



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CREACIÓN DE UNA LAVADORA Y LUBRICADORA EN LA
COMPAÑÍA DE TAXIS “UNIÓN PROFESIONAL”, CANTÓN LA
LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORA:

Tomalá Orrala Angie Roxana

LA LIBERTAD – ECUADOR

AÑO

2020



**CREACIÓN DE UNA LAVADORA Y LUBRICADORA EN LA
COMPAÑÍA DE TAXIS “UNIÓN PROFESIONAL”, CANTÓN LA
LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.**

Autora: Tomalá Orrala Angie Roxana

Tutor: Ing. William Núñez De La Cruz, MSc,

RESUMEN

La investigación realizada acerca de la creación de una Lavadora y Lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional” del cantón La Libertad, surge como necesidad de brindar un servicio complementario a los clientes. Además, se identificó que existe un gran porcentaje de demanda insatisfecha, por lo tanto representa una oportunidad para la institución de incursionar en nuevos segmentos del mercado que permitan el crecimiento empresarial. La investigación consta de tres (3) capítulos, en la primera parte se desarrolló el marco teórico de la investigación que permitió analizar trabajos previos dentro del contexto de estudio para tener una perspectiva de los resultados a obtenerse, posteriormente se realizó la conceptualización de las variables, dimensiones e indicadores. En el segundo capítulo se definió el tipo de investigación, en este caso, exploratoria-descriptiva, los métodos utilizados fueron inductivo y deductivo a través de un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo). Como población del estudio se consideró a diez (10) cooperativas de taxis del cantón La Libertad, del cual se extrajo una muestra para la aplicación de instrumentos. Finalmente, se desarrolló la propuesta de investigación, comprendido por un plan de negocios con sus componentes: Idea del negocio, mercado, marketing, organización, y análisis económico-financiero, dando como resultado que es viable la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”.

Palabras Clave: Plan de negocios, lavadora, lubricadora, servicios, competitividad.



**CREACIÓN DE UNA LAVADORA Y LUBRICADORA EN LA
COMPAÑÍA DE TAXIS “UNIÓN PROFESIONAL”, CANTÓN LA
LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.**

Author: Tomalá Orrala Angie Roxana

Advisor: Ing. William Núñez De La Cruz, MSc,

ABSTRACT

The research carried out on the creation of a Carwash and Lube services in the taxi company "Professional Unión" of the canton La Libertad, arises as a need to provide a complementary service to customers. In addition, it was identified that there is a large percentage of unmet demand, therefore it represents an opportunity for the institution to enter new market segments that enable business growth. The research consists of three (3) chapters, in the first part the theoretical framework of research was developed that allowed to analyze previous work within the study context to have an perspective of the results to be obtained, subsequently conceptualized variables, dimensions and indicators. In the chapter, the type of research was defined, in this case exploratory-decriptive, the methods used were inductive and deductive through a mixed approach (qualitative and quantitative). As a population of the study, ten (10) taxi cooperatives from the canton of La Libertad were considered, from which a sample was extracted for the application of instruments. Finally, the research proposal was developed, comprising a business plan with its components: Business idea, market, marketing, organization, and economic-financial analysis, resulting in the packaging of a washing machine and lubricator in the taxi company "Professional Unión".

Keywords: Business plan, carwash, lubricator, services, competitiveness.

APROBACIÓN DEL TUTOR

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de titulación “CREACIÓN DE UNA LAVADORA Y LUBRICADORA EN LA COMPAÑÍA DE TAXIS “UNIÓN PROFESIONAL”, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018”, elaborado por la Srta. Tomalá Orrala Angie Roxana, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



**Ing. William Núñez De La Cruz, MSc.
TUTOR**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD


DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con el título de “CREACIÓN DE UNA LAVADORA Y LUBRICADORA EN LA COMPAÑÍA DE TAXIS “UNIÓN PROFESIONAL”, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018”, elaborado por Tomalá Orrala Angie Roxana, declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales.

Declaro que una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas carrera de Administración de Empresas pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,



Tomalá Orrala Angie Roxana
C.I.: 2450600628

AGRADECIMIENTO

Siempre a Dios por haberme brindado sabiduría, inteligencia, salud y vida para cumplir con mis objetivos y obtener mi título de tercer nivel.

A mis padres: Javier Tomalá, Marjorie Orrala y hermanos, les debo agradecimiento eterno por su apoyo incondicional y motivación para continuar antes las adversidades de la vida.

A mis docentes por haber impartido todos sus conocimientos en este trayecto académico.

Roxana Tomalá

DEDICATORIA

A Dios por darme la fortaleza para superar los obstáculos presentados durante todo el proceso de mi vida y en la ejecución del trabajo de titulación.

A mis padres Javier Tomalá, Marjorie Orrala por todo su apoyo brindado, por su sacrificio y comprensión, sin ayuda este logro no hubiese sido posible.

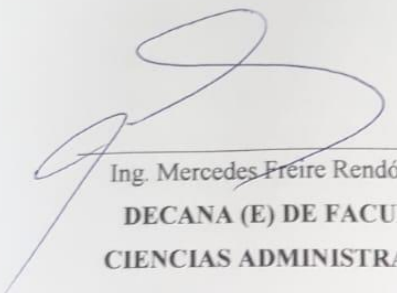
A mis hermanos: Jimmy, Marlon, Joe y Lenin por ser mi motivación para superarme día a día en el proceso universitario.

A mi compañero de vida Roberto Tomalá, quien ha sido un apoyo fundamental y me ha demostrado su amor incondicional para continuar.


Al Ing. William Núñez por brindarme su apoyo y paciencia para concluir con el trabajo de titulación como tutor.

Roxana Tomalá

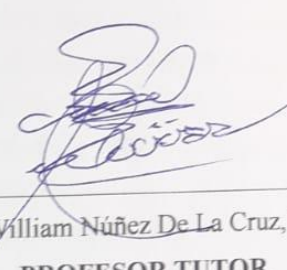
TRIBUNAL DE GRADO



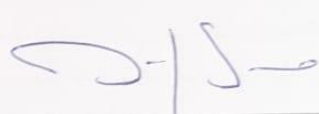
Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
**DECANA (E) DE FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



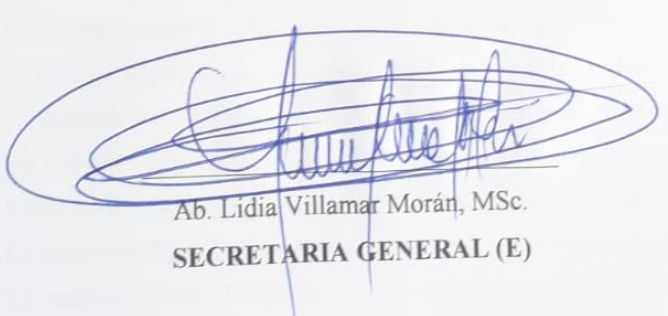
Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
**DIRECTORA (E) CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



Ing. William Núñez De La Cruz, MSc.
PROFESOR TUTOR



Ing. Manuel Serrano Luyo, MSc.
PROFESOR DE ÁREA



Ab. Lidia Villamar Morán, MSc.
SECRETARIA GENERAL (E)

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
RESUMEN.....	ii
ABSTRACT.....	iii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iv
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiv
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xviii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	7
MARCO TEÓRICO.....	7
1.1 Revisión de la literatura	7
1.2 Desarrollo de teorías y conceptos	11
1.2.1 Plan de negocios.....	11
1.2.1.1.1 Forma jurídica	12
1.2.1.2 Plan estratégico	13
1.2.1.2.1 Análisis del entorno.....	13
1.2.1.2.2 Análisis FODA.....	14
1.2.1.3 Estudio de mercado	14
1.2.1.3.1 Situación del mercado actual	15
1.2.1.3.2 Análisis de la competencia.....	16
1.2.1.3.3 Estrategia competitiva.....	17

1.2.1.3.4 Segmentación	17
1.2.1.3.5 Mercado meta.....	18
1.2.1.4 Plan de marketing.....	19
1.2.1.4.1 Estrategias de marketing	20
1.2.1.4.2 Marketing mix	20
1.2.1.5 Plan de operaciones.....	21
1.2.1.5.1 Servicios.....	21
1.2.1.5.2 Calidad de servicio	22
1.2.1.6 Plan organizativo y de recursos humanos	22
1.2.1.6.1 Organigrama.....	23
1.2.1.6.2 Manual de funciones	23
1.2.1.6.3 Políticas empresariales	24
1.2.1.7 Plan económico financiero	24
1.2.1.7.1 Inversión.....	25
1.2.1.7.2 Financiamiento.....	25
1.2.1.7.3 Indicadores financieros	26
1.2.2 Creación de empresa	26
1.2.2.1 Espíritu emprendedor	27
1.2.2.1.1 Perfil emprendedor.....	27
1.2.2.2 Áreas funcionales de la empresa	28
1.2.2.2.1 Recursos humanos.....	28
1.2.2.2.2 Finanzas	29
1.2.2.2.3 Operaciones.....	29
1.2.2.2.4 Mercadotecnia	30
1.2.2.3 Dirección y liderazgo	30
1.2.2.3.1 Toma de decisiones	31
1.2.2.3.2 Motivación	31
1.2.2.4 Ética y Responsabilidad Social	31
1.3 Fundamentos sociales, psicológicos, filosóficos y legales	32
1.3.1 Fundamentos sociales.....	32
1.3.2 Fundamentos psicológicos	33

1.3.3 Fundamentos legales	33
1.3.3.1 Constitución de la República del Ecuador - 2008	34
1.3.3.2 Reglamento a Ley de Registro Único de Contribuyente - 2018	35
1.3.3.3 Ley de Compañías - 2014	36
1.3.3.4 Plan Nacional de Desarrollo – Toda una Vida (2017-2021).....	37
CAPÍTULO II	38
MATERIALES Y MÉTODOS	38
2.1 Tipos de investigación.....	38
2.2 Métodos de investigación.....	39
2.3 Diseño de muestreo	39
2.4 Diseño de recolección de datos	41
CAPÍTULO III	43
PROPUESTA	43
3.1 Naturaleza del Proyecto	43
3.1.1 Descripción de la idea de negocio.....	43
3.1.2 Justificación de la empresa.....	43
3.1.3 Nombre de la empresa.....	44
3.1.4 Descripción de la empresa	45
3.1.5 Análisis FODA.....	47
3.1.6 Filosofía empresarial.....	48
3.2 Mercado.....	49
3.2.1 Tamaño del mercado	49
3.2.2 Consumo aparente.....	49
3.2.3 Participación de la competencia en el mercado	51
3.2.4 Estudio de mercado	52
Análisis de los resultados de la encuesta aplicada a socios de las cooperativas de taxis del cantón La Libertad	55
3.2.5 Marketing mix.....	70
3.2.6 Plan de introducción al mercado	78
3.3 Proceso de servicios	79
3.3.1 Objetivos del área de servicios.....	79

3.3.2 Descripción del proceso de servicio.....	79
3.3.3 Diagrama de flujo del servicio	80
3.3.4 Equipos a utilizar y características	81
3.3.5 Diseño y distribución de la plata (Layout).....	82
3.4 Organización	83
3.4.1 Objetivos del área de organización	83
3.4.2 Estructura organizacional.....	84
3.4.3 Políticas Institucionales.....	88
3.4.4 Evaluación de desempeño	88
3.4.5 Marco legal de la organización	92
3.5 Finanzas	96
3.5.1 Objetivos del área de finanzas	96
3.5.2 Sistema contable de la empresa.....	97
3.5.3 Catálogo de cuentas.....	98
3.5.4 Inversión.....	100
3.5.5 Presupuesto de Ingresos	104
3.5.6 Costos y Gastos	106
3.5.7 Estado de Resultados Proyectados	107
3.5.8 Flujo de Caja Proyectado	109
3.5.9 Estado de Flujo de Efectivo	109
3.5.10 Balance general proyectado	111
3.5.11 Indicadores financieros	112
3.6 Resultados	114
CONCLUSIONES	116
RECOMENDACIONES	117
BIBLIOGRAFÍA	118
ANEXOS	124

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Estrategias de selección del mercado meta.....	18
Figura 2: Localización de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional	46
Figura 3: Análisis FODA de la Lavadora y Lubricadora.....	47
Figura 4: Estrategias definidas para la empresa.....	54
Figura 5: Marketing mix de la Lavadora y Lubricadora Unión Profesional.....	70
Figura 6: Logotipo de la empresa.....	73
Figura 7: Fan page Facebook Lavadora y lubricadora “Unión Profesional”	75
Figura 8: Perfil de WhatsApp Business	76
Figura 9: Página de Instagram Lavadora y lubricadora “Unión Profesional”	77
Figura 10: Diagrama de flujo del proceso de atención a los clientes.....	80
Figura 11: Distribución de la planta.....	82
Figura 12: Organigrama	84
Figura 13: Objetivos del Área de Finanzas	97
Figura 14: Grupos de un Plan de Cuentas.....	98
Tabla 28: Presupuestos de Costos	106
Figura 15: Indicadores Financieros.....	112

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Población de estudio	39
Cuadro 2: Cálculo de la muestra	40
Cuadro 3: Evaluación del nombre de la empresa.....	44
Cuadro 4: Filosofía Empresarial	48
Cuadro 5: Participación de la competencia en el mercado	51
Cuadro 6: Público Objetivo.....	53
Cuadro 7: Servicios a ofrecer	71
Cuadro 8: Plan de introducción al mercado	78
Cuadro 9: Equipos a utilizar y características	81
Cuadro 10: Manual de funciones del administrador	85
Cuadro 11: Manual de funciones del asistente administrativo.....	86
Cuadro 12: Manual de funciones del jefe de operaciones.....	87
Cuadro 13: Evaluación 360 grados	89
Cuadro 14: Plan de Cuentas	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Mercado Meta	49
Tabla 2: Consumo Aparente.....	50
Tabla 3: Demanda Proyectada	50
Tabla 4: Instrucción.....	55
Tabla 5: Edad	56
Tabla 6: Actividad.....	57
Tabla 7: Conocimiento de la marca	58
Tabla 8: Frecuencia del servicio	59
Tabla 9: Tipo de servicios	60
Tabla 10: Satisfacción del cliente	61
Tabla 11: Precio cambio de aceite	62
Tabla 12: Precio Lavado Rápido.....	63
Tabla 13: Precio Baño de espuma.....	64
Tabla 14: Precio Lavado premium.....	65
Tabla 15: Precio Lavado de motores.....	66
Tabla 16: Precio Limpieza de interiores	67
Tabla 17: Aspectos importantes	68
Tabla 18: Disposición	69
Tabla 19: Fijación de Precios.....	74
Tabla 20: Inversión en Activos Fijos	101
Tabla 21: Capital de Trabajo.....	101
Tabla 22: Inversión Total	102
Tabla 23: Capital Social	103
Tabla 24: Financiamiento.....	103
Tabla 25: Presupuesto de Ingresos por Cooperativa	104
Tabla 26: Presupuesto de Ingresos por Vehículos Livianos	105
Tabla 28: Presupuestos de Costos	106
Tabla 29: Presupuestos de Gastos	107
Tabla 30: Estado de Resultados Proyectados.....	107

Tabla 31: Flujo de Caja Proyectado	109
Tabla 32: Estado de Flujo de Efectivo	110
Tabla 33: Balance General Proyectado	111
Tabla 34: Indicadores Financieros	113
Tabla 35: Criterios de Decisión.....	114
Tabla 36: Flujos Netos Actualizados	114
Tabla 37: Período de Recuperación de la Inversión.....	114

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Instrucción	55
Gráfico 2: Edad	56
Gráfico 3: Actividad.....	57
Gráfico 4: Conocimiento de la marca	58
Gráfico 5: Frecuencia del servicio	59
Gráfico 6: Tipo de servicios.....	60
Gráfico 7: Satisfacción del cliente	61
Gráfico 8: Precio cambio de aceite	62
Gráfico 9: Precio Lavado Rápido.....	63
Gráfico 10: Precio Baño de espuma.....	64
Gráfico 11: Precio Lavado premium.....	65
Gráfico 12: Precio Lavado de motores	66
Gráfico 13: Precio Limpieza de interiores	67
Gráfico 14: Aspectos importantes.....	68
Gráfico 15: Disposición	69
Tabla 22: Inversión Total.....	102
Gráfico 15: Inversión Total.....	102
Gráfico 16: Presupuesto de Ingresos Generales.....	106

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia	126
Anexo 2: Cronograma de trabajo de titulación	127
Anexo 3: Formato de encuesta	128
Anexo 4: Balance Inicial	131
Anexo 5: Amortización del Préstamo Bancario	132
Anexo 6: Evidencia fotográfica	¡Error! Marcador no definido.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento, es una de las alternativas que visualizan las personas que buscan mejorar sus condiciones de vida, generar fuentes de empleo y aportar con el desarrollo socioeconómico de una determinada comunidad. A través de esta iniciativa, surge la iniciativa de crear nuevas empresas de diferentes categorías: microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas. Para el análisis de la creación de una empresa, se deben considerar criterios específicos de evaluación que permitan tomar decisiones en torno al proyecto, tales como: la viabilidad legal, la planificación estratégica, el plan organizacional y el plan financiero. Una vez evaluados estos elementos, se podrán tomar una decisión en relación a la creación de una empresa, caso contrario, se tomarán muchos riesgos porque no se investigó las necesidades del mercado.

Una empresa es una iniciativa que tiene como objetivo ofrecer productos y servicios para atender las necesidades de personas o mercados, y con ello obtener una utilidad”. Y, es precisamente la finalidad del estudio, establecer los lineamientos de investigación necesarios para crear una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”, perteneciente al cantón la libertad.

Para el adecuado **planteamiento del problema**, se realiza un diagnóstico general del tema investigado. El sector de servicios, es un eje dominante en la economía global, puesto que dan cuenta de la mayor parte del producto interno bruto y el empleo, tanto en las economías desarrolladas como en buena parte del mundo en desarrollo.

El Banco Mundial, (2019), en su portal web afirma que esta actividad (servicios), representó el 12,98% del PIB a nivel mundial, por lo tanto, es una actividad que requiere de un análisis profundo para tomar decisiones en torno a la creación de una empresa que vaya a ser parte de este sector de la industria.

En una investigación titulada “La innovación y la nueva economía de servicios en América Latina y el Caribe. Retos e implicaciones de la política”, por los autores Aboal, y otros, (2015), se afirma que “la productividad del sector servicios es cada vez más importante para promover el crecimiento y la equidad tanto en las economías desarrolladas (OCDE, 2010; Comisión Europea, 2009), y particularmente, en aquellas en desarrollo. En promedio, el sector servicios representa más del 60% del empleo total en América Latina.

En Ecuador, para el año 2015 se registraron 90.584 empresas que declararon ventas y empleo, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), (2017), que es el estudio más reciente. También se menciona que, en las empresas de menor tamaño, refiriéndose con esto a: microempresas y pequeñas empresas, se concentra alrededor del 80% del total de firmas (empresas constituidas).

Así mismo, el organismo antes mencionado, indica que el sector servicios tiene mayor peso relativo entre las empresas de menor tamaño, es decir, las microempresas y pequeñas empresas en el Ecuador.

Una de las aristas que desprenden del amplio campo del sector terciario, es el servicio de Lavadoras y Lubricadoras, y es donde se focaliza la presente

investigación, específicamente el estudio se basa en la compañía de taxis “Unión Profesional”, una asociación que lleva brindando los servicios a la comunidad por varios años.

Con el gran crecimiento que ha tenido el servicio de lavadoras y lubricadoras en el cantón, por el sin número de vehículos sean livianos y pesados aparte del desarrollo económico de la ciudad, se ve en la necesidad de brindar un servicio completo, integral y de calidad a usuarios que demandan de este tipo de servicios, con el factor diferencial de establecer estrategias que permitan, en primera instancia satisfacer la demanda insatisfecha; y, segundo mejorar la rentabilidad de la compañía de taxis “Unión Profesional”.

Bajo este antecedente, se realizó el presente estudio, en donde se investigó el comportamiento del mercado actual a través de un análisis del entorno del negocio, la demanda de usuarios que solicitan servicios del área automotriz, tales como: lavado, pulverizado, engrasados, cambio de aceite, balance, parche y partes de accesorios para vehículos, y posteriormente se propone un plan de negocios que permita conocer la viabilidad de la creación de una lavadora y lubricadora para en el objeto de estudio.

Por lo tanto, la **formulación del problema científico** se establece de la siguiente manera: ¿Cuál es el efecto de un plan de negocios en la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”, del cantón la Libertad? Con esta interrogante se buscó solucionar el problema de investigación identificado.

Para dar respuesta al problema de investigación, se plantea el **objetivo general**, que consiste en: Crear una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”, del cantón La Libertad, a través del diseño de un plan de negocios.

Los **objetivos específicos** contribuyen al cumplimiento del objetivo general de la investigación, es por eso que, se plantean los siguientes: 1) Analizar los factores del entorno que influyen en la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”, del cantón La Libertad, a través de un estudio de mercado 2) Definir las herramientas adecuadas para la prestación de un servicio de calidad en la Lavadora y Lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”, del cantón La Libertad, a través de un plan operativo. 3) Diagnosticar cuales son los componentes organizacionales necesarios para la creación de una Lavadora y Lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”, del cantón La Libertad, a través de un estudio administrativo y de recursos humanos. 4) Identificar las estrategias de publicidad adecuadas para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”, del cantón La Libertad, a través de un plan de marketing. 5) Planificar el uso de los recursos económicos para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”, del cantón La Libertad, a través de un plan financiero.

La presente investigación tiene su **justificación teórica** en los conceptos básicos y fundamentales de la creación de empresas para emprendedores, tomando la referencias de autores como Castro Abancéns & Rufino Rus, (2012) quienes basan su teoría en temas de emprendimientos mencionando que estos surgen a partir de

una idea de negocio, y que a partir de esto se desarrolla el plan de negocio, el cual comprende de la elaboración de un plan legal, estratégico, de mercado, marketing, de producción y operaciones, organizativo y de recursos humanos, y finalmente el plan económico financiero, del cual se obtienen resultados que contribuyen de manera estratégica a la toma de decisiones empresariales para la investigación.

En la **justificación metodológica** se detallan factores que servirán como herramienta para que el desarrollo de la investigación cumpla con los objetivos planteados, de esta manera se menciona que la investigación exploratoria se emplea para conocer posibles formaciones que se quiere dar con la investigación, así como resultados con pruebas existentes. También se empleó investigación descriptiva lo que permite dar con las posibles causas y consecuencias del origen de la problemática que genero la idea de negocio de implementar una lavadora y lubricadora de vehículos en el cantón, La Libertad. Por otra parte, se encuentra también el análisis de los resultados con la aplicación de los métodos cualitativos y cuantitativos, a través de los instrumentos de aplicación.

En la **justificación práctica** se describen los elementos beneficiarios de la investigación y ejecución del proyecto, en primera instancia se encuentra la sociedad, puesto que a través de la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”, se apertura una nueva fuente de empleo aportando con esto, al desarrollo socio-económico de la provincia de Santa Elena, además, se fortalece la tasa de emprendimiento de la ciudad y del país. Finalmente, el proyecto es una oportunidad de negocio identificada por la organización en

conjunto con la investigadora para aportar al crecimiento empresarial de la misma, posicionándola dentro del sector terciario, específicamente en el área automotriz a través de estrategias idóneas generando valor al usuario que demanda de un servicio de calidad.

Acorde con lo anteriormente descrito, la **idea a defender** de la investigación es: El plan de negocios permitirá conocer la viabilidad de la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”, del cantón La Libertad.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Revisión de la literatura

La revisión de la literatura permite al investigador realizar una retrospectiva del tema con investigaciones realizadas por diferentes autores en el área de estudio y en diferentes unidades de análisis. Por ello, para brindarle sustento a la investigación sobre la “Creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2018”, se consideran artículos científicos de impacto y tesis de cuarto nivel para su posterior análisis.

En primera instancia se considera la investigación realizada por Fernández Guerrero, Revuelto Taboada, Simón Moya, (2012) denominada “The business plan as a project: an evaluation of its predictive capability for business success”, un artículo científico de la revista *The Service Industries Journal*.

Los investigadores expresan que aunque existen investigaciones para identificar los principales factores de éxito para la conformación de empresas o nuevos servicios, los esfuerzos dirigidos a evaluar el efecto real de la existencia y la calidad de un plan de negocios en las posibilidades de supervivencia de una empresa han sido limitados.

Por esa razón, mediante su estudio procuraron cumplir con lo que no ha sido realizado satisfactoriamente en investigaciones previas, a través de un análisis sobre

la calidad de un plan de negocios medido de acuerdo a su viabilidad económica, financiera y organizacional; además de analizar cómo otras variables relacionadas con la características del emprendedor y el negocio pueden afectar la capacidad predictiva del modelo de negocio.

Los resultados de la investigación por parte de los autores van en función a datos que fueron recolectados de 2.142 empresas de servicios, en donde se obtuvo que: ninguna de las tres variables que evalúan la calidad del plan de negocios (viabilidad económica, financiera y organizacional) muestran una influencia determinante en la supervivencia de los negocios. Por lo que se agregaron otras características esenciales relacionadas con el emprendedor y el negocio (educación, capacitación, experiencia, motivación, número de empleados y capital inicial), que fueron las características que verdaderamente influyen en la supervivencia del negocio.

Por otra parte, se considera la investigación de Fulker, Timur, Dew & Butler, (2016), un artículo científico denominado “A Case Study of the Grey Oaks Community and Club: Creation of a High-Performance Culture Through the Innovative Use of a Data-Driven Business Plan” y en su traducción al español “Un estudio de caso de la comunidad y el club de Gray Oaks: creación de una cultura de alto rendimiento a través del uso innovador de un plan de negocios basado en datos”, publicado en la revista “International Journal of Hospitality & Tourism Administration”.

Los autores realizaron un caso de estudio en un club de campo de primer nivel y una comunidad residencial cerrada en Naples, Florida, llamado “Gray Oaks”. El

estudio se cataloga como innovador puesto que se realizó un plan de negocios y un proceso de planificación a través de la gestión de comentarios recibida por los miembros del club.

Los autores afirman que el plan de negocios realizado es altamente adaptable, el mismo que contribuyó a la unidad de análisis a soportar la recesión económica que empezó en el año 2008, y la capacidad de la compañía para prosperar en medio de la inestabilidad económica demostró la efectividad del plan como modelo a seguir. Finalmente los autores concluyen que el plan de negocios aplicado en la unidad de análisis, ha sido una innovación en su industria, y otras organizaciones pueden beneficiarse enormemente al estudiar la implementación y la utilización de este modelo basado en evidencia.

Posteriormente, se consideró la investigación realizada por McGuinness, (2016) y su tesis para la obtención del título de Licenciatura en Negocios Internacionales, la cual denominó “Creating a Business Plan for a startup service company” y traducida al español como “Crear un plan de negocios para una empresa de servicios de inicio”, en “Arcada University of Applied Sciences”.

El investigador menciona que su investigación planteó como objetivo “determinar qué información es necesaria para que un emprendedor cree un plan de negocios para iniciarse en Finlandia”, al mismo tiempo que intentó determinar si la idea de negocio es viable con la ayuda de un asesor de negocios internacionales.

Además el autor señala que en su investigación se adjunta el plan comercial completado que contiene la información necesaria requerida, como antecedentes

comerciales, mercados, competidores, productos/servicios, así como los cálculos financieros.

El plan de negocios de los autores fue creado en conexión con una idea de negocio real y esta tesis proporcionó una plataforma adecuada, desde la cual obtener conocimiento y comprensión a través de la investigación y el análisis. El plan comercial fue analizado por un asesor comercial profesional de NewCo Helsinki. La intención del autor era que la tesis completada, junto con el marco teórico, pudiera usarse como una guía práctica para nuevos emprendedores.

En el contexto local, se considera el trabajo de titulación de Apolinario Yagual, (2019) denominada “Creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva, como agente de desarrollo económico en el sector artesanal del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2018”, realizada en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas.

La investigación fue realizada por el autor con la finalidad de de conocer la viabilidad técnica y económica - financiera de la idea de negocio que se pretende ejecutar, y el objetivo que declara es “determinar cómo la creación de una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa deportiva contribuirá como agente de desarrollo económico en el sector artesanal del cantón la libertad, provincia de Santa Elena, año 2018”.

La metodología que se utilizó en el desarrollo del trabajo es de tipo descriptiva con idea a defender, documental, de campo y cualitativa. También se consideró el

método deductivo y analítico-sintético, los mismos que permitieron generar un tema óptimo para el trabajo. Como resultado se obtuvo que la creación de una microempresa va a contribuir como agente de desarrollo económico en el sector artesanal de la provincia.

Las investigaciones propuestas se relacionan directamente con el estudio puesto que, a través de los resultados se pudo conocer que mediante un plan de negocios o un estudio de factibilidad se puede conocer la viabilidad en la creación de una empresa analizando aspectos financieros, organizacionales, legales, entre otros. Además que, se conoció que un plan de negocios también aporta a la sostenibilidad de una empresa establecida.

1.2 Desarrollo de teorías y conceptos

1.2.1 Plan de negocios

La elaboración de un plan de negocios en una empresa comprende el análisis de varios factores, los mismos que contribuyen a la toma de decisiones para el emprendedor.

Un plan de negocio permite plantear de forma lógica y organizada los distintos elementos que integran una empresa. Con ello se aclaran diferentes ángulos de la operación de la organización para tomar las mejores decisiones. En la medida que el plan logre ser sencillo, específico, realista y completo, será más útil para la elección (Prieto Sierra, 2017, pág. 290).

Con respecto a lo mencionado por el autor, se puede analizar que la elaboración de un plan de negocio es indispensable debido a que es aquí donde se muestran ventajas y desventajas de la aplicación del mismo como inversión de un capital del emprendedor, esta herramienta es flexible y manejable favoreciendo así la posible administración de los recursos a emplear en las actividades empresariales.

1.2.1.1 Plan legal

El plan jurídico legal tiene una importancia vital, es su objetivo consiste en analizar y determinar si la empresa que se pretende crear es viable legal o jurídicamente en un determinado sector. En este sentido, las barreras de entrada administrativas o legales son una de las más difíciles de superar para poder penetrar en un sector. (Castro Abancéns & Rufino Rus, 2012, pág. 42)

Uno de los elementos más importantes para el proceso de la elaboración de un plan de negocios (que en esta investigación está dirigido a la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”) es el plan legal, el cual indica que es empleado para conocer la viabilidad del proyecto de manera jurídica con bases legales analizada desde la perspectiva de las leyes establecidas en el país.

1.2.1.1.1 Forma jurídica

Una de las primeras decisiones que debe adoptar el emprendedor o el equipo de promotores consiste, precisamente, en determinar qué forma jurídica consideran que se adecua mejor a la empresa que desean desarrollar, teniendo en cuenta sus

características y metas que pretendan alcanzar. (Castro Abancéns & Rufino Rus, 2012, pág. 42)

La forma jurídica de una empresa reúne varias características tales como la actividad a la que se dedica la empresa, los propósitos que esta tiene en cuanto a las actividades que desarrollará dentro de un mercado; dependiendo de lo que la empresa establezca adoptará una identidad legal considerando las responsabilidades asumidas en el proceso que se establece para esta asignación.

1.2.1.2 Plan estratégico

Los autores Thompson, Peteraf, Gamble y Stirckland, (2015) afirman que “un plan estratégico expresa la dirección futura de la empresa, su propósito de negocios, sus metas de desempeño y su estrategia” (pág. 37)

Dentro del plan estratégico se establece lo que la empresa desea alcanzar, propósitos, metas, proyectos internos, etc., esta herramienta sirve de guía para que el empresario pueda conocer las estrategias necesarias para crear un nuevo negocio o incrementar nuevos en su empresa.

1.2.1.2.1 Análisis del entorno

El entorno puede ser definido como el conjunto de todas las influencias o factores externos que de una manera u otra inciden en los resultados y actuaciones de la compañía (Castro Abancéns & Rufino Rus, 2012, pág. 70)

El análisis del entorno que se realiza en esta investigación esta direccionado a la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional” para conocer cuáles son los factores que afectan a la empresa, como los cambios en políticas, regulaciones, indicadores económicos, la competencia, servicios sustitutos, etc., así como un análisis interno para evaluar las posibles estrategias que pueden aplicarse para ganar participación en el mercado.

1.2.1.2.2 Análisis FODA

El análisis FODA (en inglés SWOT es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que permitirá trabajar con toda la información que posea sobre negocio, útil para examinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) (Vargas Cueva, 2012, pág. 69).

Considerando el criterio del autor, el análisis FODA implica realizar una evaluación de los factores que inciden para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional” de manera interna como externa, sus fortalezas y debilidades las cuales son características internas y las oportunidades y amenazas que son los factores externos que tengan que ver con el sector al que está dirigido.

1.2.1.3 Estudio de mercado

La investigación de mercado es el análisis, registro y recopilación sistemática de información sobre aspectos generales y específicos del consumidor, del mercado del producto y los servicios (Palacios Acero, 2012, pág. 107).

En el contexto de una investigación, el estudio de mercado es una herramienta que tiene la finalidad de reunir información acerca de un objeto de estudio para conocer aspectos relevantes, en este caso los posibles usuarios que se pueda tener en una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”.

Mientras que para David y David, (2017) “la investigación de mercado consiste en la recopilación, el registro y el análisis sistemático de datos acerca de los problemas relacionados con la comercialización de bienes y servicios” (pág. 102)

Un estudio de mercado permitirá que la empresa conozca de cerca las necesidades específicas de los clientes para poder llegar a ellos de una manera segura, los autores también mencionan que con este proceso se puede determinar si la creación de una lavadora y lubricadora sería ventaja o desventaja para la compañía de taxis “Unión Profesional” de acuerdo al criterio de los usuarios.

1.2.1.3.1 Situación del mercado actual

Sobre la situación del mercado, el portal web de la Cámara de Santa Cruz de Tenerife, (2016), expresa lo siguiente:

En este apartado se detallan las características del mercado (aspectos legales, técnicos, logísticos, de comercialización, de producción), su estructura, barreras de entrada, áreas geográficas (países, regiones, islas, municipios, barrios), tamaño (número de clientes totales, grado de concentración o dispersión de dichos clientes en la región), así como las

previsiones de evolución (tendencias de crecimiento de la demanda).

(pág. 1)

Conocer la situación actual del mercado presenta ventajas ya que a través de ello se parpa el grado de competitividad al que se enfrenta al crear una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional” dentro del mercado, y peor aún si ingresa al mercado a través de la elaboración de un plan de negocios, así mismo aporta de manera positiva al dar a conocer mediante sus procesos el comportamiento de los consumidores y otros aspectos que aportan para determinar la viabilidad de un negocio.

1.2.1.3.2 Análisis de la competencia

Sobre el análisis de la competencia, el portal web CreceNegocios, (2018) considera que se refiere a tomar en cuenta:

Las capacidades, recursos, estrategias, ventajas competitivas, fortalezas, debilidades y demás características de los actuales y potenciales competidores de una empresa, que se realiza con el fin de poder, en base a dicho análisis, tomar decisiones o formular estrategias que permitan competir con ellos de la mejor manera posible. (pág. 1)

El análisis de la competencia en cualquier ámbito empresarial implica realizar una observación sea esta directa e indirecta para examinar de manera detallada el estado en el que se encuentra la competencia frente a la empresa, de manera que se obtengan resultados que permitan crear una ventaja ante ellos para aumentar la

competitividad dentro del mercado con una adecuada toma de decisiones y la formulación de nuevas estrategias.

1.2.1.3.3 Estrategia competitiva

Para Porter, (2015) la estrategia competitiva:

Examina la forma en que una empresa compite con mayor eficacia y fortalece su posición en el mercado. Toda estrategia se da dentro del contexto de las reglas del juego que rigen el comportamiento competitivo conveniente para la sociedad y provienen de las normas éticas y de la política gubernamental (pág. 25)

La aplicación de idas estrategias genéricas o estrategias competitivas en la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional” va asegurar en ciertas formas la permanencia en el mercado, pueda marcar un eje diferenciador entre la competencia el mercado de las lavadoras y lubricadoras que están en crecimiento.

1.2.1.3.4 Segmentación

Para Hill, Jones y Schilling, (2014) la segmentación de mercado “es la forma en que una compañía decide agrupar a los clientes, con base en las diferencias importantes de sus necesidades con preferencias, a fin de obtener una ventaja competitiva” (pág. 154)

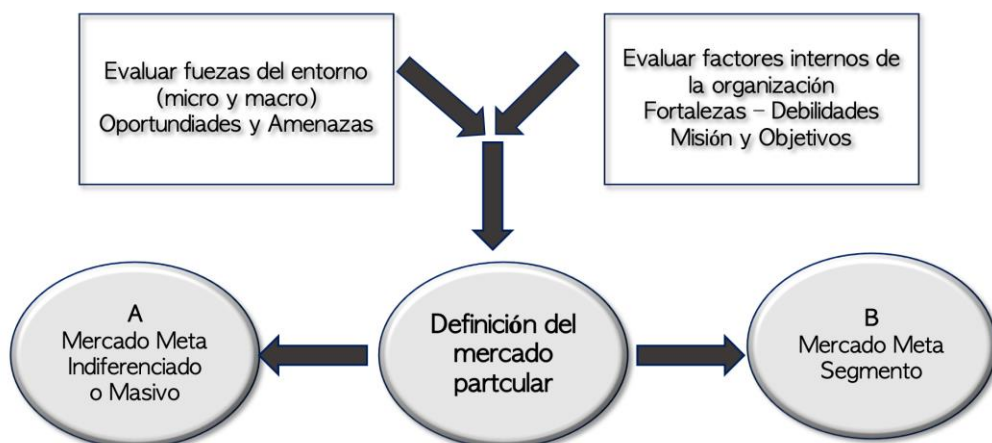
Como parte del estudio de mercado, la segmentación es la recopilación de los posibles clientes a los cuales se dirige la actividad de la empresa, a los cuales se podrá analizar de manera global sus gustos, deseos y necesidades para llegar de una manera más directa al cliente.

1.2.1.3.5 Mercado meta

Mesa Holguín, (Mesa Holguín, 2012) define lo siguiente sobre el mercado meta:

Para definir el o los mercados meta, se requiere primeramente de una evaluación del entorno empresarial, que permita identificar oportunidades y amenazas en el ambiente externo y fortalezas y debilidades en el ambiente interno de la empresa; específicamente, identificar las oportunidades en el mercado respecto a motivos, necesidades, deseos y expectativas de los clientes, capacidad de pago, voluntad y decisión de compra. (págs. 71-72)

Figura 1: Estrategias de selección del mercado meta



*Fuente: Mesa Holguín, (2012) - Fundamentos de Marketing
Elaborado por: Tomalá Roxana*

Tomando como referencia la figura anterior muestra el proceso que lleva el realizar la definición de un mercado meta al que se dirige una empresa. Es el establecimiento del público al que va dirigido el producto o servicio, en este caso de los usuarios de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”, determinando de manera detallada las necesidades, deseos, expectativas que tienen los clientes que acuden a este tipo de establecimientos con el fin de la creación de este plan de negocios pueda cubrir de manera eficiente estos requerimientos.

1.2.1.4 Plan de marketing

Un plan de marketing es un programa para vender los bienes y servicios que la empresa elabora o comercializa. Los mejores planes de marketing son aquellos que describen por escrito los siguientes elementos: el mercado de la empresa; los deseos, las necesidades y preferencias de los clientes; los objetivos empresariales (a corto y largo plazo), las estrategias de la empresa para poder alcanzar sus objetivos (Castro Abancéns & Rufino Rus, 2012, pág. 86)

En el plan de negocio también se encuentra incluido el plan de marketing ya que este tiene como finalidad contribuir al logro de objetivos de la empresa en cuanto a las ventas, promociones, precios, plaza, planteando estrategias para atraer clientes de manera dinámica, eficiente, optimizando recursos que permitan el crecimiento de la empresa que beneficia a la una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”,

1.2.1.4.1 Estrategias de marketing

Kotler y Armstrong, (2017) señalan que:

No existe una estrategia óptima para todas las compañías. Cada empresa debe determinar qué es lo más razonable de acuerdo con su posición dentro de la industria y sus objetivos, oportunidades y recursos. Incluso dentro de una compañía se podrían requerir distintas estrategias para diferentes negocios o productos. (pág. 535)

Las estrategias de marketing se definen de acuerdo a los objetivos planteados en la fase de planificación, estas estrategias tienen la característica de estar dirigidas de manera general al mercado establecido, se establecen con información obtenida en el estudio de mercado, del análisis del entorno, del estudio al perfil del cliente, entre otros análisis previos para poder lanzar el producto o servicio al mercado que en este caso es crear una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”.

1.2.1.4.2 Marketing mix

La mezcla de mercadeo es una forma de describir los elementos de un producto/servicio que se puede ofrecer, controlar y cambiar de tal forma que satisfaga las condiciones comerciales (Palacios Acero, 2012, pág. 119).

Compuesto por varios elementos que se consideran en el plan de marketing para el desarrollo de las estrategias, el marketing mix cumple la función de reunir las

características esenciales de lo que implica, precio, plaza producto y promoción, las cuales deben estar vinculadas de forma que se pueda dar al cliente un servicio completo bajo las observaciones detalladas de cada elemento.

1.2.1.5 Plan de operaciones

El plan de producción consiste en saber cómo fabricar el producto o prestar el servicio, cuánto producir o comprar, cuando producir o prestar el servicio y calcular los recursos materiales, técnicos, económicos y humanos que serán necesario para cumplirlo eficiente, eficaz y productivamente. (Palacios Acero, 2012, pág. 77)

Para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional” se puede analizar el establecimiento de un plan de operaciones en el cual se puedan señalar aspectos como la compra, distribución y optimización de recursos utilizados para la producción del servicio, sean estos materiales, humanos y económicos.

1.2.1.5.1 Servicios

Sobre los servicios las autoras Martín Peña y Díaz Garrido, (2018) sostienen que:

En general, el sector servicios se puede definir como aquel que no produce bienes materiales, sino que provee a la población de servicios necesarios para satisfacer sus necesidades. Este sector es muy variado y engloba una amplia gama de actividades: comercio, transporte, comunicaciones, servicios financieros, entre otras. (pág. 14)

Como el autor menciona, el servicio es todo aquello intangible que produce una empresa para brindar a los clientes. En este plan de negocios se fija como finalidad crear una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional” considerando así que la empresa brinda a los usuarios los servicios para un automóvil.

1.2.1.5.2 Calidad de servicio

Sobre la calidad, Alcalde, (2010), menciona que “es satisfacer las necesidades de los clientes e incluso superar las expectativas que éstos tienen puestas sobre el producto o servicio” (pág. 6).

La calidad del servicio está relacionado con la perspectiva que el cliente tenga acerca de un producto o servicio y de cómo la empresa logra satisfacer las necesidades cumpliendo con las expectativas que el cliente ha tenido de este por lo que cada empresa puede medir la calidad de lo que está ofertando a través de este análisis.

1.2.1.6 Plan organizativo y de recursos humanos

Robbins y Coulter, (2018) manifiesta que.

La administración de recursos humanos es una parte importante de las estrategias de la organización. Lograr un éxito competitivo a través de la gente significa que los gerentes deben modificar su manera de pensar con respecto a sus empleados y a la forma en que ven la relación de trabajo (pág. 207)

Para los autores el plan organizativo y de recursos humanos, implica distribuir de manera eficiente el personal con el que cuenta la empresa de acuerdo con las funciones que se necesitan desempeñar en la empresa y el perfil de cada trabajador, ubicando así de manera organizada asignación de puestos y niveles jerárquicos dentro de la empresa.

1.2.1.6.1 Organigrama

Al respecto, el autor Flores Uribe, (2015), establece que “la estructura orgánica está orientada hacia la operación, esta permite definir las áreas, sus niveles jerárquicos, la distribución de las actividades resulta más sencilla y coherente, por cuanto ya se tiene niveles jerárquicos previamente establecidos” (pág. 66)

Esto permite que para la creación una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”, esta empresa tenga establecido el rol que desempeñan cada uno de sus colaboradores otorgándoles responsabilidades en cada uno de las áreas delegadas.

1.2.1.6.2 Manual de funciones

Vivanco Vergara, (2017) expresa que “el manual de funciones es un documento de apoyo para el personal de una entidad, en el cual contiene políticas, controles y un detalle exhaustivo de todas las actividades a realizarse en un tarea específica” (págs. 247-252)

El manual de funciones crea una ventaja dentro de la administración de los recursos humanos de la empresa, gracias a esta herramienta se puede dar a conocer a cada trabajador las funciones, responsabilidades, tareas y requerimientos que necesita la empresa de cada uno de ellos.

1.2.1.6.3 Políticas empresariales

Las políticas son lineamientos que auxilian el logro de objetivos y facilitan la toma de decisiones. La diferencia que existe entre una política y una regla es que las reglas son mandatos precisos que deben acatarse; mientras que las políticas son flexibles (Münch, Lourdes., 2014, pág. 42).

En cuanto a las políticas se puede mencionar que realizan la función de establecer parámetros los cuales se deben cumplir para un mejor desarrollo de las actividades dentro de las empresas, estas políticas facilitan que el empleador este pendiente del cumplimiento de varias actividades, sin embargo, se debe considerar la rigidez del que implica el imponer una política dentro de una institución.

1.2.1.7 Plan económico financiero

La planeación financiera es una técnica que permite el análisis prospectivo de la empresa y predeterminar cifras sobre bases estadísticas y apreciaciones de hechos y fenómenos que se han suscitado en la organización. Permite elaborar proyecciones de ventas, ingresos y activos tomando como base estrategias alternativas de ventas, mercadotecnia y producción. (Prieto Sierra, 2017, pág. 153)

Como etapa final del plan de negocios, el plan financiero contiene todos aquellos documentos contables que permitirán conocer los varios aspectos económicos que implicara el desarrollo de la creación una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional” como proyecciones, financiamiento, inversión, rentabilidad, ingresos y gastos.

1.2.1.7.1 Inversión

De acuerdo a David y David, (2017) la decisión de inversión “consiste en asignar y reasignar el capital y recursos entre los proyectos, productos, activos y divisiones de una organización. Una vez formuladas las estrategias, es necesario presupuestar el capital para implementar con éxito las estrategias” (pág. 104)

En esta parte inicial del proceso del plan financiero, el empresario debe analizar todos los gastos que se tendrán que hacer como parte del equipamiento de la creación de la empresa, estos gastos comprenden compras de activos fijos, contratación personal, entre otros con el fin de determinar el capital necesario.

1.2.1.7.2 Financiamiento

Mientras que, acerca del financiamiento David y David, (2017) consideran que “determina cuál es la estructura de capital más conveniente para las empresas tras examinar diferentes métodos por medio de los cuales la empresa puede reunir capital” (pág. 104)

El financiamiento se realiza de acuerdo a lo que se establece en el capital, hace posible materializar un proyecto mediante préstamos o créditos bancarios, o también financiamiento propio que es el capital neto que posee una persona; este medio tiene la finalidad de recopilar el monto necesario que requiere el proyecto para poder desarrollarlo.

1.2.1.7.3 Indicadores financieros

Los indicadores de evaluación financiera son índices que señalan si el proyecto es conveniente o no para algún inversionista y determinan la aceptación del mismo para el otorgamiento de créditos, financiamientos, entre otras fuentes de capital para el arranque de cualquier empresa (Prieto Sierra, 2017, pág. 146).

Los indicadores financieros proporcionan datos importantes a lo que respecta la parte económica del plan de negocios, permite tomar decisiones, evaluar condiciones, proponer estrategias y conocer si la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional” es beneficiosa o no.

1.2.2 Creación de empresa

Una de las partes esenciales del proceso del emprendimiento es la creación de una empresa, en otras palabras, es la ejecución de un estudio realizado bajo ciertos parámetros establecidos. Flores Uribe, (2012) expresa que “una empresa se puede crear y organizar cuando se tenga plenamente definido el plan de negocio, por

cuanto en él se prevé el estudio de mercado, los productos y/o servicios, proveedores, tamaño, estructura organizacional y variables financieras” (pág. 171). El desarrollo de esta investigación tiene como fin la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”, según el autor, la creación de una empresa se da luego de haber pasado el proceso de definición de las actividades que implica el plan de negocios.

1.2.2.1 Espíritu emprendedor

Schnarch Kirberg, (2014) considera que “ser emprendedor exige un nuevo espíritu, una nueva mentalidad que hace que el hombre no espere, sino que actúe. Es una nueva filosofía de la vida que obliga al hombre a tomar muy en cuenta sus deseos y los convierte en obligación hacia su medio” (pág. 52).

El espíritu emprendedor se entiende como la capacidad que posee un individuo de tener la mentalidad para crear, innovar y desarrollar nuevas ideas de negocio, estas personas se caracterizan por ser dinámicos, líderes, asertivos, de mente abierta, etc.

1.2.2.1.1 Perfil emprendedor

Para Morales y Pineda, (2015) “la figura de los emprendedores adquiere una elevada importancia, por cuanto ellos son los que asumen el riesgo que implica emprender y quienes deben enfrentar la complejidad de los mercados para sobrevivir” (pág. 180).

El perfil del emprendedor este compuesto por características que hacen a una persona persistente en la tarea de emprender una idea, considerando niveles de responsabilidad, exigencia, y compromiso que tienen para llevar a cabo un proyecto que sobreviva a la competencia en el mercado.

1.2.2.2 Áreas funcionales de la empresa

Münch, (2014) menciona que “un área funcional es el conjunto de procesos, actividades y responsabilidades realizadas en un departamento o área de la organización” (pág. 215).

Las áreas funcionales de una empresa abarcan la asignación de las actividades que se deben cumplir en una empresa, mediante el planteamiento de procesos, designación de recursos en función de las necesidades de la actividad que realiza la empresa y el tamaño de esta. Estas áreas funcionales son: de recursos humanos, finanzas, operaciones, mercadotecnia, dirección y liderazgo.

1.2.2.2.1 Recursos humanos

Según Münch, (2014), “esta área a la que también se le denomina talento humano, relaciones industriales o capital humano, se establecen mecanismos para seleccionar, capacitar y dirigir al personal, y lograr su óptimo desarrollo, así como para evaluar su grado de satisfacción y pertenencia dentro de la organización” (pág. 217)

El área de recursos humanos como área funcional dirige, controla y organiza, el reclutamiento de personal, capacitaciones, sueldos, salarios, tareas y funciones que debe desempeñar el capital humano dentro de la organización.

1.2.2.2 Finanzas

Referente al área de finanzas Münch, (2014) menciona que “la finalidad de área de finanzas es obtener recursos monetarios, invertirlos y asignarlos adecuadamente, así como registrar las operaciones, presentar los resultados de la organización y cumplir con las obligaciones fiscales” (pág. 223)

El área financiera comprende la administración de los recursos económicos que posee la empresa, se encarga de llevar el control y coordinación de pagos, cobros, declaración de impuestos, y todas las actividades contables de manera que cada movimiento quede registrado y documentado.

1.2.2.3 Operaciones

De acuerdo a Münch, (2014) el área de operaciones “también se le denomina administración de operaciones, o administración de manufactura. Esta función comprende todos los procesos que se realizan desde que llega la materia prima hasta que esta se convierte en producto terminado” (pág. 226)

La función del área de operaciones hace referencia al proceso de producción que lleva cada empresa, está encargada de mantener la optimización de recursos,

garantizar la calidad del servicio, controlar el mantenimiento de cada activo como las máquinas y herramientas que se necesitan para producir, etc.

1.2.2.2.4 Mercadotecnia

Por su parte, Münch, (2014) sostiene que “el proceso de administración de mercadotecnia es el conjunto de etapas a través de las cuales se lleva a cabo la mercadotecnia, cuyo objetivo es lograr la satisfacción integral del cliente” (pág. 232)

Otro de los componentes de la empresa es el área de mercadotecnia en el cual se encuentra incluido las ventas y área de marketing, encargadas de los puntos de venta de la empresa, distribución, segmentación, publicidad, comunicación entre otras actividades vinculadas directamente con el acercamiento al cliente.

1.2.2.3 Dirección y liderazgo

Sobre el liderazgo, Robbins y Judge, (2017) expresan que “se define como la habilidad para influir en un grupo y dirigirlo hacia el logro de un objetivo o un conjunto de metas” (pág. 368)

El proceso de dirección y liderazgo se puede definir como el medio mediante el cual se puede aprovechar el talento y habilidades de los miembros de la organización para el desarrollo de tareas que permitan alcanzar las metas propuestas tanto en productividad como en rentabilidad.

1.2.2.3.1 Toma de decisiones

De acuerdo a Chiavenato, (2017) la toma de decisiones “es un proceso que consiste en hacer un análisis y elegir entre varias opciones un curso de acción” (pág. 227)

La toma de decisiones como lo define el autor, es un proceso en el cual se realiza la selección de una alternativa entre varias con el fin dar solución a un problema. Este proceso presenta la ventaja de conocer varias perspectivas de solución para finalmente seleccionar la alternativa correspondiente.

1.2.2.3.2 Motivación

La motivación para Jones y George, (2014) puede definirse como “las fuerzas psicológicas que determinan la dirección del comportamiento de una persona en una organización, su nivel de esfuerzo y su nivel de persistencia” (pág. 463)

Con respecto a lo que mencionan los autores, la motivación es el proceso en el cual un individuo se siente capaz de realizar actividades y funciones con esfuerzo y perseverancia, acompañado de la satisfacción que siente el mismo al cumplir metas o propósitos.

1.2.2.4 Ética y Responsabilidad Social

Prieto Sierra, (2017) define la responsabilidad social como “el compromiso continuo de contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de sus empleados y sus familias, así como de la comunidad local y de la sociedad en general” (pág. 49)

En cuanto a la ética y responsabilidad social en las empresas, son los valores que llevan a la empresa a la mejora continua de sus actividades, al cumplimiento de las metas y a mantener un compromiso dentro de la organización y con la sociedad en general, por parte de sus colaboradores como de sus clientes y proveedores.

1.3 Fundamentos sociales, psicológicos, filosóficos y legales

1.3.1 Fundamentos sociales

Los fundamentos sociales se relacionan al impacto que tiene la investigación en la sociedad, o el aporte que puede generar para contribuir al desarrollo socio-económico del sector, en este caso de la provincia de Santa Elena.

De acuerdo a los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), (2016), se considera que las Pymes en el Ecuador, representan el 95% de las unidades productivas y generan el 60% del empleo en el país. Las micro, pequeñas y medianas empresas –MIPyME- en el ámbito empresarial ecuatoriano tienen un aporte significativo; según el último Censo Nacional Económico, de acuerdo al tamaño, de las 843.745 empresas registradas en 2016, el 90,5% son microempresas, es decir con ventas anuales menores a 100 mil dólares y entre uno y nueve empleados; le sigue la pequeña empresa con el 7,5% y ventas anuales entre 100.001 a 1'000.000 entre 10 y 49 funcionarios.

En tal virtud, el estudio sobre la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional” en el cantón La Libertad, aportó de manera significativa con el desarrollo socio-económico del cantón y de la provincia, puesto

que, una vez que el negocio esté constituido, se podrá brindar nuevas fuentes de empleo a los habitantes de la comunidad.

1.3.2 Fundamentos psicológicos

Los fundamentos psicológicos de la investigación son los aspectos relacionados con la percepción y el impacto que genera la investigación en el individuo; y a través de la investigación se pretende fomentar la creación de nuevos negocios o implementar nuevos servicios en organizaciones establecidas para que las personas puedan tener una fuente de empleo independiente y como resultado que se mejore la calidad de vida de la población del cantón La Libertad.

Otro de los aspectos relevante en los temas de emprendimientos y creación de nuevas líneas de negocio es la motivación, que de acuerdo a Chiavenato, (2017) “es un proceso psicológico básico. Junto con la percepción, las actitudes, la personalidad y el aprendizaje, es uno de los elementos más importantes para comprender el comportamiento humano”. Para que un individuo tome la iniciativa de emprender, debe, necesariamente estar motivado, ya sea por necesidad, por oportunidad o por algún interno o externo que conlleven a la persona a crear nuevas formas de obtener ingresos.

1.3.3 Fundamentos legales

El trabajo de investigación realizado con la finalidad de crear una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional” del cantón La Libertad, se fundamente legalmente en los siguientes apartados.

1.3.3.1 Constitución de la República del Ecuador - 2008

La Constitución de la República del Ecuador, (2008) por medio de la Asamblea Nacional, establece en los siguientes artículos, los aspectos legales que se deben considerar para el proyecto de creación de una Lavadora y Lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”:

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado

Art. 54.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos o privados deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación

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

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

Los artículos citados anteriormente, son los principales componentes en los que se basa la investigación para crear una Lavadora y Lubricadora, en donde se

consideran los aspectos de derecho al trabajo, sistemas de medición de satisfacción a clientes en empresas de servicios y las diferentes formas de organización que reconoce el estado ecuatoriano.

1.3.3.2 Reglamento a Ley de Registro Único de Contribuyente - 2018

Así mismo, es necesario que se consideren los aspectos que tienen que ver con la constitución de la empresa, por lo tanto, como primera medida, se cita lo que establece el Reglamento a la Ley de Registro Único de Contribuyente (RUC), (2018), donde se presentan los siguientes artículos:

Art. 1.- Concepto de Registro Único de Contribuyentes.- Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria.

Art. 2.- Del Registro.- El Registro Único de Contribuyentes será administrado por el Servicio de Rentas Internas.

Art. 3.- De la Inscripción Obligatoria.- Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes.

Los artículos presentados anteriormente, son los principales que se deben considerar y que son obligatorios tener en cuenta para el proceso de constitución de la Lavadora y Lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional” como servicio adicional a los clientes de la compañía.

1.3.3.3 Ley de Compañías - 2014

Así mismo, se exponen los principales artículos que deben considerarse de la Ley de Compañías, (1999):

Art. 1.- Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

1. La compañía en nombre colectivo;
2. La compañía en comandita simple y dividida por acciones; La compañía de responsabilidad limitada;
3. La compañía anónima; y,
4. La compañía de economía mixta.

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

Los artículos mencionados en los párrafos anteriores son los principales a considerarse y que deben ser considerados de conocimiento general para quienes conformen la organización.

Sin embargo, en el contexto legal del plan de negocios, se detallan con una mayor exactitud aquellos aspectos legales en los cuales debe sustentarse el proyecto para su posterior implementación.

1.3.3.4 Plan Nacional de Desarrollo – Toda una Vida (2017-2021)

Así mismo, el proyecto de investigación en aquello que establece el Consejo Nacional de Planificación (CNP), (2017), en el Plan Nacional de Desarrollo, específicamente en el los Objetivos Nacionales de Desarrollo.

Objetivo 1: Garantizar una vida digna con Iguales oportunidades para todas las personas

El garantizar una vida digna en igualdad de oportunidades para las personas es una forma particular de asumir el papel del Estado para lograr el desarrollo; este es el principal responsable de proporcionar a todas las personas –individuales y colectivas, las mismas condiciones y oportunidades para alcanzar sus objetivos a lo largo del ciclo de vida, prestando servicios de tal modo que las personas y organizaciones dejen de ser simples beneficiarias para ser sujetos que se apropian, exigen y ejercen sus derechos.

Eje 2: Economía al Servicio de la Sociedad

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

La generación de trabajo y empleo es una preocupación permanente en los diálogos. En ellos se propone la dinamización del mercado laboral a través de tipologías de contratos para sectores que tienen una demanda y dinámica específica.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

Los materiales y métodos, comprenden los componentes necesarios para el adecuado desarrollo de la investigación, donde se incluyen tipos de investigación, métodos, enfoques, diseño de muestreo y diseño de recolección de datos.

Bajo ese contexto, se consideran los criterios propuesto por, Hernández Sampieri, (2014), Bernal Torres, (2013) e Hinojosa Pérez, (2017), quienes realizan definiciones específicas sobre los aspectos metodológicos utilizado en la investigación.

2.1 Tipos de investigación

Bajo en ese contexto, la presente investigación utilizó dos tipos de investigación como base para su elaboración. La investigación exploratoria, fue utilizada en el levantamiento de información preliminar para formular adecuadamente la problemática de la investigación, de tal manera que se pueda recolectar toda la información relevante para su posterior análisis.

Además, se define a la investigación como descriptiva porque, con la información recolectada a través de la investigación exploratoria se procedió a analizar cada parte de la problemática y en su defecto realizar eficiente el proceso de constitución de la Lavadora y Lubricadora en la compañía de Taxis “Unión Profesional”.

2.2 Métodos de investigación

El presente estudio aplicará dos métodos de investigación. El primero es el método analítico, que de acuerdo a los autores en los que se basa la investigación, consiste en descomponer un objeto de estudio en partes para estudiarlas con una mayor exactitud, a través de este proceso se descompone la problemática del estudio en dimensiones e indicadores y se analizan cada uno de ellos. Posteriormente, se aplicará el método deductivo que es aquel que toma conceptualizaciones generales para realizar conclusiones generales. Aplicado en el presente estudio a través de la recopilación de información de fuentes secundarias, es decir, de estudios que ya han sido realizados en el área de estudio.

2.3 Diseño de muestreo

La población del estudio son todos los elementos que conforman la unidad de análisis y tienen que compartir características similares. Para que los resultados de la investigación sean eficientes, se tomó en cuenta a 10 Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad, cada una con 50 socios, que en total dan 500 personas:

Cuadro 1: Población de estudio

COOPERATIVAS DE TAXIS DEL CANTÓN LA LIBERTAD	
Descripción	Cantidad
Unión Profesional	50
Radio Taxi	50
23 de Julio	50
Libertad con Trabajo	50
Brisa Azul	50
Jesús Del Gran Poder	50
Emanuel	50
Avting S.A.	50
Peninsular	50
TOTAL	500

Muestra

La muestra es una fracción aleatoria y representativa del total de la población, de quienes se extraerá información pertinente y significativa para los resultados de la investigación. En tal virtud, para la selección de la muestra, se aplicó un muestreo aleatorio simple, puesto que se tiene una población finita con un número limitado de elementos y donde todos los elementos que conforman la población, tienen la misma oportunidad de ser elegidos. Por lo tanto, el siguiente cuadro resume el cálculo de la muestra:

Cuadro 2: Cálculo de la muestra

Matriz de Tamaños Muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones Finitas										
N [tamaño del universo]	500	← Escriba aquí el tamaño del universo								
p [probabilidad de ocurrencia]	0,5	← Escriba aquí el valor de p								
Nivel de Confianza (alfa)	1-alfa/2	z (1-alfa/2)								
90%	0,05	1,64								
95%	0,025	1,96								
97%	0,015	2,17								
99%	0,005	2,58								
Fórmula empleada										
$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad \text{donde: } n_0 = p^*(1-p)^* \left(\frac{Z(1-\frac{\alpha}{2})^2}{d} \right)^2$										
Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 500 con una p de 0,5										
Nivel de Confianza	d [error máximo de estimación]									
	10,0%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%	1,0%
90%	59	71	87	108	136	175	228	300	385	465
95%	81	96	115	141	174	217	273	340	414	475
97%	95	113	134	162	198	243	298	362	427	480
99%	125	146	171	202	240	286	338	394	446	485

La muestra se calculó a través del muestreo aleatorio simple, considerando un 95% de nivel de confianza, con un margen de error del 5%, una probabilidad de éxito

del 50% y probabilidad de fracaso del 50%, dando como resultado que, para que los resultados de la investigación sean relevantes, es necesario aplicar 217 encuestas a los socios de las cooperativas de taxis del cantón La Libertad.

2.4 Diseño de recolección de datos

Técnicas de Investigación

Entrevista

La entrevista es un instrumento utilizado para la recolección de información a expertos, en este caso, se aplicó a Directivos de la Cooperativa de Taxis Unión Profesional del cantón La Libertad.

Encuesta

Para la creación de una Lavadora y Lubricadora en la compañía de Taxis “Unión Profesional”, se aplicó una encuesta de opinión a los habitantes del cantón La Libertad (lugar donde se desarrolla la investigación). La encuesta está direccionada con tema relacionado a la creación de empresas y al servicio que ofrecerá este nuevo servicio.

Instrumentos de investigación

Guía de entrevista

La guía de entrevista es la herramienta que se utiliza para llevar a cabo la entrevista, y que la persona que la aplica pueda tener una base para guiarse en el proceso de aplicación.

Cuestionario

El cuestionario es el instrumento que se utiliza en la técnica de encuesta. Este debe ser elaborado con preguntas claras y; por lo general, con cuestionamientos cerrados donde el encuestado pueda contestar sin inconvenientes a los temas presentados.

El cuestionario que se elaboró para obtener la percepción de las personas fue elaborado con la finalidad para conocer la aceptación que tendrá este servicio en la comunidad.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1 Naturaleza del Proyecto

3.1.1 Descripción de la idea de negocio

La idea de negocio sobre la creación de una Lavadora y Lubricadora para la compañía de taxis “Unión Profesional” del cantón La Libertad, surge a través de un estudio exploratorio en el que se pudo evidenciar que, pese a que existe una gran oferta de negocios de este tipo, no cumple con las exigencias y necesidades de los clientes.

En tal virtud, la creación de una lavadora busca cubrir la demanda insatisfecha de los clientes que buscan en este servicio, la mejor opción para el cuidado y mantenimiento de sus vehículos o de sus herramientas de trabajo, para quienes ejercen la labor de taxistas.

3.1.2 Justificación de la empresa

De manera general el sector del transporte en la provincia de Santa Elena crece de manera acelerada, esto se puede evidenciar en el aumento del tráfico en horas “pico” y en el surgimiento de nuevas compañías de taxis que brindan sus servicios a la comunidad del cantón La Libertad y de la provincia de Santa Elena.

Es por ello que la creación de una lavadora y lubricadora apunta a la calidad de servicio brindado a los clientes y que esta pueda posicionarse en el mercado a través de una ventaja competitiva.

3.1.3 Nombre de la empresa

Considerando que la lavadora y lubricadora se da como un servicio complementario de la compañía de taxis “Unión Profesional”, del cantón La Libertad, esta, debe tener aspectos que identifiquen la marca con la empresa antes mencionada con la finalidad de posicionarla en el mercado.

Por lo tanto, se consideraron cinco (5) alternativas para la lavadora y lubricadora, y posteriormente se realizó una ponderación a través de una matriz de atributos evaluando aspectos claves como, apariencia visual, si el nombre es apropiado, agradable, etc., tal como se visualiza en el siguiente cuadro:

Cuadro 3: Evaluación del nombre de la empresa

Nombres	Atributos					
	Apariencia Visual	Distinto	Potencial	Apropiado	Agradable	TOTAL
Thunder Car Wash	3	4	4	2	3	16
Limpiacar	3	3	3	4	4	17
Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”	4	5	5	4	5	23
Servi Wash	3	4	3	4	4	18
Quality & Wash	3	2	3	3	3	14
El nombre para la empresa es: Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”						

Elaborado por: Tomalá Roxana

De acuerdo a la evaluación de las alternativas el nombre que llevará la empresa será Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”.

3.1.4 Descripción de la empresa

Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”, al igual que la compañías de taxis que lleva el mismo nombre, se fundará como una Compañía de Responsabilidad Limitada Cía. Ltda., que de acuerdo a la Ley de Compañías, (1999)

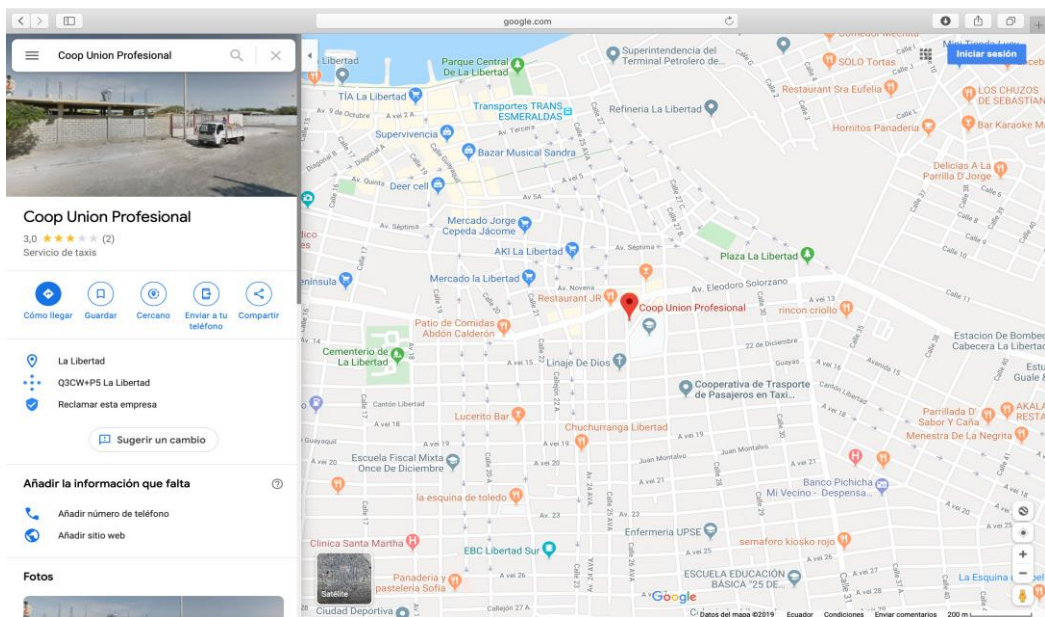
La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Localización

La localización de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional” será en los predios de la compañía de taxis, puesto que existe un terreno propio sin construir, el mismo que será aprovechado para que la nueva empresa funcione, cuya dirección es: avenida 23 y calle 26 esq. (5,49 km). La Libertad, Guayas, Ecuador.

Por lo general, la decisión de localización se realiza a través de una evaluación de factores, sin embargo, la compañía cuenta con predios propios que reducirán los costes de alquiler de local.

Figura 2: Localización de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”



Fuente: Google Maps, (2019)

3.1.5 Análisis FODA

Figura 3: Análisis FODA de la Lavadora y Lubricadora



Elaborado por: Tomalá Roxana

La matriz FODA, es una herramienta indispensable en el plan de negocios o estudio de factibilidad de una empresa, en tal virtud, se realizó este proceso con la lavadora y lubricadora “Unión Profesional”, con el objetivo de analizar la situación de la empresa y establecer las estrategias adecuadas para posicionarse en el mercado.

3.1.6 Filosofía empresarial

Cuadro 4: Filosofía Empresarial

FILOSOFÍA EMPRESARIAL DE LA LAVADORA Y LUBRICADRA “UNIÓN PROFESIONAL”
MISIÓN EMPRESARIAL
<p>Ser una de las empresas más eficientes para el lavado y mantenimiento de automóviles en la provincia de Santa Elena, ofreciendo a cada uno de nuestros clientes soluciones prácticas para el aseo de sus vehículos con la calidad, servicio y compromiso que nos caracteriza, y así poder garantizar la lealtad del consumidor.</p>
VISIÓN EMPRESARIAL
<p>Garantizar la satisfacción y servicio de excelencia, ofreciendo una alternativa para maximizar el tiempo del cliente, creando la combinación perfecta entre servicio y calidad que provoque la lealtad de nuestros clientes..</p>
VALORES CORPORATIVOS
<ul style="list-style-type: none">• Responsabilidad: Cumplimos los compromisos adquiridos con una actitud positiva que se refleja en nuestra variedad de servicios para satisfacer a nuestros clientes.• Innovación: Trabajamos continuamente para ampliar nuestro portafolio de servicios.• Compromiso: Trabajamos con voluntad, damos valor agregado a nuestras actividades y cumplimos con las políticas de calidad para garantizar un servicios diferenciador.• Colaboración: Nuestro equipo de trabajo se caracteriza por su amplio espíritu colaborador con la sociedad y con quienes lo necesiten.• Respeto: Las actividades desarrolladas por “Unión Profesional”, siempre están enmarcadas bajo la línea de respeto hacia nuestros clientes y hacia nuestros colaboradores.• Pasión: Cada producto que elaboramos está elaborado con pasión, porque nuestro objetivo es ofrecer un producto de calidad.

Elaborado por: Tomalá Roxana

3.2 Mercado

3.2.1 Tamaño del mercado

En esta parte del plan de negocios, se realiza un análisis de los competidores que tendrá la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”. Es importante, puesto que, de acuerdo a los resultados obtenidos, se pueden establecer las estrategias ofensivas y/o defensivas, para garantizar que no habrá un mayor impacto en las actividades comerciales que se realicen.

3.2.2 Consumo aparente

Para determinar básicamente el consumo aparente de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”, se deberá hacer énfasis en definir primeramente el target o mercado del negocio, la misma que se refleja de acuerdo a los resultados de las encuestas para sintetizar el nivel de aceptación por parte de los posibles clientes. Para ello se debe tomar como base los 500 socios de las diferentes cooperativas de taxis del cantón La Libertad y los diferentes vehículos livianos y pesados matriculados en la provincia de Santa Elena, por lo tanto, se muestra en la siguiente tabla el mercado meta que tendrá la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”:

Tabla 1: Mercado Meta

Población	Nivel de Aceptación	Mercado
500	61,80%	155
28.799		8.889

Elaborado por: Tomalá Roxana

Por consiguiente, el mercado meta de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional” será de 9.054 personas que tendrá vehículos en busca de servicios de lavado y lubricación.

Una vez definido el mercado meta del negocio, se procede a sintetizar el consumo aparente, en la que estará bajo la frecuencia o uso del servicio que buscará cada diferente vehículo, por lo que se muestra en la siguiente tabla el consumo aparente tomando en cuenta los resultados de encuestas de la pregunta “¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de una lavadora/lubricadora?”

Tabla 2: Consumo Aparente

CONSUMO APARENTE					
Frecuencia de Consumo		Diario	Semanal	Quincenal	Mensual
Lavado Rápido	11.321	4.596	3.917	2.038	792
Baño de Espuma	5.656	2.296	1.957	1.018	396
Lavado Premium	3.046	1.237	1.054	548	213
Cambio de Aceite	3.394	1.378	1.174	611	238
TOTAL	23417	9507	8102	4215	1639

Elaborado por: Tomalá Roxana

A continuación, se muestra en la siguiente tabla la demanda proyectada de acuerdo al número de servicios a ofrecer dependiendo las necesidades o requerimientos de los diferentes vehículos y su proyección estará dado por el nivel de participación de mercado del 4% cada año.

Tabla 3: Demanda Proyectada

DEMANDA PROYECTADA					
Período	2019	2020	2021	2022	2023
Lavado Rápido	11321	11768	12220	12676	13136
Baño de Espuma	5656	6000	6346	6694	7044
Lavado Premium	3046	3076	3106	3138	3171
Cambio de Aceite	3394	3426	3459	3493	3528
TOTAL	23417	24270	25131	26001	26879

Elaborado por: Tomalá Roxana

La demanda proyectada de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional” será pronosticada con el 4% de participación de mercado y los 4 servicios que el negocio brindará según los requerimientos del vehículo.

3.2.3 Participación de la competencia en el mercado

La provincia de Santa Elena cuenta con varios negocios entre microempresas, pequeñas y medianas empresas, sin embargo, a continuación se mencionan aquellas que tienen una mayor participación en el mercado:

Cuadro 5: Participación de la competencia en el mercado

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA		
Nombre	Lugar	Servicios
Tecniservicio CLP	La Libertad	Servicio de lavado y pulverizado para vehículos pesados. Aspirado. Servicios de mecánica Cambio de aceite Alineación Balanceo.
Lavadora y Lubricadora Borbor	La Libertad	Servicios de lavado express. Lavado completo Lavado completo con aceites especiales Cambio de aceite Desmanchado y brillo
CarFresh	Salinas	Servicio de lavado y pulverizado para vehículos pesados. Aspirado. Servicios de mecánica Cambio de aceite

Elaborado por: Tomalá Roxana

3.2.4 Estudio de mercado

Objetivos del estudio de mercado

- Establecer el tamaño de mercado en el que a empresa Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional” ingresará a competir dentro del cantón La Libertad aplicando las estrategias empresariales adecuadas.
- Analizar la aceptación de los servicios que ofrece la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional” mediante la definición del consumo aparente en el cantón La Libertad.
- Definir estrategias competitivas que permitan obtener una participación en el mercado significativa ante la competencia de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”.
- Analizar los gustos y preferencias de los posibles consumidores que permita a la empresa Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional” tener conocimiento de los servicios con más demanda dentro el mercado.

Segmentación de mercado

Para la definición de la segmentación de mercado de la empresa Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional” se consideró varios de los elementos que componen los sectores demográficos de la provincia de Santa Elena, sin embargo, la segmentación delimita a los socios de las cooperativas de taxis del cantón La Libertad, como se describe en el siguiente cuadro:

Cuadro 6: Público Objetivo

COOPERATIVAS DE TAXIS DEL CANTÓN LA LIBERTAD	
Descripción	Cantidad
Unión Profesional	50
Radio Taxi	50
23 de Julio	50
Libertad con Trabajo	50
Brisa Azul	50
Jesús Del Gran Poder	50
Emanuel	50
Avting S.A.	50
Peninsular	50
TOTAL	500

Elaborado por: Tomalá Roxana

Los servicios que ofrece la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”, están dirigidos a todas las personas que utilizan un vehículo como medio de transporte o trabajo, sin embargo, se realiza la segmentación para las cooperativas de taxis, puesto que son quienes utilizan con mayor frecuencia servicios relacionados al sector de transporte, entre ellos, lavado rápido, premium, limpieza de motores, cambio de aceite, etc.

Establecimiento de la Estrategia Global Corporativa

Para definir una estrategia global corporativa es necesario definir lo que estas comprenden, de acuerdo con los autores las principales estrategias utilizadas por las empresas actualmente son las estrategias genéricas de Porter que se dividen en Liderazgo en costos, diferenciación y enfoque.

Liderazgo en costos: Se caracteriza por realizar una competencia con costos bajos a diferencia de los que se encuentran en el mercado sin descuidar la calidad del servicio que se está ofreciendo.

Diferenciación: la diferenciación se reconoce por presentar un factor que haga única la experiencia del cliente en la empresa, en este caso el recibimiento del servicio, y otros factores que se potencializan con el conocimiento del valor agregado que ofrece a empresa a su mercado.

Enfoque: esta estrategia se define a partir del estudio del segmento de mercado y los consumidores potenciales que se espera tener, con este proceso se define una estrategia la cual vaya dirigida de manera exclusiva para una mejor atención al cliente.

Con la definición de estas estrategias se analizan los posibles elementos que harán posible que la empresa pueda ser reconocida dentro del mercado, los cuales se describen a continuación:

Figura 4: Estrategias definidas para la empresa



Elaborado por: Tomalá Roxana

Análisis de los resultados de la encuesta aplicada a socios de las cooperativas de taxis del cantón La Libertad

a. Instrucción

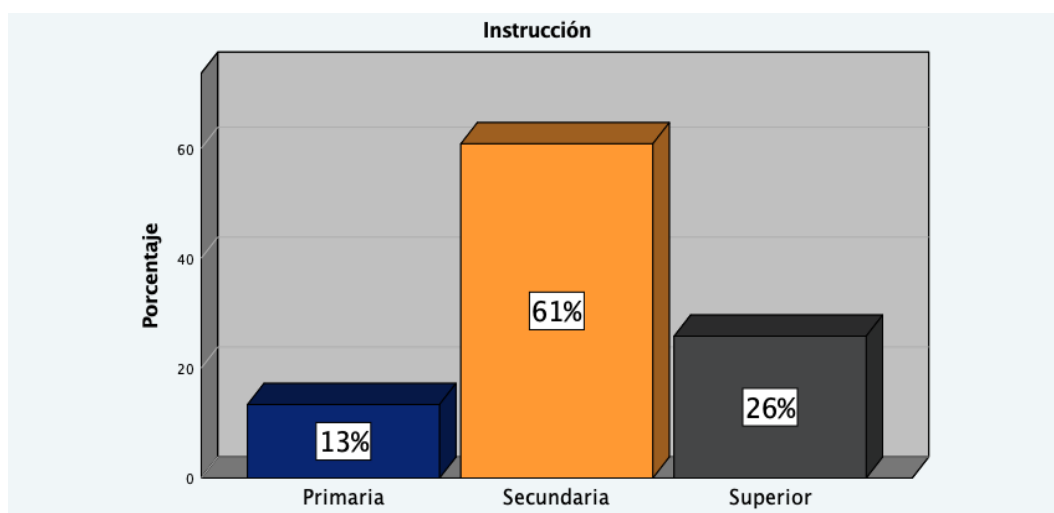
Tabla 4: Instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	29	13,4	13,4	13,4
	Secundaria	132	60,8	60,8	74,2
	Superior	56	25,8	25,8	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Gráfico 1: Instrucción



Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Como parte de la investigación se aplicó la encuesta, dirigida a los habitantes del cantón La libertad en la que se consideró el nivel de educación que tienen, obteniendo que la mayoría de encuestados tiene instrucción secundaria, seguido de los que tienen un nivel de educación superior y finalmente, los que tienen instrucción primaria.

b. Edad

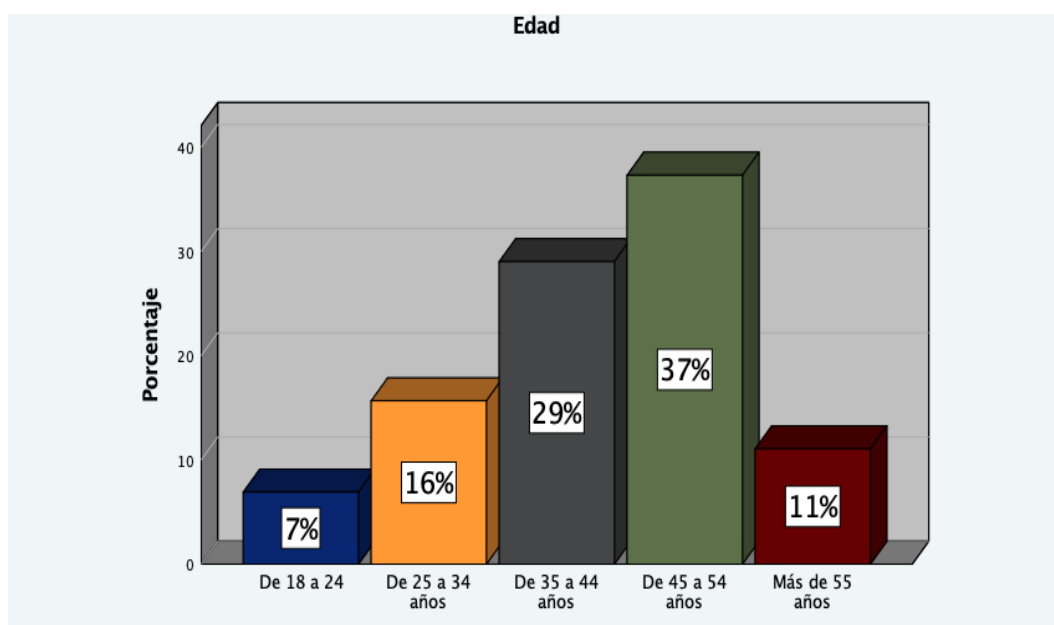
Tabla 5: Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 18 a 24	15	6,9	6,9	6,9
	De 25 a 34 años	34	15,7	15,7	22,6
	De 35 a 44 años	63	29,0	29,0	51,6
	De 45 a 54 años	81	37,3	37,3	88,9
	Más de 55 años	24	11,1	11,1	100,0
	Total		217	100,0	100,0

Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Gráfico 2: Edad



Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Uno de los aspectos a considerar como dato de información es la edad de los encuestados, de lo que se puede observar que el mayor porcentaje de ellos está en el rango de 45 a 54 años, seguido de quienes se encuentran entre los 35 a 44 años, continuando de manera descendente con los que tienen entre 25 a 34 años, otra parte menor tiene más de 55 años, y la mínima parte de ellos tienen entre 18 a 24 años.

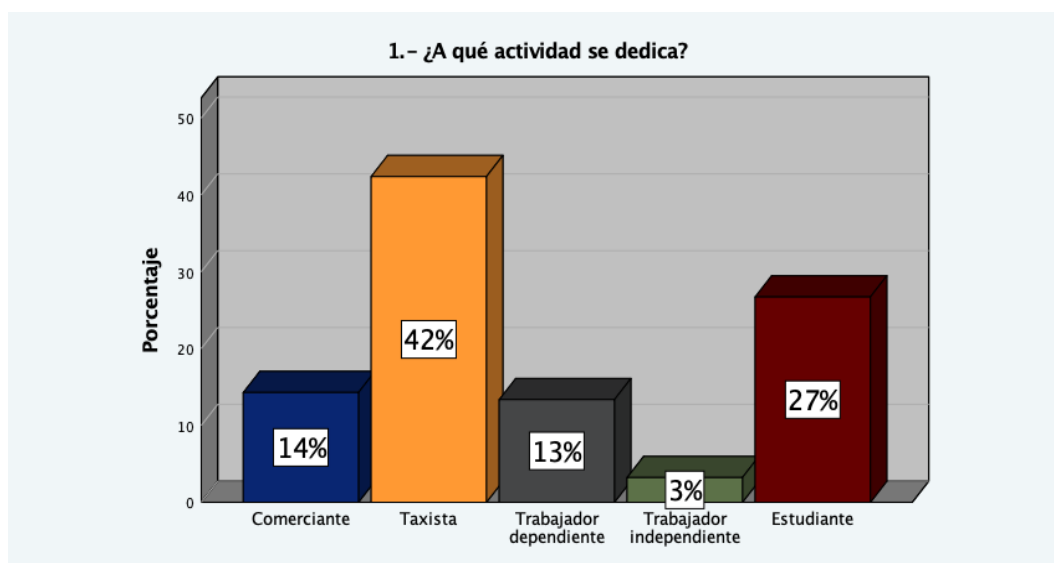
1.- ¿A qué actividad se dedica?

Tabla 6: Actividad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Comerciante	31	14,3	14,3	14,3
Taxista	92	42,4	42,4	56,7
Trabajador dependiente	29	13,4	13,4	70,0
Trabajador independiente	7	3,2	3,2	73,3
Estudiante	58	26,7	26,7	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad
Elaborado por: Tomalá Roxana

Gráfico 3: Actividad



Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad
Elaborado por: Tomalá Roxana

De acuerdo con los resultados de la encuesta aplicada se pudo conocer que gran parte de los encuestados fueron taxistas seguido de otro porcentaje que mencionó ser estudiante, también fueron encuestados comerciantes y trabajadores, y con el menor porcentaje se encuentran los trabajadores independientes.

2.- ¿Conoce usted a la compañía de Taxis “Unión Profesional”?

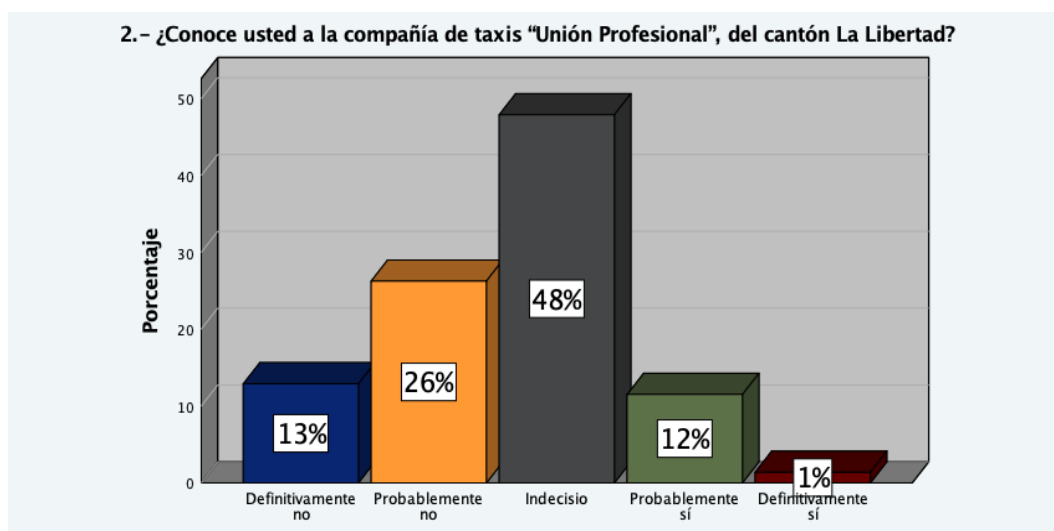
Tabla 7: Conocimiento de la marca

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	28	12,9	12,9	12,9
	Probablemente no	57	26,3	26,3	39,2
	Indecisión	104	47,9	47,9	87,1
	Probablemente sí	25	11,5	11,5	98,6
	Definitivamente sí	3	1,4	1,4	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Gráfico 4: Conocimiento de la marca



Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Para completar la información necesaria para investigación se cuestionó a los habitantes del cantón La Libertad acerca del conocimiento que tiene acerca de la compañía de Taxis “Unión profesional” a lo que se obtuvo como respuesta que la gran mayoría se encuentra indeciso, seguido de quienes probablemente no conocen a la compañía, sin embargo un mínimo porcentaje definitivamente si la conoce.

3.- ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de una lavadora/lubricadora?

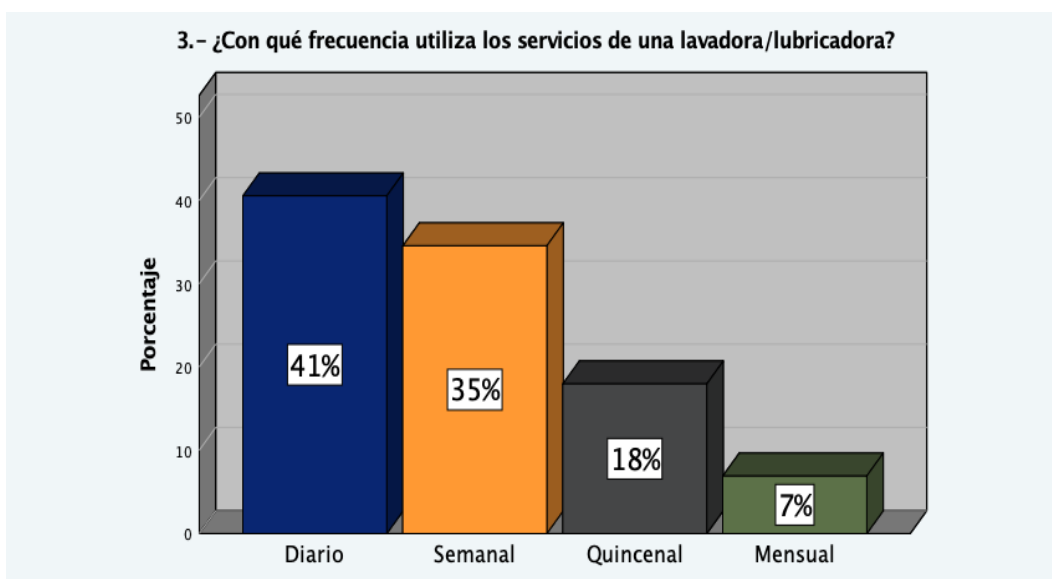
Tabla 8: Frecuencia del servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Diario	88	40,6	40,6
	Semanal	75	34,6	75,1
	Quincenal	39	18,0	93,1
	Mensual	15	6,9	100,0
	Total	217	100,0	

Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Gráfico 5: Frecuencia del servicio



Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

También se cuestionó acerca de la frecuencia con la que los usuarios utilizan una lavadora /lubricadora, a lo que se tuvo como respuesta que la mayoría requiere de este servicio a diario, seguido de los usuarios que semanalmente recurren a él, continuando con los que lo utilizan las lavadora/lubricadora cada quincena y finalmente los de frecuencia mensual.

4.- ¿Qué tipo de servicios utiliza cuando va a una lavadora/lubricadora?

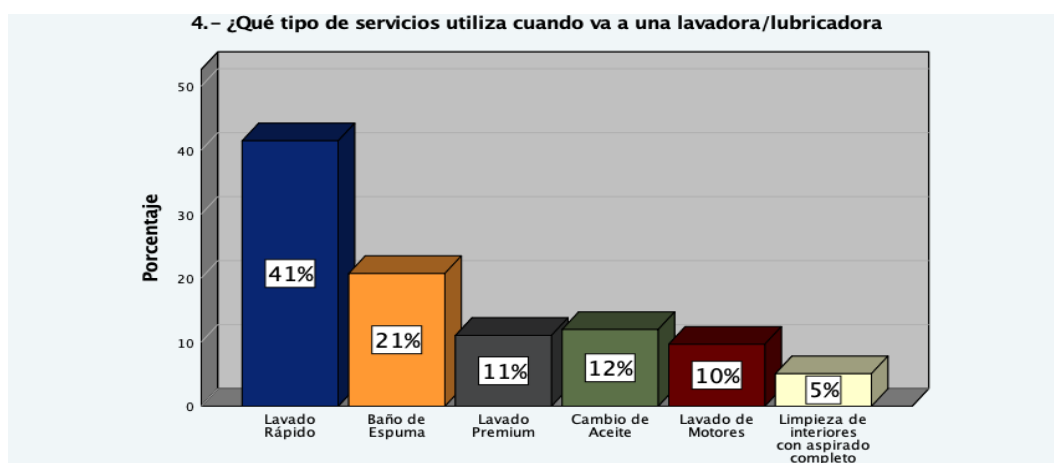
Tabla 9: Tipo de servicios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Lavado Rápido	90	41,5	41,5	41,5
Baño de Espuma	45	20,7	20,7	62,2
Lavado Premium	24	11,1	11,1	73,3
Cambio de Aceite	26	12,0	12,0	85,3
Lavado de Motores	21	9,7	9,7	94,9
Limpieza de interiores con aspirado completo	11	5,1	5,1	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Gráfico 6: Tipo de servicios



Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Entre los múltiples servicios que ofrecen las lavadoras/lubricadoras los encuestados manifestaron que la mayoría utiliza el lavado rápido, otro porcentaje indicó que consume baño de espuma, continuando con los que utilizan el cambio de aceite, lavado premium y lavado de motores, y finalmente están quienes utilizan limpieza de interiores con aspirado completo.

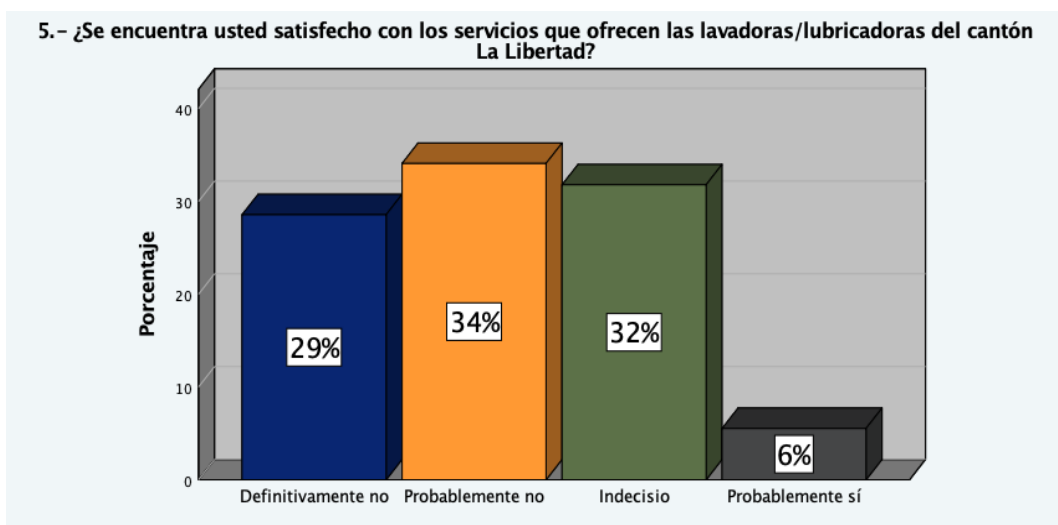
5.- ¿Se encuentra satisfecho con los servicios que ofrecen las lavadoras/lubricadoras del cantón La Libertad?

Tabla 10: Satisfacción del cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	62	28,6	28,6	28,6
	Probablemente no	74	34,1	34,1	62,7
	Indeciso	69	31,8	31,8	94,5
	Probablemente sí	12	5,5	5,5	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad
Elaborado por: Tomalá Roxana

Gráfico 7: Satisfacción del cliente



Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad
Elaborado por: Tomalá Roxana

La satisfacción del cliente es importante al momento de crear competencia dentro del mercado es por ellos es necesario conocer el nivel de satisfacción actual de los habitantes del cantón La Libertad, los encuestados respondieron que probablemente no se encuentran satisfechos con los servicios que reciben, otra parte de ellos manifestaron estar indecisos y algunos no están satisfechos.

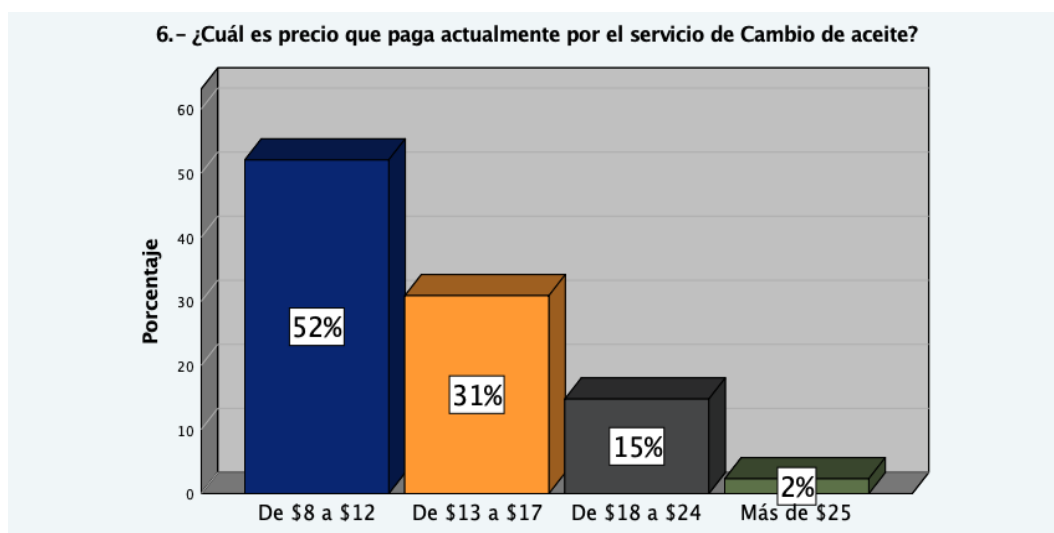
6.- ¿Cuál es el precio que paga actualmente por el servicio de cambio de aceite?

Tabla 11: Precio cambio de aceite

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De \$8 a \$12	113	52,1	52,1	52,1
	De \$13 a \$17	67	30,9	30,9	82,9
	De \$18 a \$24	32	14,7	14,7	97,7
	Más de \$25	5	2,3	2,3	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad
Elaborado por: Tomalá Roxana

Gráfico 8: Precio cambio de aceite



Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad
Elaborado por: Tomalá Roxana

Los precios actualmente se encuentran en mutua competencia dependiendo de la calidad de servicios que reciben, uno de los servicios es el cambio de aceite por lo que los usuarios mayormente pagan entre \$8 a \$12, mientras tanto hay otros clientes que están dispuestos a cancelar de \$13 a \$17, en menor cantidad están quienes cancelan \$18 a \$24 y finalmente se encuentran quienes cancelan más de \$25 por este servicio.

7.- ¿Cuál es el precio que paga actualmente por el servicio de Lavado Rápido?

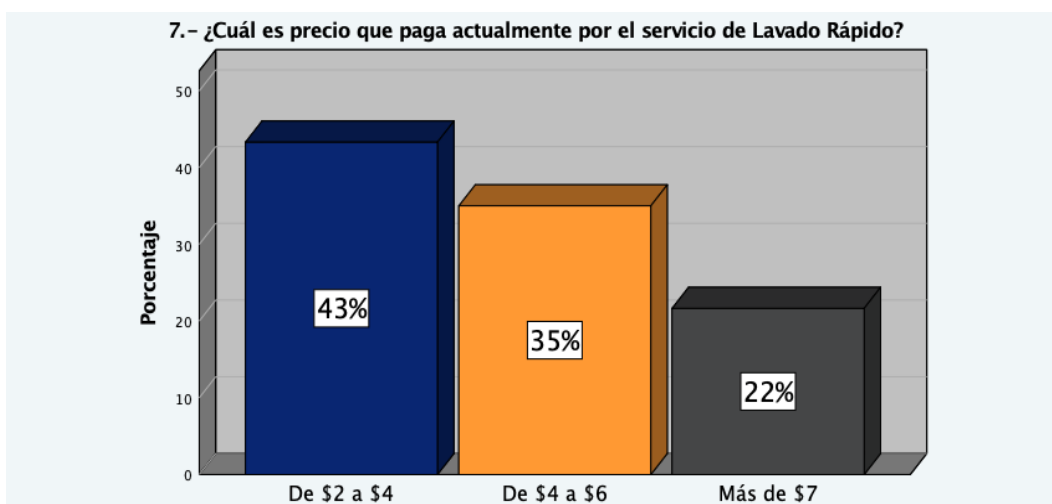
Tabla 12: Precio Lavado Rápido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De \$2 a \$4	94	43,3	43,3	43,3
	De \$4 a \$6	76	35,0	35,0	78,3
	Más de \$7	47	21,7	21,7	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Gráfico 9: Precio Lavado Rápido



Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Entre otros de los servicios que ofrecen las lavadoras/lubricadoras se encuentra el lavado rápido, este servicio mayormente tienen un precio de \$2 a \$4 por lo que están dispuestos a pagar los clientes, seguido de los encuestados que respondieron cancelar entre \$4 a \$6 y un porcentaje menor están quienes pagan por un cambio de aceite más de \$7

8.- ¿Cuál es el precio que paga actualmente por el servicio de Baño de espuma?

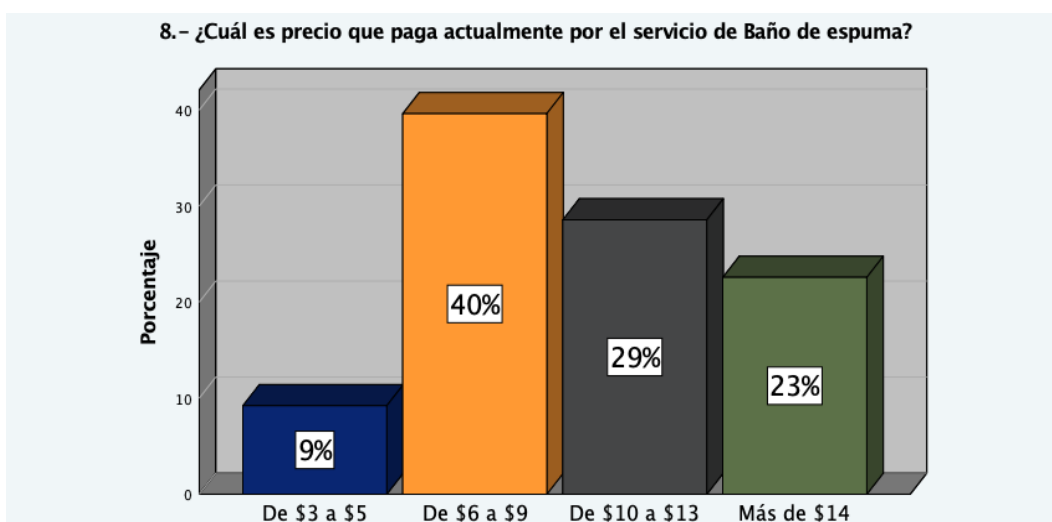
Tabla 13: Precio Baño de espuma

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De \$3 a \$5	20	9,2	9,2	9,2
	De \$6 a \$9	86	39,6	39,6	48,8
	De \$10 a \$13	62	28,6	28,6	77,4
	Más de \$14	49	22,6	22,6	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Gráfico 10: Precio Baño de espuma



Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

El baño de espuma es otro de los servicios que ofrecen las lavadoras/lubricadoras del cantón La Libertad, es por ellos que se preguntó a los encuestados cual es el precio que se cancela actualmente por este servicio, la mayor parte de ellos respondieron cancelar entre \$6 a \$9, el porcentaje al cual se le une en menor cantidad son los que pagan entre \$10 a \$13, otros que se permiten pagar más de \$14 y una mínima cantidad que cancela entre \$3 a \$5.

9.- ¿Cuál es el precio que paga actualmente por el servicio de Lavado premium?

Tabla 14: Precio Lavado premium

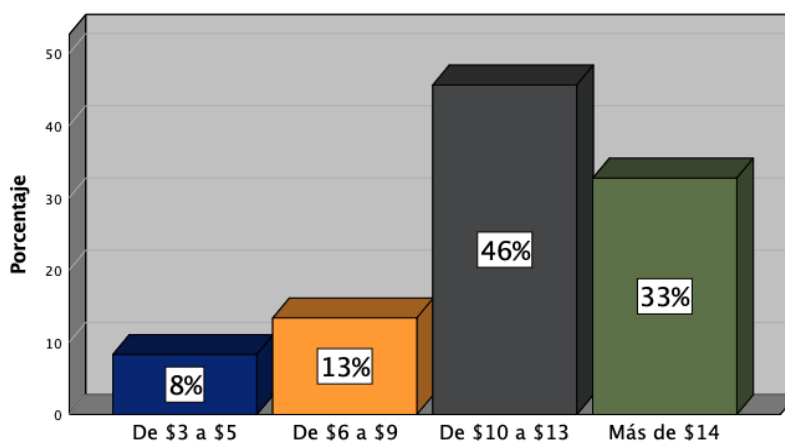
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De \$3 a \$5	18	8,3	8,3	8,3
	De \$6 a \$9	29	13,4	13,4	21,7
	De \$10 a \$13	99	45,6	45,6	67,3
	Más de \$14	71	32,7	32,7	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Gráfico 11: Precio Lavado premium

9.- ¿Cuál es precio que paga actualmente por el servicio de Lavado premium?



Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Para establecer los precios de los servicios de una lavadora/lubricadora se cuestionó acerca de lo que los usuarios pagan comúnmente, gran parte de ellos cancelan por el lavado Premium un aproximado entre \$10 a \$13, por otra parte, se encuentran los que pagan más de \$14, en menor porcentaje se encuentra usuarios que se permiten cancelar entre \$6 a \$9 y el mínimo de los porcentajes que cancela de \$3 a \$5

10.- ¿Cuál es el precio que paga actualmente por el servicio de Lavado de motores?

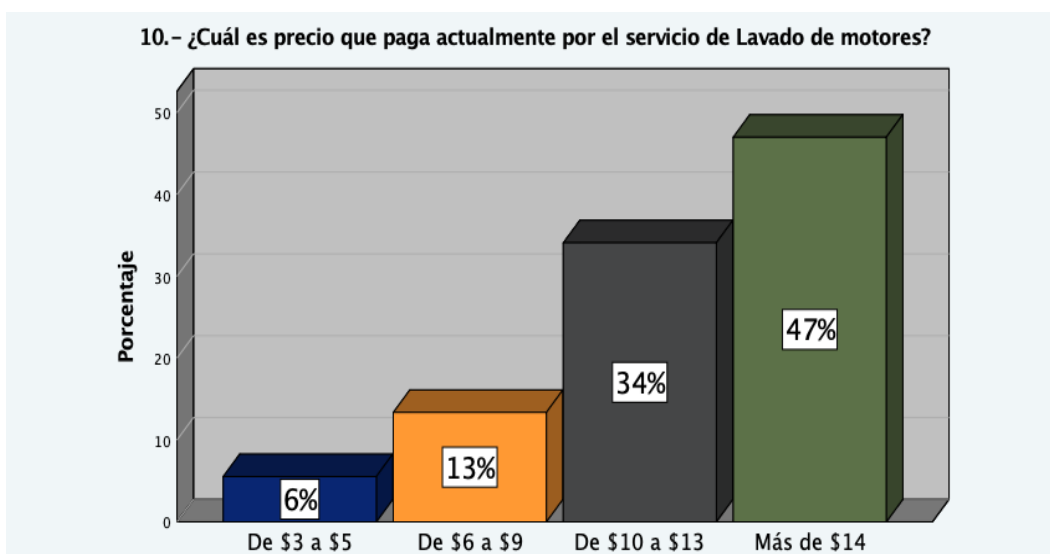
Tabla 15: Precio Lavado de motores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De \$3 a \$5	12	5,5	5,5	5,5
	De \$6 a \$9	29	13,4	13,4	18,9
	De \$10 a \$13	74	34,1	34,1	53,0
	Más de \$14	102	47,0	47,0	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Gráfico 12: Precio Lavado de motores



Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Otro de los servicios a ofertar por esta clase de establecimientos es el lavado de motores que según los resultados de la encuesta los usuarios cancelan más de \$14 por este, existen también quienes cancelan entre \$10 a \$13, seguido de los que manifiestan pagar por este tipo de lavado \$de \$6 a \$9, como mínimo porcentaje se encuentran los clientes que demandan este servicio a un precio de \$3 a \$5

11.- ¿Cuál es el precio que paga actualmente por el servicio de Limpieza de interiores con aspirado completo?

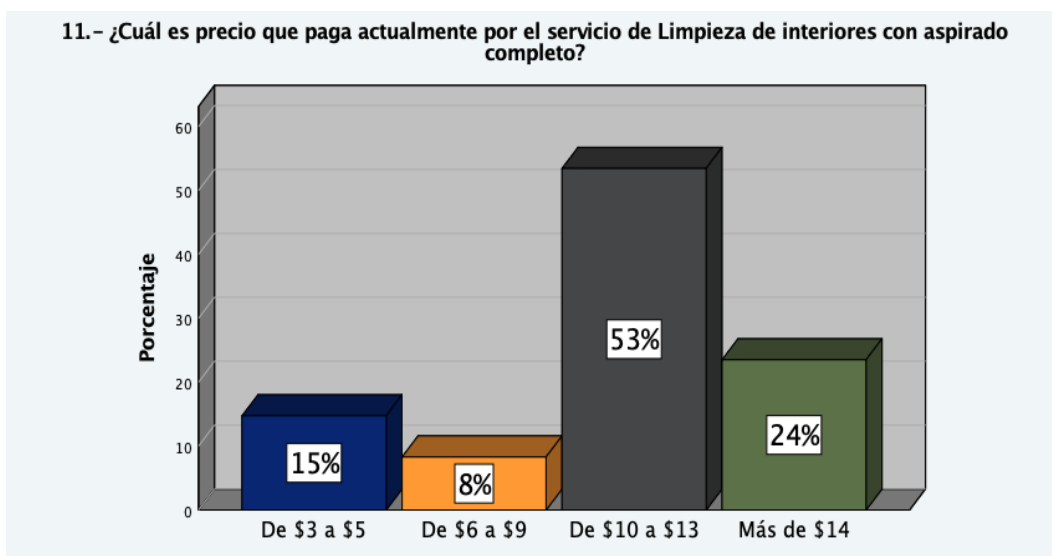
Tabla 16: Precio Limpieza de interiores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De \$3 a \$5	32	14,7	14,7	14,7
	De \$6 a \$9	18	8,3	8,3	23,0
	De \$10 a \$13	116	53,5	53,5	76,5
	Más de \$14	51	23,5	23,5	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Gráfico 13: Precio Limpieza de interiores



Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Finalmente, se cuestiono acerca del precio destinado para el servicio de limpiezas de interiores con aspirado completo, el cual según los resultados de la investigación la mayoría de usuarios cancela entre \$10 a \$13, a pesar de ello están en menores porcentajes clientes que pagan más de \$14 y los que cancelan entre \$3 a \$5, el porcentaje menor lo ocupa quienes cancelan de \$6 a \$9

12.- ¿Qué aspectos considera importante en los locales de lavadoras/lubricadoras?

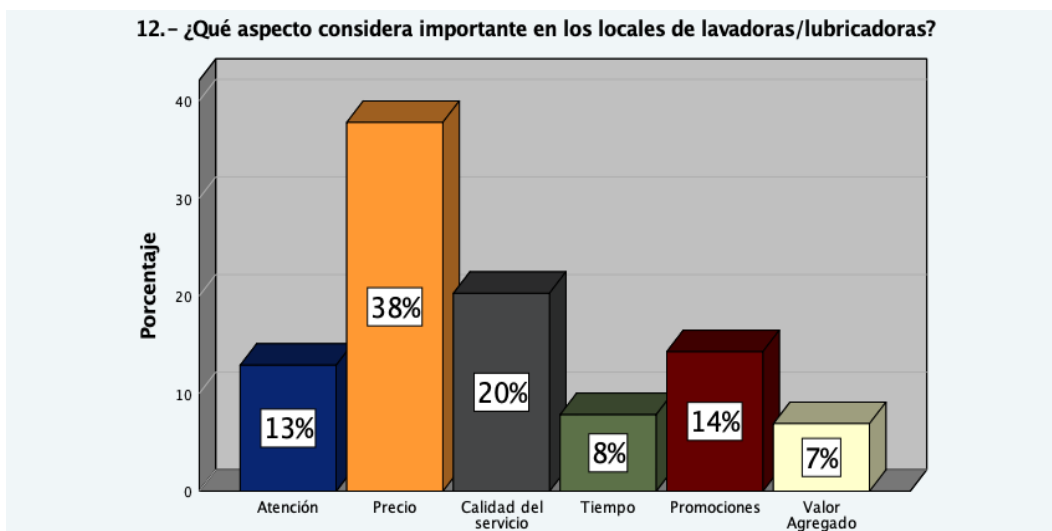
Tabla 17: Aspectos importantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Atención	28	12,9	12,9	12,9
	Precio	82	37,8	37,8	50,7
	Calidad del servicio	44	20,3	20,3	71,0
	Tiempo	17	7,8	7,8	78,8
	Promociones	31	14,3	14,3	93,1
	Valor Agregado	15	6,9	6,9	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Gráfico 14: Aspectos importantes



Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Los clientes evalúan entre una serie de características para elegir donde recurrir cuando requieren un servicio de lavadoras/lubricadores, entre los resultados se refleja como el aspecto más relevante el precio, seguido de la calidad del servicio, otro porcentaje manifiesta acerca de la atención, las promociones y los porcentajes mínimos los ocupa el tiempo y el valor agregado.

13.- ¿Estaría usted dispuesto a utilizar los servicios de una nueva Lavadora/lubricadora en el cantón La Libertad?

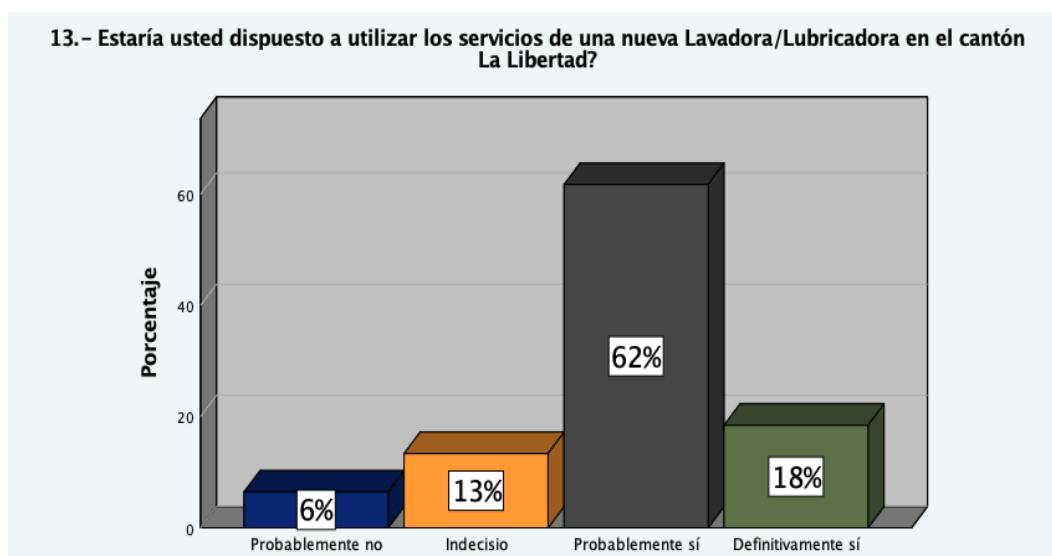
Tabla 18: Disposición

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Probablemente no	14	6,5	6,5	6,5
	Indeciso	29	13,4	13,4	19,8
	Probablemente sí	134	61,8	61,8	81,6
	Definitivamente sí	40	18,4	18,4	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

Elaborado por: Tomalá Roxana

Gráfico 15: Disposición



Fuente: Encuestas a socios de Cooperativas de Taxis del cantón La Libertad

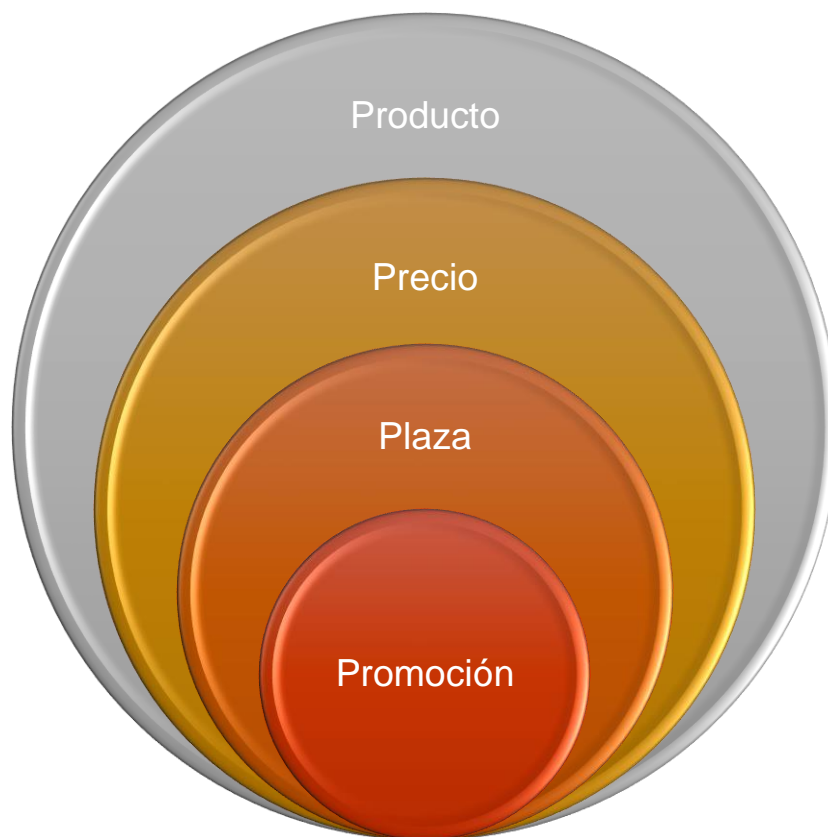
Elaborado por: Tomalá Roxana

La competencia dentro del mercado de las lavadoras/lubricadoras en el cantón La Libertad es fuerte, pese a ello los encuestados respondieron en su mayoría que probablemente estén dispuestos a utilizar el servicio de una nueva lavadora/lubricadora dentro del cantón, sin embargo, a un porcentaje menor que indica que probablemente no utilizaría este nuevo servicio.

3.2.5 Marketing mix

En el proceso que se lleva a cabo en la creación de un plan de negocios, el marketing mix es un elemento fundamental, el cual está compuesto por las cuatro principales “P” del marketing como lo son producto precio, promoción y plaza.

Figura 5: Marketing mix de la Lavadora y Lubricadora Unión Profesional



Elaborado por: Tomalá Roxana

Producto o Servicio

En la parte de productos o servicios, se describen aquellos que estarán los que la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional” ofrecerá a sus clientes, los mismos que se describen a continuación:

Cuadro 7: Servicios a ofrecer

SERVICIOS DE LAVADORA Y LUBRICADORA “UNIÓN PROFESIONAL”	
NOMBRE	SERVICIO
Lavado Rápido	
Baño de espuma	
Lavado Premium	

Elaborado por: Tomalá Roxana

SERVICIOS DE LAVADORA Y LUBRICADORA “UNIÓN PROFESIONAL”	
NOMBRE	SERVICIO
Cambio de Aceite	
Lavado de motores	
Limpieza de interiores	

Elaborado por: Tomalá Roxana

Logotipo

El logotipo de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”, debe estar orientado al posicionamiento en el mercado, en tal virtud, se diseñó un logotipo profesional e innovador

Figura 6: Logotipo de la empresa



Elaborado por: Tomalá Roxana

Colores

Negro: De acuerdo a la teoría del marketing, el color negro demuestra actitud, positivismo, elegancia y status

Amarillo: En tanto que, el color amarillo demuestra optimismo y creatividad.

Rojo: Por su parte, el color rojo demuestra energía y vitalidad.

Imagen o tipo - Automóvil: El automóvil en el logotipo demuestra claramente que los servicios a ofertar, están orientados a la satisfacción de quienes utilizan este medio de transporte.

Precio

La fijación del precio por cada servicio que ofrecerá la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional” en el cantón La Libertad, estará de acuerdo a la competencia, bajo una estrategia de penetración, es decir precios de acuerdo a las necesidades o requerimientos de los clientes, con el objetivo primordial de fidelizar y generar una mayor captación de mercado. Por lo tanto, se define el precio en la siguiente tabla:

Tabla 19: Fijación de Precios

PRECIOS DE SERVICIOS			
Servicios	Cooperativas	Vehículos livianos	Vehículos pesados
Lavado Rápido	\$ 4,00	\$ 3,50	\$ 6,50
Baño de Espuma	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 12,00
Lavado Premium	\$ 6,00	\$ 8,00	\$ 10,00
Cambio de Aceite	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 85,00

Elaborado por: Tomalá Roxana

La fijación de precios por cada servicio que ofrecerá la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”, se tomará en cuenta las cooperativas, carros livianos y pesados.

Plaza

La Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional” iniciará sus actividades de acuerdo con el lugar establecido en la localización, que es el cantón La Libertad, se escogió este debido a que la compañía de taxis con el mismo nombre tiene predios disponibles para el funcionamiento de la empresa.

Se espera adecuar el lugar de acuerdo con las exigencias de los clientes, existe también la atención prestada que será directa ya que los clientes deberán acercarse al lugar para hacer uso de los diferentes servicios que se ofrecen.

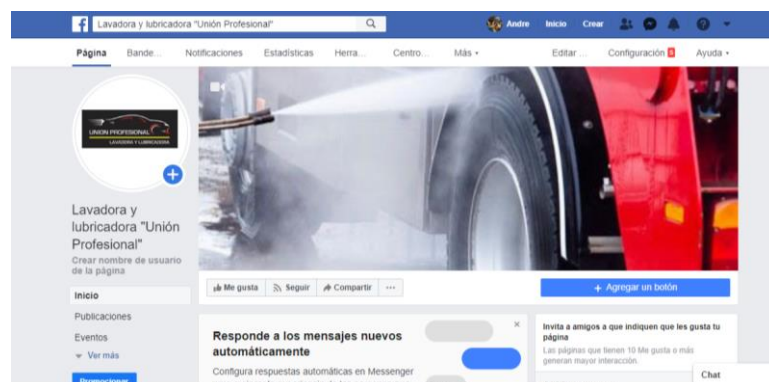
Promoción

Actualmente se conocen varios medios por los cuales se puede realizar promociones empresariales que atraigan la atención del público y se pueda abarcar una parte del mercado. Con la competencia en constante crecimiento se considera que las redes sociales son uno de los medios por el cual las personas se conectan a diario y logran conocer acerca de un producto o servicio para adquirirlo posteriormente, entre las redes sociales más conocidas donde se pueden realizar las promociones se encuentra:

- Fan Page Facebook
- WhatsApp
- Instagram

Facebook

Figura 7: Fan page Facebook Lavadora y lubricadora “Unión Profesional”

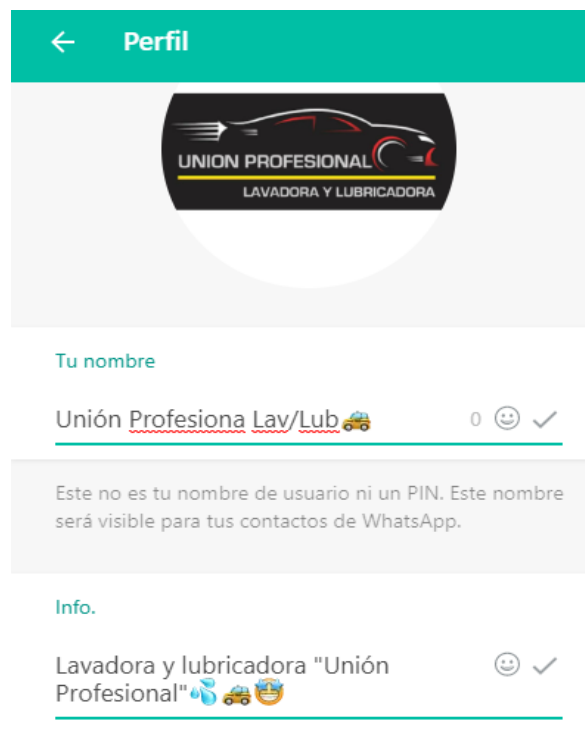


Elaborado por: Tomalá Roxana

La Fan page de Facebook es esencial para transmitir información acerca de lo que la lavadora y lubricadora “Unión profesional” realiza al servicio de la comunidad, tiene la finalidad de publicar post en los cuales los clientes potenciales y nuevos puedan interactuar con los directivos para conocer más acerca de promociones, ubicación del lugar, precios etc.

WhatsApp Business

Figura 8: Perfil de WhatsApp Business

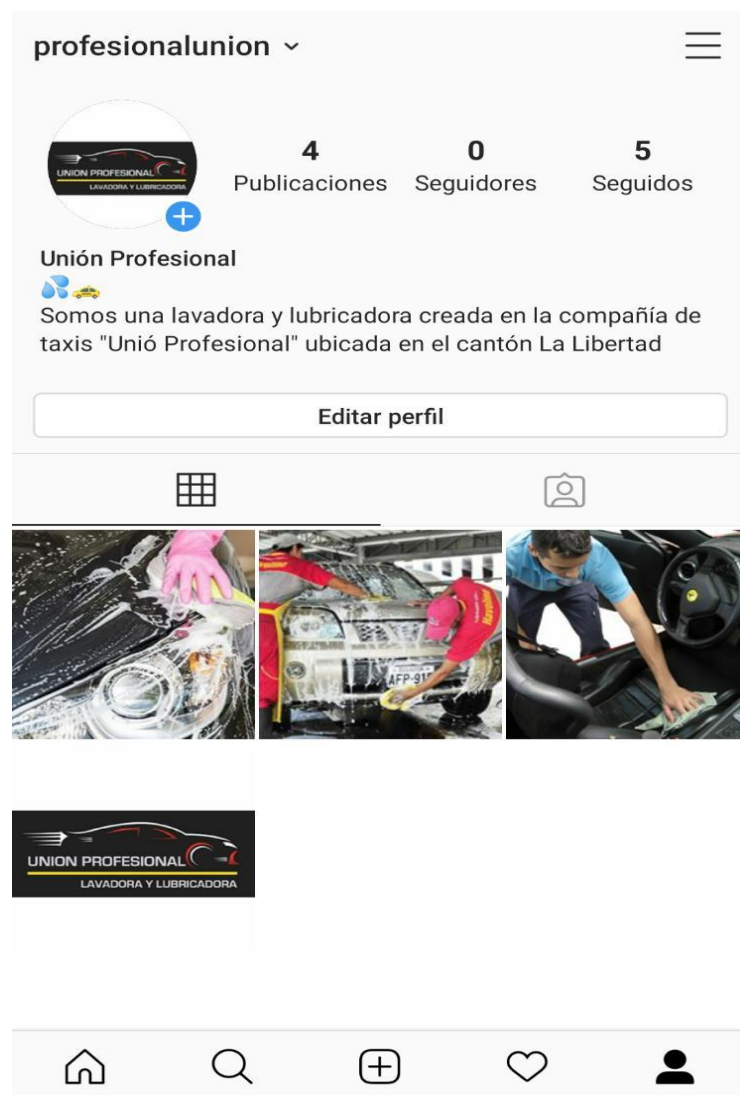


Elaborado por: Tomalá Roxana

WhatsApp es una de las aplicaciones que recientemente tiene actualizaciones para la interacción con el mercado, se encarga de transmitir información acerca de lo que el cliente solicite por medio de la mensajería instantánea, tiene la facilidad de contestar automáticamente cuando uno se contacta con la empresa con un mensaje de introducción.

Instagram

Figura 9: Página de Instagram Lavadora y lubricadora “Unión Profesional”

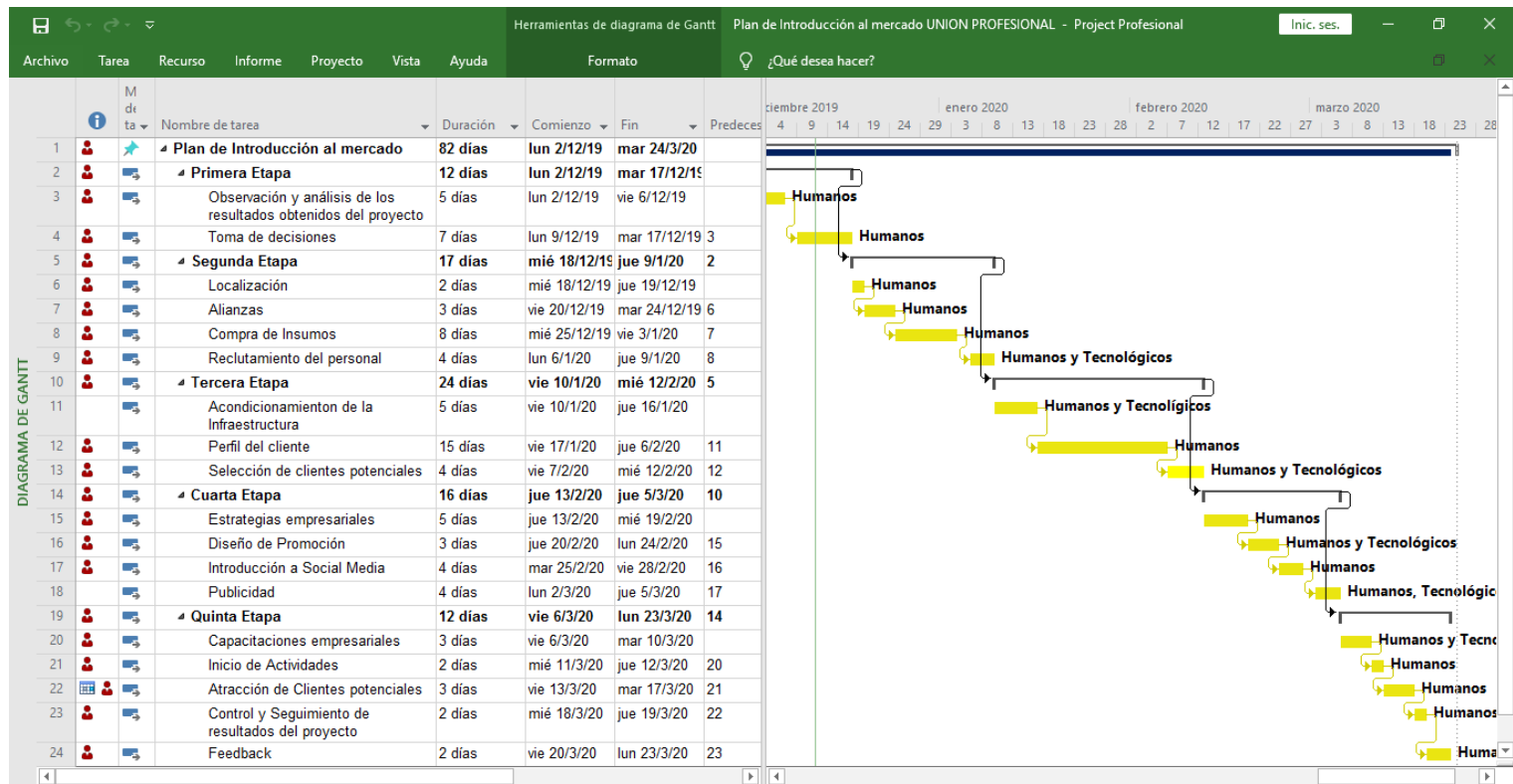


Elaborado por: Tomalá Roxana

La página de Instagram se caracteriza por mostrar al cliente contenido multimedia a través de fotos y videos acerca de lo que la empresa ofrece al mercado, reúne una serie de seguidores a los cuales se puede llegar de manera directa con las publicaciones además de por poder interactuar con ellos mediante la mensajería que permite la aplicación.

3.2.6 Plan de introducción al mercado

Cuadro 8: Plan de introducción al mercado



Elaborado por: Tomalá Roxana

3.3 Proceso de servicios

3.3.1 Objetivos del área de servicios

- Adquirir insumos necesarios para la prestación de los servicios ofertados por la Lavadora y Lubricadora.
- Definir estrategias adecuadas para que el proceso de prestación del servicio cumpla con las expectativas de los clientes.
- Asegurar la calidad en todo el proceso para asegurar la satisfacción plena de los clientes
- Identificar procesos innovadores de atención para una mayor eficiencia en las distintas etapas del proceso del servicio.

3.3.2 Descripción del proceso de servicio

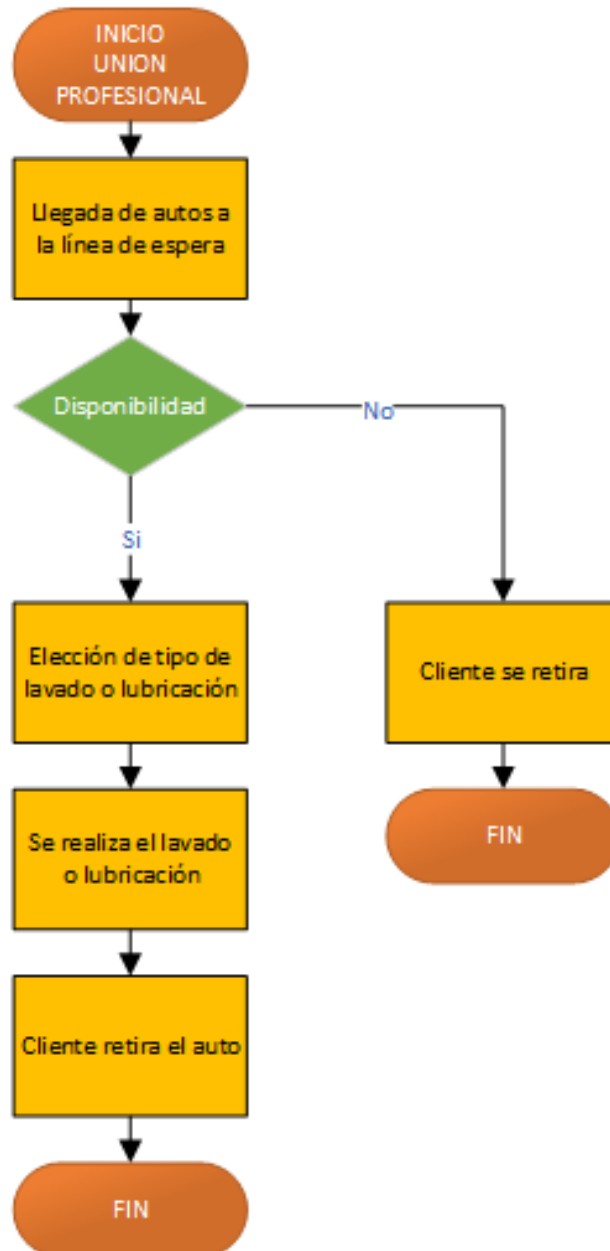
La Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”, del cantón La Libertad brindara los siguientes servicios:

- Lavado rápido
- Baño de espuma
- Lavado premium
- Cambio de aceite
- Lavado de motores

Y para asegurar la satisfacción de los clientes se propone el siguiente proceso de servicios:

3.3.3 Diagrama de flujo del servicio





Figura 10: Diagrama de flujo del proceso de atención a los clientes



Elaborado por: Tomalá Roxana

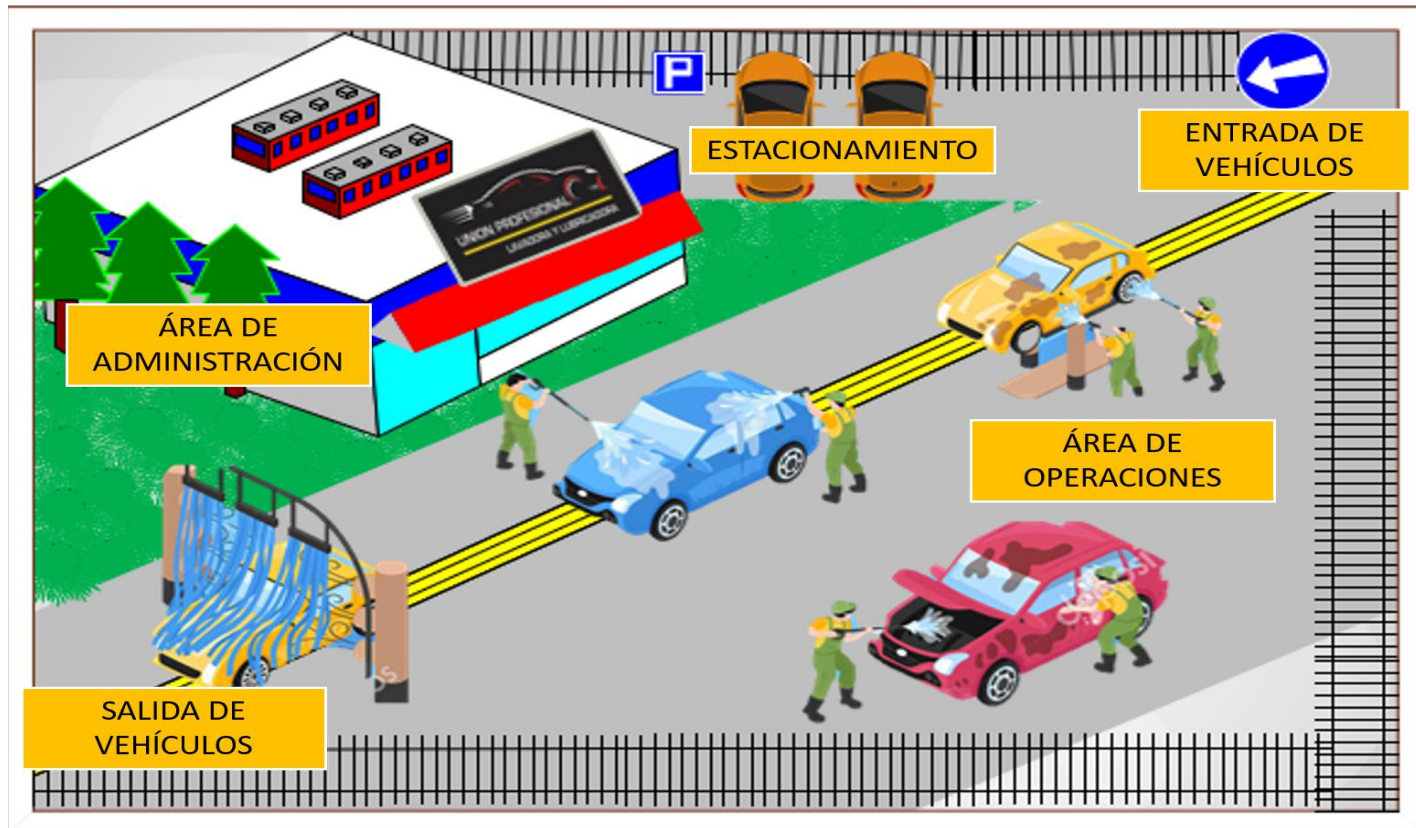
3.3.4 Equipos a utilizar y características

Cuadro 9: Equipos a utilizar y características

Equipos	Características
<p data-bbox="451 520 717 550">Pistola de Agua a presión</p> 	<p data-bbox="889 634 1344 730">Pistola de agua de espuma de alta presión para la limpieza de autos, pistola de espuma para limpieza de autos, rociador de champú y jabón de agua, limpiador de autos</p>
<p data-bbox="441 865 727 894">Pistola de Aceite Lubricante</p> 	<p data-bbox="896 940 1338 1016">Rociador de aerógrafo lubricante pistola de aceite manguera de bomba de pistola para Kit de herramientas de mano</p>
<p data-bbox="526 1142 646 1171">Wash drive</p> 	<p data-bbox="932 1150 1299 1201">WASH DRIVE, la mejor solución para profesionales del sector del transporte.</p> <p data-bbox="889 1222 1341 1297">4HWD300 es un modelo compacto de la nueva serie de máquinas automáticas WASH para lavar autos.</p> <p data-bbox="889 1318 1344 1465">ISTOBAL desarrolla este modelo, teniendo en cuenta las necesidades individuales de las empresas del sector del transporte y diseña una lavadora compacta con un diseño moderno pero simple, mecánica confiable, que garantice un lavado eficiente.</p>
<p data-bbox="522 1524 646 1554">Istobal Base</p> 	<p data-bbox="889 1579 1344 1780">STOBAL HW'EXPRESS ha sido especialmente diseñado, tanto para autos pequeños como para autos grandes y autobuses. Gracias a su rendimiento óptimo, puede lavar un vehículo de 12 metros de largo en aproximadamente 2 minutos, incluido un lavado de cepillo superpuesto en la parte delantera y trasera, un sistema patentado por ISTOBAL.</p>

3.3.5 Diseño y distribución de la plata (Layout)

Figura 11: Distribución de la planta



3.4 Organización

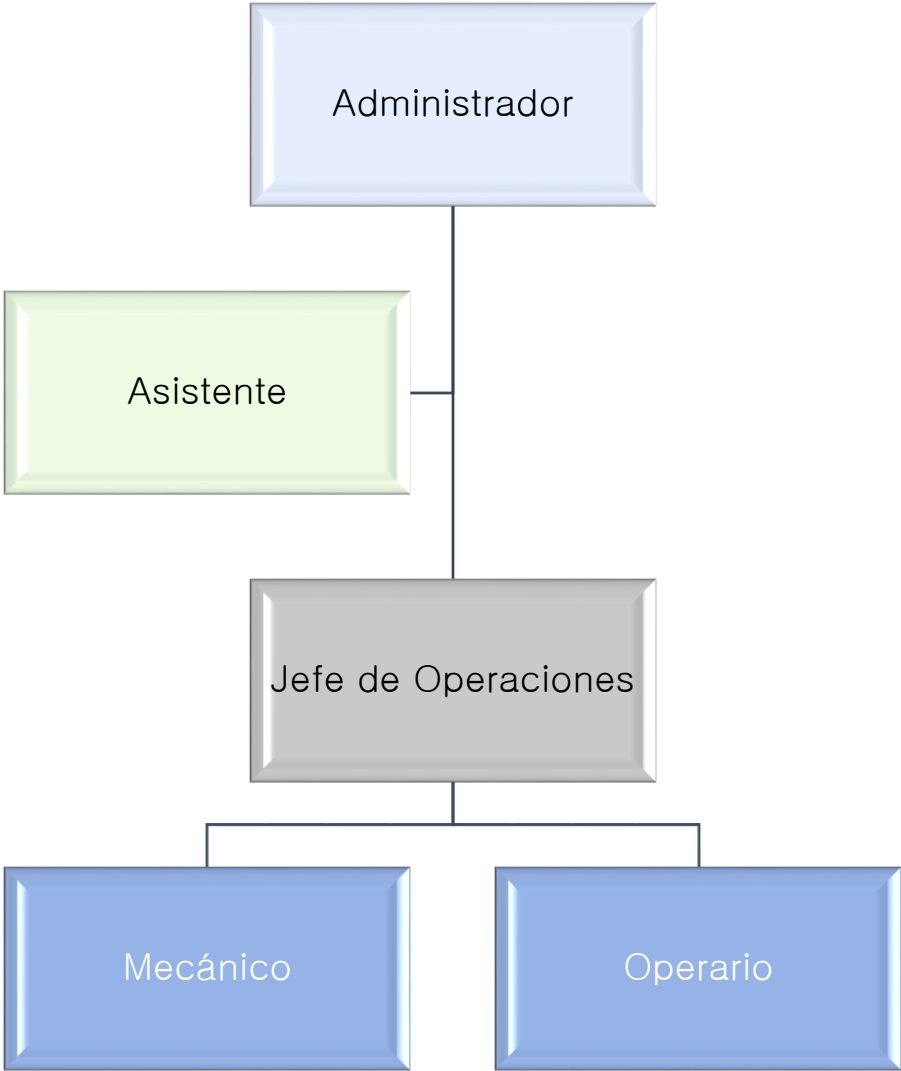
3.4.1 Objetivos del área de organización

El área de organización de las empresas, sean estas micro, pequeñas, medianas o grandes, representan un eje determinante para el correcto desempeño de las actividades que realizan los integrantes de la misma. En tal virtud, se plantean los siguientes objetivos para la Lavadora y Lubricadora “Unión profesional”, del cantón La Libertad:

- Diseñar la estructura orgánica funcional en donde se definan los niveles jerárquicos de la empresa.
- Definir las actividades y responsabilidades de los colaboradores de la empresa a través de la elaboración de un manual de funciones.
- Establecer políticas empresariales que permitan el eficiente desempeño de los colaboradores de la organización.
- Elaborar estrategias de Evaluación de Desempeño direccionados al fortalecimiento de las actividades que realizan los trabajadores de la empresa.

3.4.2 Estructura organizacional


Figura 12: Organigrama



Elaborado por: Tomalá Roxana


Manual de Funciones

Cuadro 10: Manual de funciones del administrador

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
	CARGO: ADMINISTRADOR
	ÁREA: ADMINISTRACIÓN – PRODUCCIÓN - INDUSTRIAS
OBJETIVO DEL CARGO	
<p>Liderar la gestión estratégica, dirigiendo y coordinando a las áreas para asegurar la rentabilidad, competitividad, continuidad y sustentabilidad de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”, cumpliendo con los lineamientos estratégicos del directorio y las normativas y reglamentos vigentes.</p>	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Responsable en forma complementaria a las obligaciones del directorio, y reporta a éste acerca del desempeño de la empresa. 2. Responsable legal de la empresa y en ese sentido deberá velar por el cumplimiento de todos los requisitos legales que afecten los negocios y operaciones de ésta. 3. Someter al Directorio, para su aprobación, los proyectos y los estados financieros, los presupuestos de la sociedad, así como los programas de trabajo y demás actividades. 	
COMPETENCIAS LABORALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realiza una proyección de posibles necesidades de recursos humanos considerando distintos escenarios a largo plazo. Tiene un papel activo en la definición de las políticas en función del análisis estratégico. • Desarrolla mecanismos de monitoreo y control de la eficiencia y productividad organizacional. • Comprende rápidamente los cambios del entorno, las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades de su organización /unidad o proceso/proyecto y establece directrices estratégicas para la aprobación de planes, programas y otros. 	
RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Crea un buen clima de trabajo y espíritu de cooperación. Resuelve los conflictos que se puedan producir dentro del equipo. Se considera que es un referente en el manejo de equipos de trabajo. • Realiza acciones necesarias para cumplir con las metas propuestas. 	
REQUISITO DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
ESTUDIOS	EXPERIENCIA
Administración de Empresas. Máster en Administración de Empresas Sistemas de Información Gerencial	Experiencia mínima de dos años en cargos similares EDAD: 27 a 36 años


Elaborado por: Tomalá Roxana

Cuadro 11: Manual de funciones del asistente administrativo

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES		
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
	CARGO:	ASISTENTE ADMINISTRATIVO
	ÁREA:	ADMINISTRATIVA
OBJETIVO DEL CARGO		
<p>Apoyar la realización de procesos administrativos, así como en la adopción y ejecución de los planes, programas y proyectos para la organización en cumplimiento de direccionamiento estratégico y, procurando la oportuna y debida prestación del servicio.</p>		
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESPECÍFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Atender oportunamente al público general y darle la información que solicite. 2. Redactar las comunicaciones que le delegue el jefe inmediato. 3. Informarle a su jefe inmediato sobre las llamadas, juntas, reuniones y demás compromisos que deba atender. 4. Enviar la correspondencia y demás documentos que se originen en la oficina a los distintos departamentos de la empresa. 5. Mantener actualizadas, organizadas y controlar las existencias de útiles y materiales de consumo de oficina. 		
COMPETENCIAS LABORALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Orientación a resultados • Orientación al cliente y a usuarios en general. • Transparencia • Compromiso con la empresa. • Manejo adecuado de la información • Disciplina 		
RESPONSABILIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> • Cumple con oportunidad en función de estándares, objetivos y metas establecidas por la entidad, las funciones que le son asignadas • Asume la responsabilidad por sus resultados • Compromete recursos y tiempos para mejorar la productividad tomando las medidas necesarias para minimizar los riesgos • Realiza todas las acciones necesarias para alcanzar los objetivos propuestos enfrentando los obstáculos que se presentan. 		
REQUISITO DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA		
ESTUDIOS	EXPERIENCIA	
Tercer nivel en administración de empresas o carreras afines. Cursos de atención al cliente Manejo de herramientas informáticas	Experiencia mínima de un año en cargos similares. EDAD: 19 a 28 años.	

Elaborado por: Tomalá Roxana

Cuadro 12: Manual de funciones del jefe de operaciones

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
	CARGO: JEFE DE OPERACIONES
	ÁREA: OPERATIVA
OBJETIVO DEL CARGO	
<p>Administrar, evaluar y supervisar las actividades relacionadas con la obtención y el uso de los recursos económicos y financieros de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional” y la eficiente gestión operativa, con la finalidad de cumplir eficientemente con los fines, planes, metas y objetivos de la empresa.</p>	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener actualizadas las funciones y responsabilidades del personal a su cargo. 2. Establecer, la matriz de riesgos de los procesos de sus organizaciones. 3. Proponer los planes de mitigación de los riesgos que afectan a los procesos de sus organizaciones. 4. Definir los planes, políticas y objetivos de la Gerencia, revisar los resultados de indicadores, cumplimiento de metas y evaluar la eficacia y oportunidad de las acciones determinadas. 5. Lograr los niveles de eficiencia productiva que permitan, brindar servicios en la oportunidad y calidad acordados con los clientes y dentro de los costos establecidos 	
COMPETENCIAS LABORALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de liderazgo. • Capacidad de desarrollar, consolidar y conducir un equipo de trabajo • Habilidad necesaria para orientar a la acción de los grupos humanos en una dirección determinada. 	
RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Liderar proyectos del área para cumplir con el cronograma establecido. • Responder por el cumplimiento a los procedimientos y lineamientos establecidos en el Sistema de Gestión de Calidad (SGC) • Cumplir con la normatividad establecida 	
REQUISITO DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
ESTUDIOS	EXPERIENCIA
<p>Contar con Educación Superior en Economía, Administración de Empresas Estudios en Gestión Estratégica de Proyectos Administración de operaciones</p>	<p>Experiencia mínima de dos años en cargos similares. EDAD: 24 a 35 años.</p>

Elaborado por: Tomalá Roxana

3.4.3 Políticas Institucionales

Las políticas que la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”, establece para el adecuado funcionamiento, son las siguientes:

- **Eficiencia corporativa:** Planeación y maximización de los recursos organizacionales a lo largo de todo el proceso de servicio para la agregación de valor a nuestros clientes.
- **Visión integral:** Involucramiento de todos procesos necesarios para garantizar la satisfacción y fidelización de nuestros clientes
- **Calidad en el servicio:** Cumplimiento de los estándares de calidad en los diferentes productos ofrecidos.
- **Responsabilidad Social:** Compromiso con la sociedad, creando programas y proyectos en beneficio de la comunidad donde lleva a cabo sus actividades la empresa LAVADORA Y LUBRICADORA “UNIÓN PROFESIONAL”.

3.4.4 Evaluación de desempeño

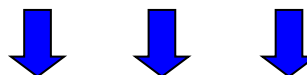
Finalmente, en el contexto organizacional, es importante que el área de Talento Humano vigile el buen desempeño de los colaboradores de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”, por ello, se debe implementar un programa de evaluación con la finalidad de establecer las acciones correctivas necesarias para impulsar el crecimiento profesional y personal de cada trabajador en beneficio de la empresa y de nuestros clientes. A continuación, se presenta el esquema de evaluación 360 que se aplicará.

Cuadro 13: Evaluación 360 grados

APRECIACIÓN DEL DESEMPEÑO 360 GRADOS

Pérez Guamán José Luis		
Jefe de Operaciones		
Evaluador nivel superior: Roxana Tomalá Orrala	Puesto:	Gerente
Evaluador nivel igual: Casandra Chenche Nivelá	Puesto:	Asistente
Evaluador nivel inferior: Yagual Suarez Ronald	Puesto:	Operario
	Fecha:	1/feb/2020

* Anotar calificaciones asignadas por los
3 niveles que evaluaron (columnas D,E,F)



		CALIFICACIONES		
	COMUNICACIÓN	SUP.	IGUAL	INF.
5	Su forma de comunicarse es permanente, clara y objetiva, en ambos sentidos con todos.			
4	Se comunica permanentemente, de forma clara y objetiva, en ambos sentidos, pero NO con todos.			
3	Se comunica cuando requiere, de forma clara y objetiva, aunque casi no escucha.			
2	Se comunica muy poco, de forma clara y objetiva, además no escucha.			
1	Comunicación prácticamente nula y es difícil de entender, además de no escuchar.	5	5	5
		LIDERAZGO		
5	Ha logrado GRAN influencia en su equipo, la gente sabe a dónde va, y como hacerlo. Tienen gran seguridad.			
4	Ha logrado cierta influencia en su equipo, la gente sabe a dónde va, y como hacerlo. Tiene seguridad.			
3	Tiene el respeto de la mayoría, ha sabido dirigirlos sin problemas y sienten confianza, más no plena seguridad.			
2	Poca gente le tiene confianza, no ha sabido dirigir a su equipo con seguridad, hay dudas de lo que quiere.			
1	Nula confianza y seguridad hacia él por parte de su equipo, graves deficiencias de dirección.	4	5	4
		MOTIVACIÓN		
5	Su forma de ser y de comunicarse mantienen permanentemente muy motivado a su todo su equipo de trabajo.			
4	Ha sabido mantener elevada y constante la motivación de su equipo, pero en ocasiones no en todos.			
3	Hay motivación, aunque no es en todos y no siempre.			

2	Poca gente está motivada y de vez en cuando, hay pasividad y actitud negativa en la gente.			
1	Su equipo de trabajo se ve sumamente desmotivado hacia su trabajo.	5	5	5
SEGURIDAD, ORDEN Y LIMPIEZA				
5	La limpieza, orden y seguridad (apego a normas y procedimientos) en las áreas de trabajo que le corresponden son sobresalientes. Lleva récord sin accidentes.			
4	Hay limpieza y orden en su/s área/s de trabajo, sin embargo, en seguridad se puede mejorar. Lleva buen récord sin accidentes.			
3	La inconsistencia en la limpieza, orden y seguridad han provocado de vez en cuando problemas y accidentes, aunque muy leves.			
2	Hay deficiencias notables en limpieza, orden y seguridad, lo que ha llevado a que se den accidentes serios.			
1	La falta de trabajo en este sentido da muy mala imagen de su/s área/s de trabajo y de igual forma ha habido constantes y serios accidentes.	4	4	4
CAPACITACIÓN Y DESARROLLO				
5	Mantiene permanente y adecuadamente capacitados y adiestrados a su equipo de trabajo, anticipándose además a las necesidades que haya en este sentido.			
4	Todos en su equipo de trabajo se mantiene bien capacitados y adiestrados, aunque en ocasiones falta hacerlo mejor y más frecuentemente.			
3	Hace falta un poco de capacitación y adiestramiento, sobre todo en algunas personas de su equipo.			
2	Parece que a muy pocos son a los que se preocupa por capacitar y adiestrar.			
1	Hay deficiencias serias en capacitación y adiestramiento en todo su equipo de trabajo.	4	5	5
ACTITUD Y COLABORACIÓN				
5	En él y todo su equipo de trabajo se aprecia una actitud excepcionalmente plena y permanente de colaboración de servicio.			
4	Su equipo de trabajo y él, se ven con buena actitud y colaboración todos los días.			
3	Hay buena colaboración y actitud de servicio en su equipo y en él mismo, aunque no se ve diario así.			
2	En ocasiones se aprecia falta de colaboración entre algunos miembros de su equipo y en él mismo.			
1	Deficiencias notables y permanentes en cuanto a colaboración y actitud de servicio en su equipo y en él mismo. Se perciben envidias y hasta problemas internos.	4	4	4
SOLUCIÓN DE PROBLEMAS				
5	Encuentra soluciones sorprendentemente efectivas y de forma oportuna a todas y diversas situaciones que se le presentan.			
4	Da soluciones adecuadas y en tiempo a las situaciones y problemas que se le presentan.			

3	Aporta soluciones adecuadas, aunque en ocasiones un poco lento a los problemas que se presentan.			
2	Ha tomado algunas decisiones equivocadas y en destiempo a los problemas y situaciones que se presentan.			
1	La mayoría de sus decisiones dejan mucho que desear y generalmente cuando ya es tarde.	4	5	5
AMBIENTE DE TRABAJO				
5	En todo su equipo de trabajo se aprecia un ambiente de trabajo extraordinario y esto es así permanentemente.			
4	Hay buen ambiente de trabajo y es constante, todo el mundo parece estar contento.			
3	La gente trabaja a gusto, dentro de un ambiente de trabajo tranquilo, seguro y confiable.			
2	Hay ocasiones y personas que debido a diversas situaciones han provocado mal ambiente de trabajo.			
1	El ambiente de trabajo en su equipo de trabajo es deplorable, se nota molestia y conflictos constantes.	5	5	5
CAPACIDAD PERSONAL				
5	Siempre ha demostrado conocimientos, habilidades y experiencia sorprendentes y excepcionales.			
4	Su capacidad, experiencia y habilidad personal, nunca han dejado lugar a dudas. Es bueno en general.			
3	En alguna ocasión ha demostrado ciertas deficiencias en su capacidad, aunque no es muy notable.			
2	Ha habido varias ocasiones en que su falta de conocimientos, habilidad o experiencia le ha evitado conseguir los resultados.			
1	Denota grandes deficiencias personales y profesionales para llevar a cabo su trabajo.	4	5	4
PRODUCTIVIDAD				
5	El evaluado y su departamento demuestran actitud y resultados excepcionales en reducción de costos y productividad.			
4	Hay buena conciencia del costo y productividad, además de hechos importantes que así lo demuestran.			
3	Falta ser más constantes en su esfuerzo por mejorar la productividad y reducir costos.			
2	Deficiencias notorias en el aprovechamiento de los recursos de su área, generando costos y baja productividad.			
1	Total, falta de administración y aprovechamiento de recursos, provocando elevados costos y la más baja productividad.	4	5	5

Elaborado por: Tomalá Roxana

3.4.5 Marco legal de la organización

En el contexto legal se establecen los lineamientos que la Lavadora y Lubricadora “Unión profesional”, debe seguir para poder formalizar sus actividades y que puedan realizar su actividad comercial sin tener problemas a futuro. A continuación, se presentan todos los pasos a seguir para constituir la empresa.

1. Reservar un nombre: El trámite se debe realizar en la **SUPERCIAS**, donde se verifica que no haya otra empresa con el mismo nombre.

2. Elaborar los estatutos: Se cataloga como el contrato que regirá a la sociedad y es validado a través de la elaboración de una minuta por parte de un abogado.

3. Elevar a escritura pública: Se debe ir ante un notario público, presentando los siguientes documentos:

- Copias de cédulas y papeletas de votación de los socios de la empresa.
- Reserva del nombre de la empresa.
- Minuta de constitución de la empresa.
- Realizar pago de derechos en la Notaría.

4. Aprobar el estatuto: Se debe llevar la escritura pública a la **SUPERCIAS**, para su debida revisión y aprobación, mediante una resolución.

5. Publicar la noticia en un diario de amplia circulación: La **SUPERCIAS**, entregará 4 (cuatro) copias de la resolución y un resumen para publicar dicha información en cualquier diario nacional.

6. Obtener los permisos municipales: Entre los principales requisitos municipales se encuentran:

Patente Municipal: Esta patente otorga el derecho que concede la Ley para una persona que crea un producto o brinda un servicio. Para su obtención, hay que acercarse al GAD Municipal del cantón Salinas, presentando lo siguiente:

- Solicitud para la patente municipal.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal de la empresa.
- Formulario de declaración para la obtención de la patente.
- Copia del contrato de arrendamiento del local y predio urbano al día.
- Copia de una planilla de servicios básicos.
- Copia del Permiso de Funcionamiento emitida por el Cuerpo de Bomberos

Permiso Único de Funcionamiento Anual: Este documento se obtiene en el GAD Municipal del cantón La Libertad, llevando los siguientes documentos.

- Dirección donde estará ubicada la empresa.
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal de la empresa

Permiso de la Dirección de Higiene Municipal: El documento es obtenido en el Hospital del cantón Salinas, debido a que la empresa estará ubicada una parroquia

perteneciente a este cantón. Para acceder a dicho documento se deben presentar los siguientes requisitos:

- Registro Único de Contribuyentes.
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- Carné de salud ocupacional de cada uno de los colaboradores.

Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública: Se debe acudir a la Dirección Provincial de Salud Pública de Santa Elena, cumpliendo previamente los requisitos anteriores, presentando la información siguiente:

- Permiso de la Dirección de Higiene Municipal del cantón Salinas.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal de la empresa.
- Carnet de salud ocupacional de cada uno de los colaboradores.

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos: Es un documento proporcionado por la entidad antes en mención, que se basa en la inspección del establecimiento en el cual se van a realizar las actividades laborales, asegurando de que esté cuenta con los medios para prevenir y contrarrestar incendios que se puedan presentar en dicho lugar. Se lo obtiene en la Jefatura General del Cuerpo de Bomberos del cantón Salinas.

7. Inscribir la Compañía: Una vez obtenido los documentos antes mencionados, se debe acercarse al Registro Mercantil del cantón donde será constituida la empresa, esta entidad es la encargada de inscribirla legalmente, donde constará el domicilio, la razón social, el capital, los estatutos, entre otros documentos habilitantes, que den por asentada la existencia de la empresa, de igual manera como su desaparición. Se deben presentar los siguientes requisitos:

- (tres) copias de las escrituras de constitución de la empresa.
- El pago de la patente municipal.
- Copias de cédulas y papeletas de votación de las personas comparecientes.
- Certificado de inscripción que lo otorga el Municipio.
- La publicación del extracto en un diario de circulación nacional.

8. Realizar la Junta General de socios: En esta reunión se debe nombrar a los representantes legales de la empresa (presidente, gerente, administrador, etc.), según lo estipulado en los estatutos.

9. Obtener los documentos habilitantes: Una vez que la empresa haya sido inscrita en el Registro Mercantil, la SUPERCIAS entregará los documentos para obtener el RUC de la empresa.

10. Inscribir el nombramiento del representante: Este trámite se realiza en el Registro Mercantil, y se basa en la inscripción del administrador de la empresa, que fue designado en la reunión de la Junta General de Accionistas. Se debe realizar en un plazo de 30 días presentando los siguientes requisitos:

- Tres copias de los nombramientos.
- Una copia de la escritura de constitución.
- Copias de cédula y papeleta de votación del presidente y Gerente.

11. Obtener el RUC: Este documento permite registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos, y su objeto es proporcionar información de la empresa ante la Administración Tributaria. El trámite para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) se debe realizar en el Servicio de Rentas Internas (SRI).

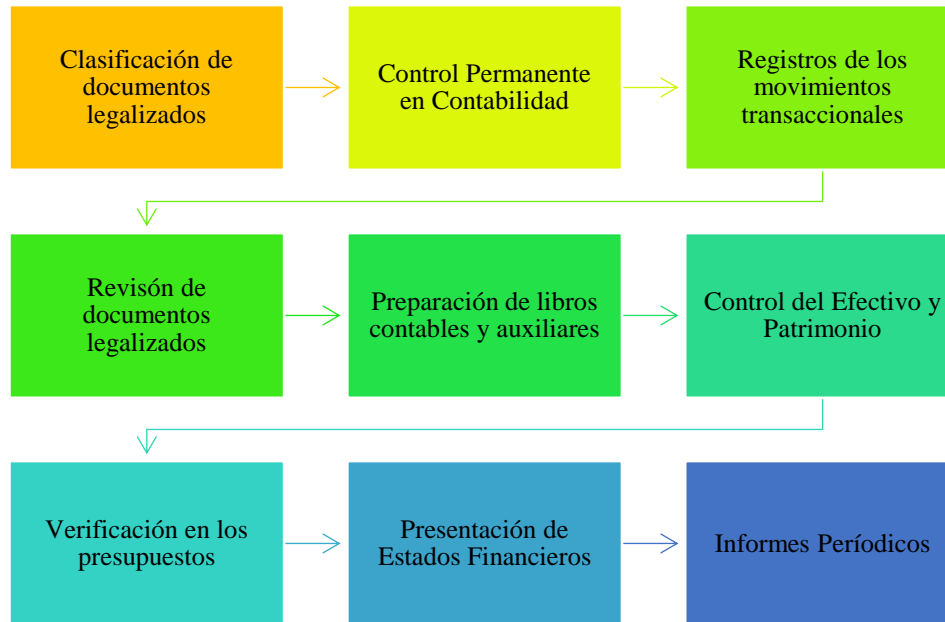
3.5 Finanzas

Cabe mencionar que el área de finanzas de una empresa u organización se constituye en una de las áreas de trabajo más importantes dentro del entorno o gestión empresarial, puesto que trata de cuidar los recursos monetarios y la liquidez del dinero con que cuenta.

3.5.1 Objetivos del área de finanzas

Las tareas, actividades o responsabilidades serán realizadas por la Administradora de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”, tal como se encuentra definida en el manual de funciones respectivamente elaboradas. Por lo que los objetivos principales que persigue el área de finanzas de la organización están enmarcadas en los siguientes:

Figura 13: Objetivos del Área de Finanzas



Elaborado por: Tomalá Roxana

3.5.2 Sistema contable de la empresa

El sistema contable de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”, estará a cargo de la Administradora y su Asistente de la organización con el fin de velar por la seguridad de los recursos monetarios de la empresa. Para ello, es importante que cuente con la experiencia necesaria en el cargo, libros de códigos financieros, con el afán de evitar irregularidades o anomalías dentro de la misma. Para llevar un correcto control en las operaciones, será importante contar con el respaldo de un sistema contable informático, comprobantes o documentos legalizados, libros contables, estados financieros y la presentación de informes periódicos que permitan cumplir los objetivos prospectos de la organización.

3.5.3 Catálogo de cuentas

El diseño de un Manual o Catálogo de cuentas, será de acuerdo a las necesidades de movimientos transaccionales contables y financieros realizados dentro de un determinado período. Para ello, el catálogo de cuentas de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”, será diseñada por el presupuesto proyectado del período 2019-2023, la misma que contendrá los siguientes grupos:

Figura 14: Grupos de un Plan de Cuentas



Elaborado por: Tomalá Roxana

Cuadro 14: Plan de Cuentas

1.	Activo
1.1.	Activo Corriente
1.1.1.	Caja
1.1.2.	Bancos
1.1.2.1.	CFN
1.2.	Activo Fijo
1.2.1.	Equipo de Oficina
1.2.1.1.	Depreciación Acumulada de Equipo de Oficina
1.2.2.	Equipo de Cómputo
1.2.2.1.	Depreciación Acumulada de Equipo de Cómputo
1.2.3.	Muebles y Enseres
1.2.3.1.	Depreciación Acumulada de Muebles y Enseres
1.2.4.	Equipo de Servicios
1.2.4.1.	Depreciación Acumulada de Equipo de Servicios
1.2.5.	Maquinarias y Equipos
1.2.5.1.	Depreciación Acumulada de Maquinarias y Equipos
1.3.	Activo No Corriente
1.3.1.	Gastos de Constitución
1.4.	Otros Activos
1.4.1.	Amortización Acumulada
2.	Pasivo
2.1.	Pasivo Corriente
2.1.1.	Participación de Trabajadores por Pagar
2.1.2.	Impuesto a la Renta por Pagar
2.2.	Pasivo a Largo Plazo
2.2.1.	Préstamo Bancario
3.	Patrimonio
3.1.	Capital
3.2.	Reserva Legal
3.3.	Utilidad del Ejercicio
3.4.	Utilidades Retenidas
4.	Ingresos
4.1.	Ventas
5.	Gastos
5.1.	Gastos Administrativos
5.1.1.	Sueldos y Salarios
5.1.2.	Décimo Tercer Sueldo
5.1.3.	Décimo Cuarto Sueldo
5.1.4.	Fondos de Reserva
5.1.5.	Vacaciones
5.1.6.	Gasto Aporte Patronal
5.1.7.	Suministros de Oficina
5.1.8.	Gastos de Depreciación

5.1.9.	Gastos de Amortización de Constitución
5.1.10.	Servicios Básicos
5.2.	Gastos de Ventas
5.2.1.	Sueldos y Salarios
5.2.2.	Décimo Tercer Sueldo
5.2.3.	Décimo Cuarto Sueldo
5.2.4.	Fondos de Reserva
5.2.5.	Vacaciones
5.2.6.	Gastos de Depreciación
5.2.7.	Servicios Básicos
5.2.8.	Gastos de Publicidad
5.2.9.	Gastos de Suministros de Limpieza
5.2.10.	Gastos de Arrendamiento
5.3.	Gastos Financieros
5.3.1.	Intereses Bancarios
5.4.	Costo de Venta
5.4.1.	Costos de Operación
5.4.1.1.	Materiales
5.4.1.2.	Mano de Obra
5.4.2.	Costos Directos de Operación
5.4.2.1.	Mano de Obra
5.4.2.2.	Costos Indirectos de Operación

Elaborado por: Tomalá Roxana

El catálogo de cuentas de la Lavadora y Lubricadora “Unión profesional”, contiene los grupos de Activos, Pasivos, Patrimonio, Ingresos, Costos y Gastos, en las que cada uno contendrá sus diferentes componentes o rubros de acuerdo a su origen de movimiento contable-financiero.

3.5.4 Inversión

La inversión es la cantidad de recursos monetarios necesarios para inicio de operaciones o actividades de una empresa u organización en un período determinado.

Dentro del desarrollo del presupuesto, en primera instancia se deberá hacer énfasis la inversión en activos fijos, en la que se sintetiza en aquellos bienes utilizados dentro de

la organización. Para ello se presenta la siguiente tabla en cuanto a inversión de activos fijos:

Tabla 20: Inversión en Activos Fijos

INVERSIÓN TOTAL EN ACTIVOS FIJOS		
Muebles y Enseres	\$ 1.250,00	1,39%
Equipos de Oficina	\$ 42,00	0,05%
Equipos de Computación	\$ 3.040,00	3,37%
Maquinarias y Equipos	\$ 84.960,00	94,22%
Equipos de Servicios	\$ 884,43	0,98%
Total	\$ 90.176,43	100,00000%

Elaborado por: Tomalá Roxana

La inversión en activos fijos concierne en la adquisición de maquinarias, equipos de servicios, mobiliarios, equipos de cómputo y de oficina, cuyo monto está valorado en \$90.176,43.

En segunda parte de la inversión, se contempla en el capital de trabajo cuyo monto estará destinado en cubrir gastos de administración, de ventas, constitución y de operación realizables dentro de un año determinado. Para ello, se sintetiza en la siguiente tabla el capital de trabajo requerido para operar:

Tabla 21: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
RUBROS	VALOR
Gastos Administrativos	\$ 8.507,20
Gastos de Ventas	\$ 13.378,16
Gastos de Constitución	\$ 1.270,00
Costos Operativos	\$ 55.005,79
Total Capital de Trabajo	\$ 78.161,15

Elaborado por: Tomalá Roxana

El capital de trabajo requerido para operar de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional” será por el valor de \$78.161,15; cuyo monto será destinado a cubrir las tres áreas de trabajo.

En cuanto a la inversión total, se hace énfasis la adquisición de activos fijos y el capital de trabajo requerido, por lo se muestra a continuación la inversión general de la Lavadora y Lubricadora "Unión Profesional":

Tabla 22: Inversión Total

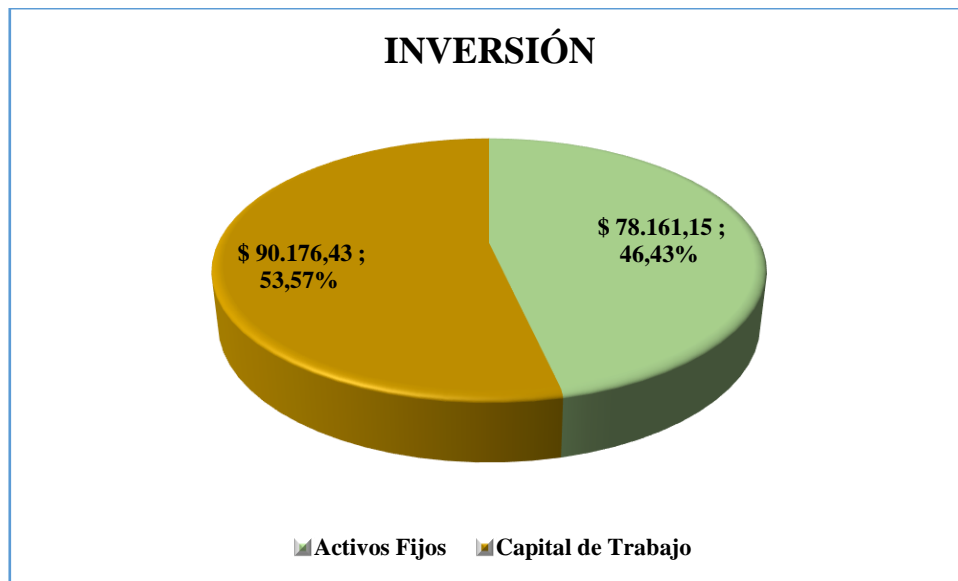
INVERSIÓN	
RUBROS	VALOR
Activos Fijos	\$ 78.161,15
Capital de Trabajo	\$ 90.176,43
Inversión Total	\$ 168.337,58

Elaborado por: Tomalá Roxana

Para inicio de sus operaciones o actividades, la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”, requerirá una inversión total de \$168.337,58.

Cabe mencionar que la inversión en activos fijos representa el 46%, mientras que el capital de trabajo representa el 54% de la inversión total, tal como se muestra en la siguiente ilustración:

Gráfico 16: Inversión Total



Elaborado por: Tomalá Roxana

Es importante indicar que para determinar el financiamiento necesario, se debe hacer síntesis el capital social de la organización. En esta caso, el capital social, se convierte en la aportación de bienes y dinero en efectivo para la constitución de la empresa. En su efecto, el capital social de la Lavadora y Lubricadora “Unión profesional” estará valorizado en dinero en efectivo, cuyo monto es:

Tabla 23: Capital Social

CAPITAL SOCIAL	
RUBROS	VALOR
Aporte en Efectivo	\$ 68.337,58
Aporte en Bienes	\$ -
Total	\$ 68.337,58

Elaborado por: Tomalá Roxana

Para cubrir la inversión requerida, se solventa en un financiamiento de \$100.000,00 cuyo monto será mediante un crédito o préstamo bancario, lo cual serpa otorgado por la Corporación Financiera Nacional (CFN), entidad que concede crédito financiado a nuevos emprendimientos dentro de la provincia de Santa Elena. A continuación, se presenta en el siguiente esquema la estructura de financiamiento:

Tabla 24: Financiamiento

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO				
Rubro	Valor	%	%	TMAR
Capital Aportado	\$ 68.337,58	40,60%	6,50%	2,64%
Capital Financiado	\$ 100.000,00	59,40%	8,91%	5,29%
Total	\$ 168.337,58	100,00%		7,93%

Elaborado por: Tomalá Roxana

El préstamo bancario será concedido en 5 años plazo con pagos mensuales y con una tasa de interés del 8,91%. Cabe recalcar que de acuerdo a la estructura de financiamiento se determina el Costo de Oportunidad conocido como también TMAR. La TMAR, es la tasa mínima aceptable para inversión, para esto se considerará el costo de riesgo del inversionista, tasa de inflación y tasa de interés de CFN, cuyo resultado se obtiene el 7,93%, representado en porcentaje, el mismo que será analizado en el flujo de caja para la viabilidad del proyecto a través de indicadores financieros.

3.5.5 Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos para la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”, estará dado por la cantidad de servicios a ofrecer y la frecuencia de uso o consumo dependiendo la necesidad o requerimiento del vehículo. Cabe mencionar que los ingresos varían en base a las cooperativas, vehículos livianos y vehículos pesados.

Posteriormente, se presenta en las siguientes tablas los ingresos obtenidos por el direccionamiento del vehículo:

Tabla 25: Presupuesto de Ingresos por Cooperativa

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
Período	2019	2020	2021	2022	2023
Lavado Rápido	\$34.176,00	\$35.520,00	\$36.864,00	\$38.208,00	\$39.552,00
Baño de Espuma	\$17.088,00	\$18.240,00	\$19.392,00	\$20.544,00	\$21.696,00
Lavado Premium	\$9.216,00	\$9.216,00	\$9.216,00	\$9.216,00	\$9.216,00
Cambio de Aceite	\$10.368,00	\$10.368,00	\$10.368,00	\$10.368,00	\$10.368,00
TOTAL	\$70.848,00	\$73.344,00	\$75.840,00	\$78.336,00	\$80.832,00

Elaborado por: Tomalá Roxana

El presupuesto de ingresos por cooperativa será en tomará como referencia los 500 socios de las 10 cooperativas dentro del cantón La Libertad.

A continuación, se presenta el presupuesto de ingresos por vehículos livianos y pesados:

Tabla 26: Presupuesto de Ingresos por Vehículos Livianos

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
Período	2019	2020	2021	2022	2023
Lavado Rápido	\$13.856,50	\$14.413,00	\$14.990,50	\$15.589,00	\$16.208,50
Baño de Espuma	\$15.792,00	\$16.432,00	\$17.096,00	\$17.784,00	\$18.496,00
Lavado Premium	\$8.464,00	\$8.808,00	\$9.152,00	\$9.520,00	\$9.904,00
Cambio de Aceite	\$28.600,00	\$29.750,00	\$30.950,00	\$32.175,00	\$33.450,00
TOTAL	\$66.712,50	\$69.403,00	\$72.188,50	\$75.068,00	\$78.058,50

Elaborado por: Tomalá Roxana

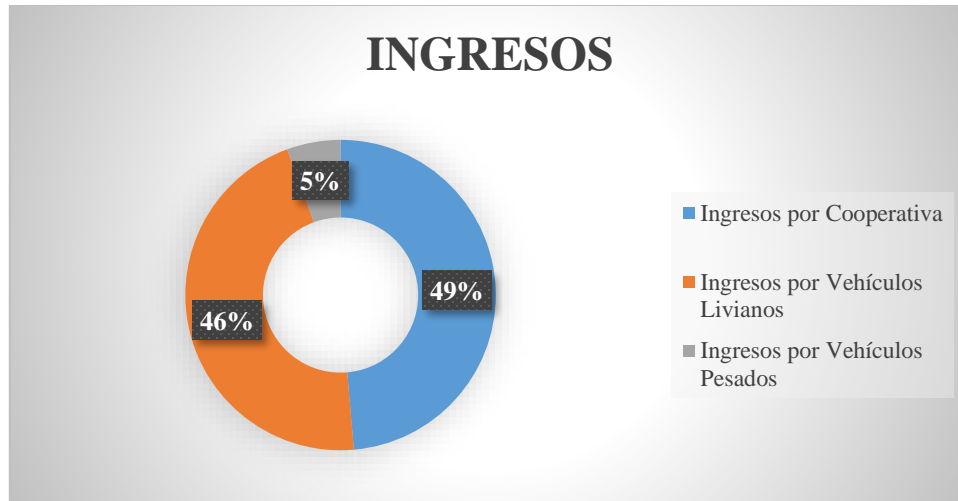
Tabla 27: Presupuesto de Ingresos por Vehículos Pesados

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
Período	2019	2020	2021	2022	2023
Lavado Rápido	\$1.339,00	\$1.391,00	\$1.449,50	\$1.508,00	\$1.566,50
Baño de Espuma	\$1.224,00	\$1.272,00	\$1.320,00	\$1.368,00	\$1.416,00
Lavado Premium	\$550,00	\$570,00	\$590,00	\$610,00	\$630,00
Cambio de Aceite	\$5.015,00	\$5.185,00	\$5.355,00	\$5.525,00	\$5.695,00
TOTAL	\$8.128,00	\$8.418,00	\$8.714,50	\$9.011,00	\$9.307,50

Elaborado por: Tomalá Roxana

Es importante que los ingresos por vehículos livianos y pesados son de acuerdo a los registros de matriculados dentro de la provincia de Santa Elena.

Gráfico 16: Presupuesto de Ingresos Generales



Elaborado por: Tomalá Roxana

3.5.6 Costos y Gastos

Los costos son aquellos desembolsos ocasionados dentro de un período dado. Ante esto, los costos de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”, corresponde a la mano de obra, materiales de operación y costos indirectos de operación:

Tabla 28: Presupuestos de Costos

PRESUPUESTO DE COSTOS					
Período	2019	2020	2021	2022	2023
Materiales	\$16.794,51	\$16.835,94	\$16.877,47	\$16.919,10	\$16.960,83
Mano de Obra	\$27.476,68	\$28.024,48	\$28.572,27	\$29.120,07	\$29.667,86
Costos Indirectos	\$3.008,60	\$3.016,02	\$3.023,46	\$3.030,92	\$3.038,39
Materiales	\$16.794,51	\$16.835,94	\$16.877,47	\$16.919,10	\$16.960,83
Costos Operativos	\$47.279,79	\$47.876,44	\$48.473,20	\$49.070,08	\$49.667,09

Elaborado por: Tomalá Roxana

Tabla 29: Presupuestos de Gastos

PRESUPUESTO DE GASTOS					
Período	2019	2020	2021	2022	2023
Gastos Operacionales	\$37.592,24	\$37.876,49	\$38.160,76	\$37.769,45	\$38.053,76
Gastos Administrativos	\$8.032,08	\$8.172,47	\$8.312,87	\$8.453,27	\$8.593,67
Sueldos Administrativos	\$7.311,97	\$7.450,58	\$7.589,20	\$7.727,81	\$7.866,43
Suministros de Oficina	\$79,31	\$79,51	\$79,70	\$79,90	\$80,10
Servicios Básicos	\$640,80	\$642,38	\$643,97	\$645,55	\$647,15
Gastos de Ventas	\$13.152,61	\$13.296,47	\$13.440,34	\$13.584,23	\$13.728,13
Sueldos de Ventas	\$6.826,81	\$6.965,43	\$7.104,04	\$7.242,66	\$7.381,27
Gastos de Publicidad	\$1.485,00	\$1.488,66	\$1.492,34	\$1.496,02	\$1.499,71
Gastos de Arriendo	\$4.200,00	\$4.200,00	\$4.200,00	\$4.200,00	\$4.200,00
Servicios Básicos	\$640,80	\$642,38	\$643,97	\$645,55	\$647,15
Otros Gastos	\$16.407,55	\$16.407,55	\$16.407,55	\$15.731,96	\$15.731,96
Gastos de Constitución	\$127,00	\$127,00	\$127,00	\$127,00	\$127,00
Gastos de Depreciación	\$16.280,55	\$16.280,55	\$16.280,55	\$15.604,96	\$15.604,96

Elaborado por: Tomalá Roxana

Los gastos operacionales serán proyectados de acuerdo a las necesidades del presupuesto y direccionados dentro de las tres áreas de trabajo.

3.5.7 Estado de Resultados Proyectados

Tabla 30: Estado de Resultados Proyectados

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
Rubros	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos Operacionales	\$145.688,50	\$151.165,00	\$156.743,00	\$162.415,00	\$168.198,00
Ingresos por Lavado Rápido	\$49.371,50	\$51.324,00	\$53.304,00	\$55.305,00	\$57.327,00
Ingresos por Baños de Espuma	\$34.104,00	\$35.944,00	\$37.808,00	\$39.696,00	\$41.608,00
Ingresos por Lavado Premium	\$18.230,00	\$18.594,00	\$18.958,00	\$19.346,00	\$19.750,00

Ingresos por Cambio de Aceite	\$43.983,00	\$45.303,00	\$46.673,00	\$48.068,00	\$49.513,00
Costos Operativos	\$47.279,79	\$47.876,44	\$48.473,20	\$49.070,08	\$49.667,09
Materiales	\$16.794,51	\$16.835,94	\$16.877,47	\$16.919,10	\$16.960,83
Mano de Obra	\$27.476,68	\$28.024,48	\$28.572,27	\$29.120,07	\$29.667,86
Costos Indirectos	\$3.008,60	\$3.016,02	\$3.023,46	\$3.030,92	\$3.038,39
Utilidad Bruta	\$98.408,71	\$103.288,56	\$108.269,80	\$113.344,92	\$118.530,91
Gastos Operacionales	\$37.592,24	\$37.876,49	\$38.160,76	\$37.769,45	\$38.053,76
Gastos Administrativos	\$8.032,08	\$8.172,47	\$8.312,87	\$8.453,27	\$8.593,67
Sueldos Administrativos	\$7.311,97	\$7.450,58	\$7.589,20	\$7.727,81	\$7.866,43
Suministros de Oficina	\$79,31	\$79,51	\$79,70	\$79,90	\$80,10
Servicios Básicos	\$640,80	\$642,38	\$643,97	\$645,55	\$647,15
Gastos de Ventas	\$13.152,61	\$13.296,47	\$13.440,34	\$13.584,23	\$13.728,13
Sueldos de Ventas	\$6.826,81	\$6.965,43	\$7.104,04	\$7.242,66	\$7.381,27
Gastos de Publicidad	\$1.485,00	\$1.488,66	\$1.492,34	\$1.496,02	\$1.499,71
Gastos de Arriendo	\$4.200,00	\$4.200,00	\$4.200,00	\$4.200,00	\$4.200,00
Servicios Básicos	\$640,80	\$642,38	\$643,97	\$645,55	\$647,15
Otros Gastos	\$16.407,55	\$16.407,55	\$16.407,55	\$15.731,96	\$15.731,96
Gastos de Constitución	\$127,00	\$127,00	\$127,00	\$127,00	\$127,00
Gastos de Depreciación	\$16.280,55	\$16.280,55	\$16.280,55	\$15.604,96	\$15.604,96
Utilidad Operativa	\$60.816,47	\$65.412,08	\$70.109,04	\$75.575,46	\$80.477,16
Gastos Financieros	\$8.242,35	\$6.699,95	\$5.014,36	\$3.172,31	\$1.159,25
Utilidad antes Partic. Trabajador	\$52.574,12	\$58.712,13	\$65.094,68	\$72.403,16	\$79.317,90
Participación del Trabajador	\$7.886,12	\$8.806,82	\$9.764,20	\$10.860,47	\$11.897,69
Utilidad antes Impuesto Renta	\$44.688,00	\$49.905,31	\$55.330,48	\$61.542,68	\$67.420,22
Impuesto a la Renta	\$9.831,36	\$10.979,17	\$12.172,71	\$13.539,39	\$14.832,45
Utilidad antes Reserva Legal	\$34.856,64	\$38.926,14	\$43.157,77	\$48.003,29	\$52.587,77
Reserva Legal	\$3.485,66	\$3.892,61	\$4.315,78	\$4.800,33	\$5.258,78
Utilidad Neta del Ejercicio	\$31.370,98	\$35.033,53	\$38.842,00	\$43.202,96	\$47.328,99

El Estado de Resultados o Estado de Pérdidas y Ganancias es un reporte financiero que trata de sintetizar la utilidad líquida de acuerdo a los ingresos percibidos frente a los gastos, costos y demás importes incurridos en un determinado período. Para esto, este estado financiero de la Lavadora y Lubricadora “Unión Peninsular”, concierne en hacer contraste con la finalidad de solventar la utilidad bruta, operativa y neta del ejercicio.

3.5.8 Flujo de Caja Proyectado

Tabla 31: Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA							
	Detalle	Año 0	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
	Inversión	\$168.337,58					
+	Utilidad del Ejercicio		\$52.574,12	\$58.712,13	\$65.094,68	\$72.403,16	\$79.317,90
+	Depreciación		\$16.280,55	\$16.280,55	\$16.280,55	\$15.604,96	\$15.604,96
+	Amortización		\$24.857,64	\$24.857,64	\$24.857,64	\$24.857,64	\$24.857,64
-	Participación de Trabajadores		\$7.886,12	\$8.806,82	\$9.764,20	\$10.860,47	\$11.897,69
-	Impuesto a la Renta		\$9.831,36	\$10.979,17	\$12.172,71	\$13.539,39	\$14.832,45
+	Capital de Trabajo						\$76.891,15
-	Pago de Deuda		\$16.615,30	\$18.157,70	\$19.843,28	\$21.685,34	\$23.698,39
=	Flujo Neto de Efectivo	\$(168.337,58)	\$59.379,54	\$61.906,64	\$64.452,68	\$66.780,56	\$146.243,13

Elaborado por: Tomalá Roxana

El flujo de caja permite determinar la liquidez de efectivo de una organización. En este caso, este reporte financiero será diseñado de acuerdo a la estructura del inversionista.

3.5.9 Estado de Flujo de Efectivo

El flujo de efectivo es un reporte financiero auxiliar del flujo de caja, ya que permite sintetizar las entradas y salidas de efectivos incurridos dentro de un período determinado. Por consiguiente, se muestra en la siguiente tabla el Estado de Flujo de Efectivo de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”:

Tabla 32: Estado de Flujo de Efectivo

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO						
Período	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023
Saldo Inicial		\$76.891,15	\$129.130,52	\$168.248,03	\$209.993,99	\$254.379,86
Préstamo Bancario	\$100.000,00					
Más Entradas de Efectivo						
Ingresos por Servicios		\$145.688,50	\$151.165,00	\$156.743,00	\$162.415,00	\$ 168.198,00
Efectivo Disponible	\$100.000,00	\$222.579,65	\$280.295,52	\$324.991,03	\$372.408,99	\$ 422.577,86
Inversión	\$168.337,58					
Salidas de Efectivo		\$93.449,13	\$112.047,50	\$114.997,04	\$ 118.029,13	\$ 121.373,39
Pago de Salarios		\$41.615,46	\$42.440,48	\$43.265,51	\$ 44.090,54	\$ 44.915,56
Pago de Servicios Básicos		\$1.281,60	\$1.284,76	\$1.287,93	\$ 1.291,11	\$ 1.294,29
Pago de Amortización de Constitución		\$127,00	\$127,00	\$127,00	\$ 127,00	\$ 127,00
Pago de Suministros de Oficina		\$79,31	\$79,51	\$79,70	\$ 79,90	\$ 80,10
Pago de Arrendamiento		\$4.200,00	\$4.200,00	\$4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00
Pago de Impuesto a la Renta		\$-	\$7.886,12	\$8.806,82	\$ 9.764,20	\$ 10.860,47
Pago de Participación de Trabajadores		\$-	\$9.831,36	\$10.979,17	\$ 12.172,71	\$ 13.539,39
Pago de Publicidad		\$1.485,00	\$1.488,66	\$1.492,34	\$ 1.496,02	\$ 1.499,71
Pago de Obligaciones Financieras		\$24.857,64	\$24.857,64	\$24.857,64	\$ 24.857,64	\$ 24.857,64
Pago de Costo de Venta		\$19.803,11	\$19.851,96	\$19.900,93	\$ 19.950,02	\$ 19.999,23
Efectivo Neto	\$(68.337,58)	\$129.130,52	\$168.248,03	\$209.993,99	\$ 254.379,86	\$ 301.204,46
Aportación de Capital	\$ 68.337,58					

Elaborado por: Tomalá Roxana

3.5.10 Balance general proyectado

Tabla 33: Balance General Proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO					
COOPERATIVA DE TAXIS "UNIÓN PROFESIONAL"					
ACTIVO	2019	2020	2021	2022	2023
Caja	\$77.478,31	\$100.948,82	\$125.996,39	\$152.627,91	\$180.722,68
Bancos	\$51.652,21	\$67.299,21	\$83.997,59	\$101.751,94	\$120.481,79
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$129.130,52	\$168.248,03	\$209.993,99	\$254.379,86	\$301.204,46
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	2019	2020	2021	2022	2023
Equipos de Servicios	\$884,43	\$884,43	\$884,43	\$884,43	\$884,43
Depreciación Acumulada	\$79,60	\$159,20	\$238,80	\$318,39	\$397,99
Muebles y Enseres	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00
Depreciación Acumulada	\$225,00	\$450,00	\$675,00	\$900,00	\$1.125,00
Equipos de Cómputo	\$3.040,00	\$3.040,00	\$3.040,00	\$3.040,00	\$3.040,00
Depreciación Acumulada	\$675,59	\$1.351,18	\$2.026,77	\$2.026,77	\$2.026,77
Equipos de Oficina	\$42,00	\$42,00	\$42,00	\$42,00	\$42,00
Depreciación Acumulada	\$7,56	\$15,12	\$22,68	\$30,24	\$37,80
Maquinarias y Equipos	\$84.960,00	\$84.960,00	\$84.960,00	\$84.960,00	\$84.960,00
Depreciación Acumulada	\$15.292,80	\$30.585,60	\$45.878,40	\$61.171,20	\$76.464,00
TOTA ACTIVOS FIJOS	\$73.895,88	\$57.615,33	\$41.334,78	\$25.729,82	\$10.124,87
ACTIVOS DIFERIDOS	\$1.270,00	\$1.270,00	\$1.270,00	\$1.270,00	\$1.270,00
TOTAL DE ACTIVO	\$204.296,40	\$227.133,36	\$252.598,77	\$281.379,68	\$312.599,33
PASIVO	2019	2020	2021	2022	2023
Préstamo Bancario	\$83.384,70	\$65.227,01	\$45.383,73	\$23.698,39	\$0,00
Participación Trabajador por Pagar	\$7.886,12	\$8.806,82	\$9.764,20	\$10.860,47	\$11.897,69
Impuesto por Pagar	\$9.831,36	\$10.979,17	\$12.172,71	\$13.539,39	\$14.832,45
TOTAL PASIVO	\$101.102,18	\$85.012,99	\$67.320,63	\$48.098,25	\$26.730,13
PATRIMONIO	2019	2020	2021	2022	2023
Capital	\$68.337,58	\$68.337,58	\$68.337,58	\$68.337,58	\$68.337,58
Reserva Legal	\$3.485,66	\$3.892,61	\$4.315,78	\$4.800,33	\$5.258,78
Utilidad del Ejercicio	\$31.370,98	\$35.033,53	\$38.842,00	\$43.202,96	\$47.328,99
Utilidades Retenidas	\$-	\$34.856,64	\$73.782,78	\$116.940,56	\$164.943,85
TOTAL PATRIMONIO	\$103.194,22	\$142.120,36	\$185.278,14	\$233.281,43	\$285.869,20
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$204.296,40	\$227.133,36	\$252.598,77	\$281.379,68	\$312.599,33

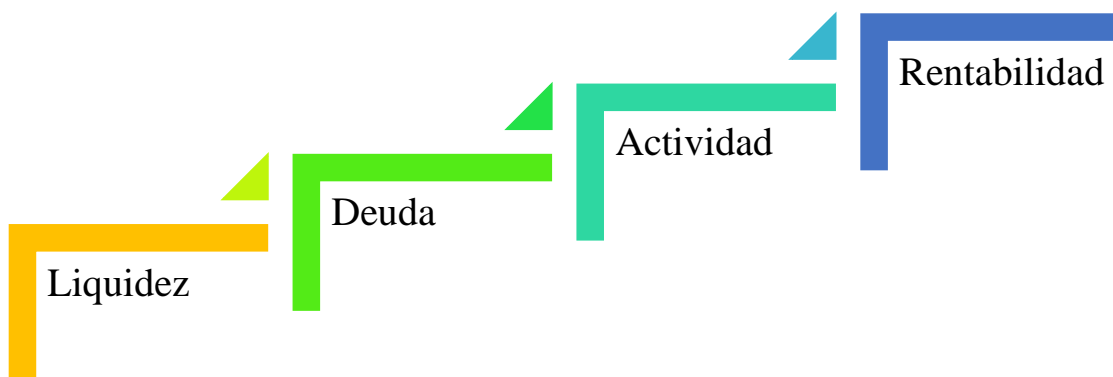
Elaborado por: Tomalá Roxana

El Balance General permite ver el nivel de crecimiento generado una vez posicionada en el mercado. Cabe mencionar, que la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional” tendrá un crecimiento del 10,09% dentro de los cinco años proyectados.

3.5.11 Indicadores financieros

Para tomar una correcta toma de decisión, es necesario conocer los objetivos trazados, la visión y lo que pretende llegar con el objetivo central de mantenerse activa en el mercado. Para ello, es necesario conocer los indicadores financieros, mediante éstos analizar la situación real de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional” dentro del período.

Figura 15: Indicadores Financieros



Elaborado por: Tomalá Roxana

A continuación, se muestra en el siguiente cuadro los diferentes indicadores financieros que se tomará en consideración para análisis de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”:

Tabla 34: Indicadores Financieros

INDICADORES FINANCIEROS						
Indicadores	Fórmula	2019	2020	2021	2022	2023
1. Circulante	$\frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}}$	1,28	1,98	3,12	5,29	11,97
2. Ácida	$\frac{\text{Activos Corrientes} - \text{Inventario}}{\text{Pasivos Corrientes}}$	1,28	1,98	3,12	5,29	11,97
3. Deuda	$\frac{\text{Total Pasivos}}{\text{Total Activos}}$	41%	29%	18%	8%	0%
4. Capacidad Pago Intereses	$\frac{\text{Utilidad antes Interés e Impuesto}}{\text{Intereses}}$	6,38	8,76	12,98	22,82	31,55
5. Margen Utilidad Bruta	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ingresos}}$	67,55 %	68,33 %	69,70 %	69,79 %	70,47 %
6. Margen Utilidad Operativa	$\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ingresos}}$	41,74 %	43,27 %	44,73 %	46,53 %	47,85 %
7. Margen Utilidad Neta	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ingresos}}$	21,53 %	23,18 %	24,78 %	26,60 %	28,14 %
8. Rendimiento de Capital	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$	30%	25%	21%	19%	17%
9. Rendimiento de Activos	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$	15,36 %	15,42 %	15,38 %	15,35 %	15,14 %
10. Relación Costo-Beneficio	$\frac{\text{VAN} - \text{Inversión}}{\text{ABS(Inversión)}}$	1,10				

3.6 Resultados

Dentro de los resultados se hará énfasis la viabilidad del proyecto. En este caso determinar si es viable poner en marcha la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional” en el cantón La Libertad y para ello se tomará en cuenta indicadores financieros para su estudio, los mismos que se muestra a continuación:

Tabla 35: Criterios de Decisión

TMAR	7,93%
VAN	\$ 140.153,95
TIR	32%
C/B	\$ 1,10
CONDICIÓN DEL PROYECTO	ACEPTAR

Elaborado por: Tomalá Roxana

Tabla 36: Flujos Netos Actualizados

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS		
PERIODO	FLUJO EFECT	FCA
0	\$ 168.337,58	
1	\$ 59.379,54	\$ 55.016,71
2	\$ 61.906,64	\$ 53.143,83
3	\$ 64.452,68	\$ 51.264,23
4	\$ 66.780,56	\$ 49.213,17
5	\$ 146.243,13	\$ 99.853,80

Elaborado por: Tomalá Roxana

Tabla 37: Período de Recuperación de la Inversión

AÑOS	2,00	
MESES	0,73	8,76
DÍAS	0,760	18

Elaborado por: Tomalá Roxana

Para determinar la viabilidad de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional” se considera los siguientes criterios:

- Un proyecto será viable siempre y cuando el Valor Actual Neto (VAN) sea positivo. De acuerdo a los resultados obtenidos en base al Flujo de Caja Proyectado (Flujos de efectivos netos y acumulación de flujos) se obtiene un van de \$140.153,95.
- Un proyecto será viable cuando la Tasa Interno de Retorno (TIR) sea superior a la Tasa Mínima Aceptable (TMAR), por lo que de acuerdo a los flujos de efectivos netos proyectados y la inversión requerida, se obtiene una TIR del 32%.
- Un proyecto será rentable cuando la recuperación de la inversión (PRI) este dentro de lo establecido. En su efecto, la inversión requerida de \$168.337,58 en los 5 años pronosticados, se recuperará en un plazo de 2 años, 8 meses y 18 días.
- Finalmente, un proyecto es viable cuando la relación costo/beneficio (C/B) sea mayor que la unidad, por lo que se obtiene \$1,10; es decir por cada dólar que invierte el negocio obtendrá \$0,10 centavos de ganancias o utilidad.

CONCLUSIONES

Las conclusiones del estudio son las siguientes:

- El proceso de la investigación permitió determinar que es viable la creación de una Lavadora y Lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”, considerando todos los aspectos claves del plan de negocios.
- El nivel competitivo del negocio de Lavadoras en la provincia de Santa Elena se encuentra en crecimiento debido a las limitadas barreras de entradas, por tal razón, la creación de una empresa de este sector requiere de un trabajo eficaz.
- El plan operativo para la creación de la Lavadora y Lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”, permitió definir las herramientas necesarias para brindar un servicio de calidad que permita la satisfacción de los clientes.
- Para que las actividades de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional” sean desempeñadas con eficiencia, es necesario establecer una estructura orgánica y un manual de funciones para definir roles y funciones de los colaboradores.
- Los medios digitales como: Facebook, WhatsApp e Instagram son las herramientas que tienen una mayor captación en el público objetivo de la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”, en tal virtud, las estrategias publicitarias están enfocadas en la creación de perfiles de la empresa.
- Es viable la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional” con un van de \$140.153,95; una TIR del 32%, relación C/B de \$1,10 y una recuperación de inversión dentro de 2 años, 8 meses y 18 días.

RECOMENDACIONES

Por lo tanto, se recomienda lo siguiente:

- La Cooperativa de taxis “Unión Profesional” debe tener en cuenta los puntos clave del plan de negocios propuesto con la finalidad de reducir los riesgos empresariales.
- Realizar un análisis situaciones de manera periódica de tal manera que, se puedan identificar las amenazas para la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”.
- Establecer acciones de mejora continua en el proceso operativo para garantizar la satisfacción de los clientes que visiten la Lavadora y Lubricadora “Unión Profesional”.
- Aplicar las estrategias organizacionales propuestas en el presente trabajo de investigación para que las actividades a desempeñarse en la empresa se cumplan de manera eficiente.
- Crear perfiles empresariales en las redes sociales: facebook, instagram y Whatsapp, y de esta forma mantener una relación directa con los clientes sobre los servicios que ofrece la Lavadora y Lubricadora.
- Realizar un monitoreo constante y permanente en los estados financieros y auxiliares de que se lleve a cabo de la mejor manera posible y que permita seguir cumpliendo los objetivos prospectos del área en bienestar de la organización.

BIBLIOGRAFÍA

- Castro Abancéns, I., & Rufino Rus, J. I. (2012). *Creación de Empresas para Emprendedores* (2 ed.). Madrid: Ediciones Pirámide.
- Amaru Maximiano, A. C. (2008). *Administración para Emprendedores. Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios* (1 ed.). Madrid: Pearson Educación.
- Lee, B., & Kelly, L. (2019). Cultural leadership ideals and social entrepreneurship: an international study. *Journal of Social Entrepreneurship*, 108-128. doi:10.1080/19420676.2018.1541005
- Bosma, N., & Kelley, D. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report*. Chile: Universidad del Desarrollo.
- Parra, S. (2013). La Relevancia del Autoconocimiento y la Autoconciencia del Emprendedor en la Toma de Decisiones y la Creación de una Organización. *Current Opinion in Creativity, Innovation and Entrepreneurship*, 2, 28-34.
- Sparano Rada, H. (2014). Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos. *Dimensión Empresarial*, 12(2), 95-106.
- Jola Sánchez, A. F. (2013). Desarrollo del sector servicios y su papel en la consolidación del crecimiento económico mundial. *Ecos de economía*, 43-68.
- Banco Mundial. (2019). *Comercio de servicios (% del PIB)*. Obtenido de Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/BG.GSR.NFSV.GD.ZS>
- López, A., Niembro, A., & Ramos, D. (2017). Las empresas de servicios en América Latina: Un estudio exploratorio sobre factores de competitividad internacional, obstáculos y políticas públicas. *Scielo*, 11(1), 7-22.

- Aboal, D., Arias Ortiz, E., Crespi, G., Garda, P., Rasteletti, A., Rubalcava, L., . . . Vargas, F. (2015). La innovación y la nueva economía de servicios en América Latina y el Caribe: Retos e implicaciones de política. (G. Crespi, L. Rubalcava, & D. Aboal, Edits.) *Centro de Investigaciones Económicas (CINVE, Uruguay)*, 196-208.
- INEC. (2017). *Panorama Laboral y Empresarial del Ecuador*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Panorama%20Laboral%202017.pdf>
- Castro Abancéns, I., & Rufino Rus, J. I. (2012). *Creación de empresas para emprendedores*. México: Ediciones Pirámide.
- Prieto Sierra, C. (2017). *Empredimiento. Conceptos y plan de negocios* (2 ed.). México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Vargas Cueva, L. (2012). *Principios de Administración* (1 ed.). Guayaquil, Ecuador: Digrafica S.A.
- Palacios Acero, L. (2012). *Estrategias de creación empresarial* (1 ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Münch, Lourdes. (2014). *Administración. Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo* (2 ed.). México: Pearson Educación.
- Flórez Uribe, J. A. (2012). *Proyectos de inversión para las PYME. Creación de empresas* (2 ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Alcalde San Miguel, P. (2010). *Calidad* (2 ed.). Madrid: Paraninfo.
- Thompson, A. A., Peteraf, M. A., Gamble, J. E., & Strickland III, A. (2015). *Crafting and Executing Strategy. The Quest for Competitive Advantage. Concepts and Cases* (19 ed.). (J. Mares Chacón, Ed., R. M. Rubio ruiz, J. F. Dávila Martínez,

- A. Deras Quiñónez, & P. Mascaró Sacristán, Trads.) New York, United States of América: The McGraw-Hill Companies.
- Jones, G. R., & George, J. M. (2014). *Contemporary Management* (8 ed.). México: The McGraw-Hill Companies.
- Chiavenato, I. (2017). *Comportamento Organizacional: A dinâmica do sucesso nas organizações*. (3 ed.). México: The McGraw-Hill Companies.
- Robbins, S., & Judge, T. (2017). *Organizational Behavior* (17 ed.). México: Pearson Educación.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Conceptos de Administración Estratégica* (15 ed.). México: Pearson Educación.
- Vivanco Vergara, M. E. (2017). Los Manuales de procedimientos como herramientas de control interno de una organización. *Scielo*, 247-252. Obtenido de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Flores Uribe, J. A. (2015). *Proyectos de inversión para las Pyme. Creación de Empresas* (2 ed.). Bogotá D.C.: Ecoe Ediciones.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Marketing. An Introduction* (13 ed.). México: Pearson Educación.
- Schnarch Kirberg, A. (2014). *Emprendimiento exitoso. Cómo mejorar su proceso y gestión* (1 ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Hill, C. W., Jones, G. R., & Schilling, M. A. (2014). *Administración Estratégica: Teorías y Casos. Un Enfoque Integral* (11 ed.). México: Cengage Learning.
- Porter, M. E. (2015). *Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors* (2 ed.). México: Grupo Editorial Patria.
- Mesa Holguín, M. (2012). *Fundamentos de Marketing* (1 ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.

- Cámara Santa Cruz de Tenerife. (2016). *Análisis del Mercado*. Obtenido de Cámara Santa Cruz de Tenerife: <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/analisis-del-mercado>
- CreceNegocios. (2018). *¿Qué es y cómo hacer el análisis de la competencia?* Obtenido de CreceNegocios: <https://www.crecenegocios.com/el-analisis-de-la-competencia/>
- Martín Peña, M. L., & Díaz Garrido, E. (2018). *Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios* (2 ed.). Madrid: Esic Editorial.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (13 ed.). México: Pearson Educación.
- Fernández Guerrero, R., Revuelto Taboada, L., & Simón Moya, V. (2012). The business plan as a project: an evaluation of its predictive capability for business success. *The Service Industries Journal*, 32(15), 2399-2420.
- Fulker, D., Timur, A., Katherine, D., & Butler, J. (2016). A Case Study of the Grey Oaks Community and Club: Creation of a High-Performance Culture Through the Innovative Use of a Data-Driven Business Plan. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 17(1), 72-99.
- McGuinness, J. (2016). *Creating a Business Plan for a startup service company*. Obtenido de Repositorio: Arcada University of Applied Sciences: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/125132/Creating%20a%20Business%20Plan%20for%20a%20startup%20service%20company.Final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Apolinario Yagual, E. J. (2019). *Creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva, como agente de desarrollo económico en el sector artesanal del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2018*. Obtenido de Repositorio: Universidad Estatal Península de Santa Elena -

Carrera de Administración de Empresas:
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4667/1/UPSE-TAE-2019-0015.pdf>

INEC. (2016). *Directorio de Pymes 2016*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos:
http://www.inec.gob.ec/documentos_varios/presentacion_direc_empresas.pdf

Chiavenato, I., & Sapiro, A. (2017). *Planeación Estratégica. Fundamentos y aplicaciones* (3 ed.). México D.F.: McGraw-Hill.

Asamblea Nacional Constituyente. (20 de Octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de Página web de la Asamblea Nacional:
https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf

Congreso Nacional. (2018). *Ley del Registro Único de Contribuyentes*. Obtenido de Servicio Nacional de Rentas Internas: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

Congreso Nacional. (1999). *Ley de Compañías*. Obtenido de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros:
https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf

Consejo Nacional de Participación (CNP). (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021. Toda una Vida*. Quito: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES 2017.

Zuccherino, S. (2016). *Social Media Marketing: la revolución de los negocios y la comunicación digital* (1 ed.). Buenos Aires: Temas.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. D. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). México: The McGraw-Hill Companies.

Bernal Torres, C. A., & Sierra Arango, H. D. (2013). *Proceso Administrativo para las organizaciones del siglo XXI* (2 ed.). México: Pearson Educación.

- Hinojosa Pérez, J. A. (2017). *El arte de hacer una tesis para pos y pregrado con casos prácticos* (1 ed.). Lima: Centro de Producción Imprenta de la Universidad Nacional Mayor de San Marco.
- INEC. (2019). *Proyecciones Poblacionales*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Morales Gualdón, S., & Pineda Zapata, U. (2015). Factores del perfil del emprendedor y de la gestión del servicio que inciden en la supervivencia empresarial: casos del oriente de Antioquia. *Pensamiento y Gestión*(38), 176-207.

ANEXOS



COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE TAXI
"UNION PROFESIONAL" - 02

R.U.C.: 0992242450001

Aprobada según Acuerdo Ministerial N° 4321 del 4 de Febrero de 1975

Oficina: Barrio 6 de Diciembre, Avenida 13 y Calle 26 esquina

Atrás de la escuela LP Varela

Teléfono: 2286036

unionprofesional02@hotmail.com

LA LIBERTAD - ECUADOR



La Libertad, 20 de marzo del 2019

Srta.

Angie Roxana Tomalá Orrala

Estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría

Universidad Estatal Peninsular De Santa Elena

Ciudad. -

De mi consideración:

En mi calidad de Gerente de la Cooperativa de Transporte de taxis Union Profesional tengo a bien expresar a ustedes un atento y cordial saludo.

En respuesta a la solicitud presentada por usted. En la que solicita autorización para poder realizar dentro de la cooperativa a la que represento, el trabajo de tesis para la Titulación denominada "Estudio de factibilidad para la implementación de una lavadora express y lubricadora en la Cooperativa Union Profesional, Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, 2018".

En donde le informo que ha sido aceptada satisfactoriamente, para que realice su estudio académico con el fin de obtener su trabajo de titulación.

Particular que informo a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

Johanna Paola Perero

C.C. 220005185-8

Gerente



LA LIBERTAD - ECUADOR

Anexo 1: Matriz de Consistencia

Título	Problema	Objetivos	Idea a defender	Variables	Dimensiones	Indicadores
Creación de una Lavadora y Lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional", cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2018	General	General	El plan de negocios permitirá conocer la viabilidad de la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional", del cantón La Libertad	Plan de Negocios	Plan Legal	Constitución
	¿Cuál es el efecto de un plan de negocios en la viabilidad para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional", del cantón la Libertad?	Crear una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional", del cantón La Libertad, a través del diseño de un plan de negocios			Forma Jurídica	
					Plan estratégico	Análisis del entorno
					Estudio de mercado	Análisis FODA
						Situación del mercado actual
						Análisis de la competencia
						Estrategias Competitiva
	Segmentación					
	Plan de Marketing	Marketing mix				
	¿Cuáles son los factores que influyen en la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional"?	Analizar los factores del entorno que influyen en la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional", del cantón La Libertad, a través de un estudio de mercado			Plan de Operaciones	Los servicios
					Calidad del servicio	
	¿Cuáles son las herramientas adecuadas para la prestación de un servicio de calidad en la Lavadora y Lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional"?	Definir las herramientas adecuadas para la prestación de un servicio de calidad en la Lavadora y Lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional", del cantón La Libertad, a través de un plan operativo			Plan Organizativo y de Recursos Humanos	Organigrama
						Manual de Funciones
¿Cuáles son los componentes organizacionales necesarios para la creación de una Lavadora y Lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional"?	Diagnosticar cuales son los componentes organizacionales necesarios para la creación de una Lavadora y Lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional", del cantón La Libertad, a través de un estudio administrativo y de recursos humanos.	Plan económico financiero	Políticas empresariales			
			Inversión			
¿Cuáles son las estrategias de publicidad idóneas para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional"?	Identificar las estrategias de publicidad adecuadas para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional", del cantón La Libertad, a través de un plan de marketing.	Espíritu Emprendedor	Financiamiento			
			Viabilidad			
¿Cuáles son los recursos económicos necesarios para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional"?	Planificar el uso de los recursos económicos para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional", del cantón La Libertad, a través de un plan financiero.	Áreas funcionales de la empresa	Perfil emprendedor			
			Tipo de Empresas			
¿Cuáles son los recursos económicos necesarios para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional"?	Planificar el uso de los recursos económicos para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional", del cantón La Libertad, a través de un plan financiero.	Dirección y Liderazgo	Ventas y desventajas del emprendimiento			
			Recursos Humanos			
¿Cuáles son los recursos económicos necesarios para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional"?	Planificar el uso de los recursos económicos para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional", del cantón La Libertad, a través de un plan financiero.	Ética y Responsabilidad social	Finanzas			
			Operaciones			
¿Cuáles son los recursos económicos necesarios para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional"?	Planificar el uso de los recursos económicos para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional", del cantón La Libertad, a través de un plan financiero.	Ética y Responsabilidad social	Mercadotecnia			
			Toma de decisiones			
¿Cuáles son los recursos económicos necesarios para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional"?	Planificar el uso de los recursos económicos para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional", del cantón La Libertad, a través de un plan financiero.	Ética y Responsabilidad social	Motivación			
			Liderazgo			
¿Cuáles son los recursos económicos necesarios para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional"?	Planificar el uso de los recursos económicos para la creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis "Unión Profesional", del cantón La Libertad, a través de un plan financiero.	Ética y Responsabilidad social	RSC			
			Ética profesional			

Anexo 2: Cronograma de trabajo de titulación



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



CREACIÓN DE UNA LAVADORA Y LUBRICADORA EN LA COMPAÑÍA DE TAXIS "UNIÓN PROFESIONAL", CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.

OMALÁ ORRALA ANGIE ROXANA

Día de reunión: MIÉRCOLES Y JUEVES

ACTIVIDADES	2019																												TOTALES							
	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE											
	M	J	M	J	M	J	M	J	M	J	M	J	M	J	M	J	M	J	M	J	M	M	J	L	M	M	J	V								
	19	20	26	27	10	11	17	18	07	08	14	11	12	18	19	16	17	23	21	27	28	03	04	05	09	10	11	12	13	14	15	15	TOTAL MES	TOTAL ACUM.		
	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se	Se				
	3,333	6,67	10	13,3	17	20	23,3	26,7	30	33,3	36,7	40	43,3	46,7	50	53,3	56,7	60	63,3	66,7	70	73,3	77	80	83,3	90	93,3	96,7	100	%	%	%				
1) INTRODUCCIÓN Y MARCO CONTEXTUAL -PROBLEMA	2	2	2	2																													8	8		
2) MARCO TEÓRICO					2	2	2	2	2	2	2																						12	20		
3) MATERIALES Y MÉTODOS											2	2	2	2	2	2	2	2															14	34		
4) RESULTADOS Y DISCUSIÓN																		2	2	2	2	2											10	44		
5) CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES																						2	2	2									6	50		
6) PROPUESTA																											4	2	2	2	2	10	60			

Las tutorías de tesis se realizarán 2 días (laborales) consecutivos a la semana.

Compromiso: Yo TOMALÁ ORRALA ANGIE ROXANA, me comprometo a cumplir responsablemente el presente documento socializado previamente con el Docente Tutor, caso contrario será decisión del Docente con autorización del Consejo Académico de la Facultad, tomar las decisiones pertinentes.

Firma del Docente - Profesor Tutor

Firma del Egresado/Estudiante

Elaborado por: Tomalá Roxana

Anexo 3: Formato de encuesta

ENCUESTA A SOCIOS DE COOPERATIVAS DE TAXIS DEL CANTÓN LA LIBERTAD

Buenos días (tardes):

Estoy trabajando en un estudio que servirá para elaborar una tesis profesional acerca de “Creación de una lavadora y lubricadora en la compañía de taxis “Unión Profesional”, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2018”

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Quisiera pedir su ayuda para que conteste algunas preguntas que no le tomarán mucho tiempo. Sus respuestas serán confidenciales y anónimas. No hay preguntas delicadas.

Las personas que fueron seleccionadas para el estudio no se eligieron por su nombre sino al azar.

INSTRUCCIONES:

Lea o escuche atentamente al cuestionamiento para responder de acuerdo a su conocimiento de forma sincera.

- La encuesta consta de 15 preguntas
 - Si tiene alguna duda consulte al encuestador
 - La información que proporcione es confidencial
 - Los resultados de la encuesta son solamente para fines académicos
-

No. Encuesta:

Datos demográficos

Datos	Alternativas
Género	
Masculino	
Femenino	

Instrucción	
Primaria	
Secundaria	
Superior	

Edad	Alternativa
De 15 a 24 años	
De 25 a 34 años	
De 35 a 44 años	
De 45 a 54 años	
Más de 50 años	

1.- ¿A qué actividad se dedica?

Alternativa	x
Comerciante	
Taxista	
Trabajador dependiente	
Trabajador independiente	
Estudiante	

2.- ¿Posee usted vehículo propio?. Si la respuesta es No. Termina la encuesta

Alternativa	x
Sí	
No	

3.- ¿Conoce usted a la compañía de taxis "Unión Profesional", del cantón La Libertad?

Alternativa	x
Definitivamente no	
Probablemente no	
Indeciso	
Probablemente sí	
Definitivamente sí	

4.- ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de una lavadora y lubricadora?

Alternativa	X
Todos los días	
Una vez a la semana	
Una vez al mes	
De vez en cuando	
Otro. Especifique _____	

5.- ¿Qué tipo de servicios utiliza cuando va a una lavadora y lubricadora?

Alternativa	X
Cambio de aceite	
Lavado Fast	
Baño de espuma	
Lavado Premium	

6.- ¿Se encuentra usted satisfecho con los servicios que ofrecen las lavadoras y lubricadoras del cantón La Libertad?

Alternativa	x
Definitivamente no	
Probablemente no	
Indeciso	
Probablemente sí	

Lavado de motores	
Limpieza de interiores con aspirado completo	
Otro	

Definitivamente sí	
--------------------	--

7.- ¿Cuál es precio que paga actualmente por el servicio de Cambio de aceite?

8.- ¿Cuál es precio que paga actualmente por el servicio de Lavado Fast?

Alternativa	X
De \$1 a \$4	
De \$5 a \$9	
De \$10 a \$14	
Más de \$14	

Alternativa	X
De \$1 a \$4	
De \$5 a \$9	
De \$10 a \$14	
Más de \$14	

9.- ¿Cuál es precio que paga actualmente por el servicio de Baño de espuma?

10.- ¿Cuál es precio que paga actualmente por el servicio de Lavado premium?

Alternativa	X
De \$1 a \$4	
De \$5 a \$9	
De \$10 a \$14	
Más de \$14	

Alternativa	X
De \$1 a \$4	
De \$5 a \$9	
De \$10 a \$14	
Más de \$14	

11.- ¿Cuál es precio que paga actualmente por el servicio de Lavado de motores?

12.- ¿Cuál es precio que paga actualmente por el servicio de Limpieza de interiores con aspirado completo?

Alternativa	X
De \$1 a \$4	
De \$5 a \$9	
De \$10 a \$14	
Más de \$14	

Alternativa	X
De \$1 a \$4	
De \$5 a \$9	
De \$10 a \$14	
Más de \$14	

13.- ¿Qué aspecto considera importante en los locales de lavadoras y lubricadoras?

14.- ¿Estaría usted dispuesto a utilizar los servicios de una nueva Lavadora y Lubricadora en el cantón La Libertad?

Alternativa	X
Atención	
Precio	
Calidad del servicio	
Tiempo	

Alternativa	x
Definitivamente no	
Probablemente no	
Indeciso	
Probablemente sí	
Definitivamente sí	

Anexo 4: Balance Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
<u>Activo corriente</u>		<u>Pasivo no corriente</u>	
Caja - Banco	\$ 76.891,15	Préstamo Bancario	\$ 100.000,00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 76.891,15	TOTAL PASIVO NO CORRIENTES	\$ 100.000,00
<u>Activos Fijos</u>		PATRIMONIO	
Muebles y Enseres	\$ 1.250,00		
Equipos de Oficina	\$ 42,00		
Equipos de Computación	\$ 3.040,00		
Maquinarias y Equipos	\$ 84.960,00		
Otros Activos	\$ 884,43		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 90.176,43	<u>Patrimonio</u>	
<u>Otros Activos</u>		Capital Social	\$ 68.337,58
Gastos de Constitución	\$ 1.270,00	TOTAL PATRIMONIO	\$ 68.337,58
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$ 1.270,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 168.337,58	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 168.337,58

Anexo 5: Amortización del Préstamo Bancario

CUOTA	DIVIDENDO	INTERES	CAPITAL	SALDO
0				\$ 100.000,00
1	\$ 24.857,64	\$ 8.242,35	\$ 16.615,30	\$ 83.384,70
2	\$ 24.857,64	\$ 6.699,95	\$ 18.157,70	\$ 65.227,01
3	\$ 24.857,64	\$ 5.014,36	\$ 19.843,28	\$ 45.383,73
4	\$ 24.857,64	\$ 3.172,31	\$ 21.685,34	\$ 23.698,39
5	\$ 24.857,64	\$ 1.159,25	\$ 23.698,39	\$ (0,00)
TOTAL	\$ 124.288,22	\$ 24.288,22	\$ 100.000,00	