



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y
ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y
NEGOCIOS**

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA
LUBRICADORA CON CENTRO DE ENTRETENIMIENTO UBICADO EN
EL DM DE QUITO”**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en
Administración de Empresas y Negocios

Autora:

Riera Pesántez Sandra Mariela

Tutor:

Andrés Palacio Fierro, MBA

QUITO – ECUADOR

2022

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN**

ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.

Yo, RIERA PESÁNTEZ SANDRA MARIELA, declaro ser autora del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA LUBRICADORA CON CENTRO DE ENTRETENIMIENTO UBICADO EN EL DM DE QUITO”, como requisito para optar al grado de Titulación y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines 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 Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos 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 de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los días 22 del mes de febrero del 2022, firmo conforme:

Autora: Riera Pesántez Sandra Mariela

Firma:



Número de Cédula: 1721831798

Dirección: Pichincha, Chimbacalle. Sur de Quito

Correo Electrónico: Sandra.m.riera31@gmail.com

Teléfono: 0998371571

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA LUBRICADORA CON CENTRO DE ENTRETENIMIENTO, UBICADO EN EL DM DE QUITO”, presentado por Riera Pesántez Sandra Mariela, para optar por el Título de Licenciada 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.

Quito, 18 de febrero de 2022



.....
Andrés Palacio Fierro, MBA

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 Licenciado/a en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 18 de febrero de 2022



Riera Pesántez Sandra Mariela

CI: 172183179-8

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA LUBRICADORA CON CENTRO DE ENTRETENIMIENTO, UBICADO EN EL DM DE QUITO**, previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 24 de marzo de 2022



.....
Eco. Mercedes Galarraga Carvajal MBA.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



.....
Ing. María Fernanda Becerra, M.Sc
VOCAL

DEDICATORIA

El presente proyecto está dedicado a mi familia por su apoyo incondicional, por ser el pilar fundamental para mantenerme de pie y saber que por ellos y por su infinito amor soy capaz de vencer obstáculos, a mi hijo José Daniel que con él conocí el verdadero amor obteniendo valentía coraje para saber que soy capaz de llegar lejos en muestra de ejemplo para su vida profesional, a mi esposo que con su cariño respeto y apoyo a estado a mi lado en cada paso que doy, a mi Dios por la vida y el amor infinito que recibo siempre.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecirme otorgándome vida y salud todos los días, a mi madre por ser mi apoyo en este proceso y por estar siempre orgullosa de cada paso que doy, al Dr. Espinosa por ser un verdadero líder y apuntalar este sueño que ahora se hace realidad, a mis docentes por sus conocimientos compartidos en cada clase y por último a mis compañeros que a pesar de las circunstancias hemos compartido momentos gratos que serán imposible olvidar. ¡Gracias!!

TABLA DE CONTENIDOS

Contenido	
NEGOCIOS	1
EL DM DE QUITO”	1
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
CERTIFICO	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
APROBACIÓN TRIBUNAL	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO	
ÍNDICE DE TABLA	ix
EMPRESAS Y NEGOCIOS	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES.....	xv
EXECUTIVE SUMMARY (ABSTRACT)	xv
INTRODUCCIÓN	1
Mercadeo y Comercialización	3
1.1.1. Especificación del servicio	3
1.1.2 Explicación del servicio	4
1.1.3. Aspectos diferenciadores que proporciona el servicio	5
1.1.4. Descripción y Características de los juegos	6
1.1.5. Juegos de Sala	8
Necesidades de Tipo de información Fuentes Instrumentos información de los consumidores	
13	
Necesidades de Tipo de información Fuentes Instrumentos información	14
Figura 5 Utilización del servicio	20
Figura 11 Servicio de entrega de vehículo	26
1.2.4. Demanda Potencial	30
1.2.5. Demanda potencial de servicio de lubricadora	31
1.3.3. Análisis del micro ambiente.....	34
Empresa “ Cleaning & Playing” lubricadora	González
40	
Operaciones	48

2.3.4. Distribución física de la microempresa	55
2.3.5. Descripción de equipos e instrumentos para producción de la microempresa ..	56
2.3.6. Descripción de personas	59
2.3.7. Tecnología que aplicar a la microempresa	60
2.4.3. Ritmo de producción	61
2.4.4. Número de trabajadores	63
2.7.3. Método de control de calidad	65
3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	69
3.2.3. Visión de la empresa	69
3.2.4. Misión de la empresa	69
3.2.5. Valores	69
3.2.6. Objetivos y estrategias	70
3.3.3. Organización interna	73
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	73
EMPRESA “CLEANING & PLAYING”.....	74
3.3.4. Descripción de puestos	74
Tabla 45 Descripción puesto de gerente	75
3.4.3. Indicadores de Gestión	78
Tabla 49 Necesidad de personal.....	80
4. ÁREA JURÍDICO LEGAL	80
4.5.1 Marca	88
5. AREA FINANCIERA.....	88
5.1.1 Mano de Obra	93
5.1.2 Depreciación	97
5.1.2 Proyección de la depreciación	97
5.1.3 Detalle de Costos	98
5.1.4 Proyección de Costos	100
5.1.5 Proyección Gastos	103
5.3.1 Proyección de ingresos	108
Tabla 69.....	115
5.6.1 Indicadores	118
5.6.2 Beneficio Costo	120
5.6.3 Periodo de recuperación	121
Conclusiones	122

Recomendaciones.....	123
Bibliografía	123
Anexos	124

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Servicio Diferenciador	6
Tabla 2 Categorización del servicio	10
Tabla 3 Dimensión Conductual	11
Tabla 4 Métodos de Recolección	13
Tabla 5 Métodos de Recolección	13
Tabla 6 Método de Recolección	14
Tabla 7 Conocimiento de servicio en el sector.....	18
Tabla 8 Frecuencia de uso del servicio.....	19
Tabla 9 Servicios utilizados en la zona	20
Tabla 10 Servicios utilizados en la zona.....	20
Tabla 11 Utilización del servicio	21
Tabla 12 Decisión de ir a una lubricadora	22
Tabla 13 Elección de productos a usar	23
Tabla 14 Elección de productos a usar	23
Tabla 15 Espacio de esparcimiento en lubricadora	24
Tabla 16 Servicio a domicilio	26
Tabla 17 Servicio de entrega de vehículo	27
Tabla 18 Aceptación de sistema de calificación al servicio	28
Tabla 19 Nivel de aceptación del servicio DEATAILING	29
Tabla 20 Canales de publicidad	30
Tabla 21 Precio por cambio de aceite.....	31

Tabla 22 Denanda potencial	32	Tabla
23 Frecuencia de uso del servicio	33	
Tabla 24 Precio de servicio	34	
Tabla 25 Demanda potencial	35	
Tabla 26 Evaluación factores externos.....	39	
Tabla 27 Matriz FODA	39	
Tabla 28 Estrtegia FODA.....	40	
Tabla 29 Análisis de perfil competitivo.....	42	
Tabla 30 Oferentes locales del servicio	43	
Tabla 31 Proyección de la oferta.....	43	
Tabla 32 Oferta en unidades monetarias.....	44	
Tabla 33 Demanda potencial insatisfecha en servicios	44	
Tabla 34 Publicidad	47	
Tabla 35 Presupuesto publicitario	48	
Tabla 36 Distribución física empresa	56	
Tabla 37 Maquinaria y equipos.....	57	
Tabla 38 Equipo de computación.....	58	
Tabla 39 Muebles	59	
Tabla 40 Personal y horas de trabajo.....	60	
Tabla 41 Ritmo de priducción del servicio	62	
Tabla 42 Número de trabajadores	63	
Tabla 43 Capacidad de producción del servicio	64	
Tabla 44 Inventario promedio	64	
Tabla 45 Descripción puesto de gerente	73	
Tabla 46 Descripción puesto de operario	74	
Tabla 47 Descripción puesto cajero	75	

Tabla 48 Indicadores de Gestión.....	77	Tabla
49 Necesidad de personal	78	Tabla 50
Determinación de la forma jurídica.....	79	
Tabla 51 Plan de inversión inicial	89	
Tabla 52 Mano de obra directa	91	
Tabla 53 Provisiones mano de obra directa	91	
Tabla 54 Gastos administrativos	92	
Tabla 55 Detalle de depreciación	93	
Tabla 59 Proyección de la depreciación	93	
Tabla 60 Detalle de Costos	94	
Tabla 61 Proyección de Costos.....	95	
Tabla 62 Detalle de Gastos	96	
Tabla 63 Detalle de gasto de venta.....	97	
Tabla 64 Proyección Gastos	98	
Tabla 65 Proyección gastos de servicio.....	99	
Tabla 66 Plan de financiamiento.....	100	
Tabla 67 Cálculo de ingresos.....	100	
Tabla 68 Proyección de ingresos	102	
Tabla 69 Datos para punto de equilibrio.....	104	
Tabla 70 Datos para calcular punto de equilibrio	104	
Tabla 71 Estado de resultado proyectado	106	
Tabla 72 Flujo de caja	107	
Tabla73 Datos para calcular VAN	109	
Tabla 74 Cálculo de VAN	110	
Tabla75 Cálculo de TIR	111	
Tabla 76 Cálculo beneficio costo	112	

Tabla 77 Periodo de recuperación	113
ÍNDICE DE FIGURAS	
Figura 1 Ventas de vehículos.....	4
Figura 2 Lubricadora.....	5
Figura 3 Conocimientos de servicio en el sector	18
Figura 4 Frecuencia de uso del servicio	19
Figura 5 Utilización del servicio	21
Figura 6 Decisión de ir a una lubricadora	22
Figura 7 Espacio de esparcimiento en lubricadora	24
Figura 8 Preferencia de acompañamiento.....	25
Figura 9 Preferencia de acompañamiento.....	25
Figura 10 Servicio a domicilio.....	26
Figura 11 Servicio de entrega de vehículo.....	27
Figura 12 Aceptación de sistema de calificación al servicio	28
Figura 13 Nivel de aceptación del servicio DEATAILING	29
Figura 14 Canales de publicidad	30
Figura 15 Precio por cambio de aceite	31
Figura16 Demanda potencial	33
Figura17 Demanda potencial del servicio.....	35
Figura18 Demanda potencial del servicio en dinero.....	36
Figura 19 5 fuerzas de Porter.....	37
Figura 20 Logotipo organizacional	45
Figura 21 Mapa de procesos	52
Figura22 Flujo de procesos	53
Figura 23 Ubicación geográfica de la empresa	54
Figura24 Distribución física	55

Figura25 Hoja de control de la calidad.....	66
Figura 26 Mapa estratégico	70
Figura 27 Organigrama estructural	71
Figura 28 Organigrama funcional	72
Figura29 Requisitos para solicitar una patente en Ecuador.....	82
Figura 30 Marca de la empresa	87
Figura 31 Gráfica de punto de equilibrio	105

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TEMA: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA
LUBRICDORA CON CENTRO DE ENTRETENIMIENTO, UBICADO
EN EL DM DE QUITO”.**

AUTOR: Riera Pesántez Sandra Mariela.

TUTOR: Andrés Palacio Fierro, MBA

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto trata de un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la dedicada a brindar el servicio de mantenimiento y lubricación vehicular con un plus más que es brindar entretenimiento, para inversión inicial es requerido \$19.915,39 dólares los cuales serán cubiertos con financiamiento propio , la empresa se ubicará en el sector del triángulo en el cantón Rumiñahui, para cubrir la demanda producida en el sector local, Se realizó un estudio de mercado que permitió determinar cuan viable es la idea de negocio. Además se analizó de segmentación para determinar conocer el mercado objetivo, de igual manera se detalla la maquinaria y equipo necesario para brindar un óptimo servicio, se elaboró flujo grama operativo del servicio brindado por la empresa, se efectuó una proyección de oferta y demanda del servicio, se determinó la capacidad de producción de la organización, se efectuó flujo de caja con sus respectivas proyecciones y finalmente el proyecto se le sometió a una evaluación financiera que reflejaron los siguientes datos una TIR de 36% con una TMAR de 7,40 evidenciando viabilidad financiera para la creación de la empresa “Cleaning & Playing”, también se calculó que el VAN es de \$18.565,35lo cual es aceptable, con un beneficio costo de 2,33 lo que significa que por cada dólar invertido en la organización se gana 1, 33 dólares con un periodo de recuperación de la inversión inicial de 3 años.

Descriptor: Entretenimiento, Mantenimiento, vehículo.

ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES

BUSINESS AND BUSINESS MANAGEMENT RACE

THEME: " BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A LUBRICATION AND ENTERTAINMENT CENTER LOCATED IN DM OF QUITO".

AUTHOR: Riera Pezantes Sandra Mariela.

TUTOR: Dr. Andrés Palacio Fierro.

EXECUTIVE SUMMARY (ABSTRACT)

This project is a business plan for the creation of a company dedicated to providing the service of maintenance and vehicle lubrication with a plus plus that is to provide entertainment, for initial investment is required \$ 19.915,39 dollars which will be covered with own financing, the company will be located in the sector of the triangle in the parish of Rumiñahui, to meet the demand produced in the local sector, a market study was conducted to determine how viable is the business idea. A market study was carried out to determine the viability of the business idea. A segmentation analysis was also carried out to determine the target market, as well as the machinery and equipment necessary to provide an optimum service, an operational flow chart was drawn up for the service provided by the company, a projection of supply and demand for the service was made, and the organisation's production capacity was determined, cash flow was made with their respective projections and finally the project was subjected to a financial evaluation that reflected the following data an IRR of 36% with a TMAR of 7.40 showing financial viability for the creation of the company "Cleaning & Playing", also calculated a NPV of \$ 18.565,35 which is acceptable, with a benefit cost of 2.33 which means that for every dollar invested in the organisation, 1.33 dollars is earned with a recovery period of the initial investment of 3 years.

Descriptors: Entertainment, Maintenance, vehicle

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto titulado “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA LUBRICADORA CON CENTRO DE ENTRETENIMIENTO, UBICADO EN EL DM DE QUITO” pretende no solo brindar un servicio sino una experiencia única y diferente de la competencia, he elegido este tema considerando que una de las prioridades de las personas es iniciar un emprendimiento que permita mejorar la economía de las familias, pero es importante que el emprendimiento llegue de la mano con la innovación. Se considera que en la ciudad de Quito y el sector de los valles no existen lubricadoras que ofrezca innovación aparte de brindar un excelente servicio a sus clientes.

Es de conocimiento general que en la ciudad y los sectores aledaños existe un incremento de vehículos por diferentes razones y los servicios que ofertan las lubricadoras como: lavado completo, lavado exprés, lavado de motor, cambios de aceites entre otros, es un servicio que obligadamente el usuario debe consumir una vez que adquiera un vehículo.

Pero el servicio no pasa de tratar al automotor, ahora la pregunta es: ¿Dónde se encuentra la innovación? Pues la respuesta se encuentra aquí: en brindar en servicio de entretenimiento al propietario del automotor mientras espera que su vehículo sea tratado de la mejor manera, sería interesante que el usuario mientras espera tenga un momento relajado y cómodo entre juegos electrónicos, degustación de snacks, visualización de películas y series entre otros.

Una vez presentada la idea general creemos que un servicio completo es importante para fidelizar al cliente y crear su propia marca para un reconocimiento en el mercado que nos permita crecer y diferenciarnos de la competencia.

OBJETIVOS DEL TRABAJO DE TITULCIÓN

Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios para la creación de una lubricadora con centro de entretenimiento innovadora y que genere rentabilidad ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito.

Objetivos Específicos

- Desarrollar el mecanismo de mercadeo, para la elaboración de un plan de servicios con innovación de una lubricadora con centro de entretenimiento, ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha.
- Desarrollar la estructura organizacional de la empresa que nos permita elaborar la visión, la misión, los valores, la estructura organizacional y funcional que nos permita aplicar indicadores.
- Definir el marco legal según lo permito en los estatutos de las políticas del municipio y cantón en el que estará situada la empresa, lo que permitirá su correcto y legal funcionamiento.
- Establecer los indicadores financieros necesarios que permita verificar la viabilidad del proyecto y conocer el grado de rentabilidad del emprendimiento.

1. CAPITULO I

Mercadeo y Comercialización

1.1. Objetivo del Capítulo

Establecer gustos y preferencias del cliente mediante un estudio de mercado realizando la sectorización en el DM de Quito y el cantón aledaño, mediante la aplicación de las diferentes herramientas que nos permita analizar una correcta comercialización del servicio.

1.2. Antecedentes Investigativos del Servicio

1.1.1. Especificación del servicio

Entre enero y octubre del año anterior, un total de 26 863 vehículos fueron matriculados como nuevos, mientras que, en el mismo período de este año, 32 431 carros se sumaron a las calles del DM de Quito, según la Agencia Metropolitana de Tránsito (AMT). Es decir, 5 568 más (20,7%) (Romero, 2017).

Como vemos cada año el parque automotriz crece esto porque se a presentado una necesidad en las personas por transportarse desde sus hogares hasta el lugar de sus trabajos, si antes era un lujo tener un vehículo ahora se ha vuelto una necesidad y existe un gran motivo, el crecimiento poblacional por la que está atravesando el Distrito Metropolitano de Quito y sus cantones aledaños.

A pesar que estamos atravesando por una pandemia (COVID-19) tiempo en que la economía ha tenido una de las peores caídas a nivel mundial, el parque automotriz fue uno de los sectores más golpeados por la pandemia y que en la actualidad se está sobreponiendo y recuperándose de este terrible golpe.

Figura 1 *Ventas de vehículos*

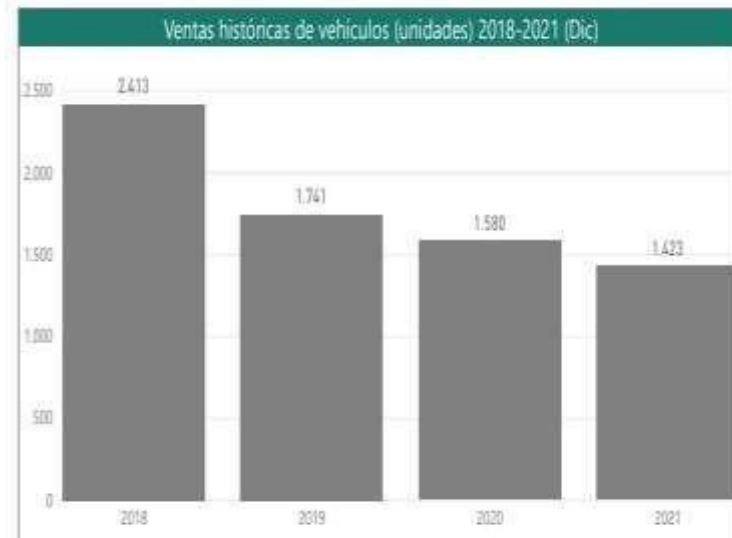


Imagen 1: ventas de vehículos

FUENTE: Obtenido de AEADE (Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador)

Cuando tomamos la decisión de adquirir un automóvil conocemos de lleno que este necesita una serie de servicios de mantenimientos como: cambios de aceite, lavados de motor, lavados de carrocerías, pulida, enceradas entre otros. Entre estos servicios y otros, algunos son obligatorios realizarlos lo que ayudará a una durabilidad del automotor y mejorar las condiciones y funcionamiento.

1.1.2 Explicación del servicio

El servicio que ofrecen las lubricadoras y lavadoras de vehículos es uno de los mercados más demandados que existe, la razón es porque simplemente todo vehículo sin importar su marca, tipo o modelo necesita obligatoriamente mantenimientos en los que se permiten realizar cambios de aceites y lavados de motores y carrocerías.

Estos servicios y mantenimientos permiten una buena conservación de los automotores alargando sus años de vida útil y permitiendo a los propietarios economizarse en reparaciones a futuro por no llevar un buen control en este tipo de mantenimientos.

Si bien está claro en el D.M.Q y cantones aledaños existen unos cien números de lubricadoras que ofertan esta clase de servicios, no todos estos establecimientos brindan un

buen servicio a sus clientes y es a lo que el presente plan de negocios apunta, a brindar un servicio diferenciador que brinde calidad a los usuarios y que permita fidelizar.

Figura 2 *Lubricadora*



Fuente: Páginas amarillas

1.1.3. Aspectos diferenciadores que proporciona el servicio

El objetivo de brindar un servicio de atención y mantenimiento de los vehículos que llegan a los diferentes establecimientos no pasa de atender los pedidos de los usuarios, pero ahora qué dirían si este servicio ofrece comodidad y entreteniendo al usuario o dueño del automotor. Sí, mientras sus vehículos son atendidos también serán atendidos los propietarios ofreciendo entretenimiento lo que evitara que las esperas sean aburridas y largas, es más ni cuenta se darán del tiempo que ha pasado.

Pero a qué clase de entretenimiento nos referimos, a continuación, se detalla:

Tabla 1

Servicio Diferenciador

ENTRETENIMIENTOS	CLASE DE JUEGOS
Juegos electrónicos	Super Mario Bros, Tetris, Nintento, Call of Duttty, free, Final Fantasy, La Leyenda de zelda, Play Station, Xbox, entre otros

Juegos de Mesa	Ajedrez, Naipes o Cartas, Damas, Monopoly, Dominó, Rompecabezas, Jenga, Twister
Juegos de sala	Billar, Ping Pong, Futbolín, entre otros

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

1.1.4. Descripción y Características de los juegos

Juegos electrónicos: Los juegos electrónicos son juegos que utilizan la tecnología informática. También se conocen como videojuegos. Pueden jugarse en computadoras personales, salas de videojuegos y sistemas de videojuego de uso doméstico. Estos últimos se denominan consolas. Para los juegos de consola, se utiliza un dispositivo portátil que generalmente va conectado a un televisor. Los juegos electrónicos pueden jugarse tanto individualmente como con otros (Escola, 2021).

Super Mario Bros: No es de extrañarse que el fontanero italiano y regordete esté en la cima. Tiene el récord Guinness como el juego de plataformas más vendido. Es tan exitoso que mantiene con vida a la compañía Nintendo y ha sacado infinidad de ediciones de juegos con Mario como protagonista, desde juegos deportivos, carreras de vehículos y hasta puzzles (DIEZ, 2016).

Tetris: El 6 de junio de 1984 llega al mundo Tetris, un videojuego tipo rompecabezas en el que sus usuarios debían colocarlas para hacer desaparecer algunas de ellas. Mientras se avanzaba de nivel el juego se complicaba por la velocidad en que las piezas caen. El juego fue tan popular que algunos celulares modernos, incluyen el juego dentro de sus teléfonos (DIEZ, 2016).

Final Fantasy: Final Fantasy es la cuarta franquicia de videojuegos más larga de la historia. La serie se lanzó en 1987, hasta el momento tiene más de 100 millones de copias

vendidas. Ha sido galardonada con una estrella en el paseo de los videojuegos y cuenta con 7 récords Guinness (DIEZ, 2016).

La Leyenda de Zelda: La fantasía y acción se unen para formar parte de una de las sagas más grandes de la historia en la que Link, el héroe del juego, busca salvar a la princesa Zelda. Laberintos, estrategias, hermosos paisajes y brillante musicalización forman parte de un juego que ya ha tenido 17 entregas en distintas consolas (DIEZ, 2016).

Call of Duty: Un juego de acción y de modalidad "shooter" que llegó en el año 2003. Es el más exitoso en su categoría y ha sacado más de 16 títulos para las diferentes consolas de videojuegos que ha salido (DIEZ, 2016).

Juegos de Mesa: Los **juegos de mesa** son aquellos juegos que normalmente se juegan en una mesa u otra superficie plana, y que no conllevan actividad física (lo que la diferencia de los deportes) ni dispositivos electrónicos (lo que la diferencia de los videojuegos). Por lo general, un juego de mesa precisa algunos objetos físicos, como tablero, fichas o dados, sin embargo, muchos de ellos no requieren un tablero. Aunque la mayoría de los juegos de mesa también se pueden jugar sentados en el suelo o de pie, una mesa suele ser la opción más conveniente (Guias Practicas.com, 2021).

Ajedrez: El ajedrez es un juego de mesa en el que los participantes ponen a prueba su habilidad física y mental. Se deben retirar ciertos bloques de una torre y luego colocarlos en su parte superior, sino derribar la torre (SOLOLISTAS, 2016).

Naipes o Cartas: Los naipes son tarjetas de cartón o material plástico que forman una baraja. Existe una gran variedad de juegos de cartas, entre los que destacan el póquer, tute, mus, brisca, canasta, etc (SOLOLISTAS, 2016).

Damas: Este juego consiste en mover una serie de piezas a lo largo de un tablero de ajedrez con la intención de capturar o comerse las piezas del contrario. No se sabe con

exactitud cuándo se inventó este juego, pero hay evidencia de juegos similares en el Antiguo Egipto (SOLOLISTAS, 2016).

Monopoly: El monopoly es un conocido juego de mesa de bienes raíces. El objetivo del juego es crear un monopolio, poseyendo todas las propiedades disponibles en el juego. Si bien el juego se creó en los Estados Unidos, actualmente cuenta con ediciones locales para diversos países (SOLOLISTAS, 2016).

Dominó: El dominó es un juego de mesa en el que se utilizan fichas rectangulares divididas en dos cuadrados. En cada cuadrado encontramos marcados de cero a seis puntos. El dominó surgió de los juegos de dados, sin embargo, la forma actual se remonta al siglo XVIII (SOLOLISTAS, 2016).

Rompecabezas: El rompecabezas, o puzzle, es un juego que consiste en armar figuras combinando correctamente sus partes. Los rompecabezas surgieron alrededor del año 1900 y rápidamente se convirtieron en uno de los pasatiempos favoritos de la alta sociedad (SOLOLISTAS, 2016).

Jenga: El jenga es un juego de mesa en el que los participantes ponen a prueba su habilidad física y mental. Se deben retirar ciertos bloques de una torre y luego colocarlos en su parte superior, sino derribar la torre (SOLOLISTAS, 2016).

Twister: Es uno de los juegos más exitosos de Hasbro. Los jugadores deberán colocar sus manos y pies en el color que les corresponda. Cuando un jugador cae es eliminado del juego (SOLOLISTAS, 2016).

1.1.5. Juegos de Sala

Billar: es un tipo de juego muy conocido en todo el mundo. Un tipo de deporte que se juega tanto a nivel profesional como recreativo. Es un deporte que se basa en introducir

una serie de bolas en los agujeros colocados en una mesa, pero no es tan sencillo, pues cuenta con una serie de fundamentos y normas que deben de aplicarse (Briceño V., 2021).

Ping Pong: es un juego individual, aunque se realizan muchas veces competiciones de equipo, en todo caso los partidos son en la modalidad de individual o dobles. El funcionamiento de este deporte es muy sencillo, se trata de pasar la pelota de un lado al otro de la pista golpeándola con una raqueta y poniendo en dificultad al rival para que te la devuelva dentro (Todo sobre el ping pong, 2021).

Futbolín: es una versión española del fútbol de mesa, un juego de mesa basado en el fútbol. Se juega sobre una mesa especial sobre la cual ejes transversales con palancas con forma de jugador son girados por los jugadores para golpear una pelota (educalingo, 2021).

1.2. DEFINICIÓN DEL MERCADO

Existen varias definiciones de mercado, entre las que me llamaron la atención están las siguientes:

"un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta" (Mankiw, 2005).

“Mercado es el lugar destinado por la sociedad en el que vendedores y compradores se reúnen para tener una relación comercial. Se requiere un bien o servicio *para* comercializar, debe poseer el dinero y el interés para realizar la transacción” (Pérez, 2021).

“El mercado como concepto en economía se define como uno de los

diversos sistemas, instituciones, procedimientos, relaciones sociales e infraestructuras en la que las partes (agentes económicos) participan en el intercambio. Los mercados son muy importantes pues determinan el tipo de la economía” (Joseph E. Stiglitz, 2009).

1.2.3.1. Qué mercado se va a tocar en general.

En este proyecto, el mercado al que se encuentra enfocado es a hombres y mujeres entre 18 a 65 años, que tienen la necesidad de un servicio para sus automotores donde se atiendan sus necesidades. El propósito de este servicio es cubrir todas las necesidades del cliente a través de un excelente servicio que permita solventar las necesidades del usuario a través de la innovación y del entretenimiento en un lugar sano de esparcimiento donde se aproveche al máximo el tiempo del usuario cambiando lo tradicional por la innovación permitiendo que este espacio se pueda compartir entre amigos, familia, etc.

1.2.3.2. Categorización de sujetos

En la siguiente tabla se identifica las categorizaciones del servicio

Tabla 2 *Categorización del servicio*

CATEGORIA	SUJETO
¿Quién compra?	Personas que tiene automotores en el DM de Quito y sectores aledaños.
¿Quién usa?	Personas que necesitan realizar mantenimiento a sus automotores.
¿Quién decide?	Personas que poseen capacidad económica
¿Quién influye?	Amistades, familia y conocidos

1.2.3.3. Estudio de Segmentación

El presente estudio de segmentación está enfocado al servicio de una lubricadora con centro de entretenimiento, ubicada en el DM de Quito y los sectores aledaños de la provincia de Pichincha.

La ubicación de la microempresa estará ubicada en el sector del triángulo, en la calle Isla Floreana. Una vez establecido el sector se procederá a estudiar la dimensión geográfica, donde se especificará el mercado objetivo al cual se desea llegar.

Tabla 3 *Dimensión Conductual*

Variable	Descripción	N.- de habitantes
País	Ecuador	18. 026, 886
Región	Sierra	7. 847, 136
Provincia	Pichincha	3..228,233
Cantón	Rumiñahui	85.852
Parroquia Urbana	San Rafael	6.699

1.2.3.4.Plan de muestreo

Para el muestreo se tomará en cuenta la población que ha matriculado su vehículo en Rumiñahui tomando en cuenta la información obtenida de Agencia Nacional de Tránsito Es importante indicar que la población sujeta de estudio es finita (menor a 500.000).

A continuación, se indica la muestra que será aplicada: n=

1000 (Tamaño de la muestra)

Z = 1,96 (Se considera el nivel de confianza del 95%)

P= 0,5 (Probabilidad a favor)

Q = 0,5 (Probabilidad en contra)

E = 5% (Margen de error)

Datos:

N= 1000 z = 1,96 para el 95% de confianza e

= 5%

Ejecución

$$N = \frac{(1,96)^2 * 0,50 * 0,50 * 1000}{(0,05)^2}$$

960,40

$$N = \frac{\quad}{3,4604}$$

$$N = 277$$

El tamaño de la muestra corresponde a 277 encuestas que deberán ser aplicadas siendo nuestro mercado objetivo, vale la pena recalcar que las encuestas fueron efectuadas a 293 personas puesto que hubo la colaboración de más personas interesadas en contribuir con la investigación.

Ya tenemos claro cuál es nuestro tamaño de la muestra con esta información se aplicará una de las técnicas más conocidas y en la que obtendremos información según las necesidades, gustos, preferencias que tienen los consumidores, esta herramienta será la encuesta y ahora que la mayoría de las personas se han apegado a la tecnología ya sea porque esto se convirtió en una necesidad aprovecharemos para realizar la encuesta a través de la aplicación de WhatsApp.

1.2.3.5. Instrumentos para recopilar información

La investigación de mercado establece la recopilación de información de los servicios que ofertan las lubricadoras según las necesidades de información que se presentan para nuestro tipo de negocio y/o emprendimiento, para esto expresamos la siguiente tabla:

Métodos de recolección Tabla

4

Métodos de Recolección

Objetivo Específico: Establecer gustos y preferencias del consumidor mediante el estudio de mercado del sector del triángulo del cantón Rumiñahui.

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Empresas que ofertan los mismos servicios	Secundaria	Observación	Banco de datos de otras empresas

Servicios y productos que se ofertará	Secundaria	Proveedores	Banco de datos de otras empresas
Servicios complementarios	Secundaria	Proveedores	Banco de datos de otras empresas

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: La Autora

Método de la recolección

Tabla 5

Métodos de Recolección

Objetivo Estratégico: Determinar el esquema de publicidad más apropiado para el servicio en el mercado actual y futuro de acuerdo las necesidades de los consumidores.

Necesidades de	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos información
Determinar el mercado	Secundaria potencial		Servicios Agrupados
Factores críticos del	Secundaria sector		
Gustos y preferencias		Recolección de información	Investigación
Primaria de los consumidores		Familias del sector	Encuesta

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: La Autora

Método de la recolección

Tabla 6 Método de Recolección

Objetivo Estratégico: Determinar la viabilidad del servicio para satisfacer las necesidades de consumidores actuales y futuros; en el cantón Rumiñahui, sector el triángulo.

Necesidades de	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos información
Frecuencia de consumo del consumo del servicio	Secundaria	Uso de la tecnología	Encuesta

Medios de comunicación para la promoción del servicio	Primaria	Uso de la tecnología, investigación	Encuesta
Estrategia de ofrecer el servicio	Primaria	Investigación	Encuesta

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: La Autora

1.2.3.6. Diseño y recolección de información.

El servicio que ofertan las lubricadoras ha sido utilizado como un servicio necesario y obligatorio para los usuarios que tienen vehículos y que buscan los servicios para mantener su vehículo en perfecto estado, mediante un servicio innovador y excelente servicio que permita diferenciarnos de la competencia.

1.2.3.7. Información de fuentes primarias

La micro empresa Cleaning & Playing empleará la técnica de la encuesta que será aplicada mediante un cuestionario y será compartido mediante instrumentos electrónicos como el celular y mediante la aplicación de WhatsApp para facilitar y agilizar las respuestas. Al aplicar una encuesta nos permitirá conocer los gustos y preferencias de los posibles clientes, se informa también que la presente encuestas será aplicada a los habitantes del cantón Rumiñahui, aplicando el cálculo el resultado es un total de 241 encuestas.



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

La presente encuesta se realiza con el objetivo de conocer los gustos y preferencias de las personas por el servicio que ofrecen las lavadoras y lubricadoras en la actualidad.

Agradecemos su gentil ayuda respondiendo las siguientes preguntas

1. ¿Conoce usted los servicios que ofertan las lavadoras y lubricadoras?

- SI
- NO

2. ¿Cada que tiempo acude usted mensualmente a realizar lavado y/o mantenimiento a su automotor?

- 2 veces
- 4 veces
- 6 veces
- 8 veces

3. Señale los servicios que usted más utiliza al momento de visitar una lubricadora

- lavado de carrocería Pulverizado y aspirado
- Cambio de aceite
- Lavado de motor

4. ¿Usted utiliza el servicio de lubricación vehicular?

- SI
- NO

5. Al momento de decidir en acudir a una lubricadora. ¿Cuál es su principal decisión?

- Servicio Rápido
- Calidad en el servicio
- Confort y entretenimiento
- Precio
- Productos utilizados

6. ¿Preferiría usted que al momento de colocar los productos en su vehículo como: Aceite, almorcal, cera, aromatizantes, etc., ¿Le den a elegir la variedad disponible?

- SI
- NO

7. ¿Le gustaría acudir a una lubricadora que aparte de brindar un excelente servicio se preocupen de entretener a sus clientes con espacios de sano esparcimiento?

- SI
- NO

8. ¿Con que personas o grupo de personas le gustaría disfrutar del centro de entretenimiento de la lubricadora?

- Familia
- Compañeros de Trabajo
- amigos

9. ¿Le gustaría que la lavadora y lubricadora brinde un servicio a domicilio?

- SI
- NO

10. ¿Le gustaría que la lubricadora incorpore un servicio de retiro y entrega del vehículo para que usted no se traslade de su hogar y/o lugar de trabajo?

- SI
- NO

11. ¿Le gustaría que la lubricadora incorpore un sistema que permita calificar frecuentemente el servicio y al personal? SI

- NO
-

12. ¿Desearía que la lubricadora brinde el servicio de DETAILING (trabajo minucioso de remover y eliminar todo tipo de manchas, suciedad y mal olor en interior y exterior del vehículo)?

- SI
- NO

13. ¿Por qué canales le gustaría conocer de los servicios y promociones que ofertaría la lubricadora?

- TV
- Radio
- Redes Sociales
- WhatsApp

14. ¿Cuál es el precio máximo que usted estaría dispuesto a pagar por un cambio de aceite de su automotor, tomando en cuenta que los productos utilizados son de calidad y el servicio acogedor con un centro de entretenimiento que le permitirá disfrutar de los espacios mientras espera que su vehículo sea atendido?

- 27 dólares
- 30 dólares
- 35 dólares
- 40 dólares
- 45 dólares

1.2.3.8. Análisis e Interpretación

Una vez aplicada la encuesta a un total de 293 personas del cantón Rumiñahui se realiza el análisis e interpretación de los resultados, los cuales se detallan a continuación:

1. ¿Conoce usted los servicios que ofertan las lavadoras y lubricadoras?

Tabla 7 *Conocimiento de servicio en el sector*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	264	90%
NO	29	10%

Total 293 100%

Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Figura 3 *Conocimientos de servicio en el sector*



Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Análisis: De un total de 293 personas encuestadas, a quienes se consultó si conocen los servicios que ofertan las lavadoras y lubricadoras a lo que contestaron 264 personas que si conocen estos servicios lo que representa un 90% y un total de 29 personas contestaron que no conocen estos servicios lo que representa apenas un 10%.

Interpretación: Es importante saber que un gran porcentaje muy alto de encuestados si conocen los servicios que ofertan las lubricadoras, representando a un 90% lo que nos permitirá dar una respuesta real de los gustos y preferencias de los posibles clientes.

2. ¿Cada que tiempo mensualmente acude usted mensualmente a realizar lavado y/o mantenimiento a su automotor?

Tabla 8 *Frecuencia de uso del servicio*

Opciones	Frecuencia mensual	Porcentaje
2 vez	63	22%

4 veces	104	35%
6 veces	93	32%
8 veces	33	11%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Figura 4 Frecuencia de uso del servicio



Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Análisis: Del cien por ciento de personas encuestadas a las que se les consulto con que frecuencia acuden a realizar mantenimiento a su vehículo, arrojo que un 35% de personas utilizan este servicio cada quincena, mientras que un 32% lo realiza de manera mensual ubicándose en segundo lugar, un 22% lo realiza cada semana y en último lugar con un 11% lo realiza cada trimestre.

Interpretación: Es importante conocer que un buen porcentaje de personas que representan el 35% de los encuestados acuden a utilizar los servicios de las lubricadoras cada quincena, lo que nos da a entender que sin importar que tipo de mantenimiento van a requerir, el servicio que ofertan las lubricadoras tienen un alto grado de demanda.

3. Señale los servicios que usted más utiliza al momento de visitar una lubricadora.

**Tabla
9**

Servicios utilizados en la zona

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Lavado de carrocería	92	31%
Pulverizado y aspirado	80	27%
Cambio de aceite	108	37%
Lavado de motor	13	4%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Tabla 10 *Servicios utilizados en la zona*



Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Análisis: Del total de 293 personas encuestadas nos indicaron que un 37% acude con frecuencia a realizar cambios de aceite a su automotor, seguido de un 31% que acude a realizar lavado de carrocería, en tercer lugar, con un 27% indican que acuden a realizar un servicio de pulverizado y aspirado y apenas un 5% acude a realizar un servicio de lavado de motor.

Interpretación: Es importante conocer los servicios que son más utilizados en una lubricadora para trabajar en los paquetes que se va a ofertan a los clientes, por ende, saber dónde y en qué servicios podemos aplicar promociones y descuentos para fidelizar a los clientes.

4. ¿Usted utiliza el servicio de lubricación vehicular?

Tabla

11

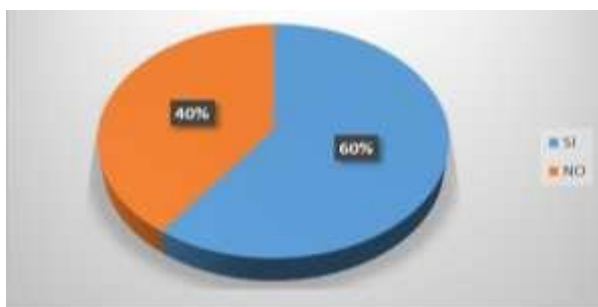
Utilización del servicio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	264	90%
NO	29	10%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Figura 5 Utilización del servicio



Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Análisis: Los resultados reflejan que un 90% los encuestados respondieron que si utilizan el servicio de lubricadora y seguido por un 10% que respondieron que no.

Interpretación: Estos datos reflejan que existe aceptación en el servicio de lubricación a vehículos lo cual representa un aspecto positivo para la empresa.

Tabla

5. Al momento de decidir en acudir a una lubricadora. ¿Cuál es su principal decisión? 12

Decisión de ir a una lubricadora

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Servicio rápido	67	23%
Calidad del servicio	117	40%
Confort y entretenimiento	59	20%
Precio	17	11%
Productos utilizados	293	6%
Total		100%

Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Figura 6 Decisión de ir a una lubricadora



Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Análisis: De un total de 293 personas encuestadas contestaron que al momento de decidir en acudir a una lubricadora creen importante un 40% de ellos que prima la calidad en el servicio, seguido por un 23% un servicio rápido, en tercer lugar, con un 20% consideran importante confort y entretenimiento, en cuarto lugar, con un 11% consideran el precio y como último con apenas un 6% consideran que son los productos utilizados.

Interpretación: Con la respuesta de esta pregunta podemos saber de manera clara cuál es la decisión de las personas al momento de decidir a qué lubricadora acudir, lo que nos permite conocer que el cliente siempre se inclinará por el buen servicio que se oferta que es en lo que trabajaremos para diferenciarnos de la competencia.

6. ¿Preferiría usted que al momento de colocar los productos en su vehículo como: Aceite, almoral, cera, aromatizantes, etc., ¿Le den a elegir la variedad disponible?

Tabla 13 Elección de productos a usar

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	252	86%
NO	41	14%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Tabla 14 Elección de productos a usar



Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Análisis: Del cien por ciento de encuestados confirman que un 86% de encuestados prefieren que al momento de colocar los productos en su automotor les den a escoger los productos, mientras que apenas un 14% responden que no desearían que se les dé a escoger los productos utilizados.

Interpretación: Para brindar un buen servicio a los clientes y que ellos se sientan satisfechos es importante saber que un gran porcentaje de encuestados están de acuerdo y les gustaría que se les consulte que productos desean que se les coloque a sus automotores, esto permitirá que los clientes sientan a cada momento que su opinión es importante para la lubricadora.

7. ¿Le gustaría acudir a una lubricadora que aparte de brindar un excelente servicio se preocupen de entretener a sus clientes con espacios de sano esparcimiento?

Tabla 15 Espacio de esparcimiento en lubricadora

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	253	86%
NO	40	14%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Figura 7 Espacio de esparcimiento en lubricadora



Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Análisis: A la pregunta realizada a los encuestados, contestaron un porcentaje total de 86% que les gustaría acudir a una lubricadora que aparte de brindar un excelente servicio se preocupen de entretener a sus clientes con espacios de sano esparcimiento, mientras apenas contestaron solo un 14% que no es necesario estos espacios.

Interpretación: Esta es una de las preguntas mas importantes de la encuesta ya que es el servicio que diferenciará de la competencia y lo que permitirá que los clientes escojan a nuestra lubricadora del resto. Es satisfactorio saber que un gran porcentaje de encuestados les gustaría que la lubricadora cuente con un centro de entretenimiento que les permita pasar un momento acogedor y confortable.

8. ¿Con que personas o grupo de personas le gustaría disfrutar del centro de entretenimiento de la lubricadora?

Figura 8 Preferencia de acompañamiento

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Familia	134	46%
Compañeros de trabajo	77	26%
Amigos	82	28%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Figura 9 *Preferencia de acompañamiento*



Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Análisis: Al realizar esta pregunta, del cien por ciento de encuestados indican que un grupo mayoritario que representan al 46% de ellos preferirían acudir al centro de entretenimiento con su grupo familiar, seguido por un 28% de encuestados que preferirían acudir con sus grupos de amigos y en tercer puesto con un 26% preferirían ir con sus compañeros de trabajo.

Interpretación: Esta pregunta nos permite conocer la preferencia de los posibles clientes al momento de elegir con que grupo desearían acudir al centro de entretenimiento y disfrutar de este espacio mientras su automotor es atendido.

9. ¿Le gustaría que la lavadora y lubricadora brinde un servicio a domicilio?

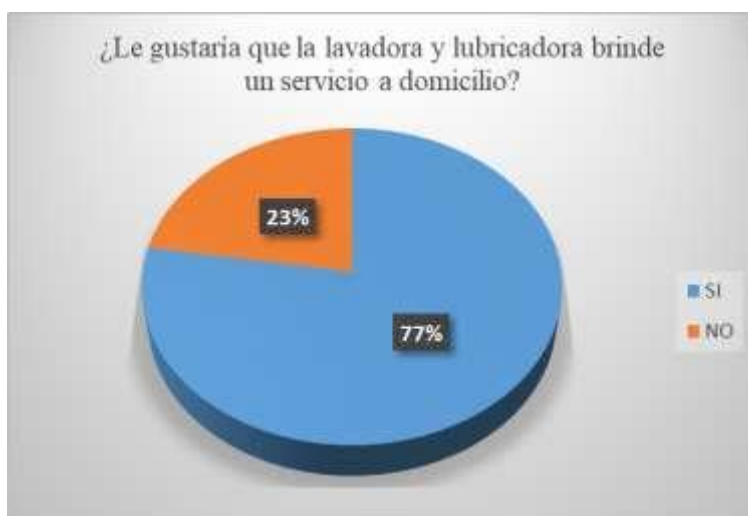
Tabla 16 *Servicio a domicilio*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	227	77%
NO	66	23%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Figura 10 *Servicio a domicilio*



Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Análisis: Respondiendo un total de 77% de encuestados están de acuerdo o les agrada la idea que la lavadora y lubricadora incorpore el servicio a domicilio, mientras que un porcentaje bajo que representan el 23% responden que no les gustaría.

Interpretación: Un porcentaje muy alto de encuestados respondieron que les gustaría que la lavadora y lubricadora incorporen un servicio de atención a domicilio, con esta respuesta los posibles clientes nos permiten conocer que este tipo de servicio que ofertará la lubricadora será bien visto y recibido por los clientes.

10. ¿Le gustaría que la lubricadora incorpore un servicio de retiro y entrega del vehículo para que usted no se traslade de su hogar y/o lugar de trabajo?

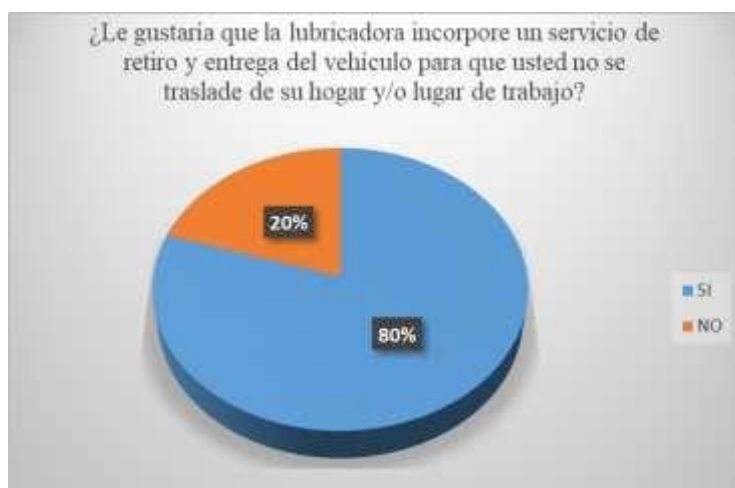
Tabla 17 Servicio de entrega de vehículo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	234	80%
NO	59	20%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Figura 11 Servicio de entrega de vehículo



Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Análisis: Respondiendo un total de 80% de encuestados les gustaría que la lubricadora incorpore un servicio de retiro y entrega del vehículo , mientras que un porcentaje bajo que representan el 20% responden que no les gustaría.

Interpretación: Un porcentaje muy alto de encuestados respondieron que les gustaría que la lubricadora incorpore un servicio de retiro y entrega del vehículo, con esta respuesta los posibles clientes nos permiten conocer que este tipo de servicio que ofertará la lubricadora será bien visto y recibido por los clientes.

11. ¿Le gustaría que la lubricadora incorpore un sistema que permita calificar frecuentemente el servicio y al personal?

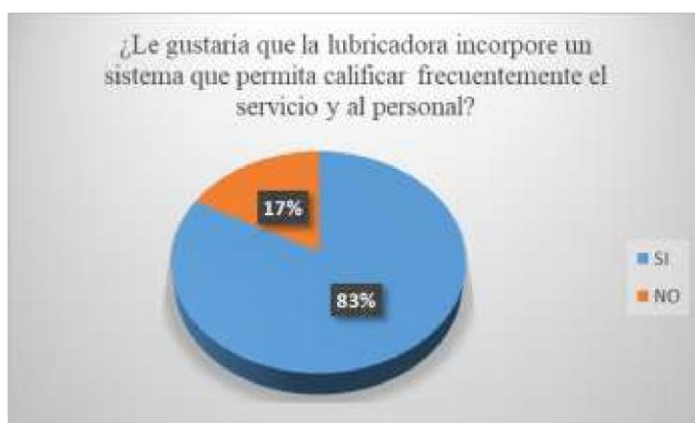
Tabla 18 *Aceptación de sistema de calificación al servicio*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	243	83%
NO	50	17%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Figura 12 *Aceptación de sistema de calificación al servicio*



Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Análisis: Del cien por ciento de personas encuestadas, un 83% que representan a un gran porcentaje confirma que les gustaría que la lubricadora incorpore un sistema que permita calificar el servicio y apenas solo un 17% respondieron que no.

Interpretación: Es importante conocer esta respuesta ya que los clientes confirman que les gustaría que la lubricadora incorpore un sistema que permita calificar de manera constante el servicio y la atención que se entregará a los clientes, esto permitirá afianzar lazos con los clientes quienes sentirán que su opinión es muy importante.

12. ¿Desearía que la lubricadora brinde el servicio de **DEetailing (trabajo minucioso de remover y eliminar todo tipo de manchas, suciedad y mal olor en interior y exterior del vehículo)?**

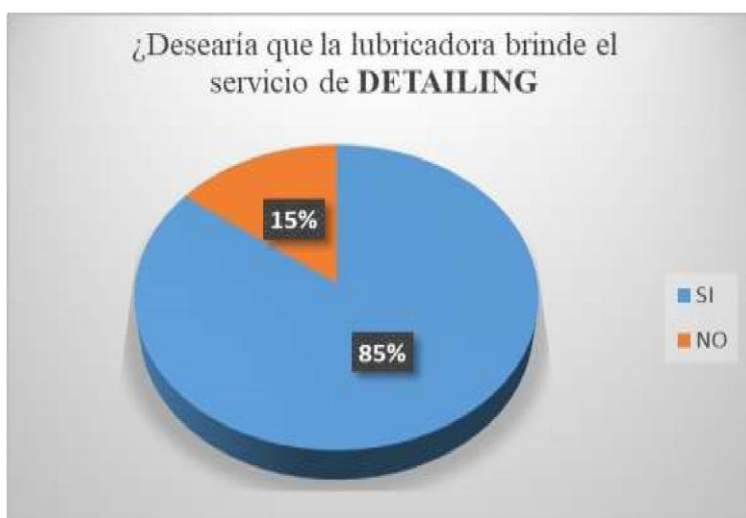
Tabla 19 Nivel de aceptación del servicio **DEetailing**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	250	85%
NO	43	15%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Figura 13 Nivel de aceptación del servicio **DEetailing**



Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Análisis: Un gran porcentaje del 85% de encuestados afirmo que le gustaría que la lubricadora incorpore el servicio de DETALING, mientras que apenas un grupo reducido del 15% afirman que no es importante este servicio.

Interpretación: El que la mayoría de encuestados responden que les gustaría que la lubricadora incorpore el servicio de DETALING permite saber que este servicio será bien visto por los posibles clientes y será consumido para generar mas ingresos para la lubricadora.

13. ¿Por qué canales le gustaría conocer de los servicios y promociones que ofertaría la lubricadora?

Tabla 20 *Canales de publicidad*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Tv	56	19%
Radio	40	14%
Redes Sociales	173 24	59%
WhatsApp	293	8%
Total		100%

Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Figura 14 *Canales de publicidad*



Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Análisis: Los canales por los que les gustaría a las personas conocer los servicios y promociones que ofertará la lubricadora, tenemos en primer lugar con un 59% a las redes sociales, seguido con un 19% por la televisión, en tercer lugar, con un 14% por radio y en último lugar con un 8% por la aplicación de WhatsApp

Interpretación: Con un gran porcentaje del 59% los encuestados confirman que les gustaría enterarse de los servicios y promociones mediante redes sociales lo que nos confirma la fuerza que ha ganado las redes sociales en cuanto a promocionar y dar a conocer de un producto y/o servicio, con esta respuesta sabemos claramente cómo y por qué medios trabajar para publicitar.

14. ¿Cuál es el precio máximo que usted estaría dispuesto a pagar por un cambio de aceite de su automotor, tomando en cuenta que los productos utilizados son de calidad y el servicio acogedor con un centro de entretenimiento que le permitirá disfrutar de los espacios mientras espera que su vehículo sea atendido?

Tabla 21 Precio por cambio de aceite

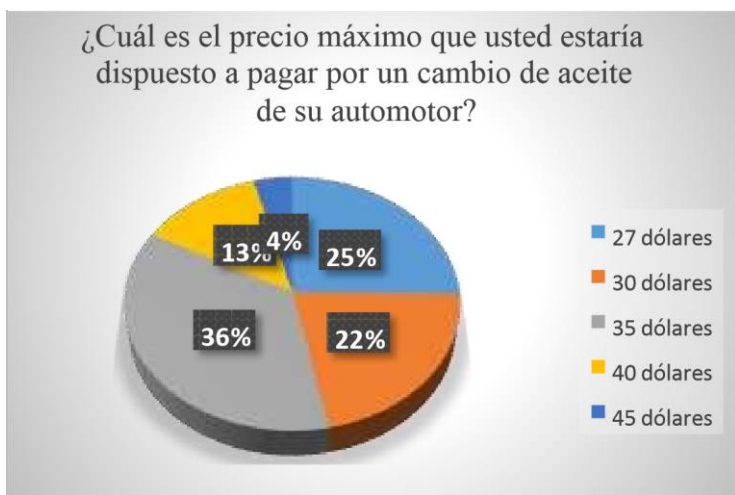
	Frecuencia	Porcentaje
27 dólares	74	25%
30 dólares	63	22%
35 dólares	106	36%
40 dólares	38	13%
45 dólares	12	4%
Total	299	100%

Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Figura 15

Precio por cambio de aceite



Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Análisis: Con un porcentaje mayor del 36% los encuestados responden que el valor máximo que estarían dispuestos a pagar por un servicio de cambio de aceite sería 35 dólares, seguido por un 25% que estarían dispuestos a pagar como máximo 27 dólares, en tercer lugar, con un 22% estaría el valor de 30 dólares, en cuarto lugar, con un 13% estaría en valor de 40 dólares y en último lugar con apenas un 4% quedaría el valor de 45 dólares.

Interpretación: En cuanto a la consulta realizada a los encuestados de cuál sería el valor máximo que están dispuestos a pagar por un cambio de aceite de su automotor, la mayoría de encuestados respondieron que pagarían un valor máximo de 35 dólares lo que nos permitirá conocer el costo de la demanda del mercado.

1.2.4. Demanda Potencial

Para calcular la demanda potencial se consideran el número de habitantes del sector del triángulo de los valles cantón de Rumiñahui, en un 90% de los encuestados quienes utilizan el servicio de lubricadora vehicular, estos datos fueron recopilados de la pregunta número 4. **Tabla 22**

Demanda potencial

Años	% Índice crecimiento automotriz	Nº de dueños de vehículos	(%) de consumo del servicio	Demandantes Potenciales
2021	2,00%	293	90%	264

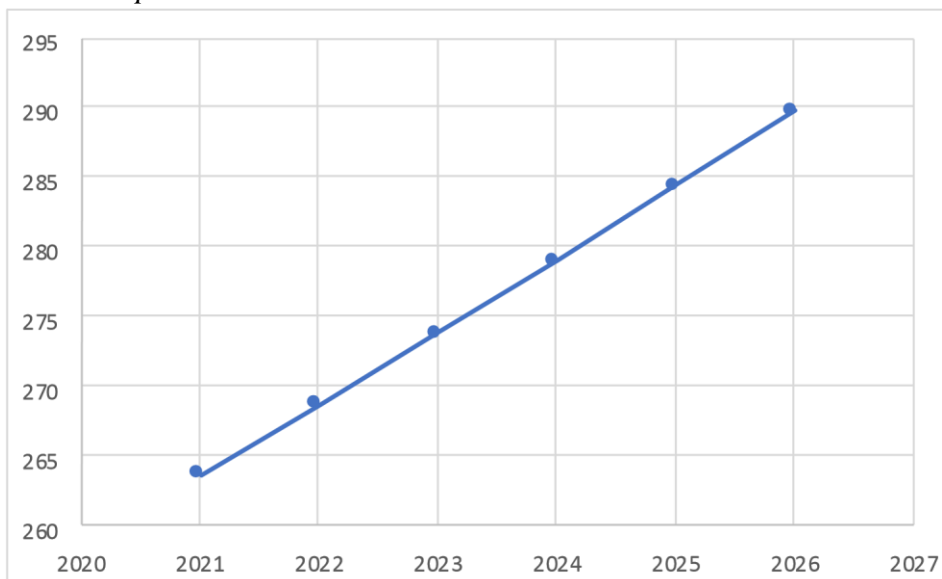
Pregunta N° 4

2022	2,00%	299	90%	269
2023	2,00%	304	90%	274
2024	2,00%	310	90%	279
2025	2,00%	316	90%	284
2026	2,00%	322	90%	290

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, información sensual, 2010). **Elaborado por:** La Autora

Figura16

Demanda potencial



1.2.5. Demanda potencial de servicio de lubricadora

Para el cálculo de demanda potencial de servicio de lubricación vehicular Sí apoya termina todo recopilados nos encuestas específicamente en la pregunta número 2.

Tabla 23

Frecuencia de uso del servicio

Opciones	Frecuencia mensual	Porcentaje	Frecuencia mensual	Frecuencia anual
2 vez	63	22%	756	9072
4 veces	33	35%	396	4752
6 veces	93	32%	1116	13392
8 veces Total	104	35%	1248	14976
	293	100%		
			3516	42192

Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

$$\begin{aligned} \text{Consumo promedio} &= \frac{\square \text{-----} \text{CONSUMO ANUAL}}{N} \\ \text{Consumo promedio} &= \frac{42192}{293} \end{aligned}$$

Consumo promedio = 144 Veces al año.

La demanda potencial del servicio de lubricación de vehículos da total de 144 veces al año.

Para el cálculo de demanda potencial del servicio en unidades monetarias se toma en consideración los datos recopilados en la pregunta número 4.

Tabla 24

Precio de servicio

	Frecuencia	Porcentaje
27 dólares	74	25%
30 dólares	63	22%
35 dólares	106	36%
40 dólares	38	13%
45 dólares	12	4%
Total	29	100%

Fuente: Encuesta, 2022

Elaborado por: La Autora

Se considera un precio de 35 dólares puesto que en las encuestas efectuadas es el precio con mayor aceptación por parte de los encuestados dentro de la zona de la investigación de campo. **Tabla 25**

Demanda potencial

Años	Demandantes		Frecuencia	Demanda potencial del Demanda
	potenciales	de consumo		
monetariasservicio en unidades			anual del servicio del serviciopotencial	
2020	293	144	42.192	\$1.476.720,00
2021	299	144	43.056	\$1.506.960,00
2022	304	144	43.776	\$1.532.160,00
2023	310	144	44.640	\$1.562.400,00
2024	316	144	45.504	\$1.592.640,00
2025	322	144	46.368	\$1.622.880,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Figura17

Demanda potencial del servicio



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Figura18

Demanda potencial del servicio en dinero



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Se puede definir que el crecimiento del servicio de lubricación vehicular tomando en consideración la tasa de crecimiento poblacional del 1,90% genera como resultado un consumo del servicio de 42.192 en el año 2020 que a su vez genera ingresos de \$1.476.720,00 dólares.

1.3. Análisis del Macro y Micro Ambiente

1.3.3. Análisis del micro ambiente

Existe una teoría que permite analizar un sector específico en función de cinco fuerzas existentes y esto lo podemos hacer a través del análisis y la filiación. Lo que nos permitirá conocer de manera clara la competencia que tiene la empresa y el sector en el que opera, esto con el fin de hacer frente a la situación.

Para esto vamos a aplicar las cinco fuerzas de Porter expresado en la siguiente gráfica:

Figura 19

5 fuerzas de Porter



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Competidores

Dentro del área local donde se desarrollará las actividades comerciales de la empresa “Cleaning & Playing” existe una competencia directa que es la lubricadora González y otras cuatro que son indirectas ya que están alejadas de zona, sin embargo la empresa “Cleaning & Playing” tiene un diferenciador muy fuerte que no tienen otras lubricadoras locales que es ofrecer una sala de entretenimiento para los clientes, que conjuntamente con la calidad brindada y con precios atractivos para los clientes se minimiza el impacto generado por la competencia local.

Poder de Negociación de los Proveedores

Productos sustitutos

Bajo el parámetro de productos sustitutos el servicio brindado por la organización tiene un gran diferenciador que es el ofertar aparte del servicio al vehículo **Productos y/o servicios sustitutos**

Existe competencia no solo con las empresas establecidas y que tienen años en el mercado, existe también competencia por los productos que son sustituidos en este negocio que busca abaratar costos para ofrecer un costo bajo a los clientes donde sustituyen calidad por precios baratos, lo que se convierte en una competencia que puede dañar el mercado.

Esta clase de servicio tienen amenaza por la gran cantidad de negocios que con tener un espacio de garaje pueden atender a la gente, aquí entran los proveedores que ofrecen unos cien números de productos baratos sin ver la calidad provocan que los precios bajen ocasionando una competencia desleal, lo que lleva a muchas personas a preferir por los precios bajos. PRODUCTOS SUSTITUTOS

Poder de negociación de los clientes

Al existir una gran competencia en el mercado referente a esta clase de servicios les da la oportunidad a los clientes para pelear por los precios convirtiendo en amenaza al pronunciar que existen otros lugares que por el mismo servicio cobran menos, dando la oportunidad al cliente que crea que ellos ponen los precios, este es el poder que sienten de negociar los clientes.

Análisis de factores incontrolables (MPC, Plan de contingencia)

1.4. Análisis del macro ambiente

Para efectuar el análisis macro ambiente se procede a realizar una evaluación de factores externos cómo se presenta a continuación:

Tabla 26

Evaluación factores externos

Factores críticos para el éxito	Calificación Valor	Valor ponderado
--	---------------------------	------------------------

Fortalezas				
1	Servicio único diferenciador	4	0.20	0.80
2	Ofrecer un centro de entretenimiento a los clientes	4	0.15	0.60
3	Servicio de calidad	3	0.05	0.15
Debilidades				
1	Inexistencia de una planificación de abastecimiento de materia prima.	1	0.06	0.06
2	Ser una organización nueva que oferte bloques en el mercado local.	2	0.07	0.14
3	Fallas dentro de los procesos por parte de los trabajadores.	1	0.15	0.15
4	Sin planificación de mantenimiento a maquinaria.	2	0.07	0.14
5	Inversión limitada para enfocada en atención al cliente.	2	0.10	0.20
Total		2.37	0.85	2.24

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

La matriz de evaluación de factores externos determinó que el peso ponderado equivale a 2.24 en relación a un promedio de 2.37. Lo cual significa que existe una estructura sólida y buena a nivel organizacional para afrontar y disminuir el impacto ocasionado por las amenazas para transformarlos en oportunidades.

Tabla 27

Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Servicio único diferenciador • Ofrecer un centro de entretenimiento a los clientes • Servicio de calidad 	<p>Interés del mercado en probar nuevas opciones de servicio.</p> <p>No existe competencia directa ya que en el cantón y provincia este tipo de negocios no cuentan con servicios de entretenimiento.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Carece de posicionamiento en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competidores nuevos. • Variación constante de precios en los productos.
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de inversión en publicidad. 	

- No existe un manual de procesos.
- Un clima muy variante que afecta el consumo del servicio.
- Falta de recursos financieros para cubrir la alta inversión requerida en equipos de Competencia desleal. trabajo y de entretenimiento.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

Tabla 28

Estrtegia FODA

Objetivos	Estrategias	Responsables
F1-O1 al ser un servicio único diferenciador se puede aprovechar la oportunidad del interés generado dentro del mercado en probar nuevas opciones de servicio.	- Efectuar campañas publicitarias en redes sociales Interactuar con el público con redes sociales explicando el servicio brindado	Gerente
F2-O2. Al ofertar centro de entretenimiento a los clientes por el servicio de lubricación vehicular y al no tener a nivel local competencia directa se puede aprovechar para atraer clientes.	- Efectuar campañas publicitarias en el área local para atraer clientes.	Gerente
O1-D1. El interés producido dentro del mercado por probar nuevas opciones de servicio genera que la empresa produzca un posicionamiento en el mercado.	-Promocionar el servicio masivamente en el mercado local.	Gerente

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

Tabla 29

Análisis de perfil competitivo

Empresa “ Cleaning & Playing”		lubricadora González				
Factores críticos para el éxito	Peso	Calificació	Peso	Calificación	Peso	
	<u>n</u>	<u>ponderado</u>	<u>ponderado</u>	<u>ponderado</u>	<u>ponderado</u>	
Sala de entretenimiento	0.4	0.1	4	1.16	2	0.8
Estandarización de procesos	0.1	0.2	3	0.3	0.4	3
Optimización enfocada en los tiempos de entrega	0.2		4	0.6	0.6	2
Tener maquinas propicias para un buen servicio			3	3.6		1
Proceso de abastecimiento			3			3
						0.2
						0.2
						0.6
						2.10
Total						

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

El análisis de perfil competitivo dan los siguientes

resultados que con un peso ponderado de 3.6 la empresa “Cleaning & Playing” Es superior a comparación del peso ponderado de 2.10 de la empresa lubricadora González, lo que quiere decir que la empresa “Cleaning & Playing” tiene un perfil alto competitivo dentro del mercado local.

1.4.3. Proyección de la oferta.

Para el cálculo de la oferta de la empresa se adquirió datos primordiales en base a lubricadoras locales del mercado en el cual se desarrolla el presente plan de negocios.

Tabla 30

Oferentes locales del servicio

Lubricadora	Nº Locales	Servicios vendidos/semanal	Servicios vendidos/mensual	Servicios vendidos/anual
lubricadora González	1	800	3.200	38.400
Total	1	800	3.200	38.400

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

La tabla estima que la oferta es equivalente a 38.400 servicios de lubricadora a vehículos dentro del sector del triángulo del Valle de los Chillos.

Los datos recopilados de la lubricadora reflejan que la producción para el año 2021 es un total de 38.400 servicios de lubricación vehicular con un precio promedio de 35 dólares por cada servicio de lubricación, con estos datos se procede a efectuar una proyección de la oferta considerando el 2,00% correspondiente más la variación porcentual anual del índice de crecimiento del sector automotriz cómo se podrá visualizar a continuación:

Tabla 31

Proyección de la oferta

Oferta año 2021	Índice general del sector automotriz	Oferta año 2022
38.400	2,00%	39.168

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2020).

Elaborado por: La Autora

Igualmente se efectúa la oferta del servicio en unidades monetarias

Tabla 32

Oferta en unidades monetarias

Oferta año en general del dólares automotriz	Índice sector	Oferta año 2022
\$1.370.880,00	2,00%	\$1.398.297,00

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2020).

Elaborado por: La Autora

1.5. Demanda Potencial Insatisfecha

En el cálculo de la demanda potencial se ha considerado la información recopilada de los datos acordes a la tasa del crecimiento poblacional del cantón Rumiñahui del Instituto Nacional de Censos y Estadísticas INEC.

Tabla 33

Demanda potencial insatisfecha en servicios

Años	Demanda potencial de servicio de lubricadora	Oferta de lubricadoras	D P I de lubricadoras	D P I de servicio lubricadora en USD
1	43.056	38.400	4.656	\$162.960,00
2	43.776	39168	4.608	\$161.280,00
3	44.640	39951	4.689	\$164.102,40
4	45.504	40750	4.754	\$166.376,45
5	46.368	41565	4.803	\$168.091,18

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2020).

Elaborado por: La Autora

La demanda potencial insatisfecha de servicios del primer año equivale a 38400 y el año 5 equivale a 41565 servicios de lubricación vehicular con su equivalente en unidades monetarias de \$168.091,18.

1.6. Diseño de marca (brandign)

Determinar la marca de la empresa es muy esencial para generar una diferenciación en el mercado ante otras organizaciones de tal manera se detalla la marca de la empresa de la siguiente manera: “Cleaning & Playing”

Logotipo

A continuación se presenta el logotipo correspondiente a la empresa “Cleaning & Playing”:

Figura 20

Logotipo organizacional



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Eslogan

El eslogan definido para la empresa “Cleaning & Playing” es Seguridad y confianza, lo que busca que los clientes encuentren en este lugar seguridad y confianza al adquirir nuestros servicios de calidad.

Preparación y posicionamiento

Dentro de la zona local no existe un establecimiento de lubricación vehicular que brinde entretenimiento mientras su auto esta siendo efectuado el servicio de tal manera genera buenas expectativas en los clientes puesto que se sienten atraídos.

Diferenciación

La diferenciación principal aparte de la gran calidad ofertada en cada servicio es la de brindar una sala de entretenimiento para los clientes en donde pueden compartir calidos momentos en amigos, familiares mientras esperan que su auto se efectuado la lubricación correspondiente.

1.7. Estrategias de marketing

Para describir las estrategias de mercado que nos permitirá posicionar a la lubricadora, vamos a utilizar marketing mix donde detallaremos el producto y/o servicio, precio, plaza y promoción.

Producto y/o Servicio

Los servicios ofertados por la lubricadora permitirán a los clientes tener una serie de opciones desde un lavado de carrocería, un lavado exprés, cambios de aceite, lavados de motor entre otros, con un plus que es un centro de entretenimiento para su deleite que le permitirá pasar un tiempo agradable mientras espera que su automotor esté listo.

Precio

Para establecer los precios de los diferentes servicios que se ofertarán se basarán en las encuestas realizadas y teniendo en cuenta los costos y gastos mediante el margen de utilidad que se espera obtener de la inversión y de los clientes potenciales.

También se tomará en cuenta un precio promocional hasta lograr captar más clientes así ayudará que el servicio sea aceptado en el mercado.

Plaza

La lubricadora prestará sus servicios en Triángulo del Valle de los Chillos, cantón Rumiñahui, en la Calle Isla Floreana, una avenida muy transitada y que en los últimos años ha tenido un crecimiento comercial, donde favorece su clima para esta clase de establecimientos.

Promoción

Las promociones que aplicará la lubricadora van desde descuentos por frecuencia de uso del servicio, hasta descuentos por amigos y familia que refiera a la lubricadora lo que se busca con esto es que los mismos clientes sean quienes refieran el servicio a familia y conocidos lo que permitirá incrementar a clientes.

1.8. Publicidad que se realizará

La publicidad con la que se trabajará serán videos pequeños que indiquen claramente el servicio que se ofrecerá, realizando promociones y paquetes de los diferentes servicios y con un plus que no ofrece la competencia que es el centro de entretenimiento lo que ayudará a convencer al cliente a utilizar el servicio.

Para ello se explica cómo se trabajará en las diferentes publicaciones y promociones:

Tabla 34

Publicidad

Redes Sociales	Aplicaciones	Publicidad Extra
Facebook	WhatsApp	Llamadas a posibles clientes
Instagram	Telegram	Llamadas a compañías de taxis para ofrecer promociones
Tik Tok	Paginas web	Llamadas a empresas que poseen flotas de automotores para realizar convenios.

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: La Autora

1.9. Canales de Distribución

Los canales de distribución que se utilizará para dar a conocer y promocionar el servicio serán de manera directa sin necesidad de intermediarios ya que es un servicio directo con el cliente.

1.10. Presupuesto

Para establecer un presupuesto se ha realizado una investigación de lo que se necesitará para llevar a cabo la promoción mediante los canales de distribución, se explica en la siguiente tabla:

Tabla 35

Presupuesto publicitario

Canal de Distribución	Costo Unitario	Frecuencia	Costo Anual	Creación de
redes sociales	30 dólares	Mensual	360,00	y publicidad
Impresión de volantes	25 dólares	Mensual	300,00	
TOTAL			660,00	

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: La Autora

Básicamente la publicidad que se producirá para promocionar a la organización “Cleaning & Playing” se centra en generar volantes que contengan información sobre los servicios brindados por la empresa e igualmente mencionados volantes tendrán impresos descuentos del 10% , estos descuentos serán impresos solamente en 20 volantes trimestralmente alrededor del sector para así generar una comunicación efectiva con los clientes, de igual manera las redes sociales están enfocadas en brindar información sobre el servicio ofrecido por la empresa generándose descuentos para aquellas personas que compartan y etiqueten a más amigos dentro de las publicaciones efectuadas por la empresa.

1.11. Seguimiento de Clientes

Para conocer las necesidades y el grado de satisfacción de los clientes sobre el servicio ofertado es importante aplicar estrategias que nos permitan conocer si el servicio ofertado cumple con todas las expectativas de los clientes y con esto aseguramos la fidelización de los clientes. Para esto se realizará las siguientes actividades:

- Al concluir con el servicio y al momento del pago se ofrecerá al cliente un sistema rápido que permita calificar al servicio
- Buzón de sugerencias que estará ubicado de manera física en el establecimiento y otro buzón digital en la página web para conocer las opiniones de los clientes sobre la atención recibida al ofrecer el producto.
- Un sistema de quejas que permitan sentir a los clientes que se encuentra respaldado y que su opinión nos importa.

2. CAPITULO II

Operaciones

2.1. Objetivos del Estudio de Producción

Desarrollar un proceso para la atención al cliente en la lubricadora “Cleaning & Playing” **mediante** procesos de calidad con recursos humanos y tecnológicos apropiados.

2.2. Descripción del Proceso

2.2.3. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

“Por proceso se entiende cualquier conjunto de actos coordinados para producir un fin; así hablamos del proceso de atención al cliente”. (ECHANDÍA, 2013).

PREATENCIÓN. - Se inicia con el agendamiento o llegada del cliente, llenar la ficha de servicio según la necesidad o el tipo de servicio que el cliente desea para su automotor.

ATENCIÓN DEL SERVICIO. -El proceso del servicio inicia con la recepción de vehículo e ingresado al espacio de trabajo según el tipo de mantenimiento y requerimiento que necesita el automotor, mientras el cliente también es atendido según su gusto y necesidad en el centro de entretenimiento donde se le ofrece opciones de juegos mecánicos, juegos de mesa, sala de descanso, zona de snacks, entre otras para que el tiempo de espera sea agradable.

POSATENCIÓN. -Para finalizar el servicio se realiza un chequeo final para confirmar que el requerimiento del cliente haya sido completado con éxito y que su tiempo de espera lo haya aprovechado de la mejor manera, esto podríamos conocer con una pequeña encuesta de satisfacción del servicio que se lo realizará en caja al momento de cancelar para que no se convierta molesto ni fastidioso al cliente ya que mientras se factura el cliente responderá un máximo de tres preguntas claves que nos permitirá conocer la experiencia del cliente en Cleaning & Playing.

Un sistema de operaciones es algo complejo, ya que en él concurren varias disciplinas y tecnologías, donde se ven reflejadas las actitudes y filosofías de los directores, así como las influencias de clientes y proveedores. No obstante, el paradigma mecanicista ha propiciado la utilización de enfoques que plantean la optimización de partes del sistema de operaciones, como si de este modo se lograra la optimización de todo el sistema,

situación que es bastante limitada y que más bien puede afectar la ejecutoria de todo el sistema (Matalobos, 2005).

Figura 21

Mapa de procesos



Fuente: Investigación personal.

Elaborado por: La Autora

El diagrama de flujo presentado con anterioridad evidencia claramente los procesos inherentes al giro de negocio para de esta manera

brindar un servicio óptimo a los clientes

Para el desarrollo del plan de negocios se efectuó flujo gramas a cada proceso donde se establece el inicio y finalización de los procesos acorde a la realidad de la organización, cómo se puede visualizar a continuación en la siguiente figura:

Figura22

Flujo de procesos



Fuente: investigación personal

Elaborado por: La Autora

2.3. Descripción de localización, distribución física, equipos y personas. 2.3.3.

Localización de la microempresa

La microempresa iniciará sus operaciones correspondientes al adquirir las instalaciones y equipar con los implementos necesarios, se debe indicar una vez más que la microempresa “Cleaning & Playing” estará ubicada en el sector del Triángulo del Valle de los Chillos, cantón Rumiñahui, en la Calle Isla Floreana EO8-55.

Figura 23

Ubicación geográfica de la empresa



Fuente: Google Maps 2020

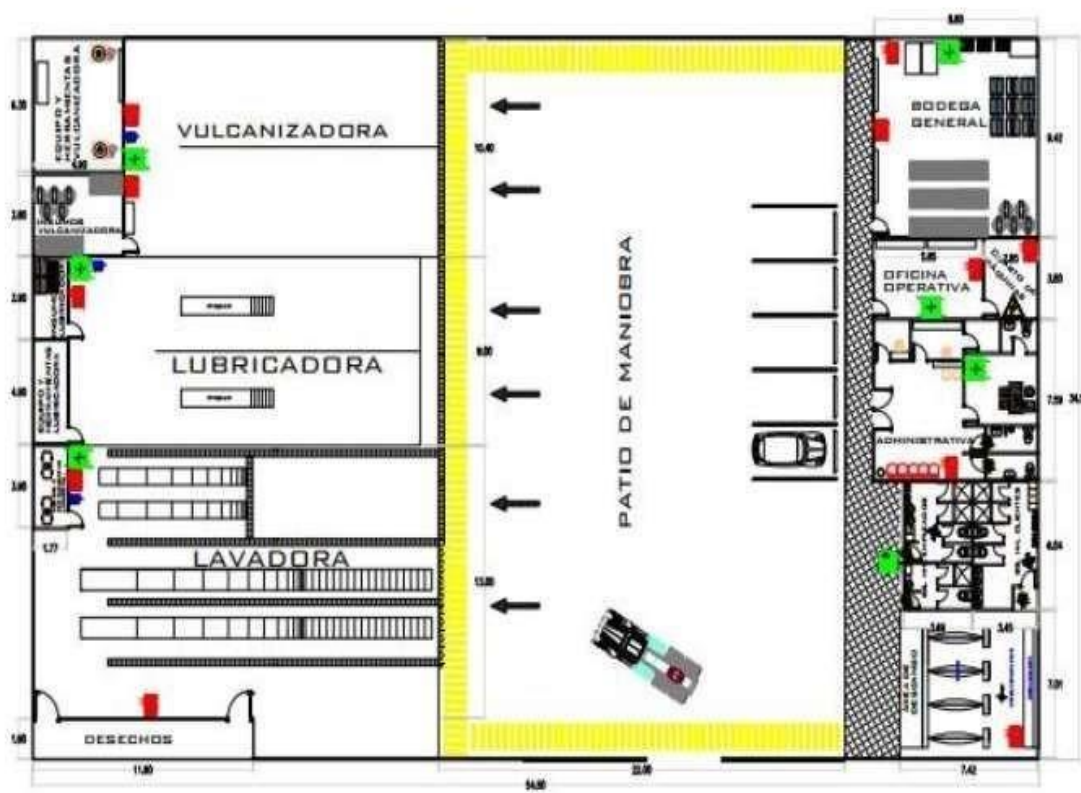
Elaborado por: Google Maps

2.3.4. Distribución física de la microempresa

Para el óptimo funcionamiento de la empresa se requiere aproximadamente 390 metros, cabe recalcar se estructura física es otorgada por el accionista y cuenta con todas las adecuaciones para el correcto funcionamiento de la empresa, la distribución está estructurada de la siguiente manera:

Figura24

Distribución física



Fuente: Administración de la Producción y Operaciones **Elaborado por:** La Autora.

Tabla 36 *Distribución física empresa*

Área	Superficie (m2)
Recepción	15

Sala de espera	15
Patio de maniobra	85
Patio de trabajo	95
Sala de entretenimiento	75
baños	15
oficinas	65
Caja	25
TOTAL	290 metros cuadrados

Fuente: Investigación personal.

Elaborado por: La Autora

2.3.5. Descripción de equipos e instrumentos para producción de la microempresa

En la siguiente tabla se describen los equipos y herramientas necesarios para efectuar las actividades del giro de negocios de la microempresa “Cleaning & Playing”.

Tabla 37*Maquinaria y equipos*

Cant.	Descripción		Pre. Unitario	Valor total
3	Hidrolavadora 2500 psi		\$1.500,00	\$4.500,00
5	Aspiradoras		\$400,00	\$2.000,00
1	Engrasadora automática		\$200,00	\$200,00
3	Pulverizadora		\$30,00	\$90,00
3	Pistolas de presión		\$85,00	\$255,00
2	Manguera de agua de presión		\$135,00	\$270,00
TOTAL, DE INVERSIÓN DE MAQUINARIAS				\$7.315,00

Fuente: Investigación personal.**Elaborado por:** La Autora**Tabla 38***Equipo de computación*

Cant	Descripción	Pre. Unitario	Valor total
1	\$150,00 \$150,00 laptop HP Core i5		
	Impresora canon		
		\$30,00	\$30,00
1			
	software contable avanzado de Excel		
		\$10,00	\$10,00
1	Tv Lcd Samsung 4K 3D de 110 pulgadas con sistema incluido		
		de audio \$1.000,00	\$1.000,00
	Xbox One con 7 palancas inalámbricas incluidas		
1	\$350,00		\$350,00
TOTAL, DE INVERSIÓN DE EQUIPO			
DE COMPUTACIÓN			\$1540,00

Fuente: Investigación personal.

Elaborado por: La Autora

Tabla 39*Muebles*

Cat.	Descripción	Pre. Unitario	Valor total
			
	Estación de trabajo con tres sillas		
1		\$149,00	\$149,00
			
	Sillones relax blancos	\$100,00	
6			600,00
TOTAL, DE INVERSIÓN DE MUEBLES			\$850,00

2.3.6. Descripción de personas

El personal que laborará en la microempresa está conformado inicialmente por 9 personas, las cuales colaborarán en cada una de las áreas asignadas dentro de la microempresa Cleaning & Playing , como se detalla a continuación.

Tabla 40*Personal y horas de trabajo*

Actividad	Personal	Tiempo	N° Personas	Horas Hombre
Planificar, dirigir, Gerente general organizar, verificar el cumplimiento de las metas. Actividades financieras.		8 H. D	1	40 H. S
Atención del servicio de automotores	Operario 1 los	8 H. D	1	40 H. S
	Operario 2	8 H. D	1	40 H. S
Atención del servicio de los automotores	Cajero	8 H. D	1	40 H. S
Encargado de facturación, cobro a clientes, atención al cliente, coordinación de la sala de entretenimiento.				

Fuente: Investigación personal.**Elaborado por:** La Autora**2.3.7. Tecnología que aplicar a la microempresa**

Las máquinas para utilizar son hidro lavadoras exportadas de marca lavor o black deker con una capacidad de 1800 a 2500 psi de presión y aspiradoras de las mismas marcas con velocidad de 5000 caballos de fuerzas recomendadas para este tipo de servicios.

Se caracterizará por la cantidad de vehículos que pueda atender o servir en un tiempo determinado, en base a su infraestructura física, equipamiento y cantidad de personal directo e

indirecto es de atender a 20 vehículos diarios, los cuales estarán relacionados a tres factores que determinarán el tamaño de la planta, que son:

Infraestructura física, equipamiento y personal.

Toda esta tecnología está enfocada en el mejoramiento continuo de los procesos internos de la empresa “Cleaning & Playing”

2.4. Factores que afectan el plan de operaciones

2.4.3. Ritmo de producción

El ritmo de producción para la empresa “Cleaning & Playing” está estructurado bajo el criterio de todos los procesos están involucrados acorde al giro de negocio de la empresa y se presenta a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 41

Ritmo de producción del servicio

Actividades	número	Tiempo	Tiempo	Ritmo de	Promedio en nominal	trabajo
			personas	En minutos	En minutos	
Saludo de bienvenida			2	6,6	6	normal
Agendamiento de servicio			1	5,5	5	normal
Recepción del automotor	1		5,5	5	normal	Invitación al cliente al
centro de	1	3	3	normal	entretenimiento	
Culminación del servicio			2	30,5	30	normal

Facturación del servicio	1	5	5	normal
Total			54	normal

Fuente: Investigación personal.

Elaborado por: La Autora

En la tabla presentada con anterioridad se calcula que el tiempo nominal en minutos para el servicio es de 54 minutos con un ritmo normal.

2.4.4. Número de trabajadores

Para la microempresa “Cleaning & Playing” se requiere personal altamente capacitado para un buen desempeño organizacional que satisfaga las necesidades de los clientes el personal es detallado en la siguiente tabla:

Tabla 42

Número de trabajadores

Trabajadores	Número	Salario mensual	Salario anual
Gerente	1	400,00	4.800
Operario 1	2	400,00	9.600
Cajero	1	400,00	4.800

Fuente: Investigación personal.

Elaborado por: La Autora

La microempresa “Cleaning & Playing” necesita el siguiente personal un gerente que se encargará de la administración y representación legal de la empresa, todos operarios que se encargarán de efectuar el servicio a los vehículos y un cajero que se encarga de la atención y facturación del servicio.

2.5. Capacidad de Producción

2.5.3. Capacidad de producción futura.

La capacidad de servicio de la microempresa “Cleaning & Playing” está proyectada acorde a la realidad del sector donde se brinda el servicio que es en el Triángulo, la capacidad del servicio brindado está basado a la capacidad real instalada y ofrecida por la maquinaria que posee la empresa.

Tabla 43*Capacidad de producción del servicio*

	Diario		3	
	<u>Semanal</u>		15	
	Mensual		60	N° de
	Anual	720		servicios brindados

Fuente: Investigación personal. **Elaborado por:** La Autora

2.5.4. Nivel de inventario promedio.**Tabla 44***Inventario promedio*

Producto	Unidades	Medida	Costo unitario	Costo total
Aceite de caja	70	1/4 de galón	\$ 5,00	\$350,00
Aditivo de motor	70	600 ml	\$6,50	\$455,00
Filtro de gasolina	70	Unidad	\$2,50	\$175,00
Total			\$14,00	\$980,00

Fuente: Investigación personal.

Elaborado por: La Autora

2.6. Definición de recursos necesarios para la producción

Para ofrecer de manera óptima el servicio de la empresa “Cleaning & Playing” se requiere tener los recursos necesarios para así satisfacer las necesidades de los clientes, a continuación, se detalla los materiales requeridos para el servicio:

Aceite de caja: Este insumo genera lubricación en los engranajes y elementos interiores de la caja de cambios.

Aditivo de motor: es un compuesto que genera mejoramiento de la calidad del combustible o aceita para beneficiar al motor del vehículo.

Filtro de gasolina: El filtro de gasolina es un dispositivo que impide el ingreso de impurezas al sistema de inyección del automotor.

2.7. Calidad

2.7.3. Método de control de calidad

Para efectuar la metodología de control de la calidad brindada en el servicio de la lubricadora “Cleaning & Playing” se procede a efectuar una hoja de control de la calidad que tiene por objetivo recopilar información relevante que posteriormente serán analizar con el fin de tomar decisiones óptimas para la organización.

Figura25

Hoja de control de la calidad

LUBRICADORA "CLEANING & PLAYING"		 Cleaning & Playing Seguridad y confianza	
HOJA DE CONTROL DE CALIDAD			
DATOS GENERALES			
Día:			
Fecha:			
Hora:			
Nombre del Propietario:			
DATOS DEL AUTOMOTOR			
Marca:			
Modelo:			
Año de Fabricación:			
Kilometraje:			
CLASE:	<input type="checkbox"/> Sedán	<input type="checkbox"/> Todoterreno	<input type="checkbox"/> Camioneta
DATOS DEL SERVICIO			
Tipo de Servicio:			
Tipo de Inspección:	<input type="checkbox"/> Cheques	<input type="checkbox"/> Diagnóstico	
Tipo de Arreglo:	<input type="checkbox"/> Reparación	<input type="checkbox"/> Instalación	
Nombre del Encargado del Servicio:			
Hora de Inicio:		Hora de Fin:	
Análisis Detallado de los Defectos			
#	Tipo de Defecto	Calificación	
		Inspección Vehículo	Vehículo Reparado
1.		X	✓
2.		X	✓
3.		X	✓
4.		X	✓
Firma Encargado:		Firma Propietario:	

Fuente: Investigación personal.

Elaborado por: La Autora

2.8. Normativas y permisos que afectan su instalación

Según el Ministerio del Trabajo, existen una serie de normas y autorizaciones necesarias para el buen funcionamiento de un centro de autos express, todas las empresas deben cumplir con todas las autorizaciones, es por eso que la Constitución Ecuatoriana legislación del , artículo 326, No. 5 por el que se establecen las Normas de la Comunidad Andina, Convenio Internacional OIT , Código del Trabajo, Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Ambiente de Trabajo,

Acuerdo

Ministerial

(Constitución del Ecuador, 2008)

2.8.3. Seguridad e higiene ocupacional.

De conformidad con el Decreto No. 2393, las disposiciones de este Reglamento se aplican a todas las actividades laborales y en todos los lugares de trabajo, con el propósito de prevenir, reducir o eliminar los riesgos laborales y mejorar el medio ambiente (IESS, 1986).

Por lo tanto, se puede decir que este reglamento determina el cumplimiento de normas de seguridad y salud en el trabajo además de las condiciones ambientales como ventilación, temperatura y humedad.

Para el riesgo, es importante tener en cuenta que cualquier lugar o actividad donde se emitan contaminantes físicos o químicos, la prevención de riesgos a la salud debe evitarse creando salidas, emisiones y transmitiéndolas en primer lugar.

Se deben implementar las siguientes prácticas de higiene y medidas de protección: Llevar ropa de protección adecuada, estuche con cremallera o cremallera en lugar de botones. La empresa será responsable de proporcionar ropa de protección adecuada para los empleados, mantener una cultura de higiene y limpieza en los trabajadores, fomentar la higiene continua de manos.

Depende de la función real para el desempeño de cada empleado, necesita usar gafas de seguridad, máscaras, tapones para los oídos, guantes y similares para evitar cualquier riesgo.

Mantener las uñas cortas y limpias.

El calzado debe ser de material resistente, impermeable y cerrado.

El personal que presente afecciones de la piel o enfermedades infectocontagiosa deberá ser excluido de toda actividad para precautelar su salud.

CAPITULO III

3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1. Objetivos del estudio de organización y gestión

Organizar la estructura del presente proyecto que nos permita definir las necesidades del personal y la estructura que requerirá el negocio para cumplir los objetivos.

3.2. Análisis estratégico y definición de objetivos

3.2.3. *Visión de la empresa*

Para el 2026 ser una empresa líder en el servicio de lubricación y lavado de automotores, fusionando la diversión y la mejor atención a sus propietarios en un ambiente único.

3.2.4. *Misión de la empresa*

Elevar continuamente el nivel de experiencia del cliente, mediante un servicio innovador fusionando la diversión con el confort, permitiendo que el cliente sienta que siempre está atendido por personal cálido y preocupado por llenar sus expectativas.

3.2.5. *Valores*

Los valores de la microempresa son los siguientes:

Respeto: El respeto es esencial para nuestra organización en todo proceso.

Honestidad: Trabajo con honestidad genera confianza en nuestros clientes.

Puntualidad: Nuestra filosofía de trabajo es puntualidad en todos nuestros procesos para un mejor servicio.

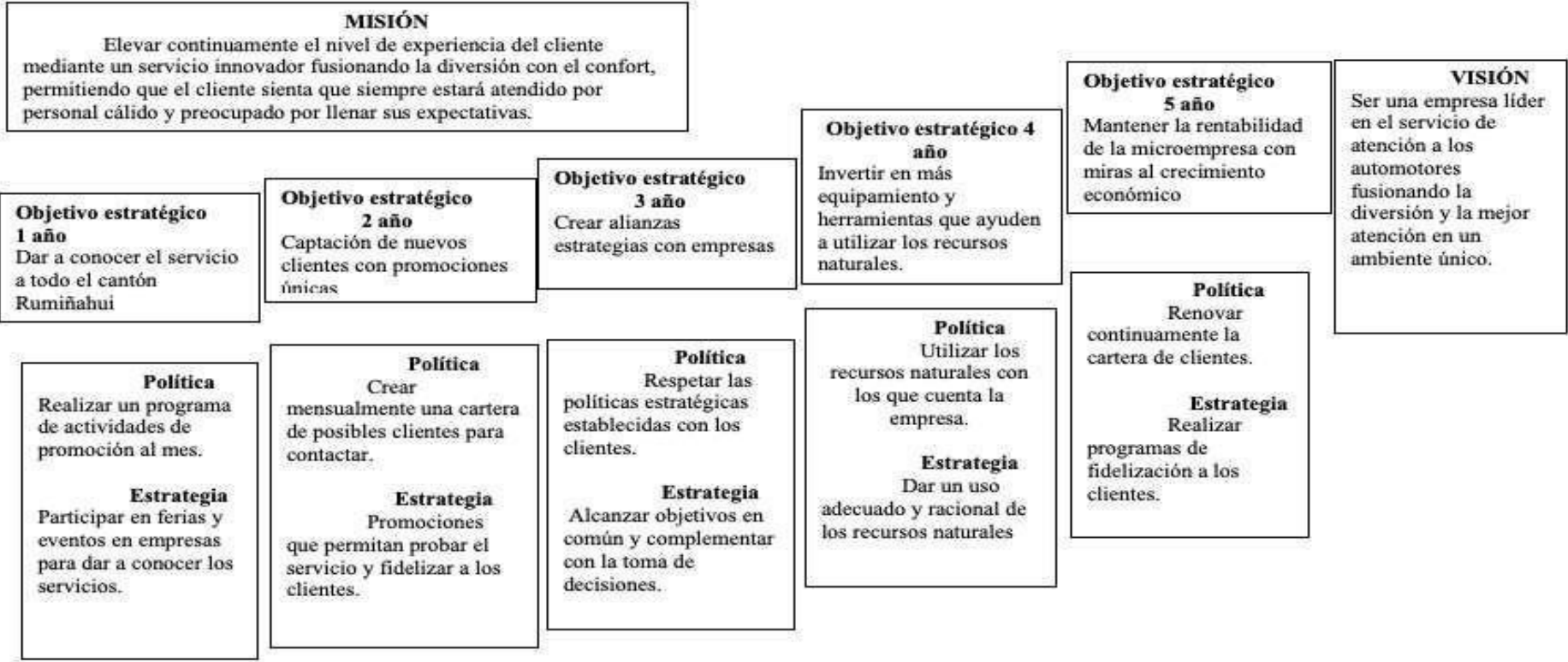
3.2.6. Objetivos y estrategias

Los objetivos estratégicos están basados en la realidad reflejada en el análisis

FODA Efectuado en el capítulo I.

Figura 26

Mapa estratégico



Fuente: Investigación personal.
Elaborado por: La Autora

3.3. Organización funcional de la empresa

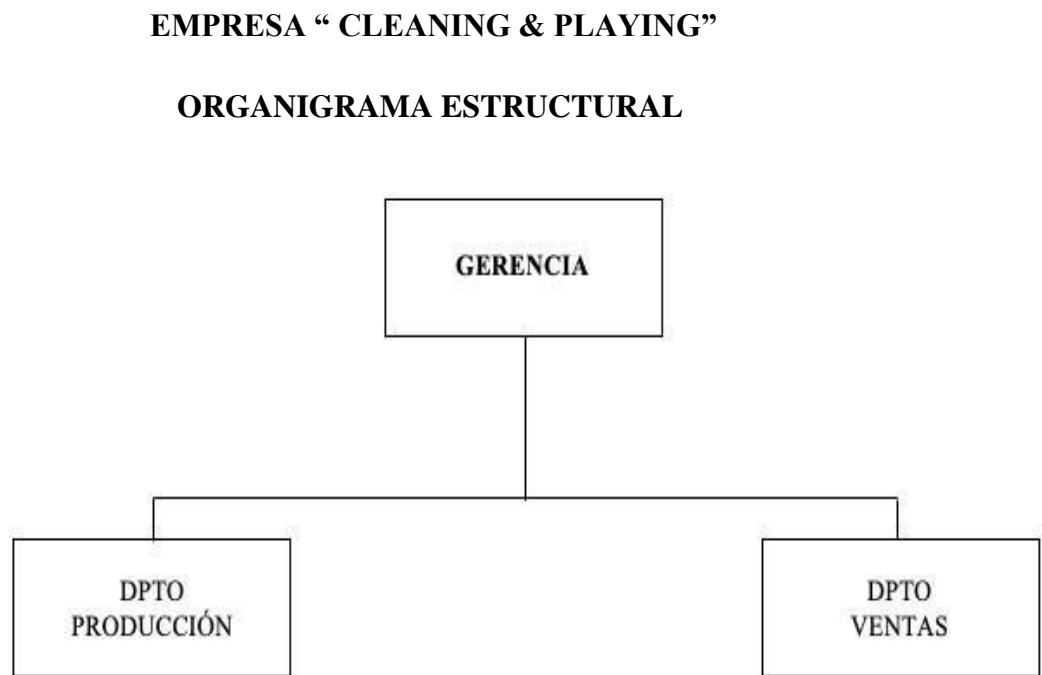
3.3.3. Organización interna

A continuación, se detalla la estructura organizacional de la microempresa

“Cleaning & Playing” de esta manera podemos observar cómo funciona el organigrama funcional de la empresa.

Figura 27

Organigrama estructural



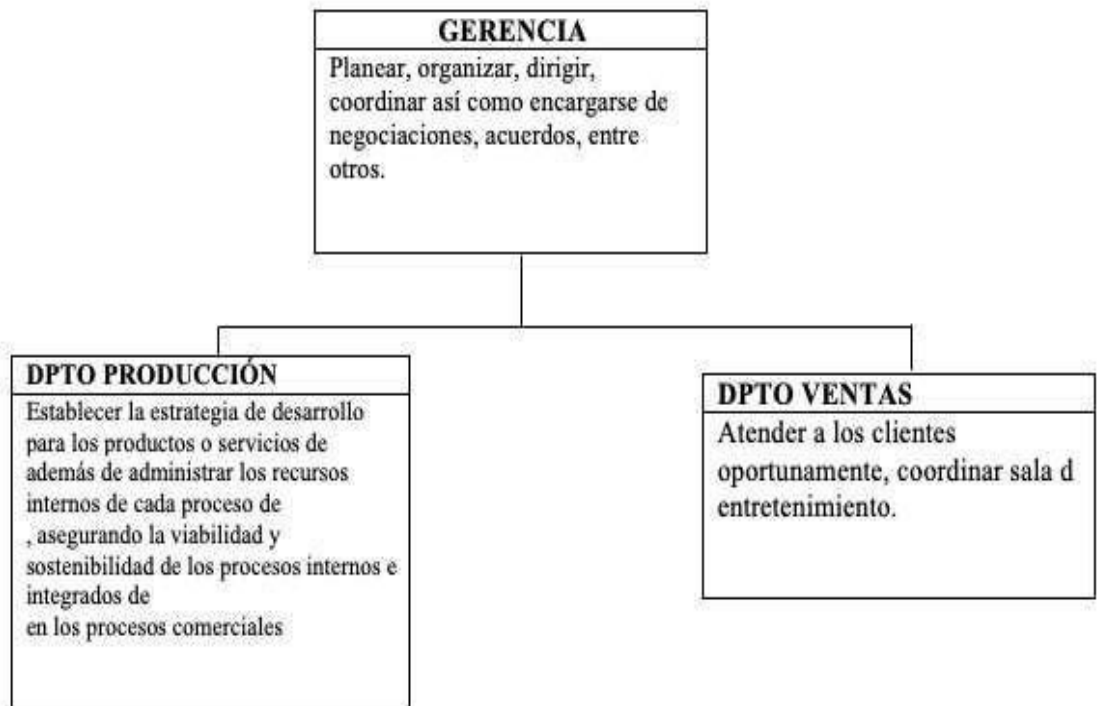
Elaborado por:	Fecha:
Sandra Riera	9-2-2022

Figura 28

Organigrama funcional

EMPRESA “CLEANING & PLAYING”

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Elaborado por:	Fecha:
Sandra Riera	9-2-2022

3.3.4. Descripción de puestos

“Cleaning & Playing” inicia con la descripción de cada uno de los cargos o puestos de acuerdo al organigrama en donde se detalla las funciones y los requerimientos para el puesto del negocio.

Es importante el detalle de puestos ya que es una herramienta que se utiliza siendo el capital humano con el que cuenta la microempresa, aquí se procede a enlistar y definir las funciones y responsabilidades con las que se tiene que cumplir cada uno de los puestos.

Tabla 45 Descripción puesto de gerente

INFORMACIÓN BÁSICA	
AREA DE TRABAJO	Gerencia
PUESTO	Gerente General SUPERVISA A: Operario, Cajero NATURALEZA DEL PUESTO:
<p>Administrar, dirigir, controlar y organizar de manera responsable las diferentes actividades que se debe realiza en “cleaning & playing”. mediante su buena administración se garantizará el bienestar de la organización.</p>	
FUNCIONES	
<p>Representar legalmente a la micro empresa cleaning & playing. Dirigir la empresa apegándose al reglamento Vigilar las actividades que realizan las áreas manejando un excelente clima laboral. Diseñar y ejecutar el plan de desarrollo anual con programas de inversión. aprobar el presupuesto anual. Examinar el informe financiero de manera periódica.</p>	
REQUISISTOS MÍNIMO DEL PUESTO	
	Licenciado/a
TÍTULO PROFESIONAL	Ingeniero/a Mínimo 4 años de experiencia
encargos	
EXPERIENCIA	similares
	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad y ética en el cargo • Trabajo bajo presión • Liderazgo y habilidad en manejo
HABILIDADES	de grupos
	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en programas informáticos

Fuente: Investigación personal.

Elaborado por: La Autora

Tabla 46

Descripción puesto de operario

INFORMACIÓN BÁSICA:	
ÁREA DE TRABAJO	Producción
PUESTO	Operario
JEFE INMEDIATO	Gerente General
SUPERVISA A	Nadie
PERSONAS A OCUPAR EL CARGO	1

NATURALEZA DEL PUESTO:

EFFECTUAR LOS SERVICIOS REQUERIDOS POR LOS USUARIOS EN SUS RESPECTIVOS VEHÍCULOS SATISFACIENDO PLENAMENTE LAS NECESIDADES REQUERIDAS POR EL CONSUMIDOR. FUNCIONES

- Realizar la revisión y mantenimiento de los vehículos de los usuarios
- Cumplir con las metas trazadas por la organización
- Mantener el orden y limpieza de su área de trabajo
- Atender a los clientes en los requerimientos necesarios respecto al servicio vehicular

REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

TÍTULO PROFESIONAL	tecnólogo, licenciado o ingeniero en mecánica automotriz
EXPERIENCIA	Mínimo 3 años de experiencia en mecánica automotriz
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none">• Creativo• Disciplinado• Paciente• Empatía• Buena actitud

Fuente: Investigación personal.

Elaborado por: La Autora

Tabla 47

Descripción puesto cajero

INFORMACIÓN BÁSICA:	
ÁREA DE TRABAJO	Caja
PUESTO	Cajero
JEFE INMEDIATO	Gerente General
SUPERVISA A	Nadie
PERSONAS A OCUPAR EL CARGO	1

NATURALEZA DEL PUESTO:

EFECTUAR LA FACTURACIÓN DE LOS SERVICIOS PRESTADOS HACIA LOS CLIENTES Y COORDINAR LA ATENCIÓN GENERAL EN LA SALA DE ENTRETENIMIENTO FUNCIONES

- Facturar los servicios prestados.
- Atender a los clientes de manera óptima
- Agendar las citas para los clientes
- Efectuar la limpieza de la sala de entretenimiento

REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

TÍTULO PROFESIONAL	bachiller en Ciencias generales o bachiller en contabilidad
EXPERIENCIA	Mínimo 3 años de experiencia en mecánica automotriz
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none">• Creativo• Disciplinado• Paciente• Empatía• Buena actitud

Fuente: Investigación personal.

Elaborado por: La Autora

3.4. Control de Gestión

3.4.3. Indicadores de Gestión

Los indicadores de gestión son una expresión cuantitativa que nos permiten medir el comportamiento y desempeño de los procesos establecidos en la empresa, si lo aplicamos de manera correcta nos permitirá detectar con anticipación una desviación sobre las cuales se deben tomar acciones correctivas o preventivas según dependiendo cual sea el caso.

En el siguiente cuadro se explica como la microempresa “Cleaning & Playing” ha generado indicadores de gestión con las proyecciones de ventas comparando la utilidad durante los 5 años, todo esto se detalla a continuación:

Lograr satisfacción en al menos el 90% de

FÓRMULA

FRECUENCIA

nuestros clientes

77

Tabla 48

Indicadores de Gestión

**ÁREA DE
IMPLEMENTACIÓN
GERENCIA**

INDICADOR

META

$$\frac{\text{Presupuesto ejecutado}}{\text{Presupuesto programado}} * 100$$

Mensual

Eficiencia
presupuestaria

Cumplir con al menos el
95% de lo planificado

$$\frac{N^{\circ} \text{ cursos realizados}}{N^{\circ} \text{ cursos planificados}} * 100$$

Anual

Mejoramiento de
capacidad del personal

Contar con el 95% del
personal calificado

$$\frac{N^{\circ} \text{ de automotores atendidos}}{\text{Hora empleada}}$$

Costos fijos

**DPTO.
CONTABILIDAD**

Punto de
Equilibrio Periodo
de

rentabilidad de la empresa 90%

$$\frac{\text{Margen de contribución}}{\text{Monto inicial}}$$

Anual

recuperación de la
inversión

Verificación de la

$$\frac{\text{Flujo de efectivo por periodo}}{\text{Capacidad Utilizada}}$$

Anual

**DPTO.
OPERACIONES**

productividad de
la mano de obra

Contar con un
crecimiento del 90% de margen
de recuperar la inversión tiempo
de producción

$$\frac{\text{Eficacia de utilización de maquinaria}}{\text{Eficiencia Comercial}}$$

Mensual

Eficacia de
utilización de maquinaria

80%

*100

Mensual

**DPTO.
VENTAS**

Eficiencia
Comercial
Rentabilidad
clientes

Conservar el buen estado
de la maquinaria 95%

Obtener un 85% de
eficiencia en ventas

$$\frac{\text{Capacidad Utilizada}}{\text{Capacidad disponible}} * 100$$

Fuente: Investigación personal.

Elaborado por: La Autora

Nº de ventas realizadas Mensual

* 100

~~*Nº de ventas esperadas*~~

Cientes satisfechos

Trimestral

Monto promedio de compra

*100

3.5. Necesidades de personal para la empresa “Cleaning & Playing” es muy importante contar el talento humano adecuado y óptimo para producir un servicio de calidad que satisfagan las necesidades y requerimientos de los consumidores.

Tabla 49 Necesidad de personal

PERSONAL REQUERIDO PARA EL PROYECTO							
Año	Gerente		Operario		Cajero		
2020	1	2		1			
2021	1	2	1				
2022	1	2	1	2023	1	2	1
2024	1	2	1	TOTAL	1	2	1

Fuente: Investigación personal.

Elaborado por: La Autor

CAPITULO IV

4. ÁREA JURÍDICO LEGAL

4.1 Objetivos del estudio Jurídico Legal

Constituir jurídicamente a la microempresa “Cleaning & Playing” como Compañía de Responsabilidad Limitada, cumpliendo con los requisitos establecidos por la ley de compañías.

4.2 Determinación de la forma jurídica

La microempresa **Cleaning & Playing** se constituirá de manera jurídica como una Compañía de Responsabilidad Limitada, con el capital económico propio para el crecimiento de la microempresa. Se optó por este tipo de compañía porque la empresa es de tipo familiar.

Tabla 50

Determinación de la forma jurídica

Cleaning & Playing	
Definir el nombre	

Elaborar el estatuto de la empresa	<p>creación de la empresa y se validará mediante una minuta que será firmada y validada por un abogado.</p>
Se realizar un contrato que regirá la	<p>Para aperturar la cuenta bancaria, se elegirá en que banco del país nos dan mayor seguridad y</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una Carta de socios, se debe detallar
Elevar a escritura pública	<p>la participación de cada uno de los socios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presenta por cada socio 2 copias de cedula y papeleta de votación. • Una cartilla de un servicio básico para registrar la dirección. • Presentar un documento escrito que indique los datos del representante legal.
Apertura una cuenta bancaria	<p>Ir a un notario público, con los siguientes documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reserva de nombre de la empresa. beneficio, entre los requisitos que solicitan para aperturar una cuenta están los siguientes: • Para crear una cuenta corriente se debe iniciar con un depósito mínimo de \$400.
Obtener los permisos municipales	<p>Solicitar en el Municipio, donde el dueño de la empresa realizar lo siguiente:</p> <p>Pagar la patente municipal.</p> <p>Pedir el certificado de cumplimiento y obligaciones.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de cuenta de integración de Capital y. • La minuta con los estatutos. 	<p>El RUC (Registro Único de Contribuyente). Se obtiene en el SRI (Servicios de Rentas Internas).</p>
Los requisitos son:	<ul style="list-style-type: none"> • El formulario correspondiente debidamente lleno.

Obtener el RUC

- Original y copia de la escritura de constitución.
- Original y copia de los nombramientos.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios.
- Una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite correspondiente.

Fuente: Lexpro Ecuador

Elaborado por: La Autora

4.3 . Registros de marcas

Para las empresas que desean dar fuerza desde el inicio de su creación, es importante un registro de marca, esto permitirá impedir que terceros comercialicen productos o servicios idénticos o similares con la misma marca o utilizando una marca tan similar que pueda crear confusión, en términos similares a las patentes.

La empresa **Cleaning & Playing** realizará su respectivo registro y patente de la marca, para esto se deberá cumplir los siguientes requisitos detallados a continuación.

Figura29

Requisitos para solicitar una patente en Ecuador

La solicitud para obtener una patente de invención deberá presentarse en el formulario preparado, y puesto a disposición por la Dirección Nacional de Propiedad Industrial y deberá especificar:	
•	Identificación del solicitante(s) con sus datos generales, e indicando el modo de obtención del derecho en caso de no ser él mismo el inventor.
•	Identificación del inventor(es) con sus datos generales.
•	Título o nombre de la invención
•	Identificación del lugar y fecha de depósito del material biológico vivo, cuando la invención se refiera a procedimiento microbiológico.
•	Identificación de la prioridad reivindicada, si fuere del caso o la declaración expresa de que no existe solicitud previa.
•	Identificación del representante o apoderado, con sus datos generales.
•	Identificación de los documentos que acompañan la solicitud.

Fuente: Lexpro Ecuador
Elaborado por: La Autora

Estos documentos indicados en el cuadro anterior deben ir acompañados de lo siguiente:

- 1) El título o nombre de la invención con la correspondiente memoria descriptiva que expliquen la invención de una manera clara y completa, de tal forma que una persona versada en la materia pueda ejecutarla.
- 2) Cuando la invención se refiera a materia viva, en las que las descripciones no puedan detallarse en sí misma, se deberá incluir el depósito de la misma en una Institución depositaria autorizada por las oficinas nacionales competentes. El material depositado formará parte integrante de la descripción
- 3) Una o más reivindicaciones que precisen la materia para la cual se solicita la protección mediante la patente.
- 4) Dibujos que fueren necesarios.
- 5) Un resumen con el objeto y finalidad de la invención. 6) El Comprobante de Pago de la Tasa.
- 7) Copia certificada, traducida y legalizada de la primera solicitud de patente que se hubiere presentado en el exterior, en el caso de que se reivindique.
- 8) El documento que acredite la Cesión de la invención o la relación laboral entre el solicitante y el inventor.
- 9) Nombramiento del Representante Legal, cuando el solicitante sea una persona jurídica. 10) Poder que faculte al apoderado el tramitar la solicitud de registro de la patente, en el caso de que el solicitante no lo haga el mismo. Cabe aclarar que la Dirección Nacional de Propiedad Industrial no admitirá a trámite aquellas solicitudes que no contengan por lo menos los documentos mencionados en los numerales 1, 3, 4, 5 y 6.

Es decir, si a la solicitud se le acompañan por lo menos estos documentos se otorgará la fecha de presentación de la solicitud, que da origen al nacimiento del derecho de prioridad.

Cómo presentar su solicitud de patente

La Solicitud de Patente debe presentarse por triplicado, en papel blanco, fuerte y duradero, de formato A4 (29.7cm x 21cm). La memoria descriptiva y las reivindicaciones deben presentarse por duplicado. Las hojas no deben estar desgarradas, arrugadas ni dobladas. Solo deben utilizarse por una cara. Las hojas estarán unidas de forma que puedan pasarse fácilmente durante su consulta y separarse y volverse a unir de nuevo sin dificultad. Cada hoja debe ser utilizada en sentido vertical, salvo lo dispuesto para dibujos. Cada uno de los documentos de la solicitud de patente (solicitud, descripción, reivindicaciones, resumen etc.) debe comenzar en una nueva hoja. • Los márgenes deben estar en blanco. Las hojas de la descripción, reivindicaciones y dibujos deben estar numeradas correlativamente en cifras árabes. La numeración debe ir centrada en la parte superior de cada hoja, respetando el margen superior. Las líneas de cada hoja de la descripción y de las reivindicaciones deben ser numeradas de cinco en cinco, situándose esta numeración en la parte izquierda, a la derecha del margen y comenzando una nueva numeración en cada hoja. La solicitud de patente, la memoria descriptiva, el resumen, y las reivindicaciones deben estar mecanografiadas o impresas, con color negro e indeleble. Únicamente los símbolos y caracteres gráficos y las fórmulas químicas o matemáticas podrán estar manuscritos o dibujados. La terminología y los signos de la solicitud de patente deben ser uniformes. Las hojas deben estar razonablemente exentas de borraduras y no contener correcciones, tachaduras ni interlineaciones.

4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

Luego de revisar cuales son las licencias necesarias para la funcionalidad y los documentos legales, se detallan a continuación:

Requisitos para obtener el LUAE

Solicitud de inspección del edificio: puede ser descargada en el siguiente link: Solicitud de Servicios

RUC escaneado en formato PDF

Cédula de identidad del representante legal escaneado en formato PDF

Requisitos Especiales:

- Formulario en el que el usuario declara que cumple las condiciones de seguridad contra incendio en el edificio

RUC

El Servicio de Rentas Internas (SRI) cataloga como beneficiarios de la inscripción del Registro Único del Contribuyente (RUC), a las personas naturales (ecuatorianas o extranjeras) residentes en el Ecuador.

Requisitos (básicos)

Cédula de identidad (Presentación)

Certificado de votación (Presentación)

Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente Requisitos alternativos para el canal presencial (suplen la presentación de un requisito básico):

Pasaporte ordinario (Presentación)

Certificado de presentación (Presentación)

Certificado de exención (Presentación)

Requisitos para realizar el trámite en línea:

Número de identificación del contribuyente

Clave de acceso a servicios en línea

Requisitos para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea:

Número de identificación del contribuyente

Clave de acceso a servicios en línea

Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente Solicitud de inscripción de RUC naturales

Requisitos Especiales:

Segmentos específicos o terceros autorizados:

Carnet de refugiado Carta de autorización en línea Poder general o especial.

Proceso para el trámite

Procedimiento para realizar el trámite a través del canal presencial:

1. Acudir al centro de atención del SRI
2. Solicitar el turno
3. Esperar el turno
4. Acudir a la ventanilla de atención
5. Presentar los requisitos y documentación de respaldo
6. Recibir contestación

Procedimiento para realizar el trámite en línea:

1. Ingresar a la página web: www.sri.gob.ec
2. Ingresar a SRI en línea
3. Escoger RUC
4. Seleccionar Registro
5. Ingresar número de identificación y clave
6. Completar información
7. Inscribir el RUC

Procedimiento para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea:

1. Ingresar a la opción SRI en línea del portal: web www.sri.gob.ec

2. Escoger en el panel de control "SRI en línea"
3. Seleccionar "Iniciar sesión"
4. Ingresar el número de RUC y clave
5. Seleccionar en el menú "Trámites y notificaciones"
6. Escoger la opción "Ingreso de trámites y anexos"
7. Seleccionar el servicio del trámite que desea ingresar
8. Escoger y cargar los requisitos y anexos solicitados
9. Completar la información del detalle del trámite que requiere ingresar
10. Ingresar los datos para la notificación
11. Terminar la carga del trámite en la opción "Finalizar"
12. Seleccionar la opción "Aceptar"

4.5.1 Marca

La marca es un derecho inherente a la propiedad intelectual que asegura determinar un factor diferenciador entre la empresa "Cleaning & Playing" y otras empresas que efectúan actividades económicas semejantes a la de esta organización y se diferencian mediante una denominación social, a continuación, se presenta la marca de la empresa:

Figura 30

Marca de la empresa



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

5. AREA FINANCIERA

5.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO FINANCIERO

Obtener por medio del presente estudio financiero indicadores que garanticen la viabilidad del proyecto a corto, mediano y largo plazo.

5.2 Plan de inversiones

En el presente modelo que se está diseñando se encuentran todas las inversiones que necesita la lubricadora para iniciar con su funcionamiento, no obstante, a lo largo del ciclo de vida de un proyecto es necesario elaborar nuevos planes de inversiones cuando llega el momento de tomar decisiones financieras, cabe recalcar que la estructura requerida para el óptimo funcionamiento de la empresa es dada por el accionista y cuenta con todas las instalaciones y adecuaciones propicias para brindar un optimo servicio acorde al giro de negocio de la empresa mencionadas adecuaciones son las siguientes: rampas de acceso, señaléticas de acceso, instalaciones eléctricas, instalaciones de tuberías de agua, baños, entre otras.

El plan de inversiones está calculado en base a los 3 primeros meses de funcionamiento de la empresa.

Tabla 51*Plan de inversión inicial*

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total (USD)	Totales (USD)
ACTIVOS FIJOS				11.583,35
			Muebles y Enseres	749,00
6	Sillón relax blanco	100,00	600,00	
1	Estación de trabajo con tres sillas	149,00	149,00	
Maquinaria y equipos			7.315,00	
3	Hidrolavadora 2500 psi	1.500,00	4.500,00	
5	Aspiradoras	400,00	2.000,00	
1	Engrasadora automática	200,00	200,00	
3	Pulverizadora	30,00	90,00	
3	Pistolas de presión	85,00	255,00	
2	Manguera de agua de presión	135,00	270,00	
Equipo de Computación			1.540,00	
1	laptop HP core i5	150,00	150,00	
1	Impresora canon	30,00	30,00	
1	software contable avanzado de Excel	10,00	10,00	
1	Tv Lcd Samsung 4K 3D de 110 pulgadas con sistema de audio incluido	1.000,00	1.000,00	
1	Xbox One con 7 palancas inalabricas incluidas	350,00	350,00	
INVENTARIOS			1.579,35	
25	ACEITE KENDALL	17,00	425,00	

20	ACEITE MOVIL	18,50	370,00
25	ACEITE AMALIE	17,00	425,00
15	FILTROS DE ACIETE WIX	2,50	37,50
15	FILTROS DE ACIETE SHONGUN	1,95	29,25
15	FILTROS DE ACIETE ADELCO	2,80	42,00
2	GALON DE DESENGRASANTE	25,00	50,00

89

2	GALON DE SHAMPOO	18,00	36,00	
2	GALON DE GRAFITO	28,00	56,00	
12	LIMPIADOR DE INJECTORES	2,80	33,60	
6	FELPA DE PULIR	12,50	75,00	
	Gasto de constitución		400,00	708,00
1	Gasto constitución de la empresa	400,00	400,00	
	Permisos Legales		308,00	
1	Autorización de Cuerpo de Bomberos de Quito	20,00	20,00	
1	Licencia ARCSA	248,00	248,00	
1	Patente Municipal del Distrito Metropolitano de Quito	40,00	40,00	
	Capital de trabajo			8.332,04
	Costo de producción		15.403,48	

3	Sueldos mano de obra directa	1.041,53	3.124,60
3	Servicios básicos de producción	4.032,00	12.096,00
3	Depreciaciones de producción	60,96	182,88

	Gastos administrativos		2.881,27
3	Sueldos Administrativos	520,77	1.562,30
3	Servicios básicos administrativos	398,40	1.195,20
3	Depreciación de bienes administrativos	74,90	24,97
3	Suministros de oficina	296,40	98,80
	Gastos de Ventas		1.687,30
3	Publicidad	10,42	125,00
3	Sueldo de cajero	520,77	1.562,30
	TOTAL		19.915,39

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Cómo se puede visualizar en la tabla anterior los activos fijos dan un total de \$11.583,35 dólares, los gastos de Constitución de la empresa equivale a \$708,00 dólares, el capital de trabajo equivale a \$8.332,04 dólares que producen un total de \$19.915,39 dólares requeridos para el funcionamiento de los 3 primeros meses de la empresa.

5.1 Cálculo de Costos y Gastos

5.1.1 Mano de Obra

A continuación, se detalla el cálculo de mano de obra correspondiente al personal requerido para brindar un óptimo servicio cumpliendo con todas las provisiones de ley que rigen dentro de la República del Ecuador.

Tabla 52

Mano de obra directa

Ord.	Apellidos y	Cargo	Ingresos		Descuentos		Valor nombres		A pagar
			SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	
1	NN	Operador 1	425,00	0,00	425,00	0,00	40,16	40,16	384,84
2	NN	Operador 2	425,00	0,00	425,00	0,00	40,16	40,16	384,84
TOTALES			850,00	0,00	850,00	0,00	80,33	80,33	769,68

Fuente: Investigación propia **Elaborado por:** La Autora

Tabla 53

Provisiones mano de obra directa

Provisiones	Patronal 11,15%	XIII	XIV	Fondo Reserva	Vacac, 17,71	Total Provision	Costo MO
	47,39	35,42	35,42	0,00	17,71	135,93	520,77
	47,39	35,42	35,42	0,00	17,71	135,93	520,77
	94,78	70,83	70,83	0,00	35,42	271,86	1.041,53

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

Tabla 54*Gastos administrativos*

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Ingresos			Descuentos		Valor	
			SBU	Otros	Total	Varios	9,45% Total	a pagar	
1	Sandra Riera	Gerente	425	0	425	0	40,16	40,16	384,84
1	NN	Cajero	425	0	425	0	40	40,16	40,16
Provisiones	Patronal 11,15%	XIII	XIV	Fondo de reserva	Vacac,	Total provisiones	Costo MO		
Sandra Riera	47,39	35,42	35,4	0	17,71	135,93	520,77		
NN	47,39	35,42	35,4	0	17,71	135,93	520,77		
Totales	94,78	70,83	71	0	35,42	271,86	1.041,53		

Fuente: Investigación propia **Elaborado**
por: La Autora

Se evidencia en la tabla que los gastos administrativos generados por los sueldos del gerente y cajero con sus respectivas provisiones dan un total de \$1.041,53 dólares.

5.1.2 Depreciación

La depreciación se efectúa los bienes de la empresa con el fin de efectuar cálculos para evidenciar los años de vida útil de los bienes de tal manera tomar decisiones a futuro que generen mejora continua dentro de la organización.

Tabla 55

Detalle de depreciación

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Muebles y Enseres	10	749,00	10%	74,90
Maquinaria y equipos	10	7.315,00	10%	731,50
Equipo de Computación	3	1.540,00	33%	508,20
TOTAL		9.604,00		1314,60

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

La tabla que se presentó evidencia que el total de la depreciación anual de los bienes que posee la empresa da como resultado \$1314,60 dólares, este cálculo se efectuó acorde a los bienes muebles, maquinaria y equipo de computación que posee la organización.

5.1.2 Proyección de la depreciación

Una vez calculado la depreciación se procede con esos datos a efectuar la proyección de la misma cómo se evidencia a continuación:

Tabla 56

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y Enseres	74,90	74,90	74,90	74,90	74,90
Maquinaria y equipos	731,50	731,50	731,50	731,50	731,50
Equipo de Computación	508,20	508,20	508,20	0,00	0,00

TOTAL	1.314,60	1.314,60	1.314,60	806,40	806,40
-------	----------	----------	----------	--------	--------

Fuente: Investigación propia **Elaborado por:**
La Autora

Se observa claramente en la tabla anteriormente presentada que da como resultado en el año 1 1314,60 como equivalente de la proyección de depreciación esta cifra se mantiene hasta el año 3 puesto que el equipo de computación tiene una vida útil de 3 años lo cual requiere una proyección de depreciación distinta al resto.

5.1.3 Detalle de Costos

A continuación, en la siguiente tabla se efectúa el detalle de los costos inherentes al giro de negocio de la empresa “Cleaning & Playing”.

Tabla 57

Detalle de Costos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo Unitario	Costo mensual	Costos anuales
Mano de Obra directa				1.041,53	12.498,40
Operador 1	Unidad	1	520,77	520,77	6.249,20
Operador 2	Unidad	1	520,77	520,77	6.249,20
Servicios básicos de servicio				4.032,00	48.384,00
Agua	mt3	80	0,40	32,00	384,00
Energía eléctrica	Kw / hr	300	0,40	120,00	1.440,00
Depreciaciones de servicio				60,96	731,50
Maquinaria y equipos	Unidad	1	1.579,35	60,96	731,50

TOTALES

1.254,49

15.053,90

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

La tabla da como resultado un costo mensual de \$1.254,49 dólares con su representación anual de \$15.053,90 dólares, este cálculo considera la mano de obra directa servicios básicos de servicio y depreciaciones de servicio.

5.1.4 Proyección de Costos

Una vez ya efectuado el detalle de los costos se procede a realizar su respectiva proyección, para este cálculo de proyección se consideró el índice de inflación equivalente al 0,80% de la industria automotriz del Ecuador según el Banco Central del Ecuador (Banco Central del Ecuador, 2021).

Tabla 58

Proyección de Costos

Costo mensual	Costo		Total año 1	Costos		Total, año 2	Costos		Total año 3	Costos		Total año 4	Costos		Total año 5
	Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
1.041,53		12.498,40	12.498,40		12.598,39	12.598,39		12.699,17	12.699		12.598,39	12.598,39		12.598,39	12.598,39
152,00	152,00	1.824,00	1.824,00	152,00	1.838,59	1.838,59	152,00	1.853,30	1.853	152,00	1.868,13	1.868,13	152,00	1.883,07	1.883,07
60,96	731,50		731,50	731,50		731,50	731,50		732	731,50		731,50	731,50		731,50
<u>1.254,49</u>	<u>883,50</u>	<u>14.322,40</u>	<u>15.053,90</u>	<u>883,50</u>	<u>14.436,98</u>	15.168,48	884	14.552,48	15.284	884	14.467	15.198	884	14.481,46	15.212,96

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Se evidencia claramente que da como resultado de proyección de costos en el año 1 un total de \$15.053,90 dólares, en el año 2 equivale a \$15.168,48 , en el año 3 equivale a \$15.284 dólares, en el año 4 equivale a \$15.198 dólares y finalmente en el año 5 equivale a \$15.212,96 dólares.

5.1.4.1 Detalle de Gastos

A continuación, se efectúa en la siguiente tabla el detalle de los gastos pertinentes al giro de negocio de la empresa “Cleaning & Playing”, para la empresa es primordial detallar los gastos de esta manera se efectúa un análisis que genera datos para posteriormente elaborar una evaluación financiera. **Tabla 59**

Detalle de Gastos

Detalle	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Valor Unitario	Valor mensual	Valor anual
Sueldos Administrativos				520,77	6.249,20
Gerente	Unidad	1	520,77	520,77	6.249,20
Depreciación bienes Administrativos				6,24	74,90
Muebles y Enseres	Unidad	1	749,00	6,24	74,90
Servicios básicos administrativos				33,20	398,40
Agua	mt3	3	0,40	1,20	14,40

Energía eléctrica	Kw / hr	30	0,40	12,00	144,00
Telefonía e internet	Unidad	1	20 ,00	20,00	240,00
Suministros de oficina				24,70	296,40
Esfero azul	Unidad	2	0,35	0,70	8,40
Resma de papel blanco	Unidad	1	4,00	4,00	48,00
Tinta de impresora canon	Unidad	1	17,00	17,00	204,00
Carpeta archivador	Unidad	1	3,00	3,00	36,00
Autorización de Cuerpo de Bomberos de Quito	Unidad	1	20,00	1,67	20,00
Licencia ARCSA	Unidad	1	248,00	20,67	248,00
Patente Municipal del Distrito Metropolitano de Quito	Unidad	1	40,00	3,33	40,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS				584,91	7.018,90

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Tabla 60

Detalle de gasto de venta

Detalle	Unidad de requerida	Cantidad mensual Unitario	Valor mensual	Valor anual	Valor medida anual
Sueldo de cajero Publicidad	Unidad	1	520,77	520,77	6.249,20
Creación de redes sociales y publicidad	Unidad	2	4,17	8,33	100,00
Impresión de volantes	Unidad	83	0,03	2,08	25,00

TOTAL GASTOS DE VENTA	<u>524,96</u>	<u>531,18</u>	<u>6.374,20</u>
------------------------------	---------------	---------------	-----------------

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

En la tabla de gastos administrativos da como resultado como valor mensual de gastos administrativos 584,91 dólares que anualmente equivalen a 7018,90 dólares.

5.1.5 Proyección Gastos

Posteriormente al detalle de los gastos se efectúa una proyección de gastos considerando la tasa promedio de inflación del sector automotriz cuyo equivalente es del 0,80% (Banco Central del Ecuador, 2021).

Tabla 61

Proyección Gastos

Descripción	Gasto	Total Gastos		Total Gastos		Total mensual		Gastos		año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
		Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	
Sueldos														

Administrativos		520,77		520,77		524,93		533,37		
Depreciación bienes										
Administrativos		6,24	520,77	6,24	524,93	6,29	6,34	533,37	6,39	537,63
Servicios básicos	520,77						529,13			
administrativos		33,20	6,24	33,20	6,29	33,47	34	6,39	34,00	6,44
Suministros de oficina	6,24						6,34			
		33,20	24,70	33,20	24,70	33,47	24,90	25	34,00	25,30
				24,70		24,90				
		24,70					33,73	25,30		25,50
							25,10			
TOTAL		584,91	584,91	584,91	589,59	589,59	594,30	594,30	599,06	599,06
										603,85

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Como se observa en la tabla presentada con anterioridad refleja una proyección de gastos de la siguiente manera bien el año 1 se genera una proyección de \$584,91 dólares, en el año 2 \$589,59 dólares, en el año 3 \$594,30 dólares, en el año 4 \$599,06 dólares, y en el año 5 \$603,85 dólares.

Tabla 62

Proyección gastos de servicio

Descripción	Gasto mensual	Total año 1		Total año 2		Total año 3		Total año 4		Total año 5						
		Gastos Fijos	Gastos Variables	Gastos Fijos	Gastos Variables	Gastos Fijos	Gastos Variables	Gastos Fijos	Gastos Variables	Gastos Fijos	Gastos Variables					
Sueldo de cajero	520,77	520,77		520,77	520,77	524,93	524,93	529,13	529,13	533,37	533,37	537,63				
Publicidad	10,42		10,42	10,42	10,42	10,50	10,50	10,58	10,58	10,67	10,67	10,75				
TOTAL	531,18	520,77	10,42	531,18	520,77	10,42	535,43	524,93	10,50	539,72	529,13	10,58	544,03	533,37	10,67	548,39

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Se evidencia que la producción de gastos totales para el año 1 es de 531,18 dólares, para el año dos es de 535,43 dólares , para el año 3 se proyecta 539,72 dólares, para el año 4 544,37 dólares y para el año5 un total de 548,39 dólares.

5.2 Plan de Financiamiento

Para el financiamiento de la empresa se efectuará un aporte equivalente al 100% dado por el accionista de la empresa es decir que el 100% de financiación son por recursos propios como se visualiza en la siguiente tabla:

Tabla 63

Plan de financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos Propios	19.915,39		
Efectivo	8.332,04	42	
Bienes	11.583,35	58	
TOTAL	19.915,39		100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Se evidencia en la tabla del plan de financiamiento que los recursos propios son equivalente a 100% que en efectivo significa \$8.332,04 dólares y en bienes un total de \$11.583,35 dólares que suman un total de \$19.915,39 dólares.

5.3 Cálculo de ingresos

La empresa “Cleaning & Playing” oferta el servicio de lubricación vehicular para los clientes, este servicio va acompañado de revisión de tren delantero, revisión de suspensión, revisión de filtros, revisión de aceite de caja, revisión de batería y revisión de niveles.

Tabla 64

Cálculo de ingresos

Servicio Indirectos	Mano de Total mensuales	Costos Margen de utilidad	Costo de utilidad Venta (mensual)	Servicios	Precio de	de	Obra
100							
							Unitario
						%	\$
Servicio de							
lubricación vehicular completa	12.498,40	2.555,50	1.254,49	60	70%	878,14	35,54
TOTALES			1.254			878,14	35,54

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

En la tabla anteriormente presentada refleja que el precio de cobro del servicio de lubricación vehicular completa es de 5,65 dólares con un margen de utilidad del 80%.

5.3.1 Proyección de ingresos

Para el cálculo de proyección de ingresos producidos por el servicio de lubricación vehicular completa se considera la tasa de crecimiento

del sector vehicular que equivale al 2% (Instituto Nacional de estadística y censos 2020) **Tabla 65** *Proyección de ingresos*

Servicio	Can	Precio Unit.	Total año 1	Can	Precio Unit.	Total año 2	Can	Precio Unit.	Total año 3	Can	Precio Unit.	Total año 4	Can	Precio Unit.	Total año 5
Servicio de lubricación vehicular completa	720	35,54	25.591,63	734	36,25	26.625,53	749	36,98	27.701,20	764	37,72	28.820	779,35	38,47	29.984,67
TOTAL INGRESOS			25.591,6			26.626			27.701			28.820			29.985

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

La tabla de proyección de ingresos refleja las siguientes cantidades en el año 1 equivale a \$25.591,60 dólares, en el año 2 equivale a \$26.626 dólares, en el año 3 equivale a \$27.701 dólares, en el año 4 equivale a \$28.820 dólares, y finalmente en el año 5 equivale a \$29.985 dólares.

5.4 Punto de equilibrio

Se efectuará un punto de equilibrio considerando datos muy importantes para la organización “Cleaning & Playing” tales como costos y gastos e ingresos generados por el giro de negocio cómo se presentará a continuación:

Tabla 66

Datos para punto de equilibrio

Descripción	Costo fijo	Costo Variable	Costo Total
Costos	883,50	14.322,40	15.205,90
Gastos de Administración	584,91	0,00	584,91
Gastos de Ventas	520,77	10,42	531,18
Suman	1.989,18	14.332,82	16.321,99
Número de servicios	720		
Precio unitario de servicio	35,54		
Ingresos totales	25.591,63		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Tabla 67

Datos para calcular punto de equilibrio

Número de servicios	4.800
Precio unitario de servicio	35,54

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Punto de equilibrio en unidades monetarias

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - (\text{Costo Variable} / \text{Ingreso de venta})}$$

$$PE = \frac{1.989,18}{1 - (14.332,82 / 25.591,63)}$$

$$PE = \frac{1.989,18}{1 - (14.332,82 / 25.591,63)}$$

$$PE = \frac{0,44}{\$4.521,46}$$

Punto de equilibrio en servicios

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{(\text{Precio de venta Unitario} - \text{Costo de Variable unitario})}$$

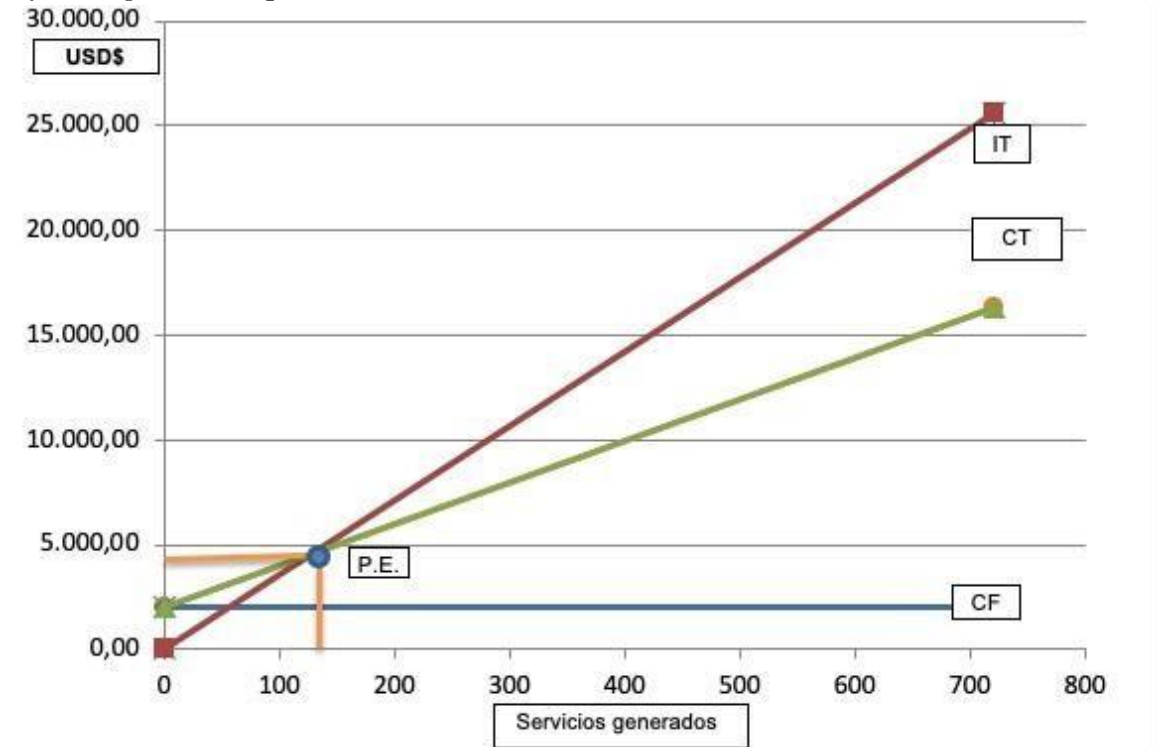
$$PE = \frac{1.989,18}{35,54 - 19,90}$$

$$PE = \frac{1.989,18}{15,64}$$

$$PE = 127$$

Figura 31

Gráfica de punto de equilibrio



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Cómo se puede visualizar en la gráfica el punto de equilibrio en servicios equivale a 127 servicios y el punto de equilibrio en unidades monetarias equivale a \$4.521,46, a partir de estos datos la empresa “Cleaning & Playing” genera ingresos y utilidades.

5.5 Estado de resultado proyectado

El estado del resultado ayuda a producir un análisis de la empresa “Cleaning & Playing” este análisis es de índole financiero para determinar si el negocio produce utilidad o pérdida, cabe recalcar que la empresa es rentable puesto que después de haber repartido el 15% a los trabajadores como lo establece las normativas legales ecuatorianas aún produce utilidad, de igual manera vale la pena recalcar que la empresa pagará impuesto equivalente al 5% en el año 5 ya que se encuentra en el rango de tabla de impuesto de la renta superando la fracción básica de \$11.310 (SRI, 2022).

Tabla 68

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	25.591,63	26.625,53	27.701,20	28.820,33	29.984,67
(-) Costo de Ventas	15.053,90	15.168,48	15.283,98	15.198,02	15.212,96
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	10.537,73	11.457,05	12.417,23	13.622,31	14.771,71
(-) Gastos de venta	531,18	535,43	539,72	544,03	548,39
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	10.006,55	10.921,62	11.877,51	13.078,28	14.223,32
(-) Gastos Administrativos	584,91	589,59	594,30	599,06	603,85
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	9.421,64	10.332,03	11.283,21	12.479,22	13.619,47
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	9.421,64	10.332,03	11.283,21	12.479,22	13.619,47
(-) 15% Participación trabajadores	1.413,25	1.549,80	1.692,48	1.871,88	2.042,92
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	8.008,39	8.782,23	9.590,73	10.607,34	11.576,55

(-) Impuesto a la renta 15%					579,00
(=) UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	8.008,39	8.782,23	<u>9.590,73</u>	<u>10.607,34</u>	<u>10.997,73</u>

Descripción
<i>Estado de resultado proyectado</i>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

5.6 Flujo de caja

El flujo de caja registro de entradas y salidas de efectivo de la empresa “Cleaning & Playing”, presente flujos de caja está basado y lapso de 5 años de tal manera se genera un análisis de liquidez.

Tabla 69

Flujo de caja

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	DESCRIPCION
A. INGRESOS OPERACIONALES	19.915,39	25.591,63	26.625,53	27.701,20	28.820,33	29.984,67	

	Ingresos por ventas		25.591,63	26.625,53	27.701,20	28.820,33	29.984,67
	Recursos Propios		19.915,39				
B.	EGRESOS OPERACIONALES	18.143,89	16.170	16.293	16.418	16.341	16.365
	Costo de Producción		15.053,90	15.168,48	15.283,98	15.198,02	15.212,96
	Gasto de Venta		531,18	535,43	539,72	544,03	548,39
	Gastos Administrativos		584,91	589,59	594,30	599,06	603,85
	Muebles y Enseres	749,00					
	Maquinaria y equipos	7.315,00					
	INVENTARIOS	1.579,35					
	FILTROS DE ACIETE WIX	37,50					
	GALON DE GRAFITO	56,00					
	FELPA DE PULIR	75,00					
	Capital de trabajo	19.972,04					
C.	FLUJO OPERACIONAL (A - B)	1.771,50	9.421,64	10.332,03	11.283,21	12.479,22	13.619,47
D.	INGRESOS NO OPERACIONALES						
E.	EGRESOS NO OPERACIONALES	0	1.413,25	1.549,80	1.692,48	1.871,88	2.621,75
	Pago de créditos a largo plazo		0	0	0	0	0
	Pago de participación de utilidades	1.413,25	1.549,80	1.692,48	1.871,88	2.042,92	Pago de impuestos 5% 0 0 0 579
F	FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	0	1.413,25	1.549,80	1.692,48	1.871,88	2.621,75
G	FLUJO NETO GENERADO (C - F)	1.772	8.008,39	8.782,23	9.590,73	10.607,34	10.997,73
H	SALDO INICIAL DE CAJA	0	1.772	9.780	18.562	28.153	38.760
I	SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	1.772	9.779,89	18.562,12	28.152,85	38.760,19	49.757,91

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autor

La tabla de flujo de caja reflejan los siguientes datos en el año 1 el saldo final de caja es de 9.779,89 dólares en el año 2 equivale a \$18.562,12 dólares, en el año 3 equivale a \$28.152,85 dólares, en el año 4 equivale a \$38.760,19 y en el año 5 equivale a \$49.757,91 dólares.

1.5. Evaluación financiera

Con el fin de determinar si el proyecto es viable o no, se efectúa una evaluación financiera que refleja datos relevantes para el desarrollo del plan de negocios.

5.6.1 Indicadores

5.6.1.1 Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) permite determinar la viabilidad del proyecto, dando un valor positivo en dólares, como se muestra a continuación en su cálculo.

Para calcular el VAN se requiere efectuar la determinación de TMAR.

Tabla70

Datos para calcular VAN

Variables	
Inflación =	1,28%
Tasa pasiva referencial	7,39

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2022)

Elaborado por: La Autora

Formula

$$\text{TMAR} = \text{Inflación} + \text{Tasa pasiva referencial} + (\text{Inflación} \times \text{Riesgo})$$

$$\text{TMAR} = 1,28\% + 7,39 + (1,28\% * 7,39\%)$$

$$\text{TMAR} = 7,40\%$$

Una vez ya determinado el TMAR se procede al respectivo cálculo de VAN con la siguiente fórmula:

$$VAN = -\Pi + \sum \frac{FNC_n}{(1+i)^n}$$

Dónde:

VAN = Valor Actual Neto

FNC_n = Flujo neto de fondos en el periodo n

Π = Inversión inicial

i = Tasa de descuento (TMAR)

$$VAN = \frac{FINE 1}{(1+i)} + \frac{FINE 2}{(1+i)^2} + \frac{FINE 3}{(1+i)^3} + \frac{FINE 4}{(1+i)^4} + \frac{FINE 5}{(1+i)^5} - Inv. In.$$

Tabla 71

Cálculo de VAN

Nº	FNE	(1+i) ⁿ	FNE/(1+i) ⁿ
0	-\$19.915,39	0	-\$ 19.915,39
1	\$8.008,39	1,07	\$ 7.456,60
2	\$8.782,23	1,15	\$ 7.613,71
3	\$9.590,73	1,24	\$ 7.741,74
4	\$10.607,34	1,33	\$ 7.972,40
5	\$10.997,73	1,43	\$ 7.696,29
			\$ 38.480,75

VAN=	- INVERSIÓN +FLUJOS
	ACTUALIZADOS
VAN=	-19.915,39 38.480,75
	\$18.565,35

). **Elaborado**

por: La Autora.

En tabla se refleja que el VAN (Valor Neto Actual) da como resultado \$18.565,35 dólares.

5.5.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Asimismo, se determinó una tasa interna de rendimiento (TIR) del 36%, lo que establece la viabilidad del proyecto.

Se utilizó la siguiente fórmula.

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

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

Tabla72

Fuente: Fórmula de Excel

Elaborado por: La Autora

Cálculo de TIR

Descripción	Valores	<u>Se refleja en tabla anterior</u> que da como
Inversión inicial	-\$ 19.915,39	resultado la
FN1	\$ 8.008,39	
FN2	\$ 8.782,23	TIR (Tasa interna de retorno) 36% que es superior al
FN3	\$ 9.590,73	
FN4	\$ 10.607,34	7,40% de TMAR (tasa mínima aceptable de
FN5	\$ 10.997,73	
<u>TIR</u>		<u>36%</u> rendimiento) lo que quiere decir que el proyecto es viable financieramente.

5.6.2 Beneficio Costo

Para obtener el análisis beneficio costo se considera los flujos netos de caja actuales divididos para el total de la inversión, por ende, se aplica la siguiente fórmula.

$$B/C = \frac{VAI}{VAC}$$

Dónde:

VAI: Valor actual de los ingresos totales netos o beneficios netos

VAC: Valor actual de la inversión inicial

Tabla 73

Cálculo beneficio costo

Descripción	Valores
-------------	---------

Valor actual de los ingresos totales netos	\$18.565,35
Valor actual de la inversión inicial	\$ 38.480,75
B/C	2,07

Fuente: Fórmula de Excel

Elaborado por: La Autora

Da como resultado el análisis beneficio costo un total de 2,33 lo que significa que por cada dólar invertido se gana 1,33 que es rentable.

5.6.3 Periodo de recuperación

A través del periodo de retorno, se sabe que la organización recuperará la inversión en el tercer año, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 74

Periodo de recuperación

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

<u>AÑO</u>	<u>Flujo</u>	<u>Flujo acumulado</u>	
0	-19.915,39	-19.915,39	Fuente: Fórmula de Excel
1	8.008,39	-\$11.907,00	Elaborado por: La Autora
2	8.782,23	-\$3.124,77	
3	9.590,73	\$6.465,95	
4	10.607,34	\$17.073,29	
5	10.997,73	\$28.071,02	

Conclusiones

Los datos reflejados en la encuesta son alentadores y muy bien recibidos por los usuarios que normalmente utilizan este tipo de servicio estos resultados son positivos para la puesta en marcha de la microempresa.

La lubricadora contará con una infraestructura adecuada con todos los requerimientos para un óptimo funcionamiento que cuenta con un área de 390 metros distribuidos estratégicamente.

Los valores de la organización “Cleaning & Playing” son los siguientes: Respeto, honestidad y puntualidad.

La empresa “Cleaning & Playing” se la constituirá bajo la normativa legal de Empresa de Responsabilidad Limitada.

Los Ingresos Anuales que tendrá la microempresa reflejan los cifras positivas de beneficios para ella, teniendo en cuenta que en el primer año ingresos de 25.591,6 dólares, que cubren significativamente los costes de 15.053,90 dólares en el primer año.

A través de los resultados que se obtuvieron para la puesta en marcha de la microempresa que ofrecerá servicio de lubricación vehicular y la implementación de un estudio de mercado la microempresa “Cleaning & Playing” es viable teniendo en cuenta que la inversión inicial es de 19.915,39 dólares.

La inversión se recuperará en el tercer año, por lo que la empresa es más que viable para su desarrollo con una Tasa Interna de Retorno (TIR) equivalente a 36% que es mayor a la Tasa mínima aceptable de rendimiento cuya equivalencia es de 7,40%.

Recomendaciones

Se recomienda en base a los datos recopilados de la evaluación financiera poner en marcha el plan de negocio de la empresa puesto que refleja resultados favorables.

La organización debe mantener diagramas de procesos basados en las metas organizacionales para que los objetivos de la empresa puedan lograrse, de tal manera satisfacer las necesidades existentes y por ende generar fidelización de los clientes potenciales.

Es recomendable debido a la emergencia sanitaria que se vive en la actualidad generar un plan de bioseguridad para salvaguardar la integridad de los miembros tanto internos como externos de la empresa.

Se recomienda que la empresa efectúe análisis semestrales sobre el cumplimiento de los indicadores financieros para de esta manera alcanzar la rentabilidad aceptable de la empresa

Bibliografía

- Romero, D. (2 de noviembre de 2017). El parque automotor aumenta. *El Comercio*.
Escola, B. (2021). *CAPES*. Obtenido de <https://escola.britannica.com.br/artigo/jogosselectr%C3%B3nicos/478007>
DIEZ. (28 de septiembre de 2016). Obtenido de <https://www.diez.hn/otrassecciones/videojuegosytecnologia/1004110-99/los-10videojuegos-m%C3%A1s-populares-de-la-historia>
Guias Practicas.com. (2021). Obtenido de <https://www.guiaspracticas.com/juegos-demesa>
SOLOLISTAS. (2016). Obtenido de <https://www.sololistas.net/los-10-mejores-juegosdemesa.html>
Briceño V., G. (14 de noviembre de 2021). *EUSTON*. Obtenido de <https://www.euston96.com/billar/>

Todo sobre el ping pong. (9 de junio de 2021). Obtenido de <https://deporteolimpico.net/quees-el-ping-pong/>

educalingo. (noviembre de 2021). Obtenido de <https://educalingo.com/es/dic-es/futbolin>

Mankiw, G. (diciembre de 2005). *Promonegocios.com*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercado-definicionconcepto.html>

Pérez, M. (1 de septiembre de 2021). *ConceptoDefinición*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/mercado/>

Joseph E. Stiglitz, C. E. (2009). *ctividades Económicas*. Obtenido de <https://www.actividadeseconomicas.org/2014/06/que-es-el-mercado-y-sustipos.html>

QuestionPro. (2021). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/planificacionestrategica/>

Anexos

Anexo1: Proforma de maquinaria

FACTURA PRO FORMA

Dirección: Av. Ilaó y Av. General Enriquez

Teléfonos: (02) 287-1365

Correo electrónico: info@maquindisa.com



Quito: 2/11/21

CLIENTE:

Sandra Riera

Número celular: 0979083275

CONCEPTO:

	Precio Unitario	Nº de unidades	Precio total
Hidrolavadora 2500 psi	\$1.500,00	3	4.500,00
Aspiradoras	\$400,00	5	2.000,00
Engrasadora automática	\$200,00	1	200,00
Pulverizadora	\$30,00	3	90,00
Pistolas de presión	\$85,00	3	255,00
Manguera de agua de presión	\$135,00	2	270,00
Total			7.315,00

IMPORTE:

Base imponible	\$	7.315,00
IVA (12%)	\$	1.536,15
TOTAL FACTURA PRO FORMA	\$	8.851,15

Modo de pago: 50% al inicio del encargo y el resto a su finalización
A ingresar en cta. Corriente n°

Anexo 2: Proforma equipo de computación

PROFORMA

Teléfonos: 0989183274
Correo electrónico: info@seven.com.ec



Quito 2/11/21

DATOS CLIENTE:

Sandra Riera
Número telefónico: 0979083275

DETALLE:

	Precio Unitario	Nº de unidades	Precio total
laptop HP core i5	\$150,00	1	150,00
Impresora canon	\$30,00	1	30,00
software contable avanzado de Excel	\$10,00	1	10,00
Tv Lcd Samsung 4K 3D de 110 pulgadas con sistema de audio incluido	\$1.000,00	1	1.000,00
Xbox One con 7 palancas inalámbricas incluidas	\$350,00	1	350,00
		Total	1.540,00

Base imponible	\$	1.540,00
IVA (12%)	\$	184,80
TOTAL FACTURA PRO FORMA	\$	1.724,80