

UNIVERSIDAD TECNÓLOGICA
INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS Y NEGOCIOS**

TEMA

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE
UN CENTRO DE LIMPIEZA DE AUTOS AL
DETAILING EN LA CIUDAD DE QUITO,
PARROQUIA CALDERÓN**

Trabajo de investigación previo la obtención del título
de Ingeniero en Administración de Empresas y
Negocios

AUTOR:
María Augusta Jaramillo Loayza

DIRECTOR
Ingeniera Catalina Silva Ms.C

AMBATO – ECUADOR
2017

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Investigación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN CENTRO LIMPIEZA DE AUTOS AL DETAILING EN LA CIUDAD DE QUITO, PARROQUIA CALDERON” presentado por MARIA AUGUSTA JARAMILLO LOAYZA, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

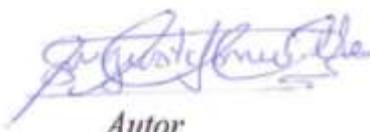
Ambato, 01 de Octubre de 2016



Ing. Catalina Silva Ms.C
DIRECTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero/a en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor



Autor

Maria Augusta Jaramillo

Ci: 1715249262

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo María Augusta Jaramillo Loayza declaro ser autor del Proyecto de Tesis titulado Plan de Negocios para la creación de un Centro de Limpieza de Auto al Detailing en la ciudad de Quito, Parroquia Calderón, como requisito para optar al grado de "Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios", autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines de netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamerica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derecho de Autor Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial degeneración de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se concuerdan los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 27 días del mes de enero del 2017, firmo conforme:

Autor: María Augusta Jaramillo Loayza

Firma: 

Número de Cédula: 171524926-2
Dirección: Casales de Buenaventura
Correo Electrónico: maguajra@hotmail.com
Teléfono: 0998713

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme culminar con esta meta trazada, adquirir un grado académico de tercer nivel, a la Universidad Tecnológica Indoamérica, a los Señores Catedráticos quienes impartieron sus conocimientos en mi formación académica y profesional.

A la Ing. Catalina Silva, Ms. C, al Ing. Juan Salazar Ms. C, a la Ing. Mery Salazar Ms. C, y a la Ing. Ibeth Molina Ms. C ya que bajo sus acertadas orientaciones pude desarrollar con éxito mi proyecto de graduación.

A todos ellos mi eterno agradecimiento.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis con todo cariño: a mis Padres que siempre me guiaron por el sendero del respeto y el amor.

A mis hermanas que han sido mi apoyo en todas las metas planteadas para seguir adelante.

A mi esposo Oscar porque juntos hemos construido los pilares de nuestros sueños

A mis hijos que son mi inspiración para superarme, salir adelante y demostrarles que los límites se encuentran en la mente y que la constancia vence a las adversidades.

A mi sobrino Jhonny que desde el cielo me cuida y es mi Ángel guardián.

Ma. Augusta Jaramillo

INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
INDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xv
SUMARIO INVESTIGATIVO	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCION	1
PLAN DE NEGOCIOS.....	6
CAPÍTULO I.....	6
1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	6
1.1.1 Especificación del Servicio Producto.....	6
1.1.2 Aspectos Innovadores (diferenciadores) que proporciona.....	8
1.2 OBJETIVO GENERAL	8
1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
1.4 DEFINICIÓN DEL MERCADO	10
1.4.1 ¿Qué mercado se va a tocar en general?	10
1.4.2 Factores críticos del sector.....	12
1.4.3 Encuesta de mercado.....	16
1.5 ENCUESTA REALIZADA A PROPIETARIOS DE VEHICULOS EN LA PARROQUIA DE CALDERON	17

1.5.1	¿Dónde lava usted su auto?	17
1.5.2	¿Tiene conocimiento de cuántas lavadoras de auto se encuentran en el lugar?.....	18
1.5.3	¿Qué servicio de lavado es el requerido con mayor frecuencia?	19
1.5.4	¿En qué tiempo desearía que su carro sea lavado?	20
1.5.4	¿Al momento de elegir un servicio que factor considera más relevante?	21
1.5.5	¿Cuántas veces lava su auto al mes?	22
1.5.6	¿Le gustaría que su auto obtenga y mantenga un brillo deslumbrante y luzca como nuevo?.....	23
1.5.7	¿Le gustaría que Calderón cuente con servicio de limpieza profunda de autos?.....	24
1.6	DEMANDA POTENCIAL	25
1.6.1	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	25
1.7	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	27
1.8	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	29
	ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE	29
1.6.1	Inflación	29
1.6.2	Perspectiva económica ecuatoriana.....	30
1.6.3	Mercado laboral	30
1.6.4	Impuestos para operar en el Ecuador	31
1.6.5	Balanza Comercial	32
1.6.6	Sector de Calderón	32
1.7	ANÁLISIS DEL MICRO AMBIENTE	33
1.7.1	Infraestructura	33
1.7.2	Experiencia en el sector	34

1.7.3 Proveedores	34
1.7.4 Clientes.....	34
1.7.5 Tecnología a aplicar	34
1.7.6 Servicio al cliente	35
1.8 DETERMINACIÓN DE LAS CINCO FUERZAS DE MERCADO	35
1.9 ANÁLISIS FODA	37
1.10 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR	44
1.11 SEGUIMIENTO A LOS CLIENTES	45
1.12 ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS	46
CAPÍTULO II	47
ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)	47
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	47
2.1.1 Descripción de proceso de transformación del servicio.....	47
2.1.2 Mapa del proceso	51
2.1.3 Descripción de la planta	52
2.1.4 Descripción de los equipos.....	54
2.1.5 Tecnología a aplicar	56
2.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES	57
2.2.1 Ritmo de producción	57
2.2.2 Nivel de inventario promedio.....	58
2.2.3 Número de Trabajadores	58
2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	59
2.3.1 Capacidad de Producción Futura	59
2.4 RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	60
2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que puedan representar	60

2.5 CALIDAD.....	61
2.5.1 Método de Control de Calidad	61
2.6 NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTEN A SUS INSTALACIONES	62
2.6.1 Seguridad e Higiene Ocupacional	62
CAPÍTULO III.....	68
ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	68
3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	68
3.1.1 Visión de la Empresa	68
3.1.2 Misión de la Empresa.....	68
3.1.3 Mapa Estratégico.....	69
3.1.4 Organigrama Estructural	70
3.1.5 Organigrama Funcional.....	71
3.1.6 Organigrama de Puestos y Plazas	72
3.2.2 Descripción de los Cargos.....	73
3.2 CONTROL DE GESTIÓN	76
3.4 NECESIDADES DE PERSONAL	77
CAPÍTULO IV.....	78
ÁREA JURÍDICO LEGAL.....	78
4.1 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	78
4.2 DETERMINACIÓN DE PATENTES Y MARCAS	80
4.3. LICENCIAS NECESARIAS PARA EL FUNCIONAMIENTO Y DOCUMENTOS LEGALES	82
4.3.1 Permisos de Funcionamiento	82
CAPÍTULO V	85
ÁREA FINANCIERA.....	85

5.1 Plan de Inversiones	85
5.2 Plan de Financiamiento	86
5.3 Calculo de Costos y Gastos.....	88
5.4 Calculo de Ingresos	96
5.5 Flujo de Caja	98
5.6 Punto de Equilibrio	99
5.7 Estado de resultados proyectados.....	101
5.8 Evaluación Financiera.....	101
ANEXOS	104
Población por Edad y Sexo Parroquia Calderón	104
La Encuesta	105
Crecimiento del Parque Automotor	106
Proforma Publicidad.....	107
Maquinaria y Equipo.....	108
Maquina lavadora.....	108
Lava Aspiradora	109
Aspirador multiuso.....	110
Pulidora	111
Bibliografía	112

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cartera de Servicios _____	8
Tabla 2 Cuadro de Necesidades objetivo específico 1 _____	9
Tabla 3 Cuadro de Necesidades objetivo específico 2 _____	10
Tabla 4 Categorización de sujetos _____	11
Tabla 5 Dimensión conductual _____	11
Tabla 6 Dimensión Geográfica _____	11
Tabla 7 Dimensión Demográfica _____	12
Tabla 8 Matriz de perfil competitivo _____	14
Tabla 9 Lavado de autos _____	17
Tabla 10 Conocimiento de lavadoras de autos _____	18
Tabla 11 Servicio de lavado _____	19
Tabla 12 Tiempo de lavado _____	20
Tabla 13 Factores importantes en el servicio de lavado _____	21
Tabla 14 Frecuencia de lavado _____	22
Tabla 15 Interés en brillo y pulido _____	23
Tabla 16 Servicio de limpieza profunda de autos _____	24
Tabla 17 Demanda histórica _____	25
Tabla 18 Tendencia de la demanda _____	26
Tabla 19 Proyección de la demanda 2016-2019 _____	26
Tabla 20 Demanda proyectada 2016-2019 _____	27
Tabla 21 Histórico de la oferta en la ciudad de Quito _____	28
Tabla 22 Tendencia de la Oferta _____	28
Tabla 23 Demanda Insatisfecha 2016-2019 _____	29
Tabla 24 Inflación _____	29
Tabla 25 Determinación de las cinco del Mercado _____	36
Tabla 26 Foda del proyecto _____	37
Tabla 27 Matriz EFI Factores Internos _____	38
Tabla 28 Matriz EFE Factores Externos _____	39
Tabla 29 Plan de contingencia _____	39
Tabla 30 Plan de Acción Estratégico _____	40

Tabla 31 Cronograma del plan de acción _____	41
Tabla 32 Presupuesto estratégico _____	42
Tabla 33 Distribución por áreas en la planta _____	52
Tabla 34 Maquinaria y Equipos _____	54
Tabla 35 Descripción de mano de obra _____	56
Tabla 36 Ritmo de Producción Anual _____	57
Tabla 37 Números de Trabajadores _____	58
Tabla 38 Capacidad de Producción Futura _____	60
Tabla 39 Materias Primas _____	60
Tabla 40 Lista de Verificación _____	61
Tabla 42 Funciones de Gerente General _____	73
Tabla 43 Funciones Contador _____	74
Tabla 44 Funciones Asesor de Servicios _____	75
Tabla 45 Funciones de los operarios _____	76
Tabla 46 Indicadores de Gestión _____	76
Tabla 47 Necesidades de personal _____	77
Tabla 48 Plan de inversiones _____	86
Tabla 49 Formas de financiamiento _____	87
Tabla 50 Detalle de costos _____	88
Tabla 51 Detalle de costos Año 1 _____	89
Tabla 52 Proyección de costos _____	90
Tabla 53 Detalle de gastos no operativos _____	91
Tabla 54 Proyección de gastos _____	92
Tabla 55 Costos de mano de obra _____	93
Tabla 56 Tabla de depreciación _____	94
Tabla 57 Proyección de la depreciación _____	95
Tabla 58 Cálculo de ingresos _____	96
Tabla 59 Proyección de ingresos _____	97
Tabla 60 Flujo de caja proyectado _____	98
Tabla 61 Punto de equilibrio _____	99
Tabla 62 Punto de equilibrio lavado, enserado y pulido _____	99

Tabla 63 Estado de Resultados _____	101
Tabla 64 Tasa de descuento _____	102
Tabla 65 Indicadores _____	102
Tabla 66 Período de recuperación _____	103

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Detailing de autos.....	7
Ilustración 2 Logotipo.....	7
Ilustración 3 Diagrama de proceso.....	49
Ilustración 4 Mapa de instalaciones.....	53
Ilustración 5 Mapa de la planta.....	53
Ilustración 6 Mapa Estratégico.....	69

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1	Pregunta 1 lugar de lavado.....	17
Gráfico 2	Pregunta 2 Número de centros de lavado	18
Gráfico 3	Pregunta 3 Servicio de lavado.....	19
Gráfico 4	Pregunta 4 Tiempo de lavado	20
Gráfico 5	Pregunta 5 Factores importantes	21
Gráfico 6	Pregunta 6 Frecuencia de lavado	22
Gráfico 7	Pregunta 7 Interés de pulido	23
Gráfico 8	Pregunta 8 Servicio de limpieza	24
Gráfico 9	Demanda proyectada.....	27
Gráfico 10	Oferta potencial.....	28
Gráfico 11	Sistema de distribución a utilizar	45
Gráfico 12	Seguimiento al cliente.....	46
Gráfico 13	Diagrama de Pareto.....	62
Gráfico 14	Punto de equilibrio.....	100

SUMARIO INVESTIGATIVO

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE LIMPIEZA AL DETAILING DE AUTOS EN LA CIUDAD DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERON EN EL 2016

AUTOR:

María Augusta Jaramillo

TUTOR

Ing. Catalina Silva Ms. C

El proyecto consiste en la creación de un centro de limpieza al detailing de autos, empleando mano de obra directa, altamente capacitada, que emplea las mejores técnicas y productos para ofrecer un servicio de gran calidad que mantienen al auto impecable y evitan su deterioro. La cultura entusiasta de dueños de autos buscan un servicio de confianza que cuide y mantenga a su auto en las mejores condiciones, lo que permite que el mercado de la limpieza automotriz innove su servicio llegando a la limpieza minuciosa de las partes internas y externas, además la aplicación de la cera quartz, que es un producto nuevo e innovador que protege a la pintura de factores externos y proporciona un brillo por doce meses lo hace lucir como nuevo.

En el desarrollo de los capítulos de este proyecto se han podido establecer acciones estratégicas en el área administrativa y de marketing de manera que la empresa pueda posesionarse en el mercado brindando servicio de alta calidad, el diseño de los procesos productivos, el análisis financiero nos permiten determinar su rendimiento y rentabilidad por lo que podemos determinar que la empresa cuenta con los recursos suficientes para alcanzar los diferentes objetivos propuestos y dar inicio sus actividades.

PALABRAS CLAVES: limpieza, detailing, autos, capacitada, impecable, condiciones, protege, pintura, brillo, nuevo.

ABSTRACT

THEME: BUSINESS PLAN TO CREATE A CAR DETAILING CLEANING CENTER ON THE NORTH OF QUITO IN 2016

AUTHOR:

María. Augusta Jaramillo

TUTOR:

Ing. Catalina Silva Ms. C

The project involves the creation of a center for cleaning car detailing, using direct labor, highly skilled workforce, employing the best techniques and products to provide high quality service that keep the car spotless and prevent its deterioration. The enthusiastic culture of car owners looking for a reliable service to take care and keep your car in the best conditions, allowing the market for automotive cleaning innovate their service reaching the thorough cleaning of internal and external parties, as well the application of the quartz wax, which is a new and innovative product that protects the paint from external factors and provides a glow for twelve months makes it look like new.

In the development of the chapters of this project have been able to establish strategic actions in administration and marketing so that the company can take possession on the market provided high quality service, design of production processes, financial analysis allow us determine their performance and profitability so we can determine that the company has sufficient resources to achieve different objectives and begin their activities.

KEYWORDS: Cleaning, detailing, cars, trained, impeccable conditions, protects, paint, glitter, new.

INTRODUCCION

Creación de un centro de limpieza de autos al detailing, que implica un conjunto de técnicas y procesos destinado a la limpieza, rejuvenecimiento y protección de las diferentes superficies del auto, al cual se le conoce también como estética automotriz, estos procesos marcan la diferencia de una simple limpieza; a una limpieza profunda con las mejores y últimas técnicas del mercado, utilizando tecnología ecológica con equipo como las Hidrolavadoras karcher que utilizan que optimiza un 30% del consumo de agua, las hidrolavadoras de alta presión de agua permite que se reduzca la presión de trabajo, el tiempo empleado y la cantidad de detergente que se utiliza, optimizando tiempo y dinero, para que nuestros clientes estén totalmente satisfechos con el servicio y cuidando el medio ambiente. Este proyecto de estética vehicular queremos que el auto tenga un brillo radiante, por eso se capacitara constantemente al personal con las últimas técnicas y solo se utiliza los mejores productos para lograr un servicio de limpieza que cumpla con altos estándares de calidad, además el auto obtendrá un brillo deslumbrante con protección de rayas, de las influencias ambientales y efecto repelente al agua, para los clientes más exigentes.

En el Área de Marketing define el producto y se establecen los objetivos; general y específicos, mediante el diseño de la investigación se extraer información a través de la recolección de datos para la toma de decisiones. Al definir el mercado en la segmentación geográfica y demográfica se determina la muestra poblacional, de la cual obtenemos el número de encuestas que se debe realizar en la investigación de mercado, del cual, luego del respectivo análisis se determina la aceptación del servicio por parte del cliente objetivo y la calidad como factor primordial al momento de elegir un servicio, también el tiempo y la frecuencia de uso del mismo por parte del cliente objetivo. Los factores críticos para el sector son: la competencia, las líneas de servicios similares y los proveedores los cuales son analizados a través de las matrices de las Cinco Fuerzas del Mercado y la matriz de Perfil Competitivo donde se determinan importantes estrategias. El cálculo de la demanda potencial insatisfecha se lo hace determinando la diferencia entre la demanda y la oferta en el sector de Calderón. De acuerdo al análisis del macro y

micro ambiente se determinan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. En el análisis del macro ambiente se considera los siguientes factores: la inflación que es 3.53%, el decrecimiento de la economía en el Ecuador que este año decaerá 4.5% , factores que han generado la desaceleración económica y la sostenibilidad fiscal del país, el mercado laboral que registra una tasa del 5,7% de desempleo a nivel nacional, los impuesto para operar en el Ecuador según el Servicio de Rentas Internas SRI, la caída de la demanda interna de la balanza comercial que registra una drástica disminución de las importaciones. En el sector de Calderón se desarrollan proyectos y programas que estimulan el desarrollo de los microempresarios y artesanos del sector en beneficio de la comunidad. En el análisis del micro ambiente se cuenta con infraestructura propia e instalada, el gerente tiene experiencia en el sector automotriz, el acceso a los insumos y materia prima a través de proveedores directos disminuyen costos, la aceptación del cliente objetivo es aceptable, las tecnología a aplicar es ecológica e innovadora, y el servicio al cliente busca la satisfacción total de los usuarios. Al determinar las Cinco Fuerzas del Mercado se determinan: estrategias para bajar el poder de negociación de clientes y proveedores; y estrategias para bajar el riesgo de competidores y productos sustitutos. El plan de acción lo determinan las estrategias resultado del análisis la investigación del mercado, el Foda, las matrices de factores internos, externos y de perfil competitivo, el mismo que cuenta con un cronograma y presupuesto anual. Se utiliza el canal de distribución directo ya que el servicio lo proporcionamos de forma directa al cliente, el seguimiento se lo realiza mediante la recolección de datos, envío de información promocional y servicio postventa.

En el Área de Producción se define el proceso de transformación del servicio y la estructura del mismo mediante el diagrama de procesos en los cuales se establecen las actividades y los tiempos determinados para cada una de ellas. En el mapa del proceso se establecen los procesos estratégicos, operativos y de apoyo que se evalúan y se ajustan de acuerdo a los resultados, como parte de la cadena de valor de la empresa. Mediante la descripción de instalaciones, equipos y personas, determinamos, los recursos necesarios involucrados en el proceso de producción. La tecnología a aplicar describe el proceso del servicio, destacando sus cualidades

ecológicas e innovadoras. En el ritmo de producción se determina de acuerdo al número de operarios, las horas trabajadas por cada uno de ellos, y el tiempo requerido para cada servicio, el cual se determinó en 352 autos mensuales. El número de trabajadores determina sus respectivas funciones para poder cumplir con el ritmo de producción en la parte operativa y administrativa. La capacidad de producción futura está establecida acorde con el crecimiento del parque automotriz de Quito, proyectada para los próximos cinco años. Las materias primas están establecidas con sus proveedores y grado de sustitución. El control de calidad se lo realiza a través de una lista de verificación y el diagrama de Pareto para medir los defectos de mayor relevancia en los cuales se deba implementar una mejora continua. De acuerdo a la normativa y permisos que afecten las instalaciones, el proyecto debe cumplir con los reglamentos de seguridad e higiene ocupacional, determinadas por la Secretaria del Medio Ambiente-Buenas Prácticas Ambientales y los reglamentos de seguridad industrial y Salud Ocupacional determinados por el Ministerio de Relaciones Laborales.

En el Área de Organización y Gestión se determina la visión y misión de la empresa, mediante el mapa estratégico visualizamos los objetivos específicos y las estrategias planteadas para el cumplimiento de los mismos, el organigrama estructural define la organización jerárquica, el diagrama funcional describe las funciones por puestos y el organigrama de puestos y plazas determina la existencia y requerimiento de los mismos. En la descripción de cargos se analizan la naturaleza, funciones y requisitos de cada puesto. El control de gestión mantiene indicadores que evalúan constantemente cada departamento para una mejora continua. La necesidad de personal futura es proyectada en base al crecimiento del parque automotriz de Quito.

En el Área Jurídico Legal se determina la forma jurídica de la empresa, la cual está constituida como una Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada, se requiere de un socio exclusivamente, quien se llama gerente propietario. La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca. La Patente Municipal se la puede obtener en las ocho Administraciones Zonales Municipales, de acuerdo con

los trámites pertinentes. El registro de la marca se los realiza en el Instituto de Propiedad Intelectual IEPI, a través de la página web, ingresando la solicitud, luego del pago y registro de los documentos habilitantes se procede a la concesión en un periodo de seis meses aproximadamente. La inscripción de sociedades en el Servicio de Rentas Internas a través del RUC, se lo realiza para el inicio de la actividad comercial. Las licencias y documentos legales necesarios para el funcionamiento son: Licencia Urbanística y requisitos para aprobación de planos, Permiso de Funcionamiento, Permiso de Funcionamiento de Bomberos y Permiso de Salud.

En el Área Financiera podemos determinar la factibilidad y rentabilidad del proyecto durante su vida útil, en el plan de inversiones se detalla las necesidades materiales requeridos para el inicio de la actividad y se cuantifica por un monto de USD 59.476,96. En el plan de financiamiento se determinan las fuentes financieras a las que vamos a recurrir acorde al capital requerido, en el cual el capital propio es de USD 47.426,00 correspondiente al 80% y los recursos de terceros son 12.050.96 que corresponde al 20% de la inversión total, el cual será cubierto mediante un préstamo bancario. En el detalle de costos se determinan todos los desembolsos necesarios involucrados directamente en la prestación de servicios, como materia prima, insumos, y mano de obra, detallando los costos fijos y los variables, los cuales se proyectan durante los cinco años del proyecto acorde a la tasa de crecimiento del parque automotor, que según la agencia Nacional de Tránsito es del 10% anual. En el detalle de los gastos se determinan los desembolsos que no están relacionados directamente con la prestación de servicios, pero están involucrados en la administración del proyecto, como sueldos y salarios, gastos de ventas, gastos administrativos, gastos financieros y gastos de depreciación, los cuales son proyectados de igual forma que los costos. Los ingresos van acorde al número de servicios en razón al ritmo de producción establecido anteriormente, para lo cual establecemos el precio unitario de venta del servicio y las cantidades proyectadas a vender, de esta forma se fijan los valores para un año y se proyectan para los siguientes cinco años del proyecto en base al mismo índice de proyección. El flujo de caja nos permite demostrar la capacidad de pago en efectivo para tomar

decisiones financieras. El punto de equilibrio nos permite determinar el nivel de producción en que los ingresos totales igualan los costos totales, de forma que determina el momento en que la producción causa pérdida o ganancia, se lo puede calcular en valores monetarios que es de 23.629,19; en unidades de servicios vendidos que es de 473; y en porcentaje de producción que es de 51.4%. El estado de resultados determina si el proyecto es rentable durante su vida útil, el cual refleja la utilidad desde el primer año de actividad económica y es incremental a lo largo del proyecto. La evaluación financiera se realiza a través de indicadores, los cuales determinan la factibilidad y rentabilidad del proyecto, analizando si puede sustentarse financieramente durante la planeación y ejecución del mismo; en cual la tasa de descuento calculada en base a la tasa pasiva de 4% más el riesgo país de 8% es de 12% que es la tasa de rentabilidad mínima que se espera ganar. Los indicadores del proyecto son el VAN (Valor Actual Neto) que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tiene el proyecto para que luego de descontar la inversión inicial, se determina si es viable; el VAN del proyecto es de \$105.559,57. La Tasa Interna de retorno TIR es la tasa de interés o rentabilidad que genera la inversión y es de 60%. La Tasa Costo Beneficio B/C determina la recuperabilidad de la inversión que es de 1.77. El Periodo de Recuperación P/R determina el tiempo en que la inversión del proyecto se recupera, y es de 2 años y 3 meses y 7 días.

Este proyecto cuenta con un producto innovador, el uso de una cera dura líquida que proporciona un brillo profundo, colores brillantes y selladura resistente con efecto duradero, gracias a la innovadora Hybrid NetProtection Technology, sin abrasivos para todas las pinturas nuevas y tratadas, donde se unen componentes inorgánicos y orgánicos para toda la línea automotriz, el resultado una superficie que impresiona y protege a la pintura del auto de las influencias ambientales, rayones, le da un efecto repelente al agua, haciendo que luzca como nuevo.

PLAN DE NEGOCIOS

CAPÍTULO I

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN DE CENTRO DE LIMPIEZA DE AUTOS AL DETAILING EN LA CIUDAD DE QUITO, PARROQUIA CALDERON

1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

1.1.1 Especificación del Servicio Producto

Crear un Centro de Limpieza de Autos al Detailing, que preste el servicio en la ciudad de Quito, en la parroquia de Calderón, utilizando técnicas y procedimiento especializados en la limpieza profunda de autos, con productos innovadores, destinados a la limpieza, rejuvenecimiento y protección de las distintas superficies de un vehículo.

Detailing de autos, es el trabajo de la limpieza a fondo, restauración y acabado de un automóvil, tanto dentro como fuera, para producir un mejor nivel de calidad en la limpieza.

Tratamiento cerámico “SONAX”, una protección cerámica de 6 a 12 meses con un brillo deslumbrante, para que el auto luzca y brille como nuevo, al mismo tiempo que lo protege de rayones y el desgaste de pintura.

La superficie es protegida por una capa dura de vidrio hecha de fluorocarbonos y partículas de dióxido de silicio. Se contará con tipo de ceras para la terminación de los trabajos de corrección según la necesidad cada vehículo en particular.

Ilustración 1 Detailing de autos



Antes

Después

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

Logotipo

Ilustración 2 Logotipo



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

Slogan

“Limpio y Brillante”

Cartera de productos

Tabla 1 Cartera de Servicios

Servicios	Detalle
Lavado express	Servicios de lavado rápido de carrocería
Lavado, enserado y pulido	Servicio de lavado interno y externo con aplicación de cera.
Lavado tapicería interna	Servicios de lavado de tapicería interna y alfombras.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

1.1.2 Aspectos Innovadores (diferenciadores) que proporciona.

El producto ofrece como innovación un servicio de tratamiento cerámico Sonax, una protección cerámica de 6 a 12 meses con un brillo deslumbrante, para que el auto luzca y brille como nuevo, al mismo tiempo que lo protege de rayones y el desgaste de pintura.

1.2 OBJETIVO GENERAL

Realizar un Plan de Negocio para la creación de un centro de detailing automotriz en la ciudad de Quito, parroquia de Calderón.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- *Objetivo Específico 1.-* Determinar los gustos y preferencias del cliente objetivo, a través de un estudio de mercado, en la parroquia de Calderón en la ciudad de Quito.

- *Objetivo Específico 2.-* Determinar si es factible económicamente la comercialización del servicio limpieza de autos al detailing.

Una vez definido el diseño de la investigación, será necesario puntualizar el marco de recaudación de datos para construir los instrumentos que nos permitan extraer información importante para la toma de decisiones.

Tabla 2 Cuadro de Necesidades objetivo específico 1

NECESIDADES DE INFORMACIÓN	TIPO INFORMACIÓN	FUENTES	INSTRUMENTOS
Determinar los factores para satisfacer las necesidades de consumo	Secundaria	INEC	Servicios agrupados
Identificar líneas de servicios similares	Secundaria	Proveedores	Banco de datos
Demanda del mercado	Secundaria	Consumidores	Banco de datos
Identificar datos de la competencia	Secundaria	Superintendencia de Compañías	Servicios agrupados
Identificar preferencia en compra	Primaria	Consumidores	Encuesta
Identificar necesidades y hábitos de consumo	Primaria	Consumidores	Encuesta
Lugares de uso del servicio	Primaria	Consumidores	Encuesta
Tiempo que dispone para el servicio	Primaria	Consumidores	Encuesta
Frecuencia de uso del servicio	Primaria	Consumidores	Encuesta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

Tabla 3 Cuadro de Necesidades objetivo específico 2

NECESIDADES DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTES	INSTRUMENTOS
Identificar preferencia en compra	Primaria	Consumidores	Encuesta
Identificar ventas de la competencia	Secundaria	Superintendencia de Compañías	Servicios agrupados
Identificar líneas de servicios similares	Secundaria	Proveedores	Banco de datos
Costos de materias primas	Secundaria	Proveedores	Sistemas de información
Negociación nuevos proveedores	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Revisión constante de precios y promociones	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Establecer procesos y controles efectivos	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Determinar los factores de éxito para satisfacer las necesidades de consumo	Secundaria	Libros	Servicios agrupados

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

1.4 DEFINICIÓN DEL MERCADO

1.4.1 ¿Qué mercado se va a tocar en general?

El mercado potencial está dirigido a personas mayores de 25 a 50 años, hombres y mujeres, con un nivel de ingresos medio-alto, ubicados en la ciudad de Quito en la parroquia de Calderón que cuidan su auto, desean mantenerlo en óptimas condiciones y están dispuestos a pagar el precio por un producto de calidad.

1.4.1.1 Categorización de sujetos

Tabla 4 Categorización de sujetos

CATEGORIA	SUJETO
¿Quién compra?	Dueños de automóviles
¿Quién usa?	Dueños de automóviles
¿Quién decide?	Dueños de automóviles
¿Qué influye?	Precio, calidad, infraestructura

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

1.4.1.2 Estudio de Segmentación

Tabla 5 Dimensión conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
TIPO DE NECESIDAD:	SOCIAL RECONOCIMIENTO
TIPO DE COMPRA:	COMPARACION
RELACION CON LA MARCA:	NO
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	ENTUSIASTA BUSCADA

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

Tabla 6 Dimensión Geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	HABITANTES
PAIS	ECUADOR	16'640.373
REGION	SIERRA	6'081.342
CIUDAD	QUITO	1'619.000
PARROQUIA	CALDERON	152.242

Fuente: INEC-Proyección poblacional 2016

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

Tabla 7 Dimensión Demográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACION
EDAD	25-50	46.942
SEXO	Masculino/Femenino	74.682/77.560
NIVEL SOCIO ECONOMICO	PEA	87.675
DUEÑOS DE AUTOS	Masculino/Femenino	32.860

Fuente: Datosabiertos.quito.gob.ec/ Agencia Nacional de Tránsito / INEC /Dirección de la Unidad de Registro Vehicular

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

1.4.2 Factores críticos del sector

1.4.2.1 La competencia

Según el censo realizado por el INEC para el año 2014 existían 29.068 establecimientos que se dedican a actividades relacionadas con el comercio automotriz, 70 % dedicados al mantenimiento y reparación de vehículos y el 30% venta de partes, piezas y accesorios de vehículos y venta al por menor de combustibles y vehículos.

Entonces dentro de este sector mayoritario se encuentran los establecimientos como concesionarios, talleres automotrices, establecimientos de venta de repuestos, llanteras, establecimientos de compra venta de vehículos nuevos y usados, centros de lavado automotriz, entre otros. (Bcmecuadorcom, 2016).

Dentro del sector de lavado automotriz bajo la tecnología que se desea implementar se ha considerado los principales competidores del sector:

Master Star Car Wash

Master Star Car Wash ofrece un servicio innovador y especializado en lavado de autos, introduciendo un nuevo concepto de servicio. Presenta los siguientes servicios:

- ***Lavado Express***

Lavado de carrocería y secado

- ***Lavado Regular***

Lavado de carrocería, aspirado, lavado de moquetas, amorall, tableros, vidrios, silicón en llantas.

- ***Lavado Completo***

Lavado de carrocería, aspirado, lavado de moquetas, amorall, tableros, vidrios, silicón en llantas, chasis y motor.

- ***Lavado Master Star***

Lavado de carrocería, aspirado, lavado de moquetas, amorall, tableros, vidrios, silicón en llantas, chasis con protección de grafito y motor.

Carwash

Sirve actualmente en dos locales en el norte de Quito. Nuestra matriz en la Av. de los Granados y su sucursal en la Av. América y Mañosca.

Equipados con túneles de lavado que le permiten: LAVAR, ENJUAGAR, ENCERAR Y SECAR su vehículo automáticamente. Además cuentan con el más rápido y potente servicio de aspirado. Servicios:

- COMBO EXPRESO / *Lavado carrocería
- COMBO COMPLETO / *Lavado carrocería / aspirado / armorall / ventanas
- COMBO SUPER /*Lavado carrocería / aspirado / armorall / ventanas / Cera líquida
- COMBO EXPRESO + WAX / *Lavado carrocería / Cera Líquida

- COMBO DELUXE (SOLO EN EL LOCAL DE LA AMERICA)
- *Super Lavado + POLISH FOAM (cera en espuma) + Chasis
- COMBO EXPRESO FULL (SOLO EN EL LOCAL DE LA AMERICA)
- *Lavado carrocería + Cera líquida + Polish Foam + Chasis

Carwash auto limpio

- Lavadora y Detallado de autos
- Encerado
- Pulida
- Lavada completo
- Tapicería
- Cambio de aceite
- Pulido de faros
- Recuperación de pintura

Tabla 8 Matriz de perfil competitivo

Factores Críticos para el Éxito	Peso	AUTO ESTETICA		MASTER CAR WASH	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Infraestructura	0.10	3	0.3	4	0.4
Reputación e imagen	0.15	4	0.6	4	0.6
Posicionamiento	0.10	3	0.3	4	0.4
Servicio al cliente	0.20	4	0.8	4	0.8
Tecnología	0.20	4	0.8	3	0.6
Experiencia	0.20	4	0.8	4	0.8
Publicidad	0.05	5	0.25	3	0.15
TOTAL	1	27	3.85	26	3.75

Escala de calificación de 1 -5

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

1.4.2.2 Identificar líneas de servicios similares

Toda empresa administra una cantidad de productos o servicios, lo cual constituye su portafolio. Para tener éxito, toda empresa debe esforzarse en desarrollar un portafolio de productos que le aseguren utilidades y flujo de efectivo. (Mercadeocom, 2016)

Por lo tanto la empresa debe aprovechar su infraestructura para la implementación a corto o largo plazo de otros servicios como son:

- Lavado ecológico
- Limpieza de tapices
- Venta de partes y piezas.

La atención personalizada captará la atención de los usuarios de los servicios, y lo importante es dar prioridad al cliente siempre un servicio de calidad, rapidez, garantía y servicio de excelencia los cuales son los fundamentos que deberá estar desarrollada la empresa.

El servicio de lavado debe contemplar: lavado de carrocería manual exterior, secado, limpieza de polvos interiores, aspirado, limpieza de ventanas.

1.4.2.3 Proveedores

Los proveedores son eslabones importantes de la cadena logística del servicio de lavado, un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastecerá de insumos como shampoo para autos, pulimento, amoral, y los equipos necesarios para la infraestructura del negocio. Para la adquisición de equipos es necesario la compra desde proveedores especializados en productos para autos y talleres:

Alessi & Enríquez Importaciones

Empresa importadora ecuatoriana de productos industriales y comerciales de diferentes ámbitos. Proveen de la pistola de calor, hidrolavadora, aspiradora y pulidora.

Acusin

Empresa importadora de productos mothers, meguiars, e insumos de bajo impacto ambiental, necesarios para el desarrollo del negocio.

Unilimpio

Proveedor de insumos y de materia prima para el desarrollo de las actividades.

Sonax

Productos alemanes especializados en limpieza de autos.

1.4.3 Encuesta de mercado

1.4.3.1 Muestreo

La muestra poblacional la conforma parte del PEA poblacional de la parroquia de Calderón que son 32.860 habitantes propietarios de vehículos, calculada a través de la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + Ne^2}$$

n = muestra poblacional

z = nivel de confianza

z = 1.96

p = probabilidad de concurrencia

p = 0.5

q = probabilidad de no concurrencia

q = 0.5

N = población

N = 32860

e = margen de error

e = 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 32860}{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 + 32860(0.05)^2}$$
$$n = 379$$

Por lo tanto debemos realizar 379 encuestas a personas que habiten en la parroquia de Calderón

1.5 ENCUESTA REALIZADA A PROPIETARIOS DE VEHICULOS EN LA PARROQUIA DE CALDERON

1.5.1 ¿Dónde lava usted su auto?

Tabla 9 Lavado de autos

RESPUESTAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
En casa	65	17%
Lavadoras de autos	146	38%
Centros comerciales	41	11%
Lavadoras exprés	127	34%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

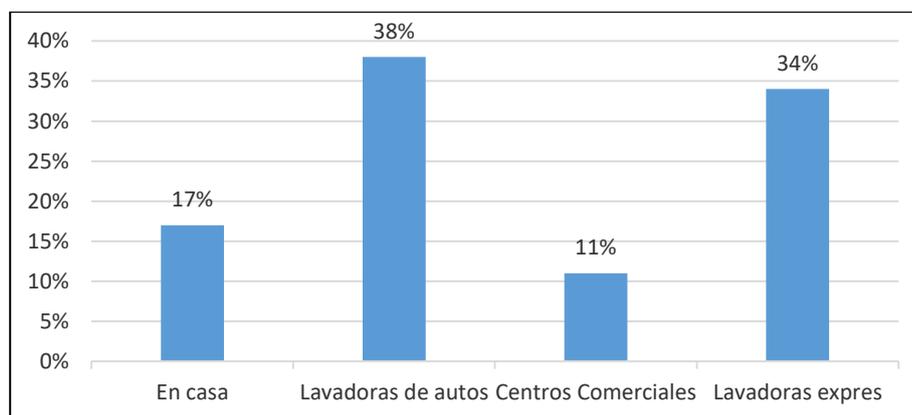


Gráfico 1 Pregunta 1 lugar de lavado

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

INTERPRETACIÓN

Se pudo conocer que de las personas encuestadas en el sector de Calderón el 38% acuden a lavadoras de autos, el 34% utilizan los servicios de lavadoras exprés, el 11% lava su auto en casa y el 11% utiliza los servicios de lavados en centros comerciales.

ANÁLISIS

Los resultados obtenidos en la encuesta nos revela que la mayor parte de los encuestados hacen uso del servicio en lavadoras de autos por lo tanto podemos determinar la demanda del servicio es alta, ya que solo el pocos lo hacen en casa, y un reducido número de personas aprovechan de este servicio mientras están en un centro comercial.

1.5.2 ¿Tiene conocimiento de cuántas lavadoras de auto se encuentran en el lugar?

Tabla 10 Conocimiento de lavadoras de autos

RESPUESTAS	CANTIDAD	PORCENTAJES
1 a 3 centros	87	23%
3 a 6 centros	186	49%
6 a 9 centros	55	14%
Más de 9 centros	51	13%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

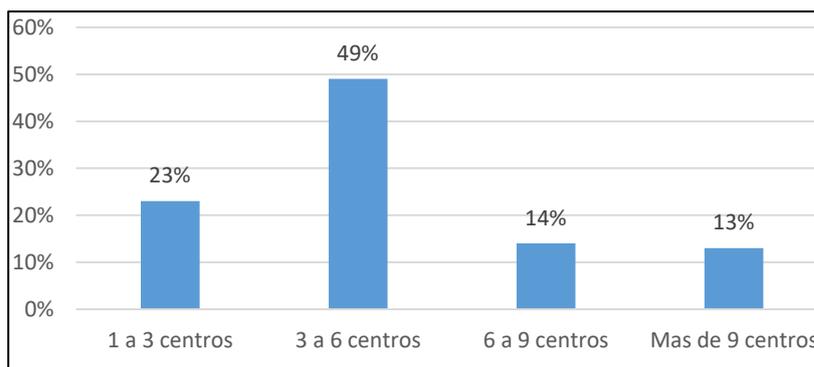


Gráfico 2 Pregunta 2 Número de centros de lavado

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas el 23% conocen de 1 a 3 centros, 49% dice que son de 3 a 6, un 14% dijo que de 6 a 9 centros, y 13% que son más de 9 centros.

ANÁLISIS

Los resultados obtenidos en la encuesta determinan que la mayor parte de los encuestados tienen la certeza que existen de 3 a 6 lavadoras de autos en el sector, por lo que nuestro servicio podrá ayudar a cubrir la demanda insatisfecha del mismo.

1.5.3 ¿Qué servicio de lavado es el requerido con mayor frecuencia?

Tabla 11 Servicio de lavado

RESPUESTAS	CANTIDAD	PORCENTAJES
Lavado de carrocería	248	66%
Lavado de tapicería	86	22%
Lavado de asientos	45	12%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

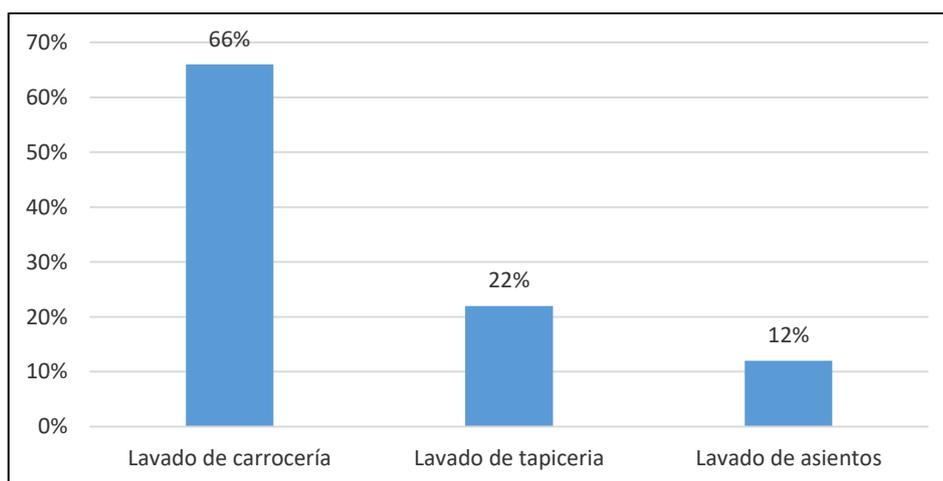


Gráfico 3 Pregunta 3 Servicio de lavado

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas el 66% ha requerido del servicio de lavado de carrocería, el 22% dice que ha requerido un lavado de tapicería, un 12% ha requerido un lavado de asientos, con mayor frecuencia

ANÁLISIS

El porcentaje más alto de los encuestados nos revela que el servicio de lavado de carrocería es el solicitado con mayor frecuencia, lo que nos demuestra una mayor demanda de este servicio, por lo que podemos determinar acciones estratégicas para incrementar el uso de servicios de lavado de tapicería y lavado de asientos.

1.5.4 ¿En qué tiempo desearía que su carro sea lavado?

Tabla 12 Tiempo de lavado

RESPUESTAS	CANTIDAD	PORCENTAJES
15 A 30 minutos	57	15%
30 a 45 minutos	98	26%
45 minutos a una hora	146	39%
Más de una hora	78	20%
Total	379	100%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

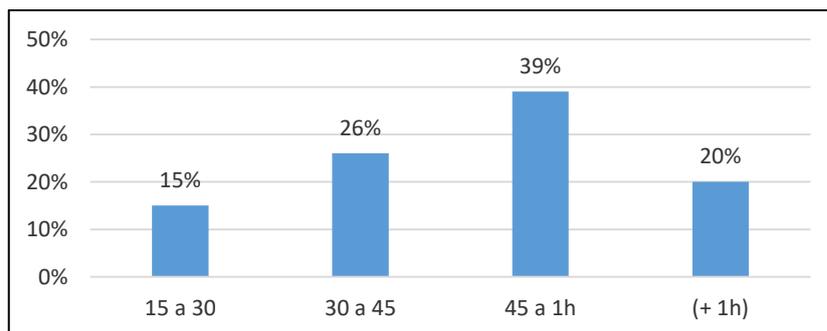


Gráfico 4 Pregunta 4 Tiempo de lavado

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas el 39% desea el servicio de lavado en un tiempo de 45 a 1 hora, el 26% dice que un que de 30 a 45 minutos, un 20% en más de una hora y el 15% de 15 a 30 minutos.

ANÁLISIS

El mayor porcentaje de encuestados nos indican que prefieren que su auto sea lavado en un tiempo de 45 minutos a 1 hora, lo que nos revela el tiempo en el debemos realizar el servicio para cumplir con las expectativas de nuestros clientes

1.5.4 ¿Al momento de elegir un servicio que factor considera más relevante?

Tabla 13 Factores importantes en el servicio de lavado

RESPUESTAS	CANTIDAD	PORCENTAJES
Calidad	181	48%
Precio	105	28%
Marca	66	17%
Familiaridad	27	7%
TOTAL	376	100%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

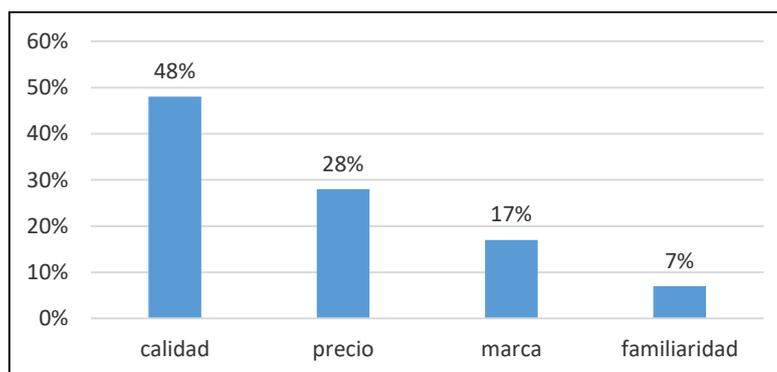


Gráfico 5 Pregunta 5 Factores importantes

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas el 48% considera como factor más importante la calidad del servicio, el 28% al precio, el 17% a la marca y un 7% a la familiaridad.

ANÁLISIS

La encuesta nos revela que los clientes consideran a la calidad como el factor más importante en el momento de contratar un servicio por lo que debemos centrar nuestros esfuerzos para ofrecer un servicio de alta calidad para cumplir con sus expectativas.

1.5.5 ¿Cuántas veces lava su auto al mes?

Tabla 14 Frecuencia de lavado

RESPUESTAS	CANTIDAD	PORCENTAJES
Una vez	75	29%
Dos veces	109	46%
Más de tres veces	95	25%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

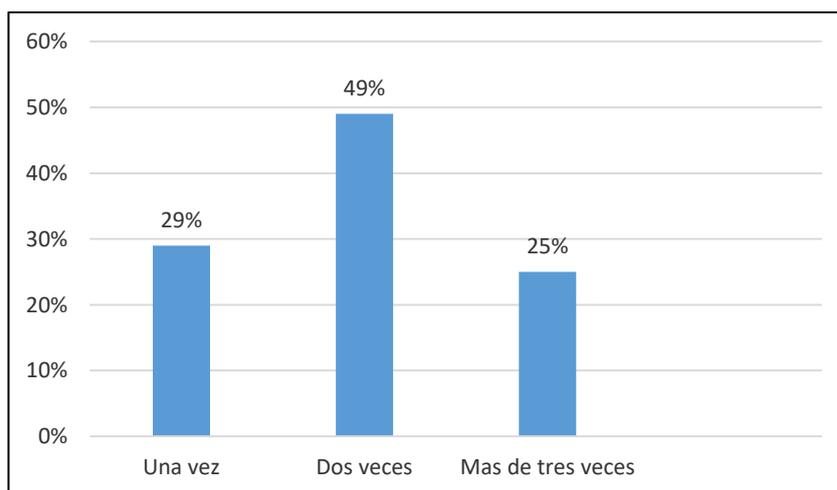


Gráfico 6 Pregunta 6 Frecuencia de lavado

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas el 46% utiliza el servicio de lavado dos veces al mes, el 29% lo hace una vez al mes y el 25% lo hace más de tres veces.

ANÁLISIS

La encuesta revela que la frecuencia de uso del servicio de lavado de autos es alta, ya que cerca de la mitad de los encuestados hace uso del servicio dos veces por mes, mientras la tercera parte de ellos lo hace una vez al mes y la cuarta parte de ellos, lo hace con una frecuencia de tres veces al mes.

1.5.6 ¿Le gustaría que su auto obtenga y mantenga un brillo deslumbrante y luzca como nuevo?

Tabla 15 Interés en brillo y pulido

RESPUESTAS	CANTIDAD	PORCENTAJES
Si	287	76%
No	92	24%
Total	379	100%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

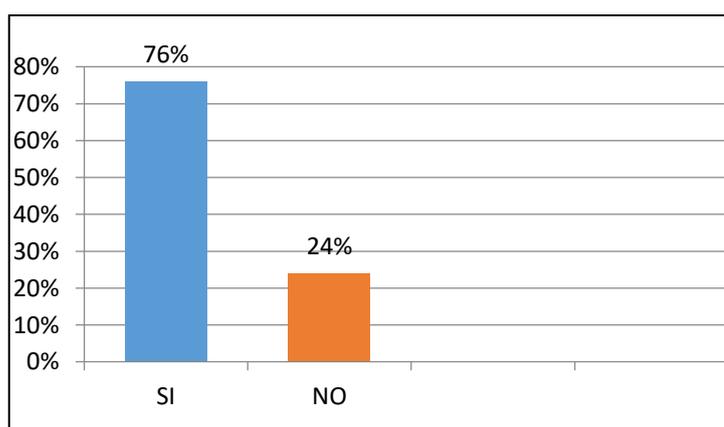


Gráfico 7 Pregunta 7 Interés de pulido

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas el 76% está interesado en obtener un servicio donde su auto pueda lucir como nuevo, mientras el 24% no le interesa.

ANÁLISIS

La mayor parte de los encuestados nos revelan su interés por obtener y mantener el brillo de su auto, lo cual nos demuestra la aceptación del servicio innovador que presenta este proyecto, al cual podemos destacar como una ventaja del servicio.

1.5.7 ¿Le gustaría que Calderón cuente con servicio de limpieza profunda de autos?

Tabla 16 Servicio de limpieza profunda de autos

RESPUESTAS	CANTIDAD	PORCENTAJES
SI	328	87%
NO	51	13%
TOTALES	379	100%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

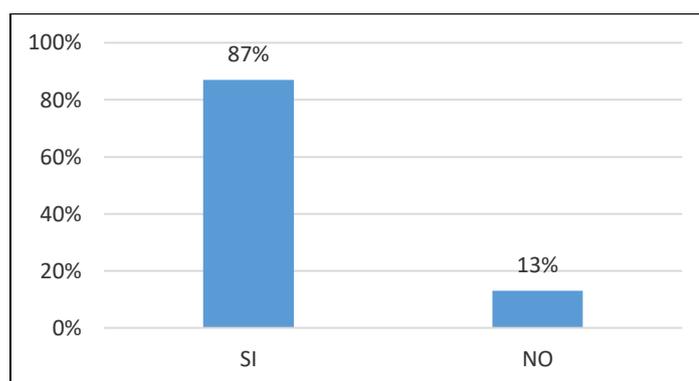


Gráfico 8 Pregunta 8 Servicio de limpieza

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas el 87% le gustaría que Calderón cuente con un servicio de limpieza profunda de autos, mientras que 13% dijo que no está interesado.

ANÁLISIS

Un alto porcentaje de la encuesta nos revela el interés de contar con un servicio de limpieza profunda de autos en el sector, lo cual nos indica que el proyecto tiene una buena aceptación.

1.6 DEMANDA POTENCIAL

1.6.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La relación de la evolución de la población metropolitana, evidencia su acelerado crecimiento, pasando entre 2000 y el 2014, de 131 a 192 vehículos por cada 1.000 habitantes, situación refleja el intenso crecimiento del parque automotor. (SECRETARIA DE MOVILIDAD, 2016)

El cálculo de la demanda histórica considera el número de vehículos que el sistema registra en el sector de Calderón matriculados en el periodo 2012-2015, (Datos proporcionados por la Dirección de la Unidad de registro vehicular, Ing. Mariela Veloz)

1.2.1.1 Demanda Histórica

Tabla 17 Demanda histórica

AÑO	VEHÍCULOS MATRICULADOS EN EL CENTRO DE REVISIÓN CALDERÓN
2012	94.904
2013	102.047
2014	109.728
2015	117.409

Fuente: CORPAIRE-Secretaria de Movilidad

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Proyección de la demanda a través del método de mínimos cuadrados:

Tabla 18 Tendencia de la demanda

TENDENCIA DE LA DEMANDA				
X		Y	X*Y	X₂
1	2012	94.904	94.094	1
2	2013	102.047	204.094	4
3	2014	109.728	329.184	9
4	2015	117.409	469.636	16
10	TOTAL	458.811	1.097.008	30

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

Aplicamos la fórmula: $Y = a + b(x)$

$$X' = \sum x/n \quad x' = 10/4 = 2.5$$

$$y' = \sum y/n \quad y' = 458.818/4 = 114.704,5$$

$$b = \frac{\sum xy - nx'y'}{\sum x^2 - n(x')^2} \quad b = \frac{1.097.008 - (4)(2.5)(114.704,5)}{30 - (4)(2.5)^2} = \frac{49.963}{5} = 9.992,6$$

$$a = y' - bx' \quad a = 114.704,5 - (9.992,6)(2.5) = 89.723$$

$$y = a + bx \quad y = 89.723 + (9.992,6)(1) = 99.715,6$$

Tabla 19 Proyección de la demanda 2016-2019

AÑO	x	a	b	DEMANDA Y=a+bx
2016	1	89.723	9.992,6	99.715.6
2017	2	89.723	9.992,6	109.708.2
2018	3	89.723	9.992,6	119.700.8
2019	4	89.726	9.992,6	129.696.4

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

Tabla 20 Demanda proyectada 2016-2019

Año	Demanda potencial	Tarifa promedio	Demanda potencial USD
2016	99715.6	\$ 40.00	\$ 3,988,624.00
2017	109708.2	\$ 40.00	\$ 4,388,328.00
2018	119700.8	\$ 40.00	\$ 4,788,032.00
2019	129696.4	\$ 40.00	\$ 5,187,856.00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

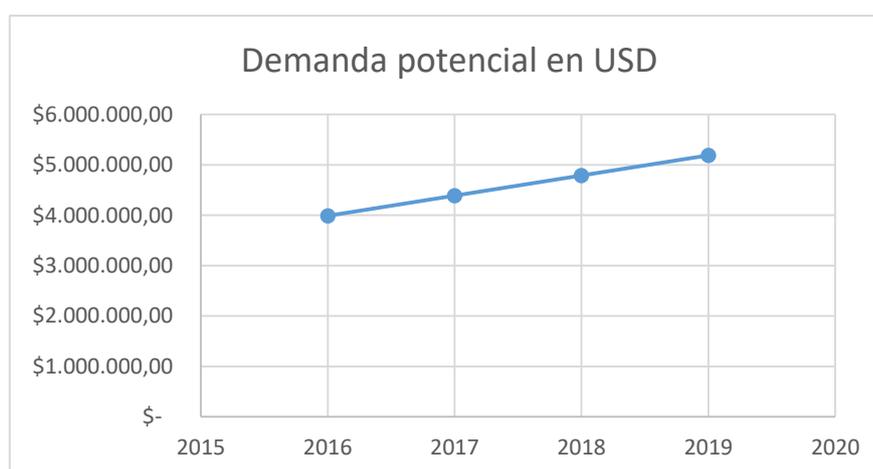


Gráfico 9 Demanda proyectada

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

1.7 ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta está definida por la facturación de las empresas en el año 2013, 2014 y 2015 que se dedican a la actividad detallada en el CIU G4520-03 del clasificador de la Superintendencia de Compañías y que expresa: “SERVICIOS DE LAVADO, ENGRASADO, PULVERIZADO, ENCERADO, CAMBIOS DE ACEITE, ETCÉTERA.”. En la ciudad de Quito:

Tabla 21 Histórico de la oferta en la ciudad de Quito

Año	Oferta Histórica
2013	\$ 3,702,594.91
2014	\$ 3,887,724.66
2015	\$ 3,439,700.54

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Fuente: (INEC, 2016), (Superintendencia de Compañías, 2013-2014-2015)

Proyección de la oferta

Para proyectar se ha usado como tasa de crecimiento del sector promedio del 5%, la facturación del año 2013-2015 se ha tomado de los balances del sector de la Superintendencia de Compañías.

Tabla 22 Tendencia de la Oferta

Año	Oferta Histórica
2013	\$ 3,702,594.91
2014	\$ 3,887,724.66
2015	\$ 3,439,700.54
2016	\$ 3,561,121.97
2017	\$ 3,686,829.57
2018	\$ 3,816,974.66
2019	\$ 3,951,713.86

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Fuente: INEC 2013, 2014, 2015 Superintendencia de Compañías, 2016-2019 proyectado con la inflación del 3.53% de acuerdo al Banco Central



Gráfico 10 Oferta potencial

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Fuente: INEC 2015, Superintendencia de Compañías 2013, 2014, 2015, <http://sthv.quito.gob.ec>

1.8 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

El cálculo de la demanda potencial insatisfecha se calcula de la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada, en base al número de servicios de restauración requeridos en Calderón.

Tabla 23 Demanda Insatisfecha 2016-2019

Año	Demanda Proyectada USD	Oferta proyectada USD	Demanda Insatisfecha USD
2016	\$ 3,988,624.00	\$ 3,561,121.97	\$ 427,502.03
2017	\$ 4,388,328.00	\$ 3,686,829.57	\$ 701,498.43
2018	\$ 4,788,032.00	\$ 3,816,974.66	\$ 971,057.34
2019	\$ 5,187,856.00	\$ 3,951,713.86	\$ 1,236,142.14

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE

1.6.1 Inflación

La inflación, en economía, es el aumento generalizado y sostenido de los precios de los bienes y servicios existentes en el mercado durante un período de tiempo, generalmente un año.

“La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares”. (Bcefinec, 2016)

Tabla 24 Inflación

Número	Año	Inflación acumulada
1	2009	8.36
2	2010	4.44
3	2011	3.17
4	2012	5.29
5	2013	4.10
6	2014	2.92
7	2015	3.53

Fuente: BCE-2016/ **Elaborado por:** María Augusta Jaramillo

1.6.2 Perspectiva económica ecuatoriana

Las economías de América Latina y el Caribe mantendrán su crecimiento negativo por segundo año consecutivo al contraerse medio punto porcentual en 2016, dijo este martes el Fondo Monetario Internacional al ajustar a la baja el pronóstico que había emitido en enero.

La economía de Ecuador, que caerá 4,5% este año y 4,3% el próximo, afrontará un panorama complicado porque dependerá de la disponibilidad de financiamiento externo y sufrirá pérdida de competitividad por la revaluación del dólar. (El universo, 2016)

El desbalance comercial, los bajos niveles de precio de petróleo -que inciden en menores ingresos del país, en relación a años anteriores de expansión del gasto- y el crecimiento del endeudamiento de Ecuador en relación al PIB, dificultan la promoción de la actividad económica. Esto en un periodo donde la sostenibilidad de la inversión pública y de niveles de empleo y pobreza se torna desafíos clave en 2016.

Uno de los principales factores que ha generado la desaceleración económica y la afectación a los indicadores de comercio exterior y sostenibilidad fiscal del país consiste en el desplome de los precios internacionales de materias primas, principalmente del petróleo desde mediados de 2014. Según cifras de la U.S. Energy Information Administration (EIA) estos precios que se han mantenido bajos, a mayo de este año, presentaron una mejora.

1.6.3 Mercado laboral

Ecuador registró una tasa de desempleo nacional de 5,7% en marzo del 2016, en comparación con el 3,8% de igual mes del año pasado, un incremento de 1,9 puntos porcentuales, según la última Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (Enemdu) publicada hoy 15 de abril del 2016. La entidad considera que el factor determinante para explicar la tasa actual de desempleo es el incremento de

la tasa de participación laboral. (El comercio, 2016)

Desagregado por áreas, la tasa de desempleo urbano se ubicó en 6,7% y en el área rural en 2,6% en junio del 2016. Por su parte, la tasa global de participación laboral se ubicó en 67,8%; lo que implica que existen más personas ingresando al mercado de trabajo o una mayor oferta laboral. (INEC,2016).

El salario básico unificado para el 2016 es de USD 366, según el Ministerio de Trabajo.

1.6.4 Impuestos para operar en el Ecuador

Según el Servicios de Rentas Internas (SRI) se cuenta con los siguientes impuestos que se debe cumplir y afectarían el funcionamiento del proyecto:

Impuesto a la Renta

Grava la renta global proveniente del trabajo y/o del capital que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras.

Impuesto al Valor Agregado

Grava el valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes en todas sus etapas de comercialización, así como los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé la LRTI.

Impuesto a los Consumos Especiales

Grava los bienes y servicios suntuarios, de procedencias nacionales o importadas, enumerados en el artículo 82 de la LRTI.

Impuesto a la Contaminación Vehicular

Grava la contaminación ambiental producida por el uso de vehículos motorizados de transporte terrestre.

Impuesto a la Salida de Divisas

Grava la transferencia o traslado de divisas al exterior en efectivo o a través del giro de cheques, transferencias, envíos, retiros o pagos de cualquier naturaleza realizados con o sin la intermediación de instituciones del sistema financiero

1.6.5 Balanza Comercial

La caída de la demanda -externa e interna- se refleja en las cifras de la balanza comercial del primer cuatrimestre de este año. Así lo indican empresarios y analistas económicos. Según el Banco Central del Ecuador (BCE), en ese período se registró un superávit de USD 48,5 millones.

Esto, sin embargo, no es producto de un aumento de las exportaciones, sino de la drástica reducción de las importaciones (36,5%), con relación a los primeros cuatro meses del año pasado. Esto último se produjo en todos los rubros, tanto en volumen como en valor.

En la situación actual de nuestra economía, lo que conviene adoptar son medidas que estimulen las importaciones, que fomenten la producción y el empleo; es decir, antes que aplicar impuestos conviene eliminar y/o reducirlos, especialmente en aquello que el país necesita importar para producir otros bienes, incluidos los de exportación.

1.6.6 Sector de Calderón

La parroquia rural de Calderón está ubicada al extremo norte del Distrito Metropolitano de Quito, en una zona árida de la meseta de Guanguiltagua. Tiene una alta densidad poblacional, que bordea los 153.000 habitantes.

Según los datos del último censo realizado en el país, en Calderón existen 61 barrios, conformados, en su mayoría, por descendientes de indígenas quienes aún conservan las tradiciones, leyendas y costumbres de sus antepasados.

Calderón se caracteriza además por la presencia de ebanistas (famosos por sus muebles de laurel y guayacán), talladores que trabajan en madera y repujado en cuero; así como artesanos habilidosos en la elaboración de tejidos y figuras de mazapán.

El incremento en la población ha obligado a las autoridades de turno a ejecutar proyectos y programas en beneficio de la comunidad, entre los cuales se destaca la adecuación y ampliación de accesos, la construcción de escuelas, hospitales, unidades de Policía, centros de desarrollo comunitario, espacios recreativos, entre otros.

Actualmente la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas (Epmmp) trabaja en el nuevo intercambiador de Carapungo, el que, según las proyecciones de esta entidad, reducirá los tiempos de traslado de un lugar a otro; estimulará el desarrollo económico y social del sector; y mejorará el entorno urbano.

1.7 ANÁLISIS DEL MICRO AMBIENTE

1.7.1 Infraestructura

Se cuenta con un local de 450 metros cuadrados adaptado para los servicios de mecánica y limpieza de automóviles, ubicado en una avenida principal de la parroquia de Calderón.

1.7.2 Experiencia en el sector

La experiencia es base fundamental del conocimiento y conjuntamente con los estudios garantiza el ser un excelente profesional. El Gerente cuenta con experiencia en el sector automotriz.

1.7.3 Proveedores

Existen varios proveedores de insumos de limpieza y cuidado para el sector automotriz en el sector, lo que facilita la adquisición de insumos y materia prima. Los costos y descuentos a obtener se deben al monto de compra y frecuencia. Por lo tanto se debe considerar hacer compras anticipadas y en volumen para acceder a los beneficios.

1.7.4 Clientes

Según el estudio de mercado realizado mediante encuestas el 87% estaría interesado en el servicio de lavado en Calderón, el 66% le interesaría lavado de carrocería y el 76% está interesado en que su auto obtenga un brillo deslumbrante y luzca como nuevo.

1.7.5 Tecnología a aplicar

El producto ofrece como innovación un servicio de tratamiento cerámico Sonax, una protección cerámica de 6 a 12 meses con un brillo deslumbrante, para que el auto luzca y brille como nuevo, al mismo tiempo que lo protege de rayones y el desgaste de pintura.

Además los insumos utilizan tecnología de punta que permite optimizar los niveles de gasto en insumos como agua y detergentes, ya que debido a las propiedades que tiene el vapor para limpiar y desinfectar.

1.7.6 Servicio al cliente

El servicio al cliente permitirá entregar al usuario herramientas de calidad además permitirá funciones que deben realizar los empleados: comunicación, realimentación, confianza y capacidad. La implementación de los procedimientos permitirá:

- Fortalecer los procedimientos de comunicación con los usuarios mediante teléfono, internet, correo electrónico.
- Aplicar técnicas de reconocida efectividad para obtener resultados exitosos en la interacción con el cliente interno y externo.
- Crear un ambiente de satisfacción entre los participantes del proceso del servicio y mantengan contacto con clientes externos y compañeros de trabajo.

1.8 DETERMINACIÓN DE LAS CINCO FUERZAS DE MERCADO

CLIENTES

El modelo de las cinco fuerzas de Porter es una herramienta de gestión desarrollada por el profesor e investigador Michael Porter, que permite analizar una industria o sector, a través de la identificación y análisis de cinco fuerzas en ella. Esta herramienta permite conocer el grado de competencia que existe en una industria y, en el caso de una empresa dentro de ella, realizar un análisis externo que sirva como base para formular estrategias destinadas a aprovechar las oportunidades y/o hacer frente a las amenazas detectadas. (Crece negocios, 2016)

Tabla 25 Determinación de las cinco del Mercado

CLIENTES		
	CUANTITAVA PODER DE NEGOCIACIÓN	ESTRATEGIAS PARA BAJAR EL PODER DE NEGOCIACIÓN
Personas Naturales	2	- Implementación de un precio de venta menor al de la competencia. - Tarjetas de descuento
Personas Jurídicas	4	Implementación de un portal web para dar mayor confianza a la empresa.
COMPETIDORES ALTO RIESGO		
	CUANTITAVA PODER DE NEGOCIACIÓN	ESTRATEGIAS PARA BAJAR EL RIESGO
Car Wash	4	Comunicación de productos de alta calidad.
Master Car Wash	3	Comunicación del sector de Calderón.
Informales	2	Tarjetas de descuento o cupones.
PRODUCTOS SUSTITUTOS		
	CUANTITAVA PODER DE NEGOCIACIÓN	ESTRATEGIAS PARA BAJAR EL RIESGO
CONCESIONARIOS	4	Implementación de productos de alta calidad.
TALLERES CONVENCIONALES	3	Publicidad a través de medios masivos, sobre el servicio. Implementación de servicios alternativos.
ENDEREZADORAS	3	Publicidad a través de medios masivos, sobre el servicio. Implementación de servicios alternativos.

PROVEEDORES

	PODER DE NEGOCIACIÓN	ESTRATEGIAS PARA BAJAR EL PODER DE NEGOCIACIÓN
Unilimpio	5	Compras anticipadas
Sonax	4	Compras por volumen

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

1.9 ANÁLISIS FODA

Tabla 26 Foda del proyecto



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

Matriz EFI Evaluación de Factores Internos

La matriz de factores internos EFI es una herramienta que identifica y evalúa las fortalezas y debilidades en las áreas funcionales de una empresa y la relación entre ellas, es muy importante para la formulación de estrategias, el peso adjudicado indica la importancia relativa del mismo para alcanzar el éxito, independientemente de que el factor clave represente un fortaleza o una debilidad, los factores que se consideren repercutirán en el desempeño de la organización. (Blogdiario.com, 2016)

Tabla 27 Matriz EFI Factores Internos

MATRIZ EFI			
(FACTORES INTERNOS)			
Factores	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
Debilidades	40%		
Falta de posicionamiento en el mercado.	0.10	2	0.20
Empresa nueva, marca no reconocida	0.15	2	0.30
Necesidad de inversión para nuevos servicios	0.15	1	0.15
Fortalezas	60%		
Infraestructura propia e instalada	0.15	4	0.6
Experiencia en el sector automotriz	0.15	4	0.6
Tecnología innovadora	0.15	3	0.45
Productos e insumos de alta calidad	0.15	4	0.6
Totales	100%		2.9
Calificar entre 1 y 4	4	Fortaleza Mayor	
	3	Fortaleza Menor	
	2	Debilidad Mayor	
	1	Debilidad Menor	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

Matriz EFE Evaluación de Factores Externos

La Matriz de Factores Externos EFE es una evaluación de los factores que permiten a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva, es importante para determinar si las estrategias de la empresa están aprovechando con eficacia las oportunidades existentes y minimizando los posibles efectos negativos de las amenazas externas. (Joseacontreas, 2016)

Tabla 28 Matriz EFE Factores Externos

MATRIZ EFE			
(FACTORES EXTERNOS)			
Factores	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
AMENAZAS			
45%			
Existencia de talleres informales.	0.15	4	0.6
Ingreso de franquicias.	0.15	3	0.45
Menor poder adquisitivo debido al decrecimiento económico.	0.15	3	0.45
OPORTUNIDADES			
55%			
Crecimiento económico del sector.	0.15	4	0.4
Apoyo a las My Pymes por entidades financieras	0.15	4	0.05
Acceso a nuevas tecnologías de promoción y publicidad.	0.15	2	0.05
Precios estables debido a la inflación.	0.1	3	0.3
Totales	100%		2.3

Calificar entre 1y 4	4	Muy Importante
	3	Importante
	2	Poco Importante
	1	Nada Importante

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

Tabla 29 Plan de contingencia

CONTINGENCIA	PROBLEMA	ACCION
ENTORNO	Cambios en los insumos precios por nuevos aranceles.	- Se deberá buscar materias o proveedores alternos, o en su defecto realizar un análisis de alza del precio.
GESTIÓN	No se cumplen los tiempos de gestión del servicio.	- Realizar un análisis de los resultado y reconocer los errores, la administración debe plantearse nuevamente objetivos rectificando sus equivocaciones
CRECIMIENTO	Necesidad de inversión para ampliación del servicio	- Buscar alternativas para financiamiento para microempresas.
DESASTRES NATURALES	De presentarse terremotos, inundaciones, incendios	- Asegurar las instalaciones.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

Tabla 30 Plan de Acción Estratégico

Fuente	Estrategias	#	Qué? Programas	Cómo? Acciones Inmediatas	Con qué? Recursos necesarios	Cuándo? Plazo	Quién? Responsable	Indicador	Verificador
Estrategias de la encuesta	Campaña agresiva de beneficios de lavado en un centro especializado con Hybrid Netprotection technology	1	Plan de medios redes sociales	Página web y fan page	- Google adwards, facebook y twitter - Gerente General - Recursos económicos	Mensual	Gerente General	(Ventas mes/ Ventas mes anterior)	Registro contable
Estrategias de la encuesta	Adquisición de software del servicio con módulos de facturación, CRM, bases de datos.	2	Implementación en los módulos necesarios	Determinación de las necesidades y módulos del software	- Empresas de desarrollo - Gerente General - Recursos económicos	Inicio de actividad	Gerente General	Número de órdenes ingresadas/ número de órdenes realizadas	Hojas de control
Estrategias de la encuesta	Campaña en el sector de Calderón	3	Plan de medios en ferias del municipio	Afiliación en municipio de Quito.	- Contratación de stand - Cupón de feria - Gerente General - Recursos económicos	Semestral	Gerente General	Número de cupones colectados/ número de órdenes realizadas	Hojas de control
Estrategias Matriz EFI	Alianza con proveedores para promoción	4	Colocación de stands e impulsadoras en instalaciones por parte de proveedores	Levantamiento de información con proveedores	- Empresas proveedoras - Stands publicitarios - Recursos económicos	Semestral	Gerente General	Número de pedidos a proveedor/ número de pedidos totales	Software de gestión
Estrategias Matriz EFE	Patentar la marca	5	Ingreso de trámite en el IEPI	Formulario en IEPI	- Costos de certificación - Diseñador para logo e imagen corporativo	Anual	Gerente General	Trámite en IPEI ingresado	Página web IEPI
Estrategias Porter	Implementación de un portal web	6	Elaboración mediante páginas especializadas como Big Commerce	Ingreso en plantilla Web	- Tarjeta de Crédito - Gerente General	Dos meses	Gerente General	Número de registros de usuarios/ número de visitas	Estadísticas página web
Estrategias Porter	Inducción al personal	7	Cronograma de capacitación	Elaboración de plan de capacitación	- Horas de trabajo - Gerente General	Primer mes de actividad	Gerente General	Número de clientes satisfechos/ clientes totales	Estudio de mercado
Estrategias Porter	Elaboración de manual de calidad	8	Elaboración de documento de calidad, procesos, políticas, y grupo de calidad	Documento final e inducción	- Horas de trabajo - Gerente General	Primer mes de actividad	Gerente General	Número de fallas/ servicio total	Software de gestión
Estrategias Porter	Alianzas publicitarias con proveedores	8	Elaboración de material POP	Negociación con proveedores	- Empresa de Publicidad - Gerente General	Primer mes de actividad	Gerente General	Número de clientes de material POP/ número de clientes totales	Software de gestión
Perfil Competitivo	Elaboración de paquetes promocionales y combos	9	Instalación de promocionales en local	Contratación de diseñador de Interiores	- Empresas de publicidad - Gerente General - Recursos económicos	Primer mes de actividad	Gerente General	Número de clientes atendidos	Software de gestión

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: María Augusta Jaramillo

Tabla 32 Presupuesto estratégico

No	ACTIVIDADES:	Frecuencia anual	Costo unitario	Unidad	Total anual
1	Promoción y plan de medios				
2	Pauta Carburando	1	\$ 240.00	Pauta	\$ 240.00
3	Promoción Redes Sociales Facebook y Twitter	180	\$ 2.00	Presupuesto d	\$ 360.00
4	Participación en Ferias de Calderón	1	\$ 150.00	Por feria	\$ 150.00
5	Implementación de un portal web	12	\$ 29.00	Mensual	\$ 348.00
6	Implementación de software de gestión	1	\$ 245.00	Anual	\$ 245.00
7	Alianza con aliados estratégicos (Proveedores) que apalanquen las ventas.				\$ -
8	Elaboración de stand	1	\$ 60.00		\$ 60.00
9	Material POP, volantes 1000 unidades	1	\$ 180.00		\$ 180.00
10	Inducción y capacitación				\$ -
11	Realizar cursos de inducción al personal	10	\$ 6.22	Horas	\$ 62.20
12	Inducción al personal al manual de calidad	5	\$ 6.22	Horas	\$ 31.10
13	Patentes				\$ -
14	Patentes de marca	1	\$ 600.00	Horas	\$ 600.00
TOTAL					\$ 2,276.30

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María Augusta Jaramillo

Análisis

El plan estratégico es una herramienta que recoge las estrategia que se deben seguir para cumplir su misión y alcanzar su propia visión, ofrece el diseño y la construcción del futuro para una organización, define también las acciones necesarias para lograrlo, las estrategias planteadas en este proyecto se derivan de cuatro fuentes, que son: estrategias de la encuesta, estrategia de la matriz EFI, estrategia de la matriz EFE, estrategias de Porter y estrategia del perfil competitivo.

La primera estrategia que obtuvimos a través de la encuesta a nuestros clientes potenciales, se trata de realizar una campaña agresiva dando a conocer los beneficios del servicio de lavado en un centro especializado con tecnología Hibryd netprotection, a través de redes sociales, en páginas web y fan pages tales como google, facebook y twiter, el responsable directo es el Gerente General que será el encargado de evaluar la estrategia a través de un registro contable que compare las ventas actuales con las ventas del mes anterior. La segunda estrategia que obtuvimos de la encuesta se trata de adquirir un software de servicios con módulos de facturación, CRM, y base de datos, donde el responsable es el Gerente General que deberá controlar el número de ordenes ingresadas en relación al número de ordenes realizadas, a través de una hoja de control del programa, de igual forma la necesidad de implementación de los módulos necesarios en el sistema, para poder ofrecer un servicio con altos estándares de calidad ya que en la encuesta se determinó la calidad como factor decisivo por parte del cliente. La tercera estrategia que obtuvimos de la encuesta se trata de una campaña en el sector de Calderón a través de participación en ferias del Municipio, donde se da a conocer y promociona el servicio mediante cupones con órdenes de servicio y descuentos, el control lo realiza el Gerente General mediante hojas del control, en referencia del número de cupones recolectados, en relación al número de ordenes realizadas.

La estrategia de la matriz EFI se trata de realizar alianzas con los proveedores con fines promocionales a través de la colocación de un stand e impulsadoras en las instalaciones por parte de los proveedores, el control lo realiza el Gerente General mediante el software de gestión, en referencia del número de pedidos de proveedores, en relación al número de pedidos totales.

La estrategia de la matriz EFE es patentar la marca para dar una identidad propia al servicio y poder promocionarlo adecuadamente, el responsable es el Gerente General que debe estar pendiente de que el trámite quede correctamente registrado.

Las estrategias de Porter son la implementación de un portal web para bajar el poder de negociación de los clientes, donde se pueda encontrar toda la información necesaria, promocionar y dar a conocer del servicio, a través de páginas

especializadas como Big Commerce, el responsable es el Gerente General mediante el control de estadísticas de las páginas web, que midan el número de registros de usuarios y número de visitas. La primera estrategia para bajar el riesgo de productos sustitutos y competidores se basa en la inducción al personal, mediante un cronograma de capacitación, el responsable es el Gerente General mediante un estudio de mercado, que midan el número de clientes satisfechos en relación al número de clientes totales. La segunda estrategia para bajar el riesgo de productos sustitutos y competidores se basa en la elaboración de un manual de calidad, que determine claramente los procesos, políticas en la prestación del servicio, el responsable es el Gerente General mediante un software de gestión, que midan el número de fallas en relación al número de servicios totales. La estrategia para bajar el poder de negociación con los proveedores se trata de realizar alianzas publicitarias a través de material POP, el responsable es el Gerente General mediante un software de gestión, que midan el número de clientes de material POP al número de clientes totales.

La estrategia de la matriz de perfil competitivo es realizar combos promocionales, en el diseño interior de las instalaciones de la empresa, mediante una empresa de publicidad, el responsable es el Gerente General mediante un software de gestión, que midan el número de clientes atendidos.

1.10 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR

El canal de distribución será el directo, pues el servicio lo damos al cliente y tenemos la oportunidad de retroalimentación inmediata, ya que podemos interactuar con el cliente y conocer la satisfacción, observaciones que tiene para con el servicio.

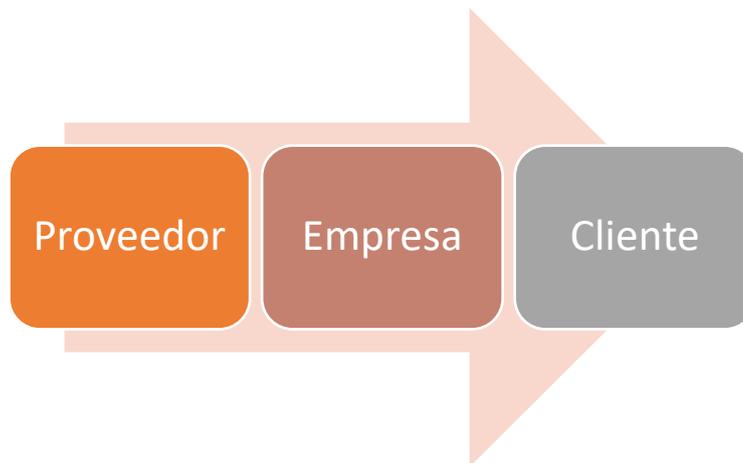


Gráfico 11 Sistema de distribución a utilizar

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

1.11 SEGUIMIENTO A LOS CLIENTES

Enviar correos electrónicos a los clientes actuales o a través de una llamada telefónica demostrándoles el excelente servicio que se ofrece, para asegurarles que no deben preocuparse porque nosotros estamos pendientes de ellos, usando la creatividad para pensar en ideas de regalos interesantes que se relacionen con tu negocio o con la última compra de tu cliente, para lograr que el cliente se fidelice con el servicio.

Es necesario la recolección de datos de clientes actuales y potenciales bajo el sistema de formulario en redes sociales y la página web, adicional el software gestionará la información y datos de los clientes.



Gráfico 12 Seguimiento al cliente

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

1.12 ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS

En el caso de no poder cumplir con el proyecto, podemos estudiar mercados alternativos como servicio a domicilio en el mismo sector o en su defecto un sector diferente, de acuerdo a la demanda y oferta del mismo, modificando las estrategias para poder concretar la factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

2.1.1 Descripción de proceso de transformación del servicio

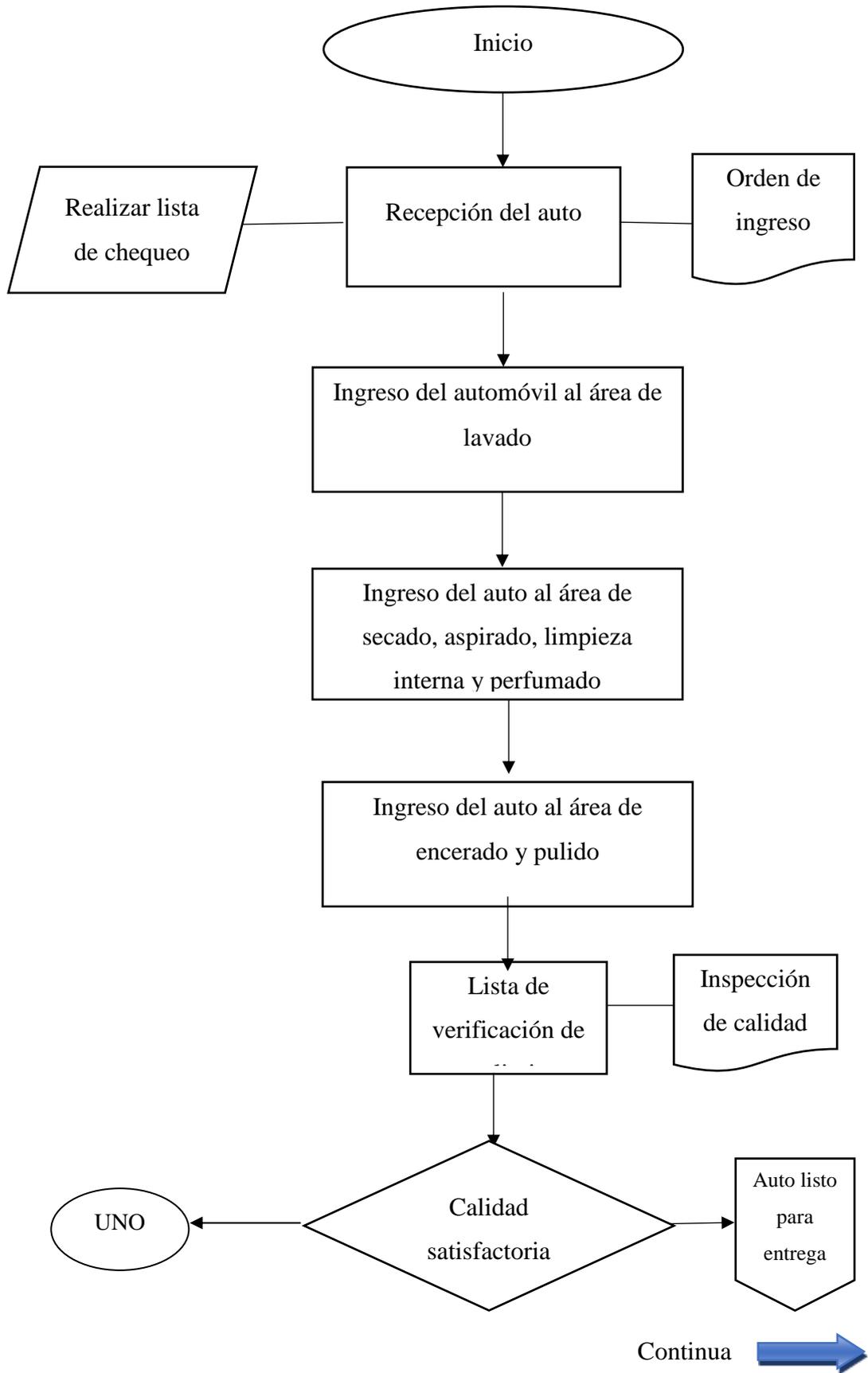
En el servicio de lavado de autos generalmente cuenta con dos procesos básicos que son el lavado y aspirado en base a estos se pueden diferenciar técnicas o procesos destinados a la limpieza de un auto, la innovación del servicio es realizar un servicio especializado en limpieza profunda de autos, con productos innovadores, destinados también al rejuvenecimiento y protección de las distintas superficies de un vehículo, el uso del tratamiento cerámico Sonax, que brinda una protección cerámica de 6 a 12 meses con un brillo deslumbrante, para que el auto luzca y brille como nuevo, al mismo tiempo que lo protege de rayones y el desgaste de pintura.

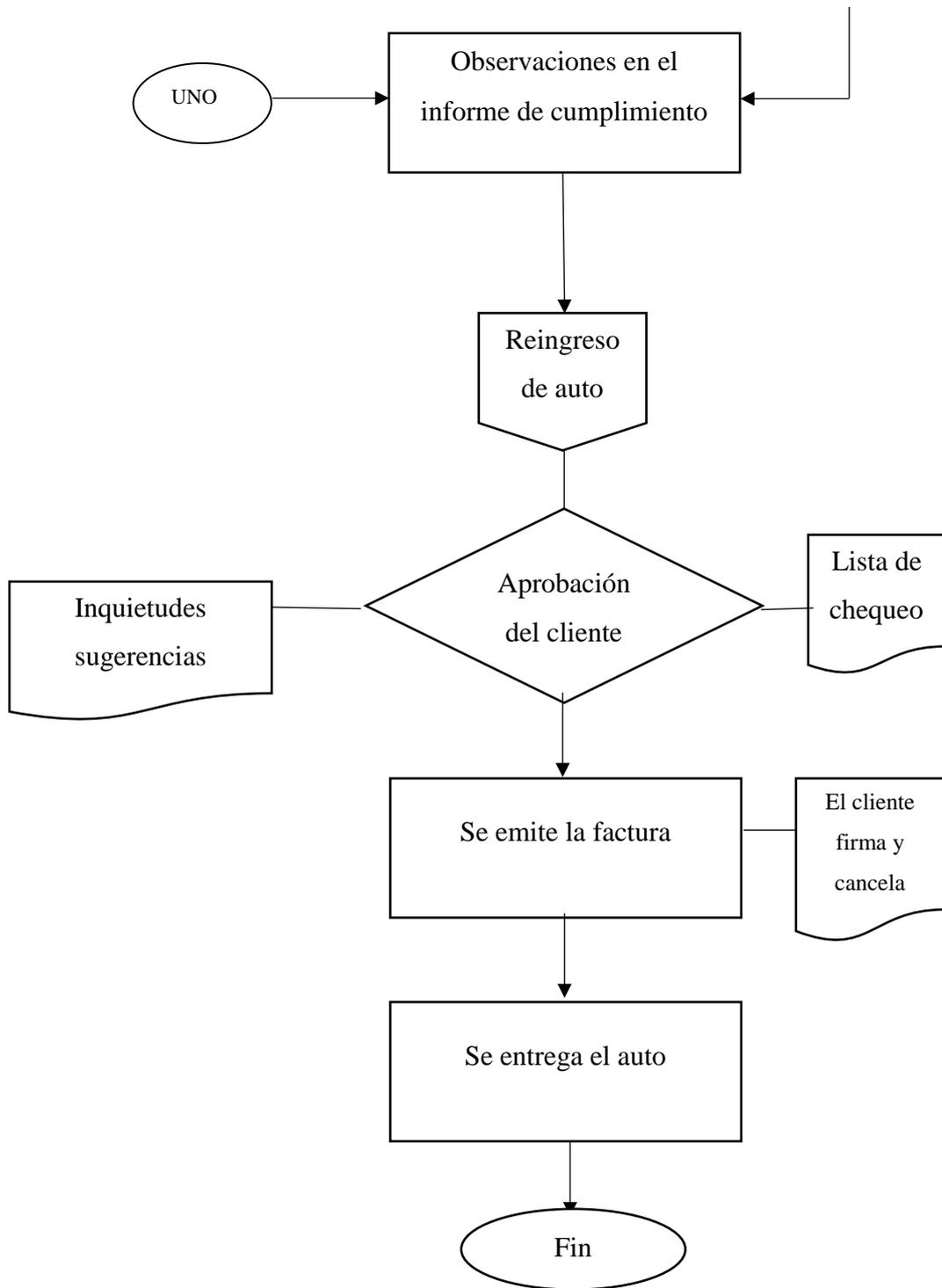
Los procesos de los servicios están estructurados de la siguiente manera:

- Recepción del auto: se realiza la recepción del auto y el operario emite una orden de trabajo por los servicios de limpieza interna o externa o servicios adicionales dependiendo de las necesidades de los clientes.(5 minutos)
- Lista de chequeo: el operario de la lavadora llena un formato de una lista de chequeo donde se pueda registrar las condiciones en que el auto ingresa, los servicios solicitados, respaldado por la firma del cliente. (5 minutos)
- Ingreso del automóvil al área de lavado: se procede al ingreso del auto donde el operario se encarga de realizar la limpieza externa y luego interna acorde

- las especificaciones del cliente. (25 minutos)
- Ingreso al área de secado, aspirado y perfumado: luego del secado se procede a realizar una limpieza interna que incluye aspirado, limpieza de paneles, limpieza de la tapicería, y aplicación de brillo en paneles y perfume ambiental. (45 minutos)
- Ingreso al área de pulido y encerado: el operario se encarga de realizar el proceso de aplicación de cera y pulido, de acuerdo con las especificaciones de la orden de trabajo de la lista de trabajo. (30 minutos)
- Inspección de calidad: el gerente de la lavadora inspecciona el trabajo y emite un informe de cumplimiento, asegurándose que se hayan cumplido con estándares de calidad. (5 minutos)
- Reingreso del auto: si el gerente detecta alguna observación en la lista de verificación de cumplimiento el auto reingresa al taller, para corregir las observaciones y luego someterse a una nueva inspección de calidad. (15 minutos)
- Aprobación del cliente: el cliente verifica el estado del auto con la lista de chequeo, se recepta sus sugerencias o inquietudes. (10 minutos)
- Emisión de factura: se realiza la emisión de la factura, el cliente recibe, firma la factura y cancela el valor del servicio. (5 minutos)
- Entrega del auto: un operario saca el auto al área de espera y se lo entrega al cliente. (2 minutos)

Ilustración 3 Diagrama de proceso





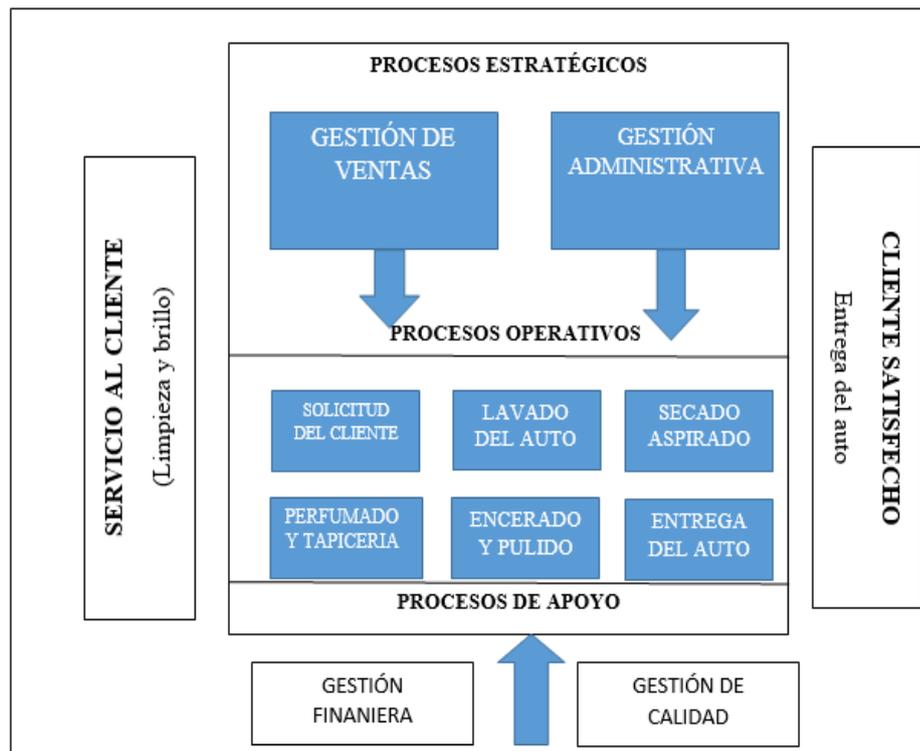
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

2.1.2 Mapa del proceso

El mapa del proceso permite establecer procesos de forma que puedan evaluarse y ajustarse para incrementar la eficiencia en las operaciones, constituye una herramienta de apoyo para la cadena de valor de la empresa.

- El mapa de proceso para la producción de servicios de lavado de autos al detailing se estructura de la siguiente manera
- Procesos estratégicos: son los que se encuentran relacionados con el área administrativa y de ventas.
- Procesos operativos: son los procesos establecidos de lavado, secado, aspirado, limpieza interna, encerado y pulido del auto.
- Procesos de apoyo: es la gestión de financiera y gestión de calidad.

Gráfico 1 Mapa del proceso



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

2.1.2 Descripción de las instalaciones de equipos y personas

2.1.3 Descripción de la planta

El centro de limpieza cuenta con una planta de 450mts distribuidos en las siguientes áreas: área de lavado, área de aspirado y limpieza interior, área de encerado y pulido, área administrativa, área de parqueo, área de entrega y recepción del auto, área de sanitarios. A continuación se detalla la distribución de las áreas de la planta.

Tabla 33 Distribución por áreas en la planta

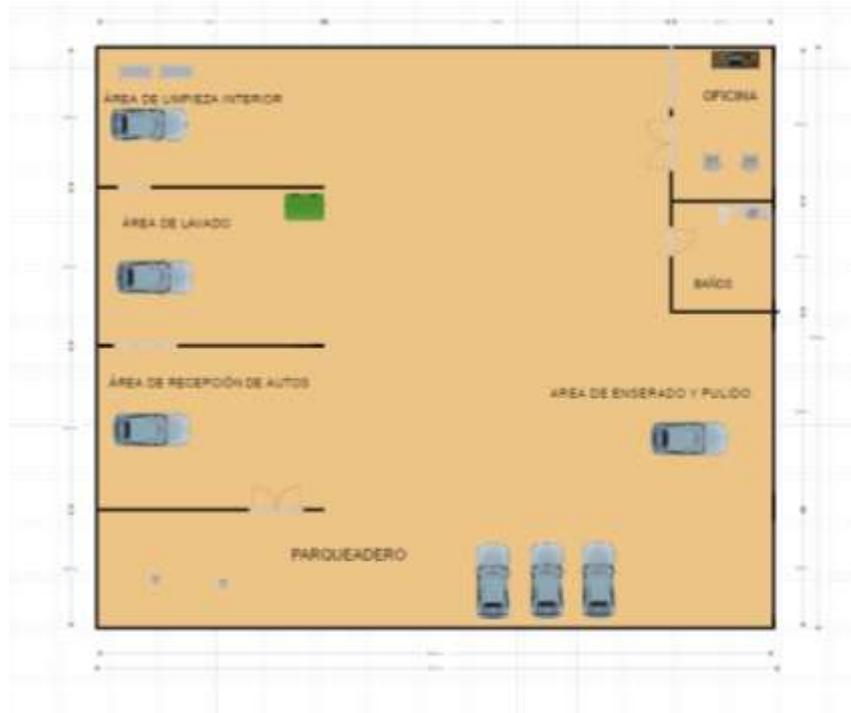
ÁREA	SUPERFICIE (m²)
Terreno	128
Área Administrativa	12
Área de lavado	24
Área de aspirado y limpieza interior	24
Área de encerada y pulido	24
Área de parqueo	200
Área de entrega y recepción del auto	30
Área de sanitarios	8
Total área	450

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

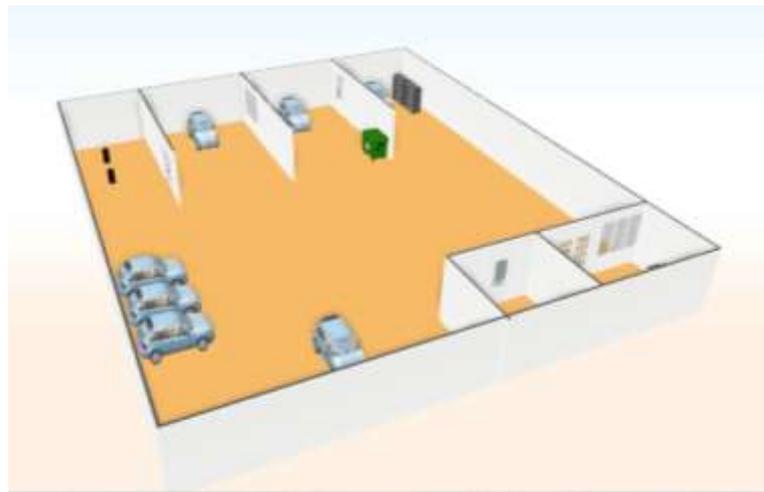
La estructura está determinada en base a los equipos que se van a utilizar, como también la movilidad tomando en cuenta la comodidad y seguridad de los operarios, personal administrativo y clientes.

Ilustración 4 Mapa de instalaciones



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Ilustración 5 Mapa de la planta



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

2.1.4 Descripción de los equipos

Tabla 34 Maquinaria y Equipos

ACTIVIDAD	EQUIPO	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	COSTO
Lavado	Hidrolavadora 	-Presión 1600PSI -Caudal de agua 280l/h -Temperatura de entrada máx. 40°C -Tensión 127V -Potencia de conexión 1,4KW -Peso sin accesorios 4.9KG -Dimensiones 196 x 280 x 498cm. -vida útil 4 años	\$1000
Aspirar	-Aspirador multiuso WD 	-Potencia de aspiración real* (Air Watt) 220 -Consumo energético (W) 1000 Tamaño del depósito (l) 20 -Material del recipiente Plástico -Cable de conexión (m) 5 -Diámetro nominal de los accesorios (mm) 35 -Tensión (V) 220 / 240 -Peso sin accesorios (kg) 7,1 -Dimensiones (la. × an. × al.) (mm) 384 x 365 x 526 - Vida Útil años	800

Limpieza de Tapiceria	Lava-aspiradora Puzzi 10/1 	-Máx. rendimiento de superficie (m ² /h/m ² /h) 20 / 25 -Volumen de aire (l/s) 54 -Vacío (mbar) 220 / 22 -Volumen pulverizado (l/min) 1 -Presión de pulverización / Presión dinámica (bar) 1 -Depósito de agua limpia / sucia (l) 10 - 9 -Potencia de la turbina (W) 1250 -Potencia de la bomba (W) 40 -Peso (kg) 10,7 -Dimensiones (l × a × h) (mm) 705 x 320 x 435 -Vida Útil 5 años	\$1200
Pulido	Pulidora 	-Potencia 1250 W -Velocidad sin carga 0-600/3500 rpm Máx. Diámetro de disco 150 y 180 mm -Rosca M14 -Peso 3.0 kg -Longitud 480 mm -Alto 135 mm -Presión sonora 84 dB (A) -Incertidumbre K 2 (sonido) 3 dB (A) -Vida útil 2 años	\$300
TOTAL			\$3.300

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Tabla 35 Descripción de mano de obra

ACTIVIDAD	TIEMPO	NO. DE PERSONAS	HORAS/HOMBRE
LAVADO	20 minutos	1	8
SECADO	20 minutos	1	8
ASPIRADO	20 minutos	1	8
LIMPIEZA DE PANELES	15 minutos	1	8
LIMPIEZA DE TAPICERIA	40 minutos	1	8
ENCERADO	15	1	8
PULIDO	20	1	8

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

2.1.5 Tecnología a aplicar

La correcta limpieza pasa por el uso de las herramientas y productos adecuados, que no sean agresivos para los materiales. Eliminar suciedad es relativamente fácil: agua, jabón y buenas dosis de paciencia. Realizarlo sin rayar o arañar la pintura con diversos materiales y además que brille como un espejo es muy diferente que requiere ciertos conocimientos básicos.

El rejuvenecimiento se refiere a la recuperación de ese aspecto de nuevo mediante diferentes procesos dependiendo del tipo de superficie, como el pulido de la pintura hasta el nutrido de asientos de cuero, gomas, etc... La protección siempre es el último paso, y tiene por objeto eliminar o reducir el deterioro que provoca el paso del tiempo y las condiciones ambientales sobre las distintas superficies. Por ejemplo, el encerado de la pintura que evita la oxidación, el acondicionado de asientos que evitan su deshidratación y agrietamiento de la piel o el acondicionado de neumáticos que los mantiene nutridos y protegidos contra los agentes externos manteniendo su aspecto de nuevo.

La tecnología a aplicar está basada en uso de tecnología ecológica con equipo como las Hidrolavadoras karcher que utilizan que optimiza un 30% del consumo de agua,

son de alta presión reducen de trabajo, el tiempo empleado y la cantidad de detergente que se utiliza, ofrecen distintas posibilidades para la optimización de la limpieza y ventajas convincente espuma que reemplaza al jabón tradicional, que de igual forma reduce el consumo de agua y materiales e insumos biodegradables, que reducen el nivel de contaminación al generar una mínima cantidad de desechos, además el tratamiento cerámico con cera Sonax utiliza una tecnología Hibryd NetProtection que combina componentes especiales orgánicos e inorgánicos, para formar una capa protectora de larga duración de alto brillo para todo tipo de pintura, la cual brinda una protección duradera de las influencias ambientales.

2.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

2.2.1 Ritmo de producción

Las demandas de producción son cambiantes y obedecen a varios factores como condición y estado del auto, disponibilidad de tiempo, situación económica, tipo de servicio requerido, etc.

El ritmo de producción general el cual se ha podido llegar a establecer tomando en cuenta 8 horas diarias de trabajo, con tres operadores, considerando el tiempo que se invierte en cada servicio, se establece de la siguiente forma:

Tabla 36 Ritmo de Producción Anual

NUMERO DE AUTOS	Unidad	Tiempo por automóvil minutos	Número de autos por hora	% de trabajo	Número de carros mensuales
Lavado express	Minutos	60	1,0	66%	232
Lavado, enserado y pulido	Minutos	150	0,4	22%	77
Lavado tapicería interna	Minutos	90	0,7	12%	42
		Total	2,00		352
Horas de L-V (160 horas)		Total horas por trabajador		176	
Horas de S-D (16 horas)		Total de autos		352	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

2.2.2 Nivel de inventario promedio

El nivel de inventario promedio está determinado por los el número de servicio que se ha podido establecer de acuerdo al ritmo de producción, en el cal determinamos que podemos brindar el servicio de limpieza autos a una relación de dos autos por hora, durante 8 horas de martes a viernes son 144 horas y cuatro horas los sábados y domingos son 32 horas, dan un total de 176 horas al mes, de manera que podemos atender 352 autos mensuales, lo que nos indica una producción de servicios de 4.224 anuales.

2.2.3 Número de Trabajadores

El número de empleados que se requiere para poder cumplir con el lavado de 352 autos al mes consta de tres operadores, en el área operativa, el gerente general en el área administrativa, quien en un principio será el encargado del control de calidad, cumplimiento de objetivos, asignar recursos, contratar personal y obtener recursos financieros y se contratara los servicios profesionales de un contador.

Tabla 37 Números de Trabajadores

CARGO ADMINISTRATIVO	NRO DE EMPLEADOS	FUNCIONES	PLANTA	SUBCONTRATADO
GERENTE GENERAL	1	<ul style="list-style-type: none">• Planifica, vigila y controla el cumplimiento de objetivos• Representante legalmente a la empresa• Obtiene y asigna recursos económicos• Contrata personal• Evalúa rendimiento de los trabajadores• Servicio al clientes• Control de calidad	X	

Continua 

CONTADOR	1	<ul style="list-style-type: none"> • Lleva los registros contables de la empresa • Realiza declaración y pago de impuestos • Revisa pagos a proveedores y empleados 		X
OPERARIO DE LAVADO Y SECADO	1	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso el auto al área de lavado • Lavar el auto • Secar el auto <p>Mantenimiento de su área de trabajo</p>	X	
OPERARIO DE LIMPIEZA INTERNA	1	<ul style="list-style-type: none"> • Aspirar el auto • Limpiar los paneles del auto • Lavar la tapicería • Lavar alfombras y moquetas • Mantenimiento de su área de trabajo 	X	
OPERARIO DE ENCERADO Y PULIDO	1	<ul style="list-style-type: none"> • Encerar el auto • Pulir el auto • Mantener el área de trabajo 	X	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

2.3.1 Capacidad de Producción Futura

Nuestra capacidad de producción de servicios anuales es de 4224 autos, de manera que nuestra oferta tiene la capacidad de cubrir el 7.2% de la demanda potencial insatisfecha calculada anteriormente, para el sector de Calderón. La cual la proyectamos de acuerdo al índice de crecimiento del parque automotor, que según la Agencia Nacional de tránsito varía de un 10% a un 12%, en los últimos dos años.

Tabla 38 Capacidad de Producción Futura

AÑO	PRODUCCION DE AUTOS RESTAURADOS	Incremento (%)
2016	4224	
2017	4646	10,00%
2018	5111	10,00%
2019	5622	10,00%
2020	6184	10,00%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

2.4 RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que puedan representar

Todos los materiales empleados en el lavado, secado, aspirado, limpieza interna, perfumado encerado y pulido, son considerados las materias primas utilizados en el servicio de lavado y limpieza como los detallados a continuación:

Su importancia, grados de sustitución y proveedores se detalla a continuación:

Tabla 39 Materias Primas

MATERIAL	GRADO DE SUSTITUCIÓN	PROVEEDORES
Shampoo para autos	Jabón para autos	Acusin
Desengrasante	No existe	Unilimpio
Amoral	Brillo natural con aroma	Unilimpio
Jabón para tapiz	Detergente para tapiz	Acusin
Detergente	Jabón	Unilimpio
Ambiental perfume	Ambientales en gel	Acusin
Cera SONAX	No existe	Sonax
Brillo de llanta	No existe	Acusin

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

2.5 CALIDAD

2.5.1 Método de Control de Calidad

El control de calidad está a cargo del Gerente General y se basa en una lista de chequeo que es empleada para verificar que se hayan cumplido con las políticas establecidas una vez que se ha finalizado el servicio de limpieza constatando la calidad del servicio.

En el caso de que el gerente detecte alguna observación en la lista de chequeo, el auto deberá reingresar al área para corregir las deficiencias encontradas en el servicio.

El cliente cumple un papel primordial en el control de calidad, pues será el encargado de firmar su conformidad con el servicio y de existir observaciones, estas serán receptadas como indicador muy importante para optimizar el servicio. Luego procedemos a realizar el diagrama de Pareto para poder identificar los defectos más importantes en los que debemos trabajar.

Tabla 40 Lista de Verificación

PROCESO:SERVICIO DE LIMPIEZA AL DETAILING		
RESPONSABLE	Ma. Augusta Jaramillo	
PERIODO	01-06-2016 AL 01-07-2016	
TOTAL DE SERVICIOS OFRECIDOS	352	
TIPO DE DEFECTO	FRECUENCIA	TOTAL
Marcas de agua en ventanas y parabrisas	////////////////////////////////////	32
Manchas en la tapicería	////////////////////	18
Manchas de cera en la carrocería	////////////////////////////////////	29
Marcas en el guardachoques	////////////////////	16
Residuos de cera en los cauchos	////////////////////////////////////	24
Residuo de silicona en el tapiz	//////////	9
Residuos de polvo en los paneles	//////////	13
Manchas en aros	//////////	11
Residuos en llantas	////////	7

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

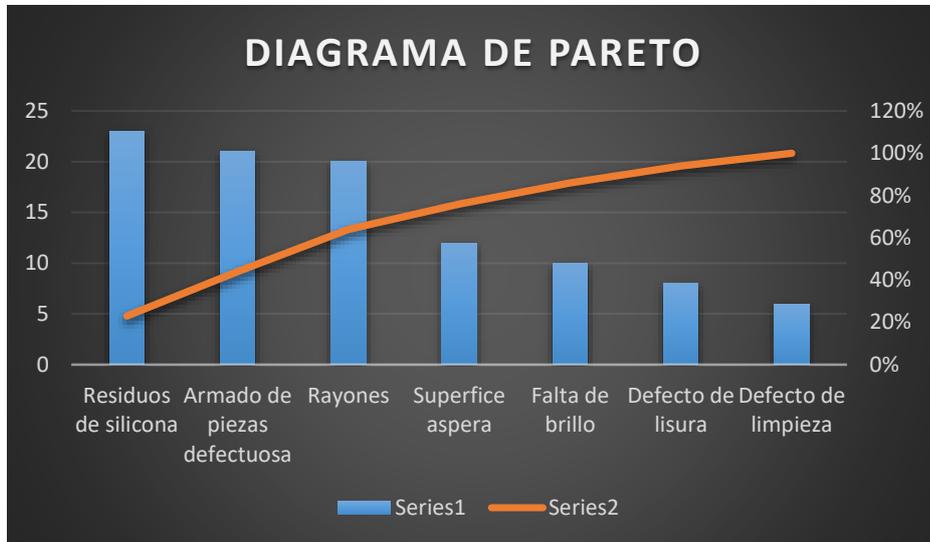


Gráfico 13 Diagrama de Pareto

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Análisis

El diagrama de Pareto nos muestra la incidencia de los defectos más comunes, en el control de calidad del servicio, los defectos en los cuales debemos tomar medidas correctivas para eliminarlos o minimizarlos, capacitando el personal y llevando un seguimiento a todos los defectos, pero poniendo énfasis en los que se presentan con mayor frecuencia, de manera que los tiempos se optimicen, al realizar la lista de chequeo del auto.

2.6 NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTEN A SUS INSTALACIONES

2.6.1 Seguridad e Higiene Ocupacional

Las normas de Seguridad e Higiene Ocupacional de nuestra empresa están regidas por la normativa de la Dirección Metropolitana de Medioambiente en la guía de Buenas Prácticas Ambientales, el reglamento de Seguridad Ocupacional (SECRETARIA DEL AMBIENTE, 2016)

Normativa de la Dirección Metropolitana de Medioambiente en la guía de Buenas Prácticas Ambientales

- Todos los establecimientos de mecánicas lavadoras y lubricadoras deberán mantener sus lugares de trabajo en condiciones sanitarias y ambientales que protejan la seguridad y salud de sus trabajadores.
- Los pisos de los talleres deberán ser contruidos con materiales solidos no resbaladizos, en seco y húmedo, impermeables y no porosos, de tal manera que faciliten su limpieza correcta.
- Los locales serán enteramente contruidos con materiales estables con tratamientos acústicos en los lugares de trabajo.
- Los lugares de trabajo pisos y pasillos deberán estar permanentemente libres de obstáculos y que permitan su circulación diaria sin impedimentos
- en actividades normales y en casos de emergencia.
- Ningún establecimiento podrá verter al alcantarillado público, ninguna sustancia contaminante sin previo tratamiento, más aun las sustancias inflamables con contenidos ácidos o alcalinos.
- En el caso de que existan emisiones de procesos (polvos, olores, vapores) los lugares de trabajo deberán contar con ventilación.
- Toda instalación deberá tener el número y tipo de extintores, apropiados para su actividad y ubicados correctamente (fácil acceso) y actualizados. Todo el personal deberá estar capacitado para el uso de extintores en caso de emergencia y el empleador además tiene la obligación de mantener de un plan de contingencia.
- Ningún establecimiento utilizara las vías públicas, aceras y otros espacios exteriores públicos para realizar sus actividades, lo realizara dentro del local en las áreas designadas para el efecto.
- Manejo Residual para Aguas Ambientales no Domesticas
- El establecimiento deberá contar con cajas separadoras de hidrocarburos
- para controlar los derrames de combustible, aceites, el lavado, la limpieza y mantenimiento de las instalaciones previo a la descarga a los cuerpos de
- agua o sistema de alcantarillado.

- El establecimiento deberá contar con rejillas perimetrales y sedimentadoras conectadas a las trampas de grasas antes de ser descargadas a los recolectores del alcantarillado.
- Las trampas de grasa no deben recolectar descargas domésticas.
- El establecimiento no deberá enviar las descargas líquidas directamente al sistema de alcantarillado o a un curso de agua sin previo tratamiento.
- Manejo Ambiental de Dimensiones Atmosféricas y Ruido
- Las áreas de trabajo donde se producen emisiones de proceso provenientes de pintura, lijado, suelta, deberán estar delimitadas.
- Contar con un plan de contingencia actualizado para atender cualquier accidente o eventualidad que se presente y contar con personal preparado para su implementación.

Seguridad industrial y Salud Ocupacional

Son obligaciones generales de los personeros de las entidades y empresas públicas y privadas, las siguientes: (MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES, 2016)

1. Cumplir las disposiciones de este Reglamento y demás normas vigentes en materia de prevención de riesgos.
2. Adoptar las medidas necesarias para la prevención de los riesgos que puedan afectar a la salud y al bienestar de los trabajadores en los lugares de trabajo de su responsabilidad.
3. Mantener en buen estado de servicio las instalaciones, máquinas, herramientas y materiales para un trabajo seguro.
4. Organizar y facilitar los Servicios Médicos, Comités y Departamentos de Seguridad, con sujeción a las normas legales vigentes.
5. Entregar gratuitamente a sus trabajadores vestido adecuado para el trabajo y los medios de protección personal y colectiva necesarios.

6. Efectuar reconocimientos médicos periódicos de los trabajadores en actividades peligrosas; y, especialmente, cuando sufran dolencias o defectos físicos o se encuentren en estados o situaciones que no respondan a las exigencias psicofísicas de los respectivos puestos de trabajo.

7. Cuando un trabajador, como consecuencia del trabajo, sufre lesiones o puede contraer enfermedad profesional, dentro de la práctica de su actividad laboral ordinaria, según dictamen de la Comisión de Evaluaciones de Incapacidad del IESS o del facultativo del Ministerio de Trabajo, para no afiliados, el patrono deberá ubicarlo en otra sección de la empresa, previo consentimiento del trabajador y sin mengua a su remuneración.

La renuncia para la reubicación se considerará como omisión a acatar las medidas de prevención y seguridad de riesgos.

8. Especificar en el Reglamento Interno de Seguridad e Higiene, las facultades y deberes del personal directivo, técnicos y mandos medios, en orden a la prevención de los riesgos de trabajo.

9. Instruir sobre los riesgos de los diferentes puestos de trabajo y la forma y métodos para prevenirlos, al personal que ingresa a laborar en la empresa.

10. Dar formación en materia de prevención de riesgos, al personal de la empresa, con especial atención a los directivos técnicos y mandos medios, a través de cursos regulares y periódicos.

11. Adoptar las medidas necesarias para el cumplimiento de las recomendaciones dadas por el Comité de Seguridad e Higiene, Servicios Médicos o Servicios de Seguridad.

12. Proveer a los representantes de los trabajadores de un ejemplar del presente reglamento y de cuantas normas relativas a prevención de riesgos sean de aplicación en el ámbito de la empresa.

Así mismo, entregar a cada trabajador un ejemplar del Reglamento Interno de Seguridad e Higiene de la empresa, dejando constancia de dicha entrega.

13. Facilitar durante las horas de trabajo la realización de inspecciones, en esta materia, tanto a cargo de las autoridades administrativas como de los órganos internos de la empresa.

14. Dar aviso inmediato a las autoridades de trabajo y al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, de los accidentes y enfermedades profesionales ocurridos en sus centros de trabajo y entregar una copia al Comité de Seguridad e Higiene Industrial.

15. Comunicar al Comité de Seguridad e Higiene, todos los informes que reciban respecto a la prevención de riesgos.

Además de las que se señalen en los respectivos Reglamentos Internos de Seguridad e Higiene de cada empresa, son obligaciones generales del personal directivo de la empresa las siguientes:

1. Instruir al personal a su cargo sobre los riesgos específicos de los distintos puestos de trabajo y las medidas de prevención a adoptar.

2. Prohibir o paralizar los trabajos en los que se adviertan riesgos inminentes de accidentes, cuando no sea posible el empleo de los medios adecuados para evitarlos. Tomada tal iniciativa, la comunicarán de inmediato a su superior jerárquico, quien asumirá la responsabilidad de la decisión que en definitiva se adopte.

Equipo de protección individual (EPI)

El empleador debe proveer a sus empleados cualquier equipo destinado a ser llevado o sujetado por el trabajador o trabajadora para que le proteja de uno o varios riesgos que puedan amenazar su seguridad o su salud en el trabajo, así como cualquier complemento o accesorio destinado a tal fin.

Los equipos de protección individual deberán utilizarse cuando los riesgos no se puedan evitar o no puedan limitarse suficientemente por medios técnicos de protección colectiva o mediante medidas, métodos o procedimientos de organización del trabajo.

Un equipo de protección individual debe adecuarse a las disposiciones comunitarias sobre diseño y construcción en materia de seguridad y de salud que lo afecten. En cualquier caso, un equipo de protección individual deberá:

- a) ser adecuado a los riesgos de los que haya que protegerse, sin suponer de por sí un riesgo adicional.
- b) responder a las condiciones existentes en el lugar de trabajo;
- c) tener en cuenta las exigencias ergonómicas y de salud del trabajador;
- d) adecuarse al portador, tras los necesarios ajustes.

Partes del cuerpo susceptibles de necesitar protección

Protección para oídos (auditiva).- tapones para los oídos: individuales, menor protección.

Protección para ojos (ocular).- gafas con patillas (montura universal o integral), pantallas faciales contra salpicaduras de líquidos.

Protección para el sistema respiratorio.- mascarilla con filtro

Protección para manos.- guantes para evitar infecciones o contaminación y contacto directo con sustancias químicas: por ej. los de látex, vinilo o nitrilo.

Calzado de protección.- botas especiales (impermeables, suela antideslizante, duros...)

Ropa de protección.- overol impermeable.

CAPÍTULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.1.1 Visión de la Empresa

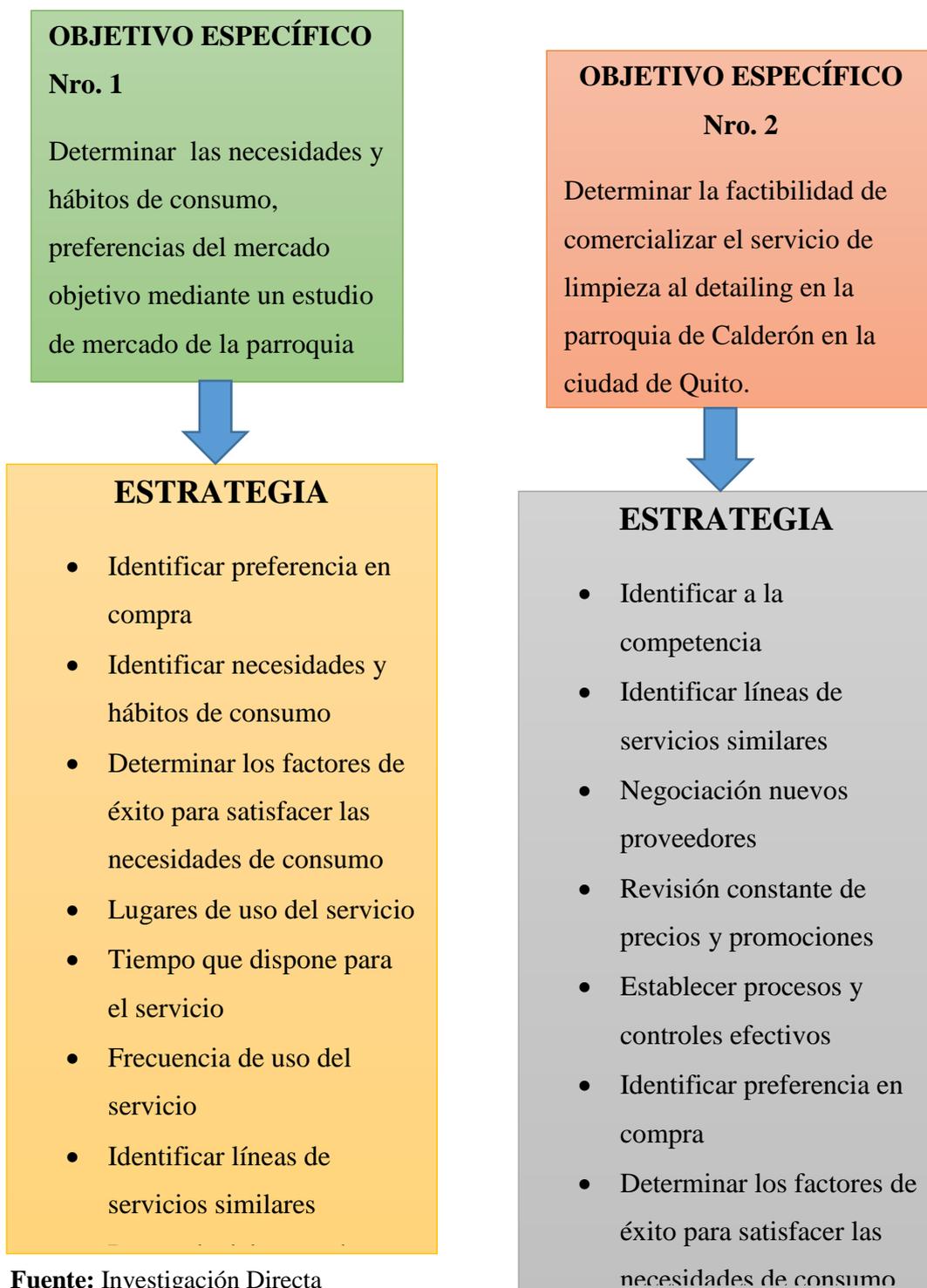
Ser una empresa reconocida en el país por la excelencia en nuestro trabajo, el resultado: un auto siempre radiante, a través de la innovación tecnológica y capacitación constante, que representen satisfacción y bienestar de nuestros clientes, empleados y el medio ambiente.

3.1.2 Misión de la Empresa

Proveer servicios con calidad insuperables por medio de la mejor continua, innovación y capacitación, siendo la opción preferida para la limpieza de autos, por nuestro servicio de excelencia y calidez, logramos que su auto obtenga un brillo radiante, utilizando las últimas técnicas y los mejores productos, velamos por el bienestar y satisfacción de nuestros clientes, a través de la formación y capacitación de nuestro equipo de trabajo les brindamos la oportunidad de progreso y superación, además considerando las normas de conservación y respeto del medio ambiente.

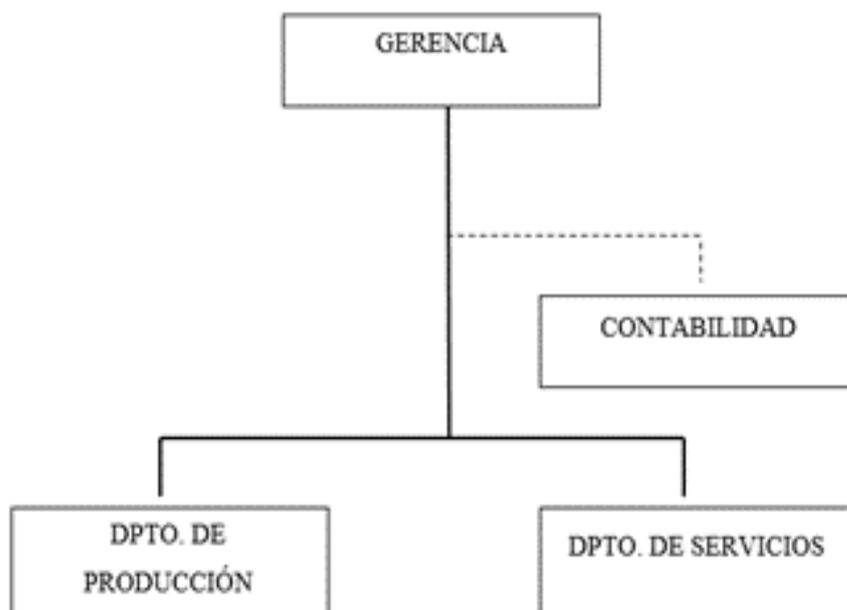
3.1.3 Mapa Estratégico

Ilustración 6 Mapa Estratégico



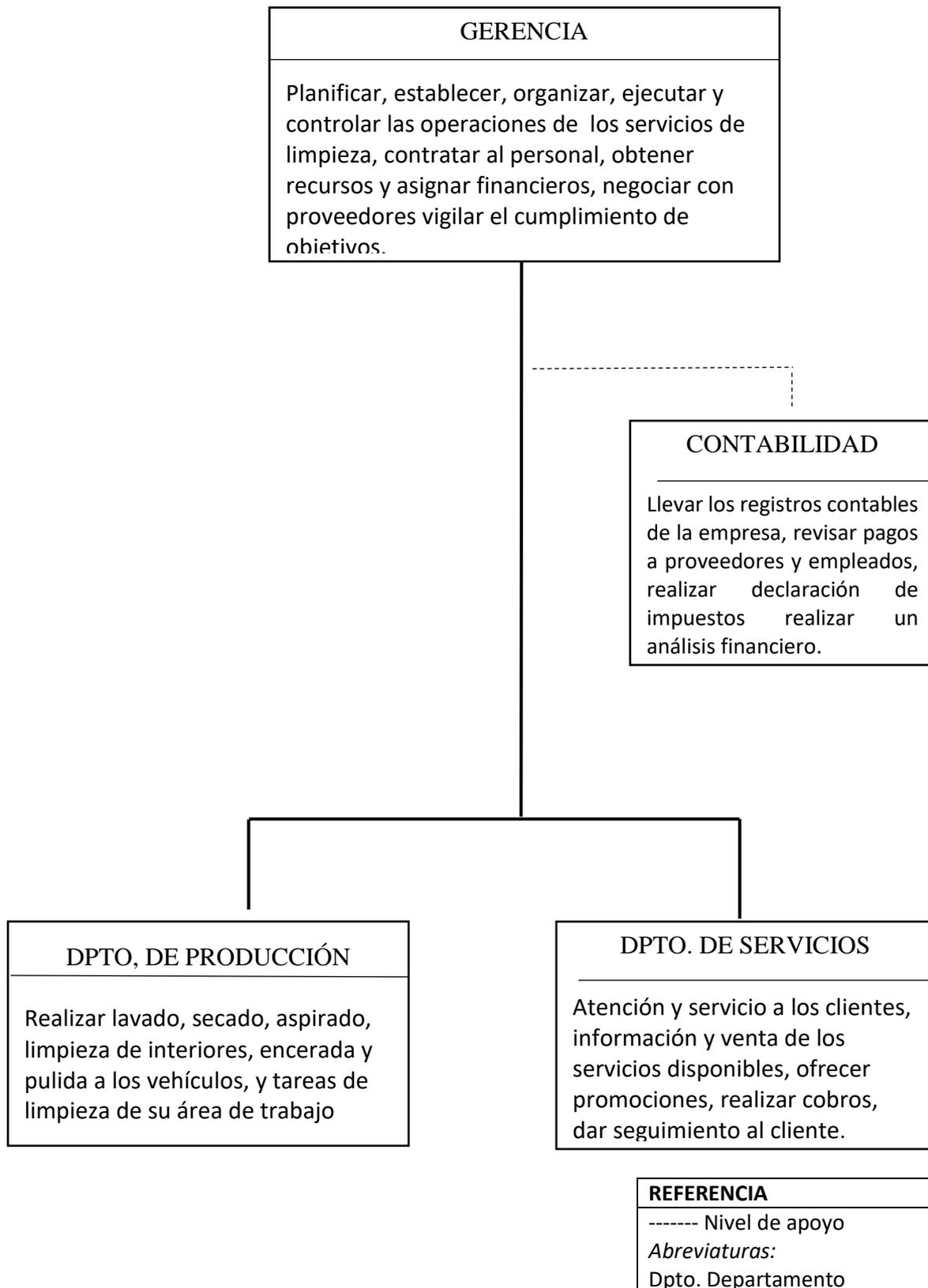
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

3.1.4 Organigrama Estructural

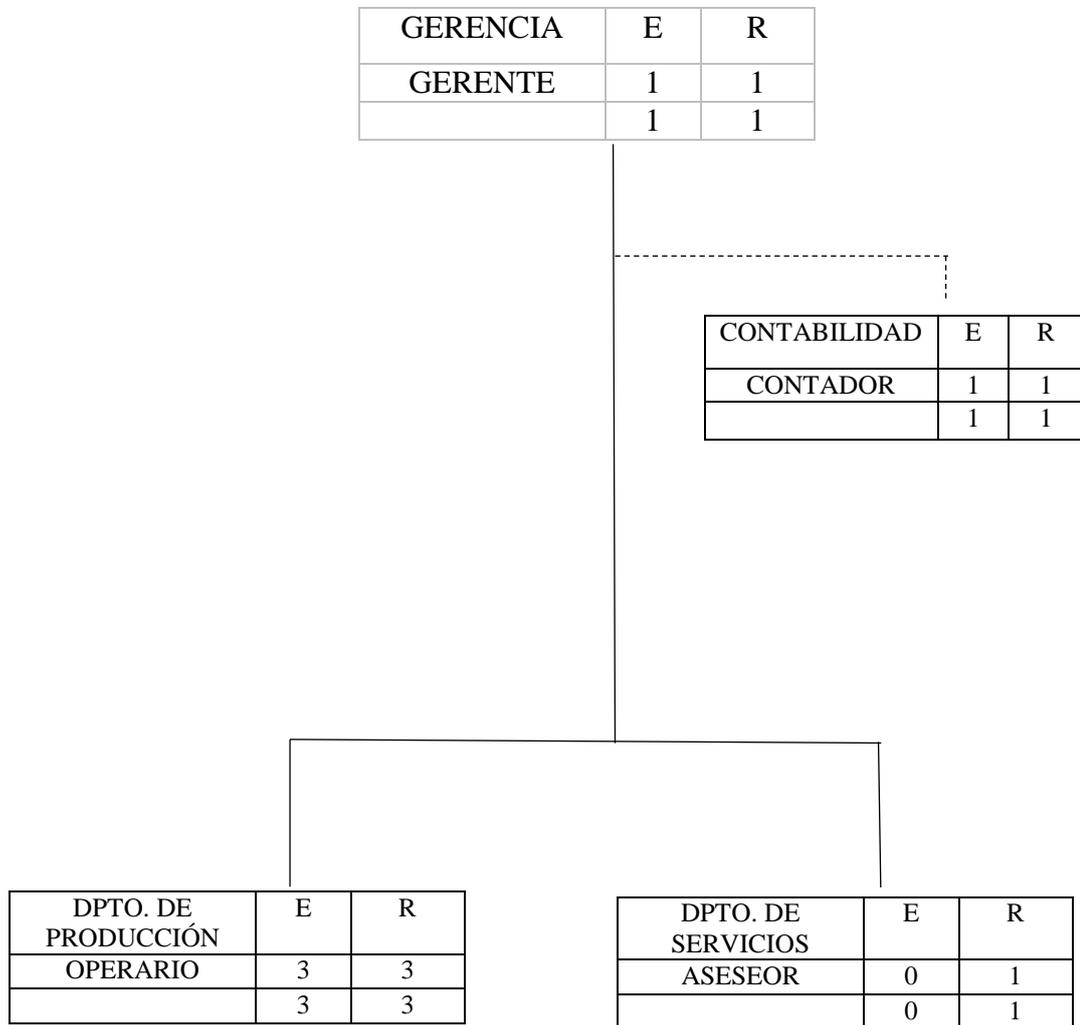


REFERENCIA
----- Nivel de apoyo
<i>Abreviaturas:</i>
Dpto. Departamento

3.1.5 Organigrama Funcional



3.1.6 Organigrama de Puestos y Plazas



REFERENCIA
----- Nivel de apoyo
<i>Abreviaturas:</i>
Dpto. Departamento

3.2.2 Descripción de los Cargos

Tabla 41 Funciones de Gerente General

I INFORMACIÓN BASICA	
PUESTO	GERENTE GENERAL
JEFE INMEDIATO	
SUPERVISA A	Contador, operarios, asesor de ventas
II NATURALEZA DEL PUESTO	
Planificación, organización y control de los procesos operativos de los servicios de limpieza. Dirección y control del área de contabilidad, producción, y ventas. Control del manejo financiero y contable, control de inventarios, negociación con proveedores, autorizaciones de compras, análisis e interpretación de las variables internas y externas del ambiente.	
III FUNCIONES	
<p>GENERALES.-Planificar, organizar, ejecutar y controlar las operaciones de servicios de limpieza, obtener recursos financieros, contratar al personal, vigilar y controlar el cumplimiento de objetivos, negociar con proveedores.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Control de calidad de los servicios ofrecidos. • Controlar reportes de ventas y servicios, supervisar informes contables y tributarios. • Verificación de informes financieros, pago de impuestos, control y supervisión de inventarios, • Control y verificación de informes contables, cumplimiento de objetivos, planeación estratégica. <p>ESPECIFICAS.-Control de calidad de los servicios ofrecidos, supervisión, servicio y seguimiento al cliente, facturación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Control y verificación de informes contables. • Realizar ordenes de compras • Realizar pago a proveedores <p>CONTROL DEL SERVICIO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacita al personal - Verifica que el servicio funcione correctamente - Ingresa datos en página web y redes sociales - Realiza promociones y cupones - Establece políticas de precios y descuentos 	
IV REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Administrador de Empresas/ Ingeniero Comercial

EXPERIENCIA	2 a 5 años como Gerente General de Empresas de limpieza de autos
HABILIDADES	Conocimientos en marketing, negociación estratégica, ofimática, negociación con proveedores, proactivo, negociador.
FORMACION	Superior. Masterado.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Tabla 42 Funciones Contador

I INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	CONTADOR
JEFE INMEDIATO	Gerente General
SUPERVISA	Asesor
II NATURALEZA DEL PUESTO	
Realizar la contabilidad general de la empresa, pago de impuestos, balances, control de inventario, registros contables, adquisiciones, y presupuesto.	
III FUNCIONES	
<p>GENERALES-Llevar la contabilidad de la empresa, los balances, llevar el registro y control del inventario, adquisiciones, revisar pago de empleados y proveedores, pago de impuestos, realizar el análisis financiero de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar informes contables • Realizar órdenes de compra. • Realizar declaraciones tributarias. • Realizar informes financieros, tributación <p>ESPECÍFICAS.-llevar la contabilidad de la empresa, tributación y realizar informes contables</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar el balance general contable. • Realizar el inventario en stock de mercadería. • Verificar pago a proveedores y empleados. • Control tributario 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	Contador/ Administrador
EXPERIENCIA	Tres años como contador
HABILIDADES	Manejo de sistemas contables, tributación, administrativos y auditoría.

Continua



FORMACION	Superior
------------------	----------

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Tabla 43 Funciones Asesor de Servicios

I INFORMACIÓN BASICA	
PUESTO	Asesor de Servicios
JEFE INMEDIATO	Gerente General
SUPERVISA	Operarios
II NATURALEZA DEL PUESTO	
Dar información a los clientes de los servicios de limpieza al detailing, realizar las ordenes de trabajo, controlar la calidad del servicio, promoción publicidad, seguimiento y atención al cliente, facturación y cobranzas.	
III FUNCIONES	
<p>GENERALES.- atender e informar cliente de los servicios disponibles, ofrecerle promociones, realizar las órdenes y facturación de los servicios, llevar control de clientes para dar seguimiento, realizar publicidad de la empresa.</p> <p>ESPECIFICAS.-Control de calidad de los servicios ofrecidos, supervisión, servicio y seguimiento al cliente, facturación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar informes de control de calidad, control de inventario, realizar informes de ventas y facturación, pago a proveedores, • Realizar informes financieros, control de inventario, realizar órdenes de compra, informes de control de calidad, seguimiento al cliente, promoción y publicidad. • Realizar el inventario en stock de mercadería, verificar pago a proveedores y empleados, informes de ventas y facturación, informe de control de calidad y seguimiento al cliente. 	
IV REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Administrador o Marketing
EXPERIENCIA	Tres años como asistente o asesor de gerencia en servicios de limpieza de autos o similares.
HABILIDADES	Atención al cliente, ventas, control de calidad, informática.
FORMACION	Superior

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Tabla 44 Funciones de los operarios

I INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Operario
JEFE INMEDIATO	Gerente General
SUPERVISA	
II NATURALEZA DEL PUESTO	
Realizar tareas relacionadas con el servicio de lavado, secado, aspirado, limpieza interna, de paneles, asientos, Tapicería, encerado y pulido. Mantenimiento de su área de trabajo	
III FUNCIONES	
GENERALES Y ESPECÍFICAS	
Ubicar al auto en el área de lavado, realizar la limpieza exterior, ubicar el auto en el área de secado, proceder a secar, aspirar, realizar la limpieza interna de los paneles, la tapicería, los asientos, ubicar el auto en el área de encerado y pulido y proceder a encerar y pulir el auto	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	
EXPERIENCIA	1 año como operario en servicios de lavado o limpieza de autos.
HABILIDADES	Responsabilidad, compromiso, deseo de superación, colaborador.
FORMACIÓN	Bachiller

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

3.2 CONTROL DE GESTIÓN

Tabla 45 Indicadores de Gestión

ÁREA	INDICADOR
GERENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto planificado en relación al presupuesto ejecutado • Número de ventas realizadas en relación a las ventas planificadas • Planificación establecida en relación a la planificación ejecutada • Cumplimiento de objetivos a la fecha en relación a la planificación.

Continua 

<p>DPTO. DE PRODUCCIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Productividad de mano de obra Grado de producción de cada hora de mano de obra directa en relación a servicios realizados • Rendimiento Salarial Total de salarios pagados en relación a los costos de producción, • Ventas-Trabajador Rendimiento de ingresos por trabajador en relación a las ventas totales, numero promedio de trabajadores. • Eficacia Numero de servicios realizados en relación al número de servicios defectuosos
<p>DPTO. DE SERVICIOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Eficacia Cumplimiento del asesor en relación a las ventas realizadas por semana en relación al número de clientes que requieren el servicio • Productividad Total de servicios realizados por semana por asesor en relación a las horas trabajadas. • Eficiencia Numero de defectos en la lista de chequeo en relación al número de servicios que no registran novedades. • Satisfacción del cliente Número de clientes satisfechos en relación a quejas o realizadas por los clientes

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

3.4 NECESIDADES DE PERSONAL

De acuerdo a la proyección de la capacidad de producción, la cual establecemos acorde al índice de crecimiento del parque automotor según la Agencia Nacional de Transito nuestra necesidad de personal para cubrir la producción de servicio es:

Tabla 46 Necesidades de personal

AÑOS	NECESIDAD DE PERSONAL
2016	5
2017	5
2018	6
2019	7
2020	7

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

CAPÍTULO IV

ÁREA JURÍDICO LEGAL

4.1 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

La determinación jurídica de la empresa es unipersonal de responsabilidad limitada, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma, al monto del capital que hubiere destinado para ello.

Para la constitución y subsistencia de una Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada, se requiere de un socio exclusivamente, quien se llama gerente propietario. La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados. Su Responsabilidad Patrimonial determina que el gerente propietario de la empresa unipersonal únicamente será responsable con su patrimonio personal por las correspondientes obligaciones de la empresa

La empresa unipersonal debe contar con una denominación social específica que deberá estar integrada, por lo menos, por el nombre y/o iniciales del gerente-propietario, al que en todo caso se agregará la expresión "Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada" o sus iniciales E.U.R.L. El capital inicial de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará constituido por el monto total del dinero que el gerente-propietario hubiere destinado para la actividad de la misma; sin embargo, para constituir este tipo de empresa, este capital asignado mínimo

podrá ser inferior al producto de la multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general por diez.

Al momento de la constitución debe depositarse la totalidad del capital asignado en una cuenta bancaria de integración de capital a nombre de la futura compañía. El banco conferirá un certificado que acredite el depósito antedicho, el mismo que deberá agregarse como documento habilitante a la escritura pública que contenga el respectivo acto constitutivo. (DERECHO ECUADOR, 2016)

Proceso de constitución de la Empresa

Para la creación de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada deben cumplirse los siguientes pasos:

-Obtención de la reserva del nombre de la empresa, ante la Superintendencia de Compañías.

-Apertura de la cuenta de integración de capital a nombre de la futura empresa. El banco deberá conferir un certificado que acredite el depósito efectuado, mismo que debe agregarse como documento habilitante a la escritura pública de constitución.

-Escritura de constitución de la empresa, otorgada por el gerente propietario, ante notario público.

-Otorgada la escritura pública de constitución de la empresa, el gerente-propietario se dirigirá a uno de los jueces de lo civil del domicilio principal de la misma, solicitando su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil de dicho domicilio.

-Una vez revisada, si hubiere cumplido todos los requisitos legales, el juez ordenará la publicación por una sola vez de un extracto de la escritura, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la empresa.

-Dentro del plazo de veinte días contados desde la publicación del extracto, cualquier persona que se considerare perjudicada por la constitución de la empresa, podrá oponerse fundamentada mente a la misma ante el mismo juez que ordenó la publicación.

-Vencido este plazo, si no existieren oposiciones por parte de terceros, el juez aprobará la constitución y ordenará su inscripción en el Registro Mercantil del cantón del domicilio principal de la misma. Si la empresa fuere a tener sucursales, la inscripción antedicha también se practicará en el o los cantones en que tales sucursales fueren a operar.

4.2 DETERMINACIÓN DE PATENTES Y MARCAS

Patente Municipal

Se la puede conseguir en las ocho administraciones zonales municipales (La Delicia, Eloy Alfaro, Zona Norte, Centro, Calderón, Quitumbe, Los Chillos y Tumbaco) así como en el Balcón de Servicios Municipales de la Dirección Metropolitana Financiera planta baja, calle Chile Oe-335 y Venezuela.

El trámite inicia con la compra de la solicitud de patente (especie valorada en 20 centavos), donde deberá llenar los siguientes datos: (QUITO ALCALDIA PRESNA, 2016)

Requisitos

- Nombres completos
- Razón Social
- Representante legal
- Número de cédula
- Dirección donde va a ejercer la actividad económica
- Clave Catastral (es un dato importante respecto del predio donde se va a ejercer la actividad)
- Número telefónico
- Actividad económica principal con la que se inscribe la patente

- Además se debe adjuntar una copia de la cédula y papeleta de votación de
- la persona que va a realizar la actividad económica. Constitución de la empresa o acuerdo ministerial para personas jurídicas que también deberán acompañar una copia de cédula, papeleta de votación y nombramiento del representante legal.

Luego se ingresará el formulario para generar el número de la patente. La validación de la misma o generación del título de crédito estará lista en 24 horas a fin de que el contribuyente cancele el valor generado.

El pago se lo puede realizar en todos los puntos de recaudación municipal localizados en las mismas administraciones zonales, balcones de servicios e instituciones bancarias con las cuales rigen convenios con la municipalidad.

Registro de Marca (INSTITUTO DE PROPIEDAD INTELECTUAL, 2016)

- Depositar \$ 208 USD en efectivo en el Banco del Pacifico en la cuenta del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de derechos de Marcas.
- Ingresar a la página web del IEPI y descargar la solicitud de registro de signos distintivos y llenarla, imprimirla y firmarla
- Adjuntar a la solicitud 3 copia a b/n de la solicitud original y dos copias de la papeleta del depósito bancario
- Como persona natural presentar dos copias de la cedula de identidad
- Como persona jurídica una copia notariada del nombramiento y la cedula del representante legal de la empresa.
- Si la marca es figurativa con imagines y logos, o mixta con imágenes, logos y textos, adjuntar seis artes a color en tamaño 5cm de alto por 5cm de ancho impresos en papel adhesivo
- Entregar los documentos en el IEPI, el proceso de concesión de Marcas dura aproximadamente 6 meses.
- Adjuntar la solicitud el original y una copia del comprobante del depósito realizado, y una copia de la solicitud de la búsqueda fonética.
- Entregar los documentos en el IEPI para realizar la búsqueda fonética.

Requisitos para inscripción de sociedades

- Original y copia o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el registro de Mercantil.
- Original y copia o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el registro Mercantil.
- Original y copia de la hoja de los datos generales emitidos por la Superintendencia de Compañías
- Identificación del representante legal y gerente general
- Para Ecuatorianos, la copia de la cedula de identidad y la papeleta de votación del último proceso electoral
- Extranjeros Residentes copia de la cedula de identidad de no poseer, la copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 10 vigente

4.3. LICENCIA NECESARIAS PARA EL FUNCIONAMIENTO Y DOCUMENTOS LEGALES

4.3.1 Permisos de Funcionamiento

- La empresa debe obtener los siguientes permisos de funcionamiento.
- Licencia Urbanística
- Requisitos de construcción mayor
- Requisitos para aprobación de planos
- Certificado Único de Funcionamiento
- Patente Municipal
- Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Licencia Urbanística

Los requisitos para obtener la licencia urbanística son:

- Levantamiento taquimétrico
- Copia de la escritura previamente registrada en el Registro de la

- Propiedad, la escritura de estar como Cuerpo Cierto con linderos y cabidas.
- Estar al día en los pagos al Ilustre Municipio de Quito
- Carta de pago del predio a tramitar
- En caso que el predio haya registrado cambio de propietario, debe presentarse el Certificado de Avalúos con datos actualizados.
- Copia de la cedula de propietario del predio
- Copia del Certificado de votación del propietario del predio

Requisitos de construcción mayor

- Estadísticas del INEN
- Formulario con el que fue aprobado el plano
- Ficha catastral revisada y sellada por la Dirección de Avalúos y Catastros
- Formulario de permiso de construcción, firmado por el profesional responsable
- Certificado de afectación y determinantes urbanísticos con los que se tramitaron los planos.

Requisitos para aprobación de planos

- Certificado de afectación y determinantes urbanísticos vigentes
- Dos copias de la propuesta con firma original del profesional en formato INEN escala 1:50 o 1:100 dependiendo de la magnitud del proyecto, en físico y digital pdf. a escala
- Estar al día en los pagos al Ilustre Municipio de Quito
- Carta de pago del predio a tramitar
- Formulario de aprobación de planos

Permiso de funcionamiento de los bomberos

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección

- Copia de Ruc
- Copia de la Calificación Artesana
- Para obtener el permiso de funcionamiento se debe cumplir con los siguientes requisitos.

Permiso de Salud

- Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento Acuerdos Ministeriales 4712 Y 4907
- Formulario de solicitud sin costo, llenado y suscrito por el propietario
- Registro Único de Contribuyentes RUC
- Copia de la cedula de identidad, ciudadanía, carnet de refugiado, o documentos equivalentes del propietario o representante legal del establecimiento
- Documentos que acrediten la Personería a Jurídica del establecimiento cuando corresponda.
- Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad cuando corresponda.
- Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento
- Otros requisitos acorde el establecimientos conforme a los reglamentos correspondientes

CAPÍTULO V

ÁREA FINANCIERA

5.1 Plan de Inversiones

“El plan de inversiones consiste en presentar una relación detallada de los diversos elementos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto y para su adecuado funcionamiento registrando también, su valoración económica”. (MEDINA HERNANDEZ, Urbano , 2012)

En esta tabla podemos detallar las necesidades de materiales que se visualizan para el comienzo de la actividad productiva del proyecto y se cuantifican de la siguiente manera Como objetivo final de este Plan de Negocios es el análisis financiero en el que se detalla y describe la táctica económica de la empresa, además realizar inversiones al futuro basados en los diferentes estados contables y financieros de la misma. En el siguiente plan de inversiones, se detalla las necesidades de infraestructura, materiales y equipos para iniciar con la actividad productiva del proyecto:

Tabla 47 Plan de inversiones

Plan de inversiones				
Categoría	Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Total (USD)
Bienes inmuebles	Local comercial	\$ 40.000,00	1	\$ 40.000,00
Subtotal				\$ 40.000,00
Muebles y enseres	Sofá de oficina	\$ 750,00	1	\$ 750,00
Muebles y enseres	Escritorio	\$ 350,00	1	\$ 350,00
Muebles y enseres	Sillas de oficina	\$ 60,00	3	\$ 180,00
Muebles y enseres	Vitrinas	\$ 200,00	2	\$ 400,00
Subtotal				\$ 1.680,00
Maquinaria y equipo	Hidrolavadora	\$ 1.000,00	1	\$ 1.000,00
Maquinaria y equipo	Aspirador multiuso WD	\$ 800,00	1	\$ 800,00
Maquinaria y equipo	Lava-aspiradora Puzzi 10/1	\$ 1.200,00	1	\$ 1.200,00
Maquinaria y equipo	Pulidora	\$ 300,00	1	\$ 300,00
Subtotal				\$ 3.300,00
Equipos de oficina	Impresora	\$ 162,00	1	\$ 162,00
Equipos de oficina	Teléfono	\$ 75,00	1	\$ 75,00
Subtotal				\$ 237,00
Equipos de computación	Computadora de Escritorio	\$ 1.215,00	1	\$ 1.215,00
Equipos de computación	Software Contable	\$ 750,00	1	\$ 750,00
Subtotal				\$ 1.965,00
Costos de Constitución	Costos de Constitución	\$656	1	\$ 656,00
Costos de Constitución	Patente municipal	\$360	1	\$ 360,00
Costos de Constitución	Licencia ambiental	\$550	1	\$ 550,00
Subtotal				\$ 1.566,00
Capital de trabajo	Capital de trabajo	\$7.426	1	\$ 7.425,63
			TOTAL	\$ 59.476,96

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Análisis

Luego de detallar las necesidades de materiales necesarios para iniciar la actividad productiva podemos conocer que la cantidad requerida total es de USD 59.476,96

5.2 Plan de Financiamiento

“La mayoría de proveedores de capital financiero se especializa ya sea en financiamiento mediante deuda o en financiamiento mediante capital. Además la

elección entre el financiamiento, mediante deuda o con capital debe tomarse en las primeras etapas del ciclo de vida de la empresa, y puede tener consecuencias financieras a largo plazo” (Justin Gooderl Longenecker, 2012)

Son las fuentes financieras que la empresa va a utilizar de acuerdo al capital requerido para cubrir las necesidades de inversión detalladas en el numeral anterior.

a) Forma de Financiamiento

El financiamiento está relacionado con la actividad de la empresa, por lo tanto la cuantía de su valor depende de la necesidad de dinero externo necesario para financiar lo que no es posible cubrir con dinero propio. En el siguiente cuadro establece los parámetros a utilizar para financiar este proyecto.

Tabla 48 Formas de financiamiento

DESCRIPCION	TOTAL (USD)	PARCIAL (%)	TOTAL (%)
RECURSOS PROPIOS	\$ 47.426,00	100%	80%
Efectivo	\$ 7.426,00	16%	12%
Bienes	\$ 40.000,00	84%	67%
RECURSOS DE TERCEROS	\$ 12.050,96	100%	20%
Prestamos Privados		0%	
Préstamos Bancarios	\$ 12.050,96	100%	20%
TOTAL	\$ 59.476,96		100%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Análisis

De acuerdo al plan de financiamiento se determina que para cubrir el plan de inversiones la empresa cuenta con recursos propios de USD 47.426,00 que es el valor del local que cuenta con las instalaciones necesarias para su funcionamiento avaluado en 40.000 USD, más el capital de trabajo 7.426,00 USD; y recurrirá a un préstamo bancario por un valor de 12.050.96 USD para cubrir los costos de equipos, maquinarias, equipo de computación, y costos de constitución. En total la empresa cuenta con recursos propios correspondiente al 80% de la inversión total.

5.3 Calculo de Costos y Gastos

a) Detalle de Costos

Los costos son desembolsos utilizados en la producción, en los cuales se va a incurrir para la prestación de servicios relacionados, estos están relacionados con la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación son:

Tabla 49 Detalle de costos

Materia Prima					
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Cera sonax	Galón	2	150	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Brillo para llantas	Galón	2	80	\$ 160,00	\$ 1.920,00
Amoral	Galón	2	80	\$ 160,00	\$ 1.920,00
Shampoo para tapicería	Galón	2	40	\$ 80,00	\$ 960,00
Shampoo para autos	Galón	5	40	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Pulimento	Galón	3	150	\$ 450,00	\$ 5.400,00
Desengrasante	Galón	2	40	\$ 80,00	\$ 960,00
			TOTAL	\$ 1.430,00	\$ 17.160,00
Insumos					
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Microfibra	Unidad	20	\$ 6,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Esponja	Unidad	20	\$ 4,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Baldes	Unidad	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00
Overoles (2 overoles al año por operario)	Unidad	0,3	\$ 30,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Botas (2 pares de botas al año por operario)	Unidad	0,33	\$ 20,00	\$ 6,67	\$ 80,00
			TOTAL	\$ 221,67	\$ 2.660,00
Otros costos					
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua	Pago mensual	1	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Luz	Pago mensual	1	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Telefono	Pago mensual	1	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 540,00
Internet	Pago mensual	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Depreciación maquinaria y equipo	Mensual		\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 330,00
			TOTAL	\$ 292,50	\$ 3.510,00
Mano de obra					
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Operarios	Pago mensual	3	\$ 497,88	\$ 1.493,65	\$ 17.923,75
		0	TOTAL	\$ 1.493,65	\$ 17.923,75

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Tabla 50 Detalle de costos Año 1

Año 1				
Descripción del producto	Costo mensual	Costo anual fijo	Costo anual variable	Total
Materia Prima	\$ 1,430.00		\$ 17,160.00	\$ 17,160.00
Insumos	\$ 221.67	\$ 2,660.00		\$ 2,660.00
Otros costos	\$ 292.50		\$ 3,510.00	\$ 3,510.00
Mano de obra	\$ 1,493.65	\$ 17,923.75		\$ 17,923.75
Total	\$ 3,437.81	\$ 20,583.75	\$ 20,670.00	\$ 41,253.75

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Tabla 51 Ponderado de Costos

NUMERO DE AUTOS	Tiempo por automóvil minutos	Número de autos por hora	% de demanda	Número de carros mensuales	Costo Materia prima e insumos por unidad	Costos mano de obra y servicios	Costo Unitario	Costo total anual
Lavado express	60	1,0	66%	232	\$ 1,42	\$ 1,54	\$ 2,96	\$ 687,56
Lavado, enserado y pulido	150	0,4	22%	77	\$ 10,66	\$ 11,53	\$ 22,20	\$ 1.718,91
Lavado tapicería interna	90	0,7	12%	42	\$ 11,73	\$ 12,69	\$ 24,42	\$ 1.031,34
Total	300	2,00						
Horas de L-V (160 horas)	Total horas por trabajador		176					
Horas de S-D (16 horas)	Total de autos mensual		352					

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Análisis

Los costos necesarios para la prestación de servicio de lavados de autos, nos indican que los valores para la producción de servicios mensuales serían de 3.437,81 USD y 41.253,75 USD para la producción de servicios anuales.

b) Proyección de Costos

A partir de los costos mensuales podemos determinar la proyección anual utilizando como indicador la tasa de crecimiento del parque automotor que de acuerdo a la agencia nacional de tránsito registra el 10% en los últimos años, con este dato proyectamos los costos durante la vida útil del proyecto, determinando los costos fijo de los variables.

Tabla 51 Proyección de costos

Descripción del producto	Costo mensual	Costos fijos	Costos variables	Total año 1	Costos fijos	Costos variables	Total año 2	Costos fijos	Costos variables	Total año 3	Costos fijos	Costos variables	Total año 4	Costos fijos	Costos variables	Total año 5
Materia Prima	\$ 1,430.00	\$ -	\$ 17,160.00	\$ 17,160.00	\$ -	\$ 19,237.31	\$ 19,237.31	\$ -	\$ 21,566.08	\$ 21,566.08	\$ -	\$ 24,176.77	\$ 24,176.77	\$ -	\$ 27,103.49	\$ 27,103.49
Insumos	\$ 221.67	\$ 2,660.00	\$ -	\$ 2,660.00	\$ 2,710.92	\$ -	\$ 2,710.92	\$ 2,866.67	\$ -	\$ 2,866.67	\$ 2,921.54	\$ -	\$ 2,921.54	\$ 2,977.46	\$ -	\$ 2,977.46
Otros costos	\$ 292.50	\$ -	\$ 3,510.00	\$ 3,510.00	\$ -	\$ 3,510.00	\$ 3,510.00	\$ -	\$ 3,510.00	\$ 3,510.00	\$ -	\$ 3,510.00	\$ 3,510.00	\$ -	\$ 3,510.00	\$ 3,510.00
Mano de obra	\$ 1,493.65	\$ 17,923.75	\$ -	\$ 17,923.75	\$ 17,923.75	\$ -	\$ 17,923.75	\$ 23,898.34	\$ -	\$ 23,898.34	\$ 23,898.34	\$ -	\$ 23,898.34	\$ 23,898.34	\$ -	\$ 23,898.34
0	\$ 3,437.81	\$ 20,583.75	\$ 20,670.00	\$ 41,253.75	\$ 20,634.67	\$ 22,747.31	\$ 43,381.97	\$ 26,765.01	\$ 25,076.08	\$ 51,841.09	\$ 26,819.88	\$ 27,686.77	\$ 54,506.65	\$ 26,875.80	\$ 30,613.49	\$ 57,489.29

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Análisis

De acuerdo a la proyección que se ha realizado se puede determinar los costos fijos y variables de mensuales y tomando en cuenta el indicador de crecimiento del parque automotriz para el quinto año asciende a un costo mensual de \$4.790,77 y un costo anual de \$57.489,29, e incrementando los costos con la perspectiva inflacionaria anual promedio de 1.97% anual.

c) Detalle de Gastos

Los gastos son desembolsos que no están relacionados directamente con la producción de servicios, pero que son involucrados en la administración, financiamiento, ventas, y mantenimiento de la empresa. Los cuales se detallan a continuación.

Tabla 52 Detalle de gastos no operativos

Descripción	Mensual	Frecuencia anual	Total Anual
Sueldos y salarios	\$ 1,442.32		\$ 17,307.80
Gerente General	\$ 1,292.32	12	\$ 15,507.80
Contador	\$ 150.00	12	\$ 1,800.00
Gastos de ventas	\$ 189.69		\$ 2,276.28
Inversión estrategias	\$ 189.69	12	\$ 2,276.28
Gastos administrativos	\$ 200.00		\$ 2,400.00
Caja chica	\$ 200.00	12	\$ 2,400.00
Gastos Financieros Mensual	\$ 108.41		\$ 1,300.92
Intereses Financieros	\$ 108.41	12	\$ 1,300.92
Gastos Depreciación	\$ 257.51		\$ 3,090.15
Depreciación	\$ 257.51	12	\$ 3,090.15
Total	\$ 2,197.93		\$ 26,375.15

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Análisis

Los gastos necesarios relacionados con los procesos administrativos, financieros y de ventas, necesarios se ha determinado que son por un valor de USD 2.197,93 mensuales, y USD 26.375,15 anuales.

Tabla 53 Proyección de gastos

DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Gasto anual fijo	Gasto anual variable	Gasto anual año 1	Gasto anual fijo	Gasto anual variable	Gasto anual año 2	Gasto anual fijo	Gasto anual variable	Gasto anual año 3	Gasto anual fijo	Gasto anual variable	Gasto anual año 4	Gasto anual fijo	Gasto anual variable	Gasto anual año 5
Sueldos y salarios	\$ 17,307.80	\$ -	\$ 17,307.80	\$ 17,307.80	\$ -	\$ 17,307.80	\$ 17,307.80	\$ -	\$ 17,307.80	\$ 17,307.80	\$ -	\$ 17,307.80	\$ 17,307.80	\$ -	\$ 17,307.80
Gastos de ventas	\$ 2,276.28	\$ -	\$ 2,276.28	\$ 2,276.28	\$ -	\$ 2,276.28	\$ 2,276.28	\$ -	\$ 2,276.28	\$ 2,276.28	\$ -	\$ 2,276.28	\$ 2,276.28	\$ -	\$ 2,276.28
Gastos financieros	\$ 1,300.92	\$ -	\$ 1,300.92	\$ 1,092.98	\$ -	\$ 1,092.98	\$ 861.70	\$ -	\$ 861.70	\$ 604.44	\$ -	\$ 604.44	\$ 2,400.00	\$ -	\$ 2,400.00
Gastos administrativos	\$ 2,400.00	\$ -	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ -	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ -	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ -	\$ 2,400.00	\$ 318.29	\$ -	\$ 318.29
Depreciación	\$ 3,090.15	\$ -	\$ 3,090.15	\$ 3,090.15	\$ -	\$ 3,090.15	\$ 3,090.15	\$ -	\$ 3,090.15	\$ 2,441.70	\$ -	\$ 2,441.70	\$ 2,441.70	\$ -	\$ 2,441.70
	\$ 26,375.15	\$ -	\$ 26,375.15	\$ 26,167.21	\$ -	\$ 26,167.21	\$ 25,935.93	\$ -	\$ 25,935.93	\$ 25,030.22	\$ -	\$ 25,030.22	\$ 24,744.07	\$ -	\$ 24,744.07

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

d) Proyección de Gastos

De igual forma como se proyectó los costos en la siguiente tabla se hace con los gastos, determinando el valor mensual y anual, durante los cinco años de vida útil del proyecto, determinando los gastos fijos, de los variables.

Análisis

De acuerdo a la proyección el gasto anual en sueldos y salarios, gastos de ventas, administrativos financieros y de depreciación asciende a USD2.296,32 mensuales y USD25.718,87 anuales.

Mano de Obra

Mano de obra se utiliza para denominar el esfuerzo físico y mental que un individuo realiza para fabricar un bien, el concepto se emplea para denominar el costo que ostenta el trabajo de un obrero, es decir, el precio que el mismo cobrará por realizar tal o cual obra.

Tabla 54 Costos de mano de obra

Costo mano de obra									
Año1			Ingresos			Descuentos			
ítem	Detalle	Cantidad	Sueldo	Otros ingresos	Total ingresos	Varios	9.45%	Total	Valor a pagar
1	Operarios	3	\$ 366.00		\$366.00		\$ 34.59	\$ 34.59	\$ 331.41
					\$ -		\$ -	\$ -	\$ -
Provisiones									
Vacaciones	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Secap 0.5%	IECE 0.5%	Aportes al IESS 11.15%	Fondo de reserva	Total provisiones	COSTO TOTAL por persona	COSTO TOTAL (Cantidad * costo total)
\$30.50	\$ 30.50	\$ 30.50	\$ 1.83	\$ 1.83	\$ 40.81	\$ 30.50	\$ 166.47	\$ 497.88	\$ 1,493.65
					\$ -		Costo total	\$ 497.88	\$ 1,493.65

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Análisis

El costo mensual de mano de obra de un obrero es de 497.88 USD mensuales, en el proceso de producción de servicios de limpieza están involucrados tres obreros por lo tanto el costo total de mano de obra de 1.493.65 USD

Depreciación

Es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste de uso, desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia técnica y otros factores de carácter operativo tecnológico o tributario, debido a que nuestro proyecto, está sujeto a este fenómeno, realizamos el cálculo para determinar el cargo por depreciación e incluirla en el detalle de gastos.

Tabla 55 Tabla de depreciación

Cantidad	Activo	Categoría	Depreciación anual	Costo	Dep. Anual	Dep. Mensual	Vida útil
1	Local comercial	Bienes inmuebles	5%	\$ 45.000,00	\$ 2.250,00	\$ 187,50	20
1	Sofá de oficina	Muebles y enseres	10%	\$ 750,00	\$ 75,00	\$ 6,25	10
1	Escritorio	Muebles y enseres	10%	\$ 350,00	\$ 35,00	\$ 2,92	10
3	Sillas de oficina	Muebles y enseres	10%	\$ 180,00	\$ 18,00	\$ 1,50	10
2	Vitrinas	Muebles y enseres	10%	\$ 400,00	\$ 40,00	\$ 3,33	10
1	Hidrolavadora	Maquinaria y equipo	10%	\$ 1.000,00	\$ 100,00	\$ 8,33	10
1	Aspirador multiuso WD	Maquinaria y equipo	10%	\$ 800,00	\$ 80,00	\$ 6,67	10
1	Lava-aspiradora Puzzi 10/1	Maquinaria y equipo	10%	\$ 1.200,00	\$ 120,00	\$ 10,00	10
1	Pulidora	Maquinaria y equipo	10%	\$ 300,00	\$ 30,00	\$ 2,50	10
1	Impresora	Equipos de oficina	10%	\$ 162,00	\$ 16,20	\$ 1,35	10
1	Teléfono	Equipos de oficina	10%	\$ 75,00	\$ 7,50	\$ 0,63	10
1	Computadora de Escritorio	Equipos de computación	33%	\$ 1.215,00	\$ 400,95	\$ 33,41	3
1	Software Contable	Equipos de computación	33%	\$ 750,00	\$ 247,50	\$ 20,63	3
			Total depreciación		\$ 3.420,15	\$ 285,01	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Análisis

Se fija una depreciación anual de los bienes que están registrados en la tabla anterior sufren una depreciación total de \$3.420,15 al año.

Proyección de la Depreciación

El valor calculado en la depreciación anual de los bienes lo proyectamos a cinco años, determinados por la vida útil del proyecto.

Tabla 56 Proyección de la depreciación

Cantidad	Activo	Categoría	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Local comercial	Bienes inmuebles	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00
1	Sofá de oficina	Muebles y enseres	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00
1	Escritorio	Muebles y enseres	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00
3	Sillas de oficina	Muebles y enseres	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00
2	Vitrinas	Muebles y enseres	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00
1	Hidrolavadora	Maquinaria y equipo	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Aspirador multiuso WD	Maquinaria y equipo	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
1	Lava-aspiradora Puzzi 10l	Maquinaria y equipo	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
1	Pulidora	Maquinaria y equipo	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
1	Impresora	Equipos de oficina	\$ 16,20	\$ 16,20	\$ 16,20	\$ 16,20	\$ 16,20
1	Teléfono	Equipos de oficina	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50
1	Computadora de Escritorio	Equipos de computación	\$ 400,95	\$ 400,95	\$ 400,95		
1	Software Contable	Equipos de computación	\$ 247,50	\$ 247,50	\$ 247,50		
		Total	\$ 3.420,15	\$ 3.420,15	\$ 3.420,15	\$ 2.771,70	\$ 2.771,70

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Análisis

Podemos determinar que los valores de depreciación de los bienes son constantes durante el periodo de vida útil del proyecto, con excepción de los equipos de computación, que luego del tercer año de vida pierde totalmente su valor.

5.4 Cálculo de Ingresos

El nivel de ingresos está determinado por el número de servicios que se establecieron en el estudio de mercado para cubrir parte de la demanda insatisfecha, y en razón al nivel de producción previamente determinado, para lo cual establecemos el precio unitario de venta del servicio y las cantidades proyectadas a vender, mediante lo cual fijamos valores para el año uno y acorde al crecimiento de ventas lo proyectamos para los años siguientes.

Tabla 57 Cálculo de ingresos

Productos	Unidad de medida	Costo unitario	Cantidad a producir	Costo mensual	Margen de utilidad (%)	Margen de utilidad (USD) por servicio	Ingresos mensuales	Precio de Venta Unitario
Lavado express	Servicio	\$ 2,96	232	\$ 687,56	26%	\$ 1,03	\$ 926,96	\$ 3,99
Lavado, enserado y pulido	Servicio	\$ 22,20	77	\$1.718,91	56%	\$ 27,80	\$3.872,00	\$ 50,00
Lavado tapicería interna	Servicio	\$ 24,42	42	\$1.031,34	19%	\$ 5,57	\$1.266,78	\$ 29,99
Totales			352	\$3.437,81			\$6.065,73	

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Análisis

De acuerdo al nivel de producción y los precios en el mercado se establece los ingresos mensuales para cada tipo de servicio, obteniendo un margen sobre el costo de cada uno de los ítems.

Proyección de los Ingresos

Una vez obtenido el precio de venta de los productos, podemos proyectar los ingresos al transcurrir el tiempo durante la vida útil del proyecto, tomando en cuenta como indicador la tasa de crecimiento del parque automotriz, de Quito.

Tabla 58 Proyección de ingresos

Categoría	Cantidad	Ingreso unitario	Ingreso Mensual	Ingreso anual 1	Cantidad	Ingreso unitario	Ingreso Mensual	Ingreso anual 2
Lavado express	232	\$ 3.99	\$ 926.96	\$11,123.48	256	\$ 4.07	\$ 1,039.17	\$12,470.04
Lavado, enserado y pulido	77	\$ 50.00	\$ 3,872.00	\$46,464.00	85	\$ 50.96	\$ 4,340.73	\$52,088.71
Lavado tapicería interna	42	\$ 29.99	\$ 1,266.78	\$15,201.33	46	\$ 30.56	\$ 1,420.13	\$17,041.53
	Cantidad	Ingreso unitario	Ingreso Mensual	Ingreso anual 3	Cantidad	Ingreso unitario	Ingreso Mensual	Ingreso anual 4
Lavado express	281	\$ 4.14	\$ 1,164.97	\$13,979.60	309	\$ 4.22	\$ 1,305.99	\$15,671.90
Lavado, enserado y pulido	94	\$ 51.93	\$ 4,866.19	\$58,394.32	103	\$ 52.93	\$ 5,455.27	\$65,463.25
Lavado tapicería interna	51	\$ 31.15	\$ 1,592.04	\$19,104.50	56	\$ 31.75	\$ 1,784.77	\$21,417.19
	Cantidad	Ingreso unitario	Ingreso Mensual	Ingreso anual 5				
Lavado express	340	\$ 4.30	\$ 1,464.09	\$17,569.07				
Lavado, enserado y pulido	113	\$ 53.94	\$ 6,115.66	\$73,387.92				
Lavado tapicería interna	62	\$ 32.35	\$ 2,000.82	\$24,009.86				

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Análisis

La proyección se ha realizado en función del crecimiento automotriz en cantidades, y los precios de venta a la inflación proyectada anual. Resultando un ingreso mensual para el quinto año \$9.580,57 USD, y 515 unidades producidas.

5.5 Flujo de Caja

Es una herramienta que nos permite demostrar la capacidad de pago en efectivo y se utiliza para los montos de ingresos y desembolsos, que permiten tomar decisiones relacionadas a recuperación de ventas, requerimientos de crédito que conceden los proveedores, y las instituciones financieras, manejo de inventarios, nuevas inversiones, etc.

Tabla 59 Flujo de caja proyectado

Flujo de caja Proyectado						
(en dólares americanos)						
Detalle	Años					
Concepto	0	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALES		\$ 72.788,81	\$ 81.600,28	\$ 91.478,41	\$ 102.552,35	\$ 114.966,84
Ventas		\$ 72.788,81	\$ 81.600,28	\$ 91.478,41	\$ 102.552,35	\$ 114.966,84
Otros ingresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
B. EGRESOS OPERACIONALES		\$65.671,70	\$68.299,92	\$71.268,89	\$73.934,45	\$76.917,09
Costos de ventas		\$41.253,75	\$43.381,97	\$51.841,09	\$54.506,65	\$57.489,29
Sueldos y salarios administrativos		\$17.307,80	\$17.307,80	\$17.307,80	\$17.307,80	\$17.307,80
Gastos de ventas		\$1.620,00	\$2.120,00	\$2.120,00	\$2.120,00	\$2.120,00
Gastos administrativos		\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00
Depreciaciones		\$3.090,15	\$3.090,15	\$3.090,15	\$2.441,70	\$2.441,70
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		\$ 7.117,11	\$ 13.300,35	\$ 20.209,52	\$ 28.617,90	\$ 38.049,75
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	\$12.050,96		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Créditos a contratarse a largo plazo	\$12.050,96		0,00	0,00	0,00	0,00
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	\$0,00	\$4.607,61	\$5.657,31	\$5.983,10	\$8.113,00	\$10.812,94
Pago de intereses		\$1.353,32	\$1.137,01	\$896,41	\$628,78	\$331,11
Pago de créditos a largo plazo		\$1.926,20	\$2.142,51	\$2.383,11	\$2.650,73	\$2.948,41
Pago de participación de utilidades		\$1.328,09	\$2.288,02	\$2.536,97	\$3.838,37	\$5.297,80
Pago de impuesto		\$0,00	\$89,77	\$166,61	\$995,11	\$2.235,63
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	\$12.050,96	(\$4.607,61)	(\$5.657,31)	(\$5.983,10)	(\$8.113,00)	(\$10.812,94)
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	\$12.050,96	\$2.509,50	\$7.643,04	\$14.226,42	\$20.504,90	\$27.236,81
H. SALDO INICIAL DE CAJA	\$7.426,00	\$19.476,96	\$21.986,46	\$29.629,50	\$43.855,92	\$64.360,82
SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	\$19.476,96	\$21.986,46	\$29.629,50	\$43.855,92	\$64.360,82	\$91.597,63
(+) Depreciaciones		\$3.090,15	\$3.090,15	\$3.090,15	\$2.441,70	\$2.441,70
Flujo de fondos	(\$19.476,96)	\$25.076,61	\$32.719,65	\$46.946,07	\$66.802,52	\$94.039,33
Flujo acumulado		\$5.599,65	\$57.796,26	\$79.665,72	\$113.748,59	\$160.841,85

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Análisis

Para la proyección del flujo de dinero, se toma en consideración la inversión inicial, para la compra de bienes y servicios iniciales, para el inicio de la operación.

5.6 Punto de Equilibrio

Es una herramienta que se utiliza para el análisis del costo-volumen-utilidad, que permite determinar a qué nivel de producción los ingresos totales se igualan a los costos totales, de esta forma se determina los niveles en que la producción va a causar pérdida o ganancia.

Los resultados de la aplicación de estas fórmulas se demuestran gráficamente en el siguiente gráfico:

Tabla 60 Punto de equilibrio

Descripción	Cantidad	Tarifa unitaria	Costo variable	Margen unitario	Ingreso total	(%) ponderado	Costo fijo ponderado	Capacidad anual
Lavado express	232	\$ 3.99	\$ 2.96	\$ 1.03	\$ 926.96	15%	\$ 3,145.58	2788
Lavado, enserado y pulido	77	\$ 50.00	\$ 22.20	\$ 27.80	\$ 3,872.00	64%	\$ 13,139.43	929
Lavado tapicería interna	42	\$ 29.99	\$ 24.42	\$ 5.57	\$ 1,266.78	21%	\$ 4,298.74	507
Totales	352	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,065.73	100%	\$ 20,583.75	4224

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Debido a que son varios servicios el costo fijo se pondera de acuerdo a los ingresos totales, resultando lavado expés un 15%, lavado, enserado y pulido un 64% y lavado de tapicería interna un 21%.

Tabla 61 Punto de equilibrio lavado, enserado y pulido

UNIDADES	% Porcentaje	COSTO DE VENTA	COSTO FIJO	COSTO TOTAL	P.VENTA
0	0%	\$ -	\$ 13,139.43	\$ 13,139.43	\$0.00
92	10%	\$ 2,042.09	\$ 13,139.43	\$ 15,181.52	\$4,600.00
184	20%	\$ 4,084.18	\$ 13,139.43	\$ 17,223.61	\$9,200.00
276	30%	\$ 6,126.27	\$ 13,139.43	\$ 19,265.70	\$13,800.00
368	40%	\$ 8,168.36	\$ 13,139.43	\$ 21,307.79	\$18,400.00
460	50%	\$ 10,210.45	\$ 13,139.43	\$ 23,349.87	\$23,000.00
552	60%	\$ 12,252.53	\$ 13,139.43	\$ 25,391.96	\$27,600.00
644	70%	\$ 14,294.62	\$ 13,139.43	\$ 27,434.05	\$32,200.00
736	80%	\$ 16,336.71	\$ 13,139.43	\$ 29,476.14	\$36,800.00
828	90%	\$ 18,378.80	\$ 13,139.43	\$ 31,518.23	\$41,400.00
920	100%	\$ 20,420.89	\$ 13,139.43	\$ 33,560.32	\$46,000.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

- Punto de equilibrio Lavado enserado y pulido

Punto de equilibrio sobre valores monetarios es 23.626.19 dólares

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{INGRESOS TOTALES}}$$

PE=	\$ 13,139.43	\$ 23,629.19
	\$ 0.56	

Punto de equilibrio sobre unidades es 473 unidades

$$PE = \frac{CF}{pvp - costo unitario}$$

PE=	\$ 13,139.43	473
	\$ 27.80	

Porcentaje (%) de producción es de 51.4%

PE=	473	51.4%
	920	

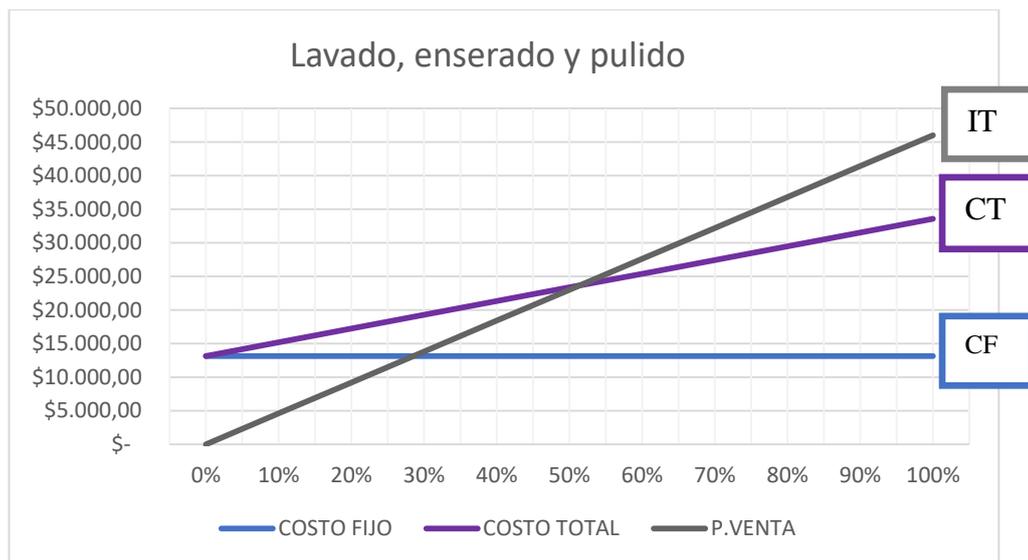


Gráfico 14 Punto de equilibrio

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

5.7 Estado de resultados proyectados

Es una herramienta que nos permite determinar si el proyecto es rentable durante su vida útil, haciendo uso de la información que determinamos en las tablas anteriores procedemos a su análisis.

Tabla 62 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS						
DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ingresos por ventas	\$ 72.788,81	\$ 81.600,28	\$ 91.478,41	\$ 102.552,35	\$ 114.966,84	
(-) Costo de ventas	\$ 41.253,75	\$ 43.381,97	\$ 51.841,09	\$ 54.506,65	\$ 57.489,29	
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 31.535,06	\$ 38.218,30	\$ 39.637,32	\$ 48.045,70	\$ 57.477,55	
(-) Gastos de ventas	\$ 1.620,00	\$ 2.120,00	\$ 2.120,00	\$ 2.120,00	\$ 2.120,00	
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 29.915,06	\$ 36.098,30	\$ 37.517,32	\$ 45.925,70	\$ 55.357,55	
(-) Sueldos y salarios	\$ 17.307,80	\$ 17.307,80	\$ 17.307,80	\$ 17.307,80	\$ 17.307,80	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 12.607,26	\$ 18.790,50	\$ 20.209,52	\$ 28.617,90	\$ 38.049,75	
(-) Gastos Financieros	\$ 1.353,32	\$ 1.137,01	\$ 896,41	\$ 628,78	\$ 331,11	
(+) Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(-) Otros egresos	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 8.853,94	\$ 15.253,49	\$ 16.913,12	\$ 25.589,12	\$ 35.318,64	
(-) 15% Participación trabajadores	\$ 1.328,09	\$ 2.288,02	\$ 2.536,97	\$ 3.838,37	\$ 5.297,80	
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 7.525,85	\$ 12.965,47	\$ 14.376,15	\$ 21.750,75	\$ 30.020,85	
(-) Impuesto a la renta (25%)	\$ -	\$ 89,77	\$ 166,61	\$ 995,11	\$ 2.235,63	
(=) UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$ 7.525,85	\$ 12.875,69	\$ 14.209,53	\$ 20.755,64	\$ 27.785,22	
	10,34%	15,78%	15,53%	20,24%	24,17%	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Análisis

De acuerdo al estado de resultados se proyecta utilidad desde el primer año de actividad económica, y que es incremental en los próximos años, en un escenario donde el comportamiento del mercado y económico constante.

5.8 Evaluación Financiera

Mediante técnicas de evaluación financiera podemos determinar si las cantidades calculadas anteriormente permiten que el proyecto se sustente financieramente durante su planeación y ejecución, arrojando los siguientes valores:

Tasa de descuento:

La tasa de descuento la tasa de oportunidad del dinero o el costo de capital suponiendo que son iguales

Tabla 63 Tasa de descuento

Tasa de descuento	
Tasa pasiva	4%
Riesgo país	8%
Total	12%

Fuente: BCE -2016

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

Tabla 64 Indicadores

Detalle	Valor
Tasa de descuento	12%
TIR	60%
VAN	\$ 105.559,57
BENEFICIO COSTO (VAN INGRESOS/VAN EGRESO)	1,77

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

a) Indicadores

a.1) Valor Actual Neto VAN

Es la medida de evaluación del proyecto, se basa en los resultados obtenidos en el flujo de caja del plan y permite calcular si el proyecto a lo largo de su vida útil, el valor arrojado en este proyectado en este proyecto es de \$ \$105.559,57. Siendo aceptable para la continuidad del mismo.

a.2) Tasa Interna de Retorno TIR

Es la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto es de 60%.

a.3) Beneficio Costo B/C

Es un cociente de los ingresos del proyecto, con relación a la inversión, es de \$ 1.77

a.4) Periodo de Recuperación P/R

Tabla 65 Período de recuperación

Período de recuperación	Valor
Período anterior negativo	1
Valor absoluto del flujo acumulado	\$ 59.476,96
Flujo de Caja en el siguiente período	\$ 46.946,07
Período de recuperación	2,27

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Ma. Augusta Jaramillo

El tiempo en que la inversión del proyecto se va a recuperar es de 2 años 3 meses y 7 días.

a.5) Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento TMAR (Tasa de Descuento)

Es la tasa que genera el proyecto sobre la cual un inversionista, invertiría en el proyecto sería del 12%.

ANEXOS

Población por Edad y Sexo Parroquia Calderón



www.ecuadorencifras.com
www.inec.gov.ec

Título
POBLACIÓN POR GRUPOS DE EDAD, SEGÚN PROVINCIA, CA

Provincia	Nombre del Cantón	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años
		15.254	14.359	12.472	10.895	9.396	8.776	6.625	4.967	3.410
		15.254	14.359	12.472	10.895	9.396	8.776	6.625	4.967	3.410
		55	37	50	37	26	26	20	41	34
		55	37	50	37	26	26	20	41	34
		840	791	657	603	499	395	267	226	160
		840	791	657	603	499	395	267	226	160
		7.286	7.119	6.295	5.807	5.520	5.354	4.264	3.417	2.670
		7.286	7.119	6.295	5.807	5.520	5.354	4.264	3.417	2.670
		2.542	2.582	2.370	2.570	2.254	2.181	1.711	1.479	1.064
		2.542	2.582	2.370	2.570	2.254	2.181	1.711	1.479	1.064

POB. EDAD

Título
POBLACIÓN POR SEXO, SEGÚN PROVINCIA, PARROQUIA Y CANTÓN DE EMPADRONAMIENTO

Provincia	Nombre del Cantón	Nombre de la Parroquia	Sexo		
			Hombre	Mujer	Total
		Total	9.419	8.160	17.579
		Total	Hombre	Mujer	Total
		ALAYGASI	11.861	12.400	24.261
		ALDAS	4.599	4.726	9.325
		ALDAS	6.835	5.951	12.786
		AMAGUANA	15.395	15.711	31.106
		ASCAZURI	2.491	2.551	5.042
		ATAHUALPA (HABASPAMBA)	507	564	1.071
		CALACAU	1.947	1.946	3.893
		CALDERÓN (CORAPUNGO)	14.542	17.480	32.022
		CANAHUA	7.520	8.311	15.831
		CAYAMBE	28.981	25.840	54.821
		CHAVEZPAMBA	403	398	801
		CHICA (CHILPA)	4.532	4.448	8.980
		CONOCOTO	39.691	42.381	82.072

POBLA. SEXO

La Encuesta

ENCUESTA SOBRE EL SERVICIO DE LAVADO DE AUTOS

1. **¿Dónde lava Usted su auto?**
 - En casa
 - Lavadoras de autos
 - Centros comerciales
 - Lavadoras exprés

2. **¿Tiene conocimiento de cuantos de lavadoras de auto se encuentran en el lugar?**
 - 1 a 3 centros
 - 3 a 6 centros
 - 6 a 9 centros
 - Más de 9 centros

3. **¿Qué servicio de lavado es el requerido con mayor frecuencia?**
 - Lavado de carrocera
 - Lavado de tapicería
 - Lavado de asientos

4. **¿En qué tiempo desharía que su carro sea lavado?**
 - 15 a 30 minutos
 - 30 a 45 minutos
 - 45 minutos a una hora
 - Más de una hora

5. **¿Al momento de elegir un servicio que factor considera más relevante?**
 - Calidad
 - Precio
 - Marca
 - Familiaridad

6. **¿Cuántas veces lava su auto al mes?**
 - Una vez
 - Dos veces
 - Más de tres veces

7. **¿Le gustaría que su auto obtenga y mantenga un brillo deslumbrante y luzca como nuevo?**
 - Si
 - No

8. **¿Le gustaría que Tumbaco cuente con servicio de limpieza profunda de autos?**
 - SI
 - NO

Crecimiento del Parque Automotor



Proforma Publicidad

GRUPO EL COMERCIO C.A.		PROFORMA		FECHA: 6 junio 2016	
MEDIO: CARBURANDO					
CLIENTE : MA. AUGUSTA JARAMILLO			TELEFONO:		
TITULO DEL AVISO: CLASIFICADOS AUTOS					
		MEDIDAS DEL AVISO			
COLUMNA: 6,26 CM DE ANCHO		MODULOS: 7,43 CM DE ALTO		TAMAÑO: 2X3	
PUBLICIDAD:	ESPECIALES	MORTUORIOS	NACIONAL	REMITIDO	
	COMERCIAL	OCASIONAL	LOCAL	CLASIFIC	X
AVISO FULL COLOR					
PAGINA INDETERMINADA					
POR DIA			SABADO USD.	#####	MAS IVA
DIA ORDINARIO USD.	#####	MAS IVA	DOMINGO USD.	#####	MAS IVA
PAGINA INTERIOR 1er. CUADERNILLO					
POR DIA			SABADO USD.		
DIA ORDINARIO USD.			DOMINGO USD.		
PAGINA DETERMINADA 1er. CUADERNILLO					
POR DIA			SABADO USD.		
DIA ORDINARIO USD.			DOMINGO USD.		
PAGINA DETERMINADA OTROS CUADERNILLOS					
POR DIA			SABADO USD.		
DIA ORDINARIO USD.			DOMINGO USD.	-	
RECARGOS ADICIONALES					
PUBLICIDAD FUERA DE HORARIO			FONDO NEGRO		
VALOR TOTAL INCLUIDO IVA					
			SABADO USD.	#####	
DIA ORDINARIO USD.	#####		DOMINGO USD.	#####	
FORMAS DE PAGO			2438-070		
Efectivo, Tarjeta de Crédito Corriente o Cheque de empresa cruzado			acadena@elcomercio.com		
A nombre de GRUPO EL COMERCIO C.A. RUC: 1790008851001					
DIREC: PEDRO VICENTE MALDONADO 11515 Y EL TABLON.					
Somos contribuyentes especiales Retención del 1% Cod. 309			Andrea De la Cadena		
los avisos ingresan con 48H00 de anticipación			AGENCIA CONCEPCION		
NOTA: Esta proforma tiene validez de 8 días siempre que el texto y las medidas correspondan a las cotizadas					

Maquinaria y Equipo

Maquina lavadora



- Línea Home & Garden con calidad e innovación alemana.
- Fácil de llevar
- Bajo nivel de ruido y peso
- Unidad protegida del exceso de presión
- Presión máx. bar: 100.
- Caudal de agua l/h: 310
- Potencia absorbida W.: 1300
- Peso sin accesorios Kg: 4
- Dimensiones (la x an x al) mm: 165x236x427
- Frecuencia Hz: 50-60
- Peso: 3,7

Lava Aspiradora



EL DIRECTORIO INDUSTRIAL
Contáctese directamente con las empresas

Rubros ▾

Promocione sus productos ▾

Por qué Logismarket

Home > Limpieza industrial > Máquinas de limpieza > Lavatapizados

Lava-aspiradora para uso profesional (Kärcher Puzzi 100)



Máquina potente y compacta de fácil mantenimiento, para una limpieza profunda de alfombras y moquetas.



makes a difference

Empresa destacada

(+) Ampliar imagen



Precio \$ 1200

Imágenes Más información

Compartir

Información detallada del producto Lava-aspiradora para uso profesional

La solución óptima de las tareas de limpieza es un factor económico importante en la limpieza profesional e industrial donde los aspectos ecológicos también juegan un papel importante. Por eso hemos adaptado nuestra amplia gama de productos a sus exigencias y necesidades específicas.

Las lava-aspiradoras de Kärcher son ideales para la limpieza de cualquier tipo de revestimiento textil, desde alfombras y moquetas hasta la tapicería del interior de los vehículos.

Aspirador multiuso

es.com.ar sobre-garden-aspiradores-aspiradores-unico-numero-que-tiene-2-p-primaria-1460240785

KARCHER HOME & GARDEN PROFESSIONAL SERVICIOS SOBRE KARCHER

Home > Home & Garden > Aspiradores > Aspiradores-unicos > WD 6 P Premium 14602710

ASPIRADOR MULTIUSOS WD 6 P PREMIUM

Reserva de aspiración ultra potente y con una alta eficiencia energética el aspirador multiuso WD 6 P Premium. Con depósito de polvo reciclable, anti-filo, tecnología de extracción del filtro innovadora, limpieza del filtro y regulador de la potencia.



\$ 800

IVA incluido. No incluye gastos de envío.

Disponibilidad: Disponible en 4-5 días

Referencia de pedido: L340-2700

AGREGAR A LA CESTA DE LA COMPRA

Compara

★★★★★ 40 (1) - Consulta un review

Encuentra de servicio técnico oficial

Local a tu lado central GO

¿Necesitas ayuda?
Tel. 902 17 00 68 / 93 846 44 47

FORMULARIO DE CONTACTO

Pulidora



The image shows a screenshot of a Mercado Libre product listing for a Makita Sa7000c car polisher. The page features a yellow header with the Mercado Libre logo, a search bar, and navigation links for 'Registrar', 'Iniciar', and 'Vender'. The product title is 'Pulidora Para Auto V/v Makita Sa7000c Con Borla Gratis Maa' with a 'Me gusta' button. Below the title, it indicates 'Nuevo 20 Comidas'. The main image shows the polisher, which is blue and black. To the right of the image, the price is listed as '\$ 300'. Below the price, there are financing options: '12 meses de \$ 401** con Mercado Pago' and 'VISA' with a 'Más opciones' link. There is also a section for delivery: 'Entrega a acordar con el vendedor' with 'Tiquisigua, Zulia' and a 'Consultar costos' link. A '¡Único disponible!' badge is present above a blue 'Comprar' button. At the bottom, there is a 'Compra Protegida con Mercado Pago' badge with the text 'Recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero'.

mercado libre

Registrar Iniciar Vender

Pulidora Para Auto V/v Makita Sa7000c Con Borla Gratis Maa [Me gusta](#)

Nuevo 20 Comidas

\$ 300

12 meses de \$ 401** con Mercado Pago

VISA Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor
Tiquisigua, Zulia
Consultar costos

¡Único disponible!

Comprar

Compra Protegida con Mercado Pago
Recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero

BIBLIOGRAFÍA

- Bcefinec. (2016). *Bcefinec*. Retrieved 24 September, 2016, from <https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
 - Bcmecuadorcom. (2016). *BCM ECUADOR*. Retrieved 24 September, 2016, from <http://www.bcmecuador.com/single-post/2016/01/05/Evolución-del-Sector-automotriz-Ecuatoriano-2011-2015>
- Crece negocios. (2016). <http://www.crecenegocios.com>. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>
- ece negocios. (2016). <http://www.crecenegocios.com>. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>
 - **El Comercio**:<http://www.revistalideres.ec/lideres/desempleo-ecuador-aumento-marzo-2016.html>. S
 - El universo. (2016). *El Universo*. Retrieved 24 September, 2016, from <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/04/12/nota/5520138/economia-ecuador-caera-45-este-2016-segun-fmi>
- INEC. (2016). www.ecuadorencifras.gob.ec. Obtenido de www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticaseconomicas
- INEC. (2016). www.ecuadorencifras.gob.ec. Obtenido de www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticaseconomicas
- INSTITUTO DE PROPIEDAD INTELECTUAL. (28 de 07 de 2016). [propiedadintelectual.gob.ec](http://www.propiedadintelectual.gob.ec). Obtenido de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Justin Gooderl Longenecker. (2012). *Administracion de Pequeñas Empresas*. En J. G. Longenecker. Cengage Learning Editores.
- Justin Gooderl Longenecker. (2012). *Administracion de Pequeñas Empresas*. En J. G. Longenecker. Cengage Learning Editores.
- MEDINA HERNANDEZ, Urbano . (2012). *Mercadotecnia*.

- MEDINA HERNANDEZ, Urbano . (2012). Mercadotecnia.
- Mercadeocom. (2016). *Mercadeocom*. Retrieved 24 September, 2016, from <http://www.mercadeo.com/blog/2010/01/portafolio-de-productos/>

MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES. (20 de 07 de 2016).

trabajo.gob.ec. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/Modelo-Reglamento-de-Seguridad-y-Salud.pdf>

QUITO ALCALDIA PRESNA. (20 de 07 de 2016). *noticiasquito.gob.ec*.

Obtenido de http://noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/patente_municipal_es_un_nuevo_requisito_para_obtener_el_ruc--2894

SECRETARIA DE MOVILIDAD. (12 de 06 de 2016). *Secretaria de movilidad*.

Obtenido de gobiernoabierto.quito.gob.ec

SECRETARIA DEL AMBIENTE. (12 de 07 de 2016). *Buenas Practicas*

Ambientales. Obtenido de <http://www.quitoambiente.gob.ec/ambiente/index.php/buenas-practicas-ambientales>

SRI. (30 de 07 de 2016). *SRI*. Obtenido de sri.gob.ecSuperintendencia de

Compañías. (2013-2014-2015). *www.supercias.gob.ec*. Obtenido de http://appscvs.supercias.gob.ec/portalINFORMACIÓN/sector_societario.

- Superintendencia de Compañías. (2013-2014-2015). *www.supercias.gob.ec*. Obtenido de http://appscvs.supercias.gob.ec/portalINFORMACIÓN/sector_societario.z

WORD EXPRESS. (28 de 07 de 2016). *wordexpress.com*. Obtenido de

<https://franquicia2012.wordpress.com/2010/08/02/¿que-pasos-se-debe-seguir-para-la-constitucion-de-una-empresa>