33 | 1.265,33 | 1.265,33 | | |
| Licencias Microsystem | 1.200,00 | 33,33% | 3 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | | |
| Impresora Lexmark 7200 multifuncion | 120,00 | 33,33% | 3 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | | |
| SUBTOTAL | 11.084,00 | | | 3.694,67 | 3.694,67 | 3.694,67 | | |
| Imprevistos 10% | 1.108,40 | 33,33% | 3 | 369,47 | 369,47 | 369,47 | | |
| Total de Sistemas y Equipo computacion | 12.192,40 | | | 4.064,13 | 4.064,13 | 4.064,13 | | |
| Equipos de Comunicación | | | | | | | | |
| Central de Telefonica Panasonic KXTDA-100 | 1.120,00 | 20% | 5 | 224,00 | 224,00 | 224,00 | 224,00 | 224,00 |
| Sistema de Seguridad Q-see de 12 Camaras 1Tb y 16 Canales | 1.250,00 | 20% | 5 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 |
| Radios Portatil Motorola Troncalizada Pro 5350 | 940,00 | 20% | 5 | 188,00 | 188,00 | 188,00 | 188,00 | 188,00 |
| Base Motorola Pro 5100 Vhf 136-174 Mhz 45 Watos | 495,00 | 20% | 5 | 99,00 | 99,00 | 99,00 | 99,00 | 99,00 |
| SUBTOTAL | 3.805,00 | | | 761,00 | 761,00 | 761,00 | 761,00 | 761,00 |
| Imprevistos 10% | 380,50 | 20% | 5 | 76,10 | 76,10 | 76,10 | 76,10 | 76,10 |
| Total de Eq. Comunicación y Seguridad | 4.185,50 | | | 837,10 | 837,10 | 837,10 | 837,10 | 837,10 |

Fuente: trabajo de campo, centro de reparación y mantenimiento de vehículos "Betty" Año 2015.

Elaborado por: Adriana Crespín

| Muebles y Enseres | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------------------|-----|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Estaciones de trabajo | 760,00 | 20% | 5 | 152,00 | 152,00 | 152,00 | 152,00 | 152,00 | | | | | |
| Sillas de escritorio hidraulica c/cuerina negra | 270,00 | 20% | 5 | 54,00 | 54,00 | 54,00 | 54,00 | 54,00 | | | | | |
| Sillon Gerencial giratoria | 840,00 | 20% | 5 | 168,00 | 168,00 | 168,00 | 168,00 | 168,00 | | | | | |
| Estacion gerencial | 1.140,00 | 20% | 5 | 228,00 | 228,00 | 228,00 | 228,00 | 228,00 | | | | | |
| Archivadores aereos diametro 0,90 c/tapa curva | 6.000,00 | 20% | 5 | 1.200,00 | 1.200,00 | 1.200,00 | 1.200,00 | 1.200,00 | | | | | |
| Archivadores verticales | 900,00 | 20% | 5 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | | | | | |
| Mesas de trabajo | 250,00 | 20% | 5 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | | | | | |
| SUBTOTAL | 10.160,00 | | | 2032 | 2032 | 2032 | 2032 | 2032 | | | | | |
| Imprevistos 10% | 1.016,00 | 20% | 5 | 203,20 | 203,20 | 203,20 | 203,20 | 203,20 | | | | | |
| Total Muebles y Enseres | 11.176,00 | | | 2.235,20 | 2.235,20 | 2.235,20 | 2.235,20 | 2.235,20 | | | | | |
| Total | 276.221,12 | | | 21.924,33 | 21.924,33 | 21.924,33 | 17.860,20 | 17.860,20 | 14.787,90 | 14.787,90 | 14.787,90 | 14.787,90 | 14.787,90 |

ANEXO N° 5 Estado De Resultado Integral
Por el periodo que comprenden desde el 2015 al 2019

| ESTADO DE RESULTADOS | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| VENTAS | 474.930 | 503.664 | 534.135 | 566.450 | 600.721 | 637.064 | 675.607 | 716.481 | 759.828 | 805.798 |
| IVA | 56.992 | 60.440 | 64.096 | 67.974 | 72.086 | 76.448 | 81.073 | 85.978 | 91.179 | 96.696 |
| TOTAL INGRESOS | 531.922 | 564.103 | 598.231 | 634.424 | 672.807 | 713.512 | 756.679 | 802.459 | 851.007 | 902.493 |
| COSTO TOTAL | | | | | | | | | | |
| COSTOS VARIABLES | 324.704 | 333.205 | 344.580 | 350.008 | 352.550 | 363.274 | 385.252 | 408.560 | 433.277 | 459.491 |
| COSTOS FIJOS | 58.315 | 56.613 | 59.480 | 62.493 | 65.659 | 68.986 | 72.482 | 76.155 | 80.015 | 84.071 |
| Gastos Administrativos | 21.672 | 22.756 | 23.894 | 25.088 | 26.343 | 27.660 | 29.043 | 30.495 | 32.020 | 33.621 |
| Gastos de Ventas | 14.559 | 15.287 | 16.052 | 16.854 | 17.697 | 18.582 | 19.511 | 20.486 | 21.511 | 22.586 |
| Gastos de Intereses | 22.084 | 19.876 | 17.667 | 15.459 | 13.250 | 11.042 | 8.834 | 6.625 | 4.417 | 2.208 |
| Depreciación Equipos de computación | 3.658 | 3.658 | 3.658 | 7.315 | 7.315 | 7.315 | 10.973 | 10.973 | 10.973 | 14.631 |
| Depreciación Equipos de oficina | 753 | 753 | 753 | 753 | 753 | 1.507 | 1.507 | 1.507 | 1.507 | 1.507 |
| Depreciación Muebles y Enseres | 17.760 | 17.760 | 17.760 | 17.760 | 17.760 | 35.520 | 35.520 | 35.520 | 35.520 | 35.520 |
| Depreciación Muebles de Oficina | 2.012 | 2.012 | 2.012 | 2.012 | 2.012 | 4.023 | 4.023 | 4.023 | 4.023 | 4.023 |
| Depreciación Infraestructura | 6.750 | 6.750 | 6.750 | 6.750 | 6.750 | 6.750 | 6.750 | 6.750 | 6.750 | 6.750 |
| TOTAL COSTO OPERATIVOS | 413.952 | 432.669 | 452.606 | 477.493 | 500.089 | 544.659 | 573.894 | 601.095 | 630.013 | 664.409 |
| UTILIDAD OPERATIVA | 117.970 | 131.434 | 145.626 | 156.932 | 172.718 | 168.853 | 182.785 | 201.364 | 220.994 | 238.085 |
| 15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES | 17.695 | 19.715 | 21.844 | 23.540 | 25.908 | 25.328 | 27.418 | 30.205 | 33.149 | 35.713 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS RENTA | 100.274 | 111.719 | 123.782 | 133.392 | 146.810 | 143.525 | 155.367 | 171.159 | 187.845 | 202.372 |
| 22% IMPUESTO RENTA | 22.060 | 24.578 | 27.232 | 29.346 | 32.298 | 31.576 | 34.181 | 37.655 | 41.326 | 44.522 |
| UTILIDAD NETA | 78.214 | 87.141 | 96.550 | 104.046 | 114.512 | 111.950 | 121.187 | 133.504 | 146.519 | 157.850 |
| | | 1,114136 | 1,107972 | 1,07764 | 1,100591 | 0,977623 | 1,082511 | 1,101642 | 1,097486 | 1,077335 |

Fuente: trabajo de campo, centro de reparación y mantenimiento de vehículos "Betty" Año 2015.

Elaborado por: Adriana Crespín

ANEXO N° 6 Rol De Pago

ROL DE PAGOS

| # | CARGO | CODIGO 1 | NONIMA DE PAGO | | | | PROVISIÓN DE BENEFICIOS SOCIALES | | | | | | | |
|---|--------------------------------------|----------|-----------------|----------------------|--------------------------|------------------|----------------------------------|---------------|---------------|------------------|------------------------|------------------|-----------------|------------------|
| | | | SUELDO | TOTAL INGRESOS anual | APORTE (IESS) INDIVIDUAL | TOTAL A PAGAR | DECIMO TERCER | DECIMO CUARTO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | APORTE (IESS) PATRONAL | TOTAL BENEFICIOS | TOTAL mensual | TOTAL ANUAL |
| 1 | GERENTE ADMINISTRATIVO | | 900,00 | 10.800,00 | 85,05 | 10.714,95 | 75,00 | 29,50 | 37,50 | 75,00 | 109,35 | 326,35 | 1.226,35 | 14.716,20 |
| | CONTADOR | | 600,00 | 350,00 | 350,00 | 350,00 | 350,00 | 29,50 | 350,00 | 350,00 | 350,00 | 350,00 | 350,00 | 350,00 |
| 1 | SECRETARIA RECEPCIONISTA | | 420,00 | 5.040,00 | 39,69 | 5.000,31 | 35,00 | 29,50 | 17,50 | 35,00 | 51,03 | 168,03 | 588,03 | 7.056,36 |
| | TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS | | 1.920,00 | 16.190,00 | 474,74 | 16.065,26 | 460,00 | 88,50 | 405,00 | 460,00 | 510,38 | 844,38 | 2.164,38 | 7.056,36 |
| 1 | MAESTRO ALINEADOR | | 450,00 | 5.400,00 | 42,53 | 5.357,48 | 37,50 | 29,50 | 18,75 | 37,50 | 55,58 | 178,83 | 628,83 | 7.545,90 |
| 1 | MAESTRO ALINEADOR | | 450,00 | 5.400,00 | 42,53 | 5.357,48 | 37,50 | 29,50 | 18,75 | 37,50 | 55,58 | 178,83 | 628,83 | 7.545,90 |
| 1 | PINTOR DE AUTO | | 450,00 | 5.400,00 | 42,53 | 5.357,48 | 37,50 | 29,50 | 18,75 | 37,50 | 55,58 | 178,83 | 628,83 | 7.545,90 |
| | PINTOR DE AUTO | | 450,00 | 5.400,00 | 42,53 | 5.357,48 | 37,50 | 29,50 | 18,75 | 37,50 | 55,58 | 178,83 | 628,83 | 7.545,90 |
| | MECANICO | | 450,00 | 5.400,00 | 42,53 | 5.357,48 | 37,50 | 29,50 | 18,75 | 37,50 | 55,58 | 178,83 | 628,83 | 7.545,90 |
| | OPERARIO DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO | | 380,00 | 4.560,00 | 35,91 | 4.524,09 | 31,67 | 29,50 | 15,83 | 31,67 | 46,93 | 155,60 | 535,60 | 6.427,16 |
| 1 | OPERARIO DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO | | 380,00 | 4.560,00 | 35,91 | 4.524,09 | 31,67 | 29,50 | 15,83 | 31,67 | 46,93 | 155,60 | 535,60 | 6.427,16 |
| | TOTAL SUELDOS OPERATIVOS | | 3.010,00 | 36.120,00 | 284,45 | 35.835,56 | 250,83 | 206,50 | 125,42 | 250,83 | 371,74 | 1.205,32 | 4.215,32 | 50.583,82 |
| 1 | Jefe de Comercialización y Ventas | | 600 | 7.200,00 | 56,70 | 7.143,30 | 50,00 | 29,17 | 25,00 | 50,00 | 74,10 | 228,27 | 828,27 | 9.939,20 |
| | TOTAL SUELDOS DE VENTAS | | 600,00 | 7.200,00 | 56,70 | 7.143,30 | 50,00 | 29,17 | 25,00 | 50,00 | 74,10 | 228,27 | 828,27 | 9.939,20 |
| 6 | TOTAL GENERAL | | 5.530,00 | 59.510,00 | 815,89 | 59.044,12 | 760,83 | 324,17 | 555,42 | 760,83 | 956,22 | 2.277,97 | 7.207,97 | 67.579,38 |

ANEXO N° 7 Flujo De Efectivo

Por el periodo que comprenden desde el 2015 al 2019

| FLUJO DE EFECTIVO | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|
| INGRESOS NETOS | 531.922 | 564.103 | 598.231 | 634.424 | 672.807 | 713.512 | 756.679 | 802.459 | 851.007 | 902.493 |
| COSTOS OPERATIVO | 383.019 | 401.736 | 421.673 | 442.902 | 465.499 | 489.543 | 515.121 | 542.321 | 571.240 | 601.977 |
| PAGO DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES | 17.695 | 19.715 | 21.844 | 23.540 | 25.908 | 25.328 | 27.418 | 30.205 | 33.149 | 35.713 |
| PAGO DE PRESTAMO | 18.403 | 18.403 | 18.403 | 18.403 | 18.403 | 18.403 | 18.403 | 18.403 | 18.403 | 18.403 |
| PAGO DE IMPUESTO | 22.060 | 24.578 | 27.232 | 29.346 | 32.298 | 31.576 | 34.181 | 37.655 | 41.326 | 44.522 |
| CASH FLOW | 90.744 | 99.671 | 109.079 | 120.233 | 130.699 | 148.662 | 161.557 | 173.875 | 186.889 | 201.878 |
| | 1,098377 | 1,094399 | 1,102254 | 1,087049 | 1,137435 | 1,086739 | 1,076244 | 1,074852 | 1,080201 | |

ANEXO N° 8 Estado De Situación Financiera

Del período que comprende desde el 2015 al 2019

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|------------------|------------------|
| | | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
| ACTIVOS | | | | | | | | | | | |
| EFFECTIVO | 15.500 | 106.244 | 205.914 | 314.994 | 435.227 | 565.926 | 714.588 | 876.145 | 1.050.020 | 1.236.909 | 1.438.787 |
| ACTIVOS FIJOS | | | | | | | | | | | |
| Equipos de computación | 12.192 | 12.192 | 12.192 | 12.192 | 12.192 | 12.192 | 12.192 | 12.192 | 12.192 | 12.192 | 12.192 |
| DEP.EQUIPO COMPUTO | | 3.658 | 7.315 | 10.973 | 18.289 | 25.604 | 32.919 | 43.893 | 54.866 | 65.839 | 80.470 |
| Inversión Terreno | 15.000 | 15.000 | 15.000 | 15.000 | 15.000 | 15.000 | 15.000 | 15.000 | 15.000 | 15.000 | 15.000 |
| Equipos de oficina | 4.186 | 4.186 | 4.186 | 4.186 | 4.186 | 4.186 | 4.186 | 4.186 | 4.186 | 4.186 | 4.186 |
| DEP.EQUIPO OFICINA | | 753 | 1.507 | 2.260 | 3.014 | 3.767 | 5.274 | 6.781 | 8.287 | 9.794 | 11.301 |
| Muebles y Enseres | 98.667 | 98.667 | 98.667 | 98.667 | 98.667 | 98.667 | 98.667 | 98.667 | 98.667 | 98.667 | 98.667 |
| DEP.MUEBLES Y ENSERES | | 17.760 | 35.520 | 53.280 | 71.040 | 88.800 | 124.321 | 159.841 | 195.361 | 230.881 | 266.401 |
| Muebles de Oficina | 11.176 | 11.176 | 11.176 | 11.176 | 11.176 | 11.176 | 11.176 | 11.176 | 11.176 | 11.176 | 11.176 |
| DEP.MUEBLES DE OFICINA | | 2.012 | 4.023 | 6.035 | 8.047 | 10.058 | 14.082 | 18.105 | 22.128 | 26.152 | 30.175 |
| Infraestructura | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 |
| DEP. INFRAESTRUCTURA | | 6.750 | 13.500 | 20.250 | 27.000 | 33.750 | 40.500 | 47.250 | 54.000 | 60.750 | 67.500 |
| TOTAL ACTIVOS | 306.721 | 366.532 | 435.270 | 513.416 | 599.059 | 695.167 | 788.714 | 891.497 | 1.006.598 | 1.134.714 | 1.274.161 |
| PASIVOS | | | | | | | | | | | |
| PRÉSTAMO BANCARIO | 184.033 | 165.629 | 147.226 | 128.823 | 110.420 | 92.016 | 73.613 | 55.210 | 36.807 | 18.403 | 0 |
| PATRIMONIO | | | | | | | | | | | |
| CAPITAL SOCIAL | 122.688 | 122.688 | 122.688 | 122.688 | 122.688 | 122.688 | 122.688 | 122.688 | 122.688 | 122.688 | 122.688 |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO | | 78.214 | 165.355 | 261.905 | 365.951 | 480.463 | 592.412 | 713.599 | 847.103 | 993.622 | 1.151.472 |
| TOTAL PASIVO Y CAPITAL | 306.721 | 366.532 | 435.270 | 513.416 | 599.059 | 695.167 | 788.714 | 891.497 | 1.006.598 | 1.134.714 | 1.274.161 |

ANEXO N° 9 Capital De Trabajo

| ELEMENTO | VOLUMEN DE LAS OPERACIONES | PMM | VALOR MEDIO MASA PATRIMONIAL |
|------------------------------|----------------------------|-----|---------------------------------|
| Proveedores (p) | 270.820 | 30 | 22.568,33 |
| Pasivo circulante (Pc) | | | <u>22.568,33</u> |
| Materiales (m) | 270.820 | 15 | 11.284,17 |
| Productos en fabricación (f) | 324.704 | 1 | 901,96 |
| Productos terminados (v) | 324.704 | 4 | 3.607,82 |
| Clientes (c) | 474.930 | 15 | 19.788,76 |
| Activo circulante (Ac) | | | <u>35.582,70</u> |

| | | |
|------------|------------------|------------------|
| AC | 35.582,70 | |
| GARANTIA | 2.256,83 | |
| PC | 22.568,33 | |
| FM | | |
| CTPREVISTO | 15.271,20 | 15.500,00 |

ANEXO N° 10 Fotos

Empleados realizando el lavado de carro



Accesorios que ende el centro de reparación y mantenimiento Betty



GLOSARIO

Análisis: En un sentido amplio, es la descomposición de un todo en partes para poder estudiar su estructura, sistemas operativo, funciones etc.

Calidad: Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una persona o cosa que permiten apreciarla con respecto a las restantes de su especie.

Competencia (economía): Es una situación que agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién comprar.

Costo: Valor que incide para la obtención de una cosa o servicio.

Factibilidad: Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas.

Eficaz: Que logra hacer efectivo un intento o propósito.

Eficiencia: Capacidad para lograr un fin empleando los mejores medios posibles.

Flujo: Movimiento de personas o cosas de un lugar a otro.

Implementar: Poner en funcionamiento, aplicar los métodos y medidas necesarios para llevar algo a cabo.

Proyección: Lanzamiento, impulso hacia delante o a distancia.

Recursos: Es una fuente o suministro que produce un beneficio.

Utilidad: Provecho, conveniencia, interés o fruto que se saca de una cosa

Financiamiento: Es el mecanismo que una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto, que puede adquirir bienes o servicios.

Plan de Negocios: Es un plan empresarial que se realiza cuando se tiene la intención de poner en marcha un negocio o empresa.

Marketing: Analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar retener y fidelizar a los clientes a través de las necesidades del cliente.

ABREVIATURAS

MSc.: Master

NIRSA S.A.: Negocios Industriales Real Sociedad Anónima

C.P.A.: Contador Público Autorizado

C.F.N.: Corporación Financiera Nacional

Mstra.: Maestra

SENPLADES.: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo del Ecuador

INEC.: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

PIB.: Producto interno bruto

GAD.: Gobierno Autónomo Descentralizado

RUC.: Registro Único de Contribuyentes.