

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
“INDOAMÉRICA”

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y
NEGOCIOS

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LICENCIA DE
USO DE MARCA DEL PUNTO EASYDRY-PONCEANO

Proyecto de tesis previo la obtención del título de Ingeniero
en Administración de Empresas y Negocios

AUTOR:

Wilman Vladimir Chacón Altamirano

DIRECTOR:

Dr. Diego Mantilla

QUITO – ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Investigación “LICENCIA DE USO DE MARCA DEL PUNTO EASYDRY-PONCEANO” presentado por WILMAN VLADIMIR CHACÓN ALTAMIRANO, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 01 de Julio de 2016.

Dr. Diego Mantilla
DIRECTOR
C.C.

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

Yo, **WILMAN VLADIMIR CHACÓN ALTAMIRANO**, declaro ser autor del (la) (Monografía, Proyecto de Tesis, otros trabajos de titulación) titulado (a) **“LICENCIA DE USO DE MARCA DEL PUNTO EASYDRY-PONCEANO”**, como requisito para optar al grado de “Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios”, 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 24 días del mes de Febrero de 2017, firmo conforme.

Autor: Chacón Altamirano Wilman Vladimir

Firma

Número de Cédula: 171193202-8

Dirección: Calle Olmedo N1-80 y Vargas, Cayambe.

Correo Electrónico: recursoshumanos@novaclinicasa.com

Teléfono: 022361-673

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

Vladimir Chacón
C.I. 171193202-8

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios de la “Universidad Tecnológica Indoamérica”

Quito.....

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

F.....

PRESIDENTE

F.....

VOCAL

F.....

VOCAL

AGRADECIMIENTO

Expreso mi profundo agradecimiento al Dr. Diego Mantilla por haberme dirigido acertadamente haciendo un paréntesis en sus múltiples ocupaciones. Mi agradecimiento a la Universidad Tecnológica Indoamérica, porque me permitió prepararme conscientemente en el área de la Administración de Empresas, para ser útil a la sociedad y a la familia. Finalmente, doy gracias a todos quienes siendo mis familiares y amigos, me apoyaron generosamente brindándome, ánimo, facilitándome información, para cumplir con este anhelado propósito de ser un profesional que se acoge a las exigencias del mundo actual.

El Autor

DEDICATORIA

Una vez cumplido el objetivo de culminar mis estudios superiores, dedico este trabajo investigativo a mi familia, porque fueron quienes me motivaron para retomar mis estudios y llevarlos a feliz término. El esfuerzo y la dedicación siempre serán necesarios para llegar a la meta. Mi novia Alexandra con sus consejos, comprensión amor y cariño. Mis hijos, pilar fundamental para este logro. Mis padres, mis hermanos, constituyen el ejemplo de lucha que exige la vida. Quienes revisen las páginas de esta propuesta encontrarán que es viable sacar adelante una idea innovadora que va en beneficio de la sociedad y del medio ambiente.

El Autor

Contenido

CERTIFICACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
SUMARIO INVESTIGATIVO	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	xvii
CAPÍTULO I	1
AREA DE MARKETING.....	1
1.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	1
1.1.1 Especificación del Servicio o Producto.....	1
1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona	2
COSTOS DE KITS Y RECARGAS	3
1.2. DEFINICIÓN DE MERCADO	10
1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general.	11
1.2.1.1 Categorización de sujetos.	11
1.2.1.3 Plan de muestreo.	14
1.2.1.5 Análisis en interpretación.	15
1.2.2. Demanda Potencial.	20
1.3. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.	21
1.3.1 Análisis del micro ambiente.	21
1.3.2. Análisis del macro ambiente.	23
1.3.3 Proyección de la oferta.	26
1.4. Demanda Potencial Insatisfecha.....	27
1.5. Promoción y publicidad que se realizará (Canales de Comunicación).....	27
1.6. Sistema de distribución a utilizar. (Canales de distribución).....	28
1.7. Seguimiento de clientes.....	29
1.8. Especificar mercados alternativos.	29
1.9 DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA.	30

1.9.1 Descripción de la competencia.	30
1.9.2 Definir puntos fuertes y débiles de la competencia, comparándolos con los del proyecto propio.	30
1.9.3 COSTOS DEL PRODUCTO/SERVICIO, POR PERÍODOS.	31
CAPÍTULO II	33
ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES).....	33
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.	33
2.1.1 Descripción del proceso de transformación del bien o servicio.	33
2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	39
2.1.3 Tecnología a aplicar.	40
2.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES.	41
2.2.1 Ritmo de producción.....	41
2.2.2 Nivel de inventario promedio.	42
2.2.3 Número de trabajadores.....	43
2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	43
2.3.1 Capacidad de Producción Futura.	43
2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN.....	44
2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.	44
2.5 CALIDAD	44
2.5.1 Método de Control de Calidad.....	44
2.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN	45
2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional.	45
CAPÍTULO III	46
ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	46
3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DEL OBJETIVOS	46
3.1.1 Visión de la Empresa.	46
3.1.2 Misión de la empresa.....	46
3.1.3 Análisis FODA	46
3.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	49
3.2.1 Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna.	49

3.2.2 Describa brevemente los cargos del organigrama	50
3.3 CONTROL DE GESTIÓN	57
3.3.1 Haga un listado de los indicadores de gestión necesarios.....	57
3.4 NECESIDADES DE PERSONAL.....	58
CAPÍTULO IV	59
ÁREA JURÍDICO LEGAL.....	59
4.1. Determinación de la forma jurídica	59
4.2. Patentes y Marcas.....	59
4.3. Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales	61
CAPÍTULO V	62
ÁREA FINANCIERA	62
5.1. PLAN DE INVERSIONES	62
5.2. PLAN DE FINANCIAMIENTO	62
5.3. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS	64
5.4. Cálculo de Ingresos.	72
5.5. Flujo de Caja.....	74
5.6. Punto de Equilibrio.....	75
5.7. Estado de Resultados Proyectado.....	77
5.8. Evaluación Financiera.	78
CAPÍTULO VI	82
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	82
6.1. CONCLUSIONES	82
6.2. RECOMENDACIONES.....	83
BIBLIOGRAFÍA.....	85
ANEXOS	86
ANEXO 1	87
ANEXO 2	89
ANEXO 3	90
ANEXO 4	91
ANEXO 5	92

ANEXO 6 93

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N.- 1 Costos de Kits y Recargas.	3
Cuadro N.- 2 Categorización de sujetos.	11
Cuadro N.- 3 Dimensión Conductual.	12
Cuadro N. - 4 Dimensión Geográfica.	12
Cuadro N.- 5. Dimensión Demográfica.	12
Cuadro N. - 6 Información.	15
Cuadro N. - 7 Cantidad de vehículos.	16
Cuadro N.- 8 Sector de vivienda.	17
Cuadro N.- 9. Lugar lavado vehículo.	18
Cuadro N.- 10 Interés del servicio a domicilio.	19
Cuadro N.- 11 Proyección de la demanda.	21
Cuadro N. - 12 MATRIZ EFE.	24
Cuadro N.- 13 MATRIZ EFI.	25
Cuadro N.- 14 MPC.	26
Cuadro N.- 15 Proyección de la Oferta.	26
Cuadro N. - 16 Demanda Insatisfecha.	27
Cuadro N.- 17 Costos Variables.	32
Cuadro N.- 18 Proceso de Transformación.	34
Cuadro N.- 19 Ritmo de Producción.	41
Cuadro N.- 20 Nivel de inventario promedio.	42
Cuadro N.- 21 Número de Trabajadores.	43
Cuadro N.- 22 Capacidad de Producción Futura.	43
Cuadro N. - 23 Funciones Gerente.	51
Cuadro N.- 24 Funciones de Jefe Administrativo Financiero.	52
Cuadro N.- 25 Funciones de Jefe Departamento Ventas.	53
Cuadro N.- 26 Funciones de Empleados.	56
Cuadro N.- 28. Plan de Inversiones	62
Cuadro N. - 291 Depreciaciones.	71
Cuadro N.- 303 Cálculo de Ingresos.	72

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N. 1: Valoración Servicio	16
Gráfico N. 2: Costo Servicio	17
Gráfico N. 3: Porcentaje de aumento al costo	18
Gráfico N. 4: Criterio del servicio	19
Gráfico N. 5: Recomendación servicio	20
Gráfico N. 6: Punto de Equilibrio	76
Gráfico N. 7: Razón de Rentabilidad	80

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Kit Completo	4
Imagen 2:Kit Completo	5
Imagen 3:Kit Recarga.....	5
Imagen 4:Proceso Comparativo	9
Imagen 5:Diagrama de las 5 fuerzas de Porter	21
Imagen 6:Organigrama Easy Dry Ponceano.....	38
Imagen 7:Flujograma	39
Imagen 8:Plano de la planta.....	40
Imagen 9:Organigrama Estructural	49
Imagen 10:Organigrama Funcional	50

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICA

SUMARIO INVESTIGATIVO

TEMA: LICENCIA DE USO DE MARCA DEL PUNTO EASYDRY-PONCEANO

AUTOR: Vladimir Chacón Altamirano.

TUTOR: Dr. Diego Mantilla.

Vivimos un proceso de cambio y transformación vertiginosos en todos los ámbitos del quehacer diario. Es importante enfrentar con decisión las nuevas exigencias del mundo globalizado. Nuestro planeta requiere de una atención urgente. Debemos ser conscientes en el hecho de no contaminar el ambiente. Cualquier propuesta que esté dirigida para salvaguardar la contaminación merece una especial atención. La importancia de este requerimiento despertó la inquietud de proponer como tema de investigación una licencia de uso de marca del punto Easydry – Ponceano, para el lavado de vehículos utilizando productos biodegradables, es decir, sin utilizar agua, este elemento fundamental para la vida del hombre que estamos en la obligación de cuidar y no desperdiciarlo.

Por tal motivo, el trabajo investigativo realizado, tiene el propósito de incorporar esta nueva tecnología a una actividad que es muy común en nuestro medio por el tema de presentación y aseo de los automotores en general.

Este trabajo no hubiera sido posible, si previamente no se hubiera realizado una encuesta a los moradores de un determinado sector del Distrito Metropolitano de Quito sobre la aplicación de este novedoso proceso, seguido de una demostración práctica. Los resultados fueron satisfactorios, razón por la que este estudio pretende afianzar este nuevo concepto de limpieza vehicular, que a la vez genera un menor costo que el lavado tradicional.

En virtud de los resultados obtenidos, podemos concluir destacando las bondades de la aplicación de los varios productos que forman el portafolio del kit de limpieza, así como el rendimiento económico resultante de esta actividad, que además también, ha posibilitado el empleo de mano de obra de gente que será debidamente capacitada para satisfacer los requerimientos de los clientes. Sin embargo, merece destacar que lo más importante de esta investigación, es motivar que existan nuevas propuestas, que vayan en cualquier dirección, pero que ayuden a la preservación del planeta.

DESCRIPTORES: Easydry – Ponceano, lavado de autos, biodegradables, medio ambiente, servicios a domicilio, lavada express, lavada completa, lavado de motor, limpieza de tapicería, kits.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICA

ABSTRACT

TEMA: LICENCIA DE USO DE MARCA DEL PUNTO EASYDRY-PONCEANO

AUTOR: Vladimir Chacón Altamirano.

TUTOR: Dr. Diego Mantilla.

We are experiencing a rapid process of change and transformation in all areas of everyday life. It is important to deal decisively with the new demands of a globalized world. Our planet requires urgent attention. We must be aware in fact not pollute the environment. Any proposal that is aimed to safeguard pollution deserves special attention. The importance of this requirement aroused the concern of proposing as a research topic a license to use a trademark point Easydry - Ponceano, for washing vehicles using biodegradable products, that is to say without using water, the essential element for human life we are obliged to care for and not waste it.

Therefore, the investigative work done, aims to incorporate this new technology into an activity that is very common in our environment for the theme presentation and grooming vehicles in general.

This work would not have been possible if it had not previously conducted a survey of the inhabitants of a particular sector of the Metropolitan District of Quito on the implementation of this new process, followed by a practical demonstration. The results were satisfactory, which is why this study aims to strengthen this new concept of cleaning vehicle, which in turn generates a lower cost than traditional washing.

Under the results, we can conclude highlighting the benefits of the implementation of the various products that make up the portfolio of cleaning kit, and the resulting economic performance of this activity, which has also made possible the use of labor of people who will be properly trained to meet the requirements of customers. However, worth mentioning that the most important of this research is encouraging that there are new proposals, which go in any direction, but to help preserve the planet.

DESCRIPTORS: Easydry – Ponceano, car wash, biodegradable, environment, home service, car wash express,

INTRODUCCIÓN

Tema: Plan de Negocios para licencia de Uso de Marca del Punto Easydry-Ponceano.

Easydry – Ecoecuador Cía. Ltda. es una empresa con cinco años de experiencia en la prestación del servicio de lavado, encerado y limpieza de vehículos, a través de un proceso mediante el cual no se utiliza agua, siendo esta la razón por la que es apropiado denominarle “lavado en seco, que se aplica en la carrocería, vidrios, neumáticos, tapicerías y partes plásticas.

El servicio que se ofrece está proyectado a las personas que cuentan con vehículo y que por sus diversas ocupaciones no pueden lavarlos, además que el proceso con el cual se cuenta es un sistema biodegradable del cual se obtiene resultados en excelencia.

El presente plan investigativo consta de seis capítulos los cuales fueron estructurados de la siguiente manera:

El capítulo primero trata del estudio de mercado para el cual está dirigido este plan de negocio para identificar el mercado meta, se conocerá la demanda del servicio de lavado de vehículos al igual se establecerá la oferta de los competidores que brindan un servicio similar. Se describirá los productos y servicios especificando las características relevantes, se realizará el seguimiento de los clientes, se determinará los clientes insatisfechos para saber la manera de llegar al consumo de los servicios ofrecidos.

En el capítulo dos se describirá el proceso de lavado de vehículos, se detallará las instalaciones en donde se realiza el proceso, los accesorios que se ocuparán, los trabajadores quienes son responsables de cada parte del proceso, adicionalmente se

especificará las maneras de control de calidad que utilizará la empresa Easydry. Además se determinará los factores que pueden afectar el proceso de lavado de vehículos, la tecnología que se utilizará y se determinará la capacidad de producción.

El capítulo tercero se establecerá la Visión de la empresa y la Misión de la misma, se realizará un análisis FODA para determinar el ambiente interno y externo de la empresa. Se detallará los cargos del personal de la empresa con sus respectivas funciones y se evaluará mediante los indicadores de gestión el trabajo del personal.

El cuarto capítulo se analizará el marco legal al cual debe afrontar la empresa, y debe cumplir para su funcionamiento adecuado.

Para finalizar en el capítulo quinto se analizará la factibilidad para poner en marcha el negocio, se utilizará indicadores financieros como Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), también se establecerá el Punto de Equilibrio, se evidenciará el período en el cual se recuperará la inversión, además se examinará la relación de Costo – Beneficio y finalmente se utilizará las razones financieras como las de liquidez y rentabilidad. Para esto debemos tener en cuenta claramente los ingresos netos, los costos y gastos, su fuente de financiamiento, mano de obra requerida para la instauración del negocio.

CAPÍTULO I

AREA DE MARKETING

1.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

(Muñoz)

“Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades.”

1.1.1 Especificación del Servicio o Producto

El servicio que se va a ofrecer es catalogado como biodegradable, ya que está compuesto por productos a base de materias primas naturales, no contiene polifosfatos, metales pesados y/o aditivos dañinos que afecten al ecosistema. Además este servicio de lavado de autos brinda doble protección para los vehículos en una amplia variedad de productos para carrocería, neumáticos, vidrio, tapicería y partes plásticas

La primera capa, provee un film súper delgado sobre la superficie en la cual se aplica el producto Easydry; adicionalmente, la segunda capa previene la posterior adherencia de la suciedad como polvo y grasa así como de los fenómenos del medio ambiente, esto con la finalidad de que resbalen dichos materiales y suciedad en general para así proteger su vehículo manteniéndolo limpio por más tiempo.

Los productos utilizados no contienen químicos, son amigables con el medio ambiente, por esta razón no se necesita de equipo personal de protección para poder manipularlos, adicionalmente los productos utilizados son hechos en Ecuador y la ventaja que se obtiene de esto es que de acuerdo a la nueva política de Estado está encaminada al apoyo del producto nacional de esta manera se incentiva la diferentes microempresas.

1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona

Los aspectos que diferencian al producto ofrecido de los ya existentes en el mercado de lavado de vehículos son los siguientes:

- El producto reemplaza al agua, por lo que se obtiene el ahorro de agua de 300 litros por cada lavada del vehículo.
- Protege de los rayos UV a la carrocería del vehículo
- Actúa como impermeabilizante frente a la lluvia provocando así que ésta resbale con mayor facilidad.
- Hidrata el caucho de los neumáticos.
- Brinda un acabado óptimo en los vidrios además que evita la proliferación de hongos en los mismos por la falta de un mantenimiento adecuado.
- Acondiciona las partes plásticas del vehículo así como rejuvenece el material desgastado por el uso.
- Aumenta la vida útil de todas las partes del vehículo.
- Se puede comercializar por medio de kits que se ajustan según las necesidades.
- Los clientes frecuentes van a tener la opción de recargar a precios cómodos los productos que se vayan consumiendo con el tiempo.
- No necesita de hidrolavadoras con agua o equipo sofisticado que dificulte el traslado al sitio de trabajo o domicilio.

- La funda ecológica de obsequio sirve para colocar la basura que se genera dentro del vehículo, de la misma forma cuando se acaba su vida útil podemos colocarla en una maceta para sembrar cualquier tipo de planta.

COSTOS DE KITS Y RECARGAS

Cuadro N.- 1 Costos de Kits y Recargas.

PRODUCTO	PVP	COSTO	UTILIDAD
KIT COMPLETO -Limpia y Encera Carrocería 500ml - Limpia Vidrios 250ml - Acondicionador 250ml - Renovador de Neumáticos 250ml - 2 paños de microfibra - 1 funda de basura para auto - 1 maleta porta insumos	\$ 35,00	\$ 28,00	\$ 7,00
KIT BÁSICO -Limpia y Encera Carrocería 500ml - 1pañó de microfibra - 1 funda de basura para auto	\$ 15,00	\$ 11,00	\$ 4,00
RECARGA CARROCERÍA 500ML	\$ 8,00	\$ 3,70	\$ 4,30
RECARGA RENOV. NEUM. 250ML	\$ 4,00	\$ 1,75	\$ 2,25
LIMPIA VIDRIOS 250ML	\$ 4,00	\$ 1,12	\$ 2,88
ACONDICIONADOR 250ML	\$ 4,00	\$ 3,08	\$ 0,92
NOTA			
Estos precios ya incluyen IVA			

Elaborado por: El Autor

Presentación del servicio o producto.

Los kits están compuestos de la siguiente manera:

Limpia y encera carrocerías	500 ml.
Limpia vidrios	250 ml.
Acondicionador de partes plásticas	250 ml.
Renovador de neumáticos	250 ml.
Paños de Microfibra	2 unidades.
Funda de basura ecológica.	1 unidad.
Maleta porta insumos	1 unidad.

Kit Completo PVP. \$ 35.00

Imagen 1: Kit Completo



Fuente: (Easydry Ecoecuador Cía. Ltda & Easydry)

Elaborado por: El Autor

Imagen 2: Kit Completo



Fuente: (Easydry Ecoecuador Cía. Ltda & Easydry)

Elaborado por: El Autor

Imagen 3: Kit Recarga



Fuente: (Easydry Ecoecuador Cía. Ltda & Easydry)

Elaborado por: El Autor

De la post venta se encargará el departamento de ventas mediante llamadas telefónicas o vía mail.

Precio del producto o servicio.

Limpieza express	\$ 7.00 automóviles	\$ 8.00 todo terreno
------------------	---------------------	----------------------

- Limpieza y encerado de carrocería (no incluye parte baja y guarda lodos);
- Limpieza de vidrios externos y retrovisores;
- Hidratación de neumáticos;
- Limpieza de Aros.

Limpieza completa	\$ 14.00 automóviles	\$16 todo terreno
-------------------	----------------------	-------------------

- Limpieza y encerado de carrocería (no incluye parte baja y guardalodos);
- Limpieza de vidrios internos, externos y retrovisores;
- Hidratación de neumáticos;
- Limpieza de aros;
- Hidratación de partes plásticas internas;
- Aspirado interno;
- Limpieza de moquetas.

Limpieza de tapicería (vehículos tamaño promedio)	\$ 55.00
---	----------

- Limpieza de asientos;
- Limpieza del techo;
- Limpieza del piso;
- Aspirado interno;
- Hidratación de partes plásticas internas.
- Limpieza de moquetas.

Limpieza de tapicería (vehículos tamaño grande)	\$ 85.00
---	----------

- Limpieza de asientos;
- Limpieza del techo;
- Limpieza del piso;
- Aspirado interno;
- Hidratación de partes plásticas internas.
- Limpieza de moquetas.

Limpieza de tapicería muebles de sala (por puesto)	\$ 7.00
--	---------

- Limpieza de sillón;
- Limpieza de sofá;
- Limpieza de pubs.

Limpieza de tapicería muebles de comedor (por puesto)	\$ 3.50
---	---------

- Limpieza de sillas;
- Limpieza de butacas.

Limpieza de tapicería muebles de oficina (por puesto)	\$ 5.00
---	---------

PAQUETES DE SERVICIO MENSUALES

Este sistema es ideal para mantener su auto totalmente limpio todo el mes, le ahorramos dinero y tiempo, llegamos hasta su domicilio o lugar de trabajo el día que elija dentro de la semana para brindarle nuestros servicios.

Paquete # 1 PVP. \$ 30.00

- 1 Limpieza completa;
- 3 Limpiezas express.

Paquete # 2 PVP. \$ 40.00

- 2 Limpiezas completas;
- 2 Limpiezas express.

Paquete # 3 PVP. \$ 80.00

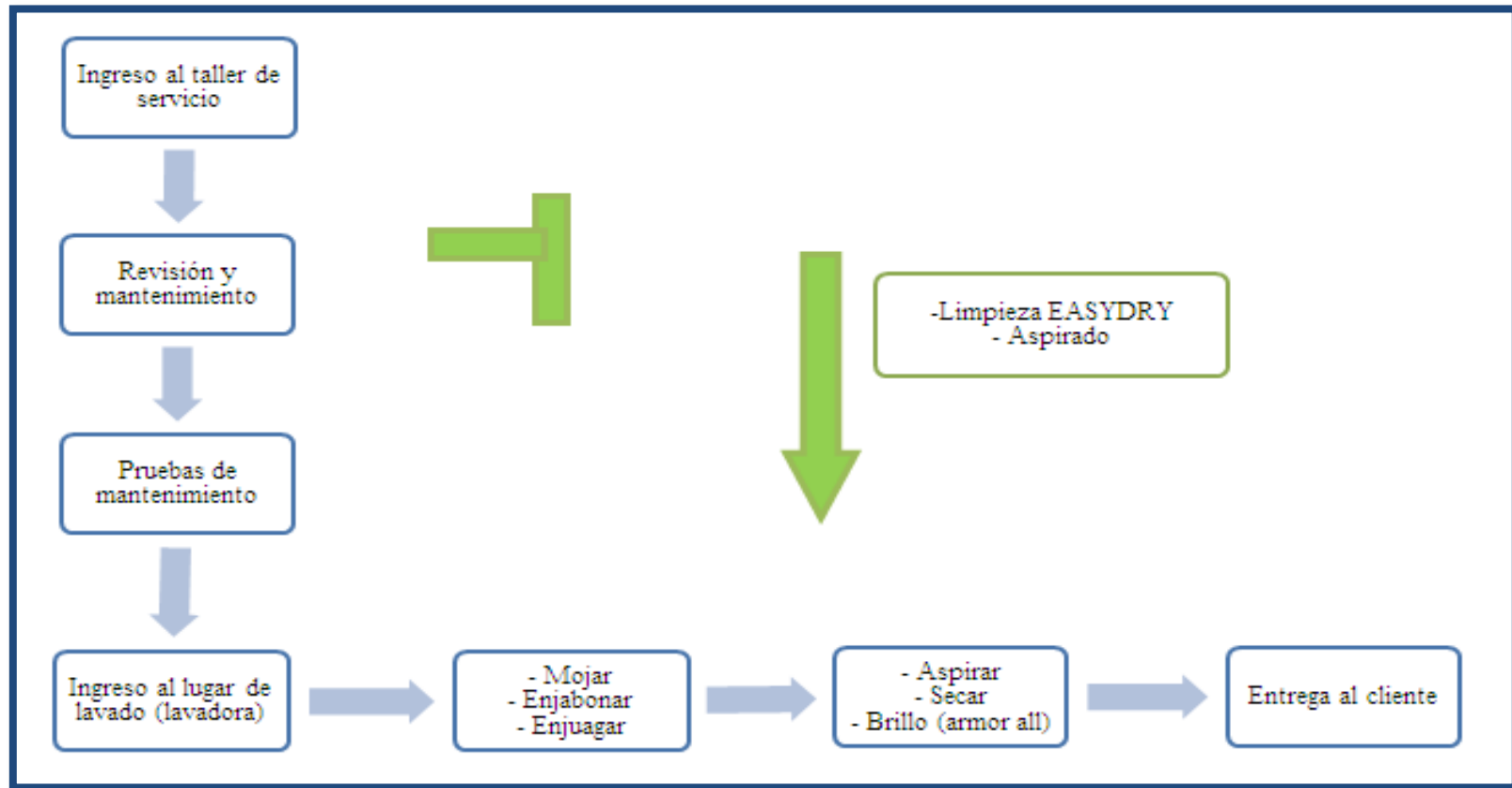
- 1 Limpieza completa;
- 2 Limpiezas express;
- 1 Limpieza de Tapicería.

La forma de pago puede ser de contado, en efectivo, con cheque o crédito a 15 días.

Para la compra de kits se lo puede realizar vía telefónica con entrega a domicilio sin recargo, o si no lo pueden pasar a comprar en la Calle Francisco Dalmau OE3D, Edificio Ventura 3, Torre B, dpto. 2B, La forma de pago puede ser de contado, en efectivo, con cheque o crédito a 15 días.

A continuación podemos evidenciar un gráfico comparativo del proceso de Easydry con el proceso de la competencia.

Imagen 4: Proceso Comparativo.



Elaborado por: El Autor

1.2. DEFINICIÓN DE MERCADO

Existen varias definiciones de mercado las cuales nos ha facilitado su concepto para la realización del presente plan de negocios.

(www.economia.ws/mercado.php, 2007)

“El mercado es el contexto en donde tienen lugar los intercambios de productos y servicios. Es decir que en este contexto es dónde se llevan a cabo las ofertas, las demandas, las compras y las ventas”

(Bonta & Farber, 2002)

"El mercado es donde confluyen la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto”

(Kotler, Armstrong, Camara, & Cruz, 2004)

“Un mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio”

Considerando las definiciones anteriormente citadas podemos concluir que mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto, que mantienen una necesidad que puede ser satisfecha mediante el intercambio de bienes o servicios.

1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general.

El presente plan de negocios se ha enfocado al mercado ubicado en el sector norte de la ciudad de Quito, en donde se evidenció mayor volumen de vehículos, ya que la mayoría de hogares poseen más de un automóvil. Este aumento se debe a la masificación de marcas existentes en el país, y además las facilidades que ofrecen los concesionarios de autos.

1.2.1.1 Categorización de sujetos.

Cuadro N.- 2 Categorización de sujetos.

CATEGORIZACIÓN DE SUJETOS	
CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Choferes profesionales , choferes no profesionales de vehículos, amas de casa, ejecutivos y ejecutivas del sector público y privado
¿Quién usa?	Choferes profesionales , choferes no profesionales de vehículos, amas de casa, ejecutivos y ejecutivas del sector público y privado
¿Quién decide?	Personas que están dispuestas a pagar por un servicio en excelencia, es por eso que nuestro servicio se ha enfocado a la clase media, media alta y alta
¿Qué influye?	La calidad de servicio que se ofrece y la satisfacción de cada cliente

Elaborado por: El Autor

Cuadro N.- 3 Dimensión Conductual.

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Tipo De Necesidad:	Tiempo, Seguridad
Tipo De Compra:	Comparación, Características Del Producto, Kits
Relación Con La Marca:	Es Conocida Y Aceptada
Actitud Frente Al Producto:	Positiva

Elaborado por: El Autor

Cuadro N. - 4 Dimensión Geográfica.

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
PAÍS	ECUADOR
REGIÓN	SIERRA
CIUDAD URBANA Y RURAL	QUITO
TAMAÑO	2,576,287

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: El Autor

Cuadro N.- 5. Dimensión Demográfica.

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
EDAD	18-64	1,690,967.00
SEXO	Masculino / Femenino	823.501 / 867.466
SOCIOECONÓMICO	PEA (Sector Norte Quito)	298.585
OCUPACIÓN	Choferes profesionales , choferes no profesionales de vehículos, amas de casa, ejecutivos y ejecutivas del sector público y privado	298.585

Fuente: INEC Censo Año 2010

Elaborado por: El Autor

Imagen N.- 5 Pirámide de Maslow.



Fuente: (Muñoz)

Elaborado por: El Autor

Para poder clasificar el tipo de necesidades de los clientes se ha considerado la Pirámide Maslow, cuya explicación se da a continuación:

- Necesidad de Autorrealización: Necesidad de sentir satisfacción por el trabajo realizado. (Cuando se obtiene el vehículo lavado completamente con excelencia).
- Necesidad de Reconocimiento: Cuando siente la satisfacción de obtener el logro y éxito cuando se recibe al vehículo bien lavado en menos tiempo y a domicilio.
- Necesidad de Seguridad: Cuando el cliente siente la seguridad de haber obtenido un trabajo que cumple con sus expectativas.

1.2.1.3 Plan de muestreo.

Para determinar el tamaño de la muestra a la cual vamos a investigar, se deberá aplicar la siguiente fórmula:

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

Para poder calcular la muestra se utilizó la información de la población del Sector Norte de Quito (Ponceano, El Condado, Cotocollao y Kennedy) que representa 298.585 de habitantes, adicionalmente se ha considerado el 50% de probabilidad de ocurrencia y el 50 % de probabilidad de no ocurrencia, se ha establecido un nivel de confianza del 85% y se ha estimado un nivel de error del 4 %, basándonos en estos datos se pudo determinar el tamaño de la muestra.

Siendo así se obtiene los siguientes datos:

n = Tamaño de la muestra	?
Z = Nivel de confiabilidad	0.85
P = Probabilidad de ocurrencia	0.5
Q = Probabilidad de no ocurrencia	0.5
N = Población o universo	298.585
e = Error de la muestra	0.04

$$n = \frac{0.85^2 * 298.585 * 0.5 * 0.5}{0.04^2(298.585 - 1) + (0.85^2 * 0.5 * 0.5)}$$

El resultado nos determina que el tamaño de la muestra es de 112 personas.

1.2.1.5 Análisis en interpretación.

Antes de realizar la encuesta primeramente se hizo una prueba del servicio de lavado de vehículos a nuestra muestra de 112 personas y se obtuvo los siguientes resultados:

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Con la finalidad de conocer su opinión frente a la alternativa de servicio de lavado de vehículos mediante el sistema biodegradable, y una vez siendo participe de una prueba del servicio solicitamos se conteste las siguientes preguntas marcando con una X la respuesta que usted considere adecuada.

Agradecemos su tiempo y valoramos su sinceridad prestada a la siguiente encuesta:

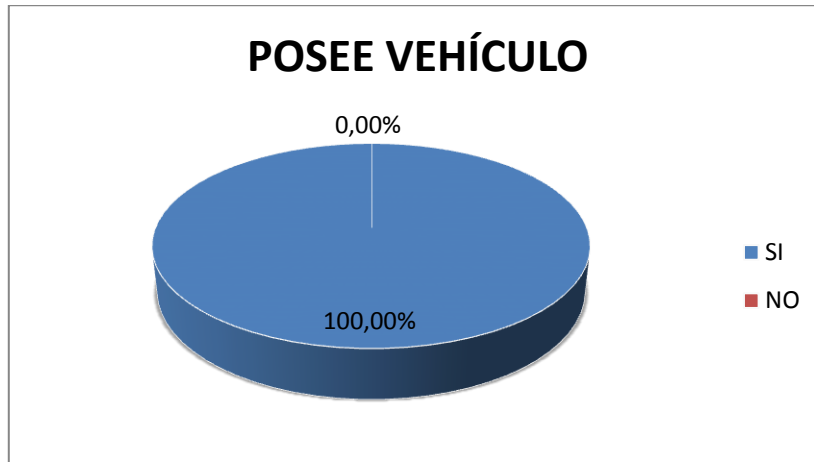
1. ¿Posee usted o su familia vehículo?

Cuadro N. - 6 Información.

POSEE VEHÍCULO	PERSONAS	PORCENTAJE
SI	112	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	112	100,00%

Elaborado por: El Autor

Gráfico N. 1: Información.



Elaborado por: El Autor

Con la anterior información se puede evidenciar que el 100% de nuestra muestra o su familia posee vehículo.

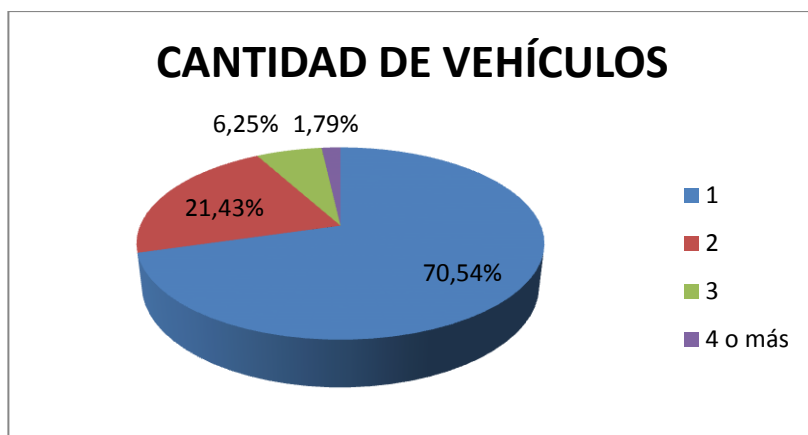
2.- ¿Cuántos vehículos poseen en su familia?

Cuadro N. - 7 Cantidad de vehículos.

CANT. VEHÍCULOS	PERSONAS	PORCENTAJE
1	79	70,54%
2	24	21,43%
3	7	6,25%
4 o más	2	1,79%
TOTAL	112	100,00%

Elaborado por: El Autor

Gráfico N. 2: Cantidad de vehículos.



Elaborado por: El Autor

Considerando las respuestas de esta pregunta se puede recalcar que el 70.54% tiene un vehículo, le sigue con el 21.43% las personas que tienen dos vehículos, con un 6.25% se puede observar que son personas que tienen tres vehículos y finalmente con el 1.79% son quienes tienen más de cuatro vehículos.

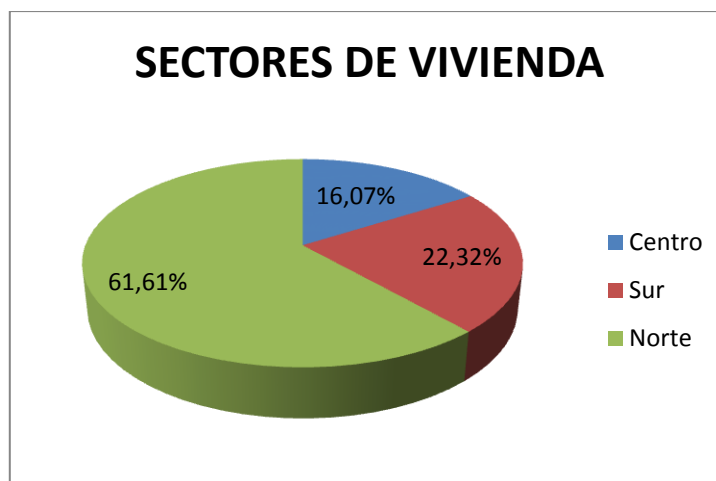
3.- ¿En qué parte de la ciudad de Quito vive?

Cuadro N.- 8 Sector de vivienda.

SECTOR	PERSONAS	PORCENTAJE
Centro	18	16,07%
Sur	25	22,32%
Norte	69	61,61%
TOTAL	112	100,00%

Elaborado por: El Autor

Gráfico N. 3: Sector de vivienda.



Elaborado por: El Autor

Con relación a la pregunta anterior es importante recalcar la mayor parte de las personas encuestadas viven en el sector norte de Quito con el 61.61%, le sigue 22.32% las personas que viven en el centro y finalmente con el 16.07% quienes viven en el sector del sur.

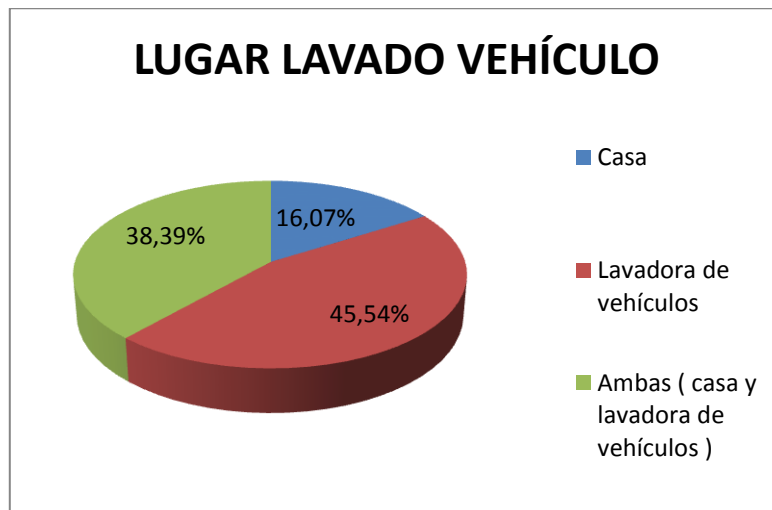
4.- ¿Dónde realiza el lavado de su vehículo?

Cuadro N.- 9. Lugar lavado vehículo.

LUGAR	PERSONAS	PORCENTAJE
Casa	18	16,07%
Lavadora de vehículos	51	45,54%
Ambas (casa y lavadora de vehículos)	43	38,39%
TOTAL	112	100,00%

Elaborado por: El Autor

Gráfico N. 4: Lugar lavado vehículo.



Elaborado por: El Autor

De acuerdo a las respuestas de la anterior pregunta se determina que el 45.54% de las personas lavan sus vehículos en lavadoras de vehículos, le sigue el 38.39% quienes lavan en su casa y en lavadoras de vehículos y quienes lavan en sus casas ocupan el 16.07%.

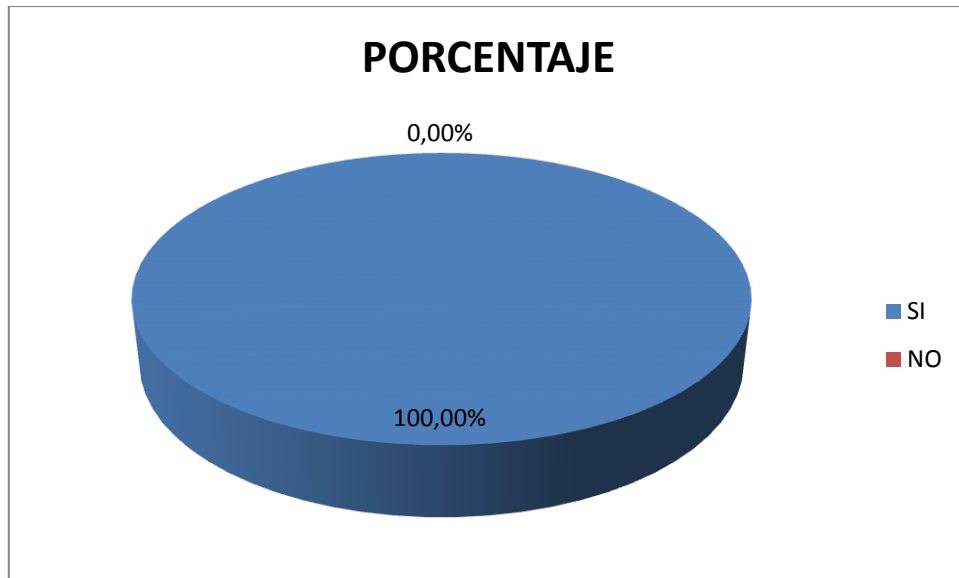
5.- ¿Le interesaría el servicio de lavado de su vehículo a domicilio con el sistema biodegradable que se ofrece?

Cuadro N.- 10 Interés del servicio a domicilio.

INTERÉS DEL SERVICIO	PERSONAS	PORCENTAJE
SI	112	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	112	100,00%

Elaborado por: El Autor

Gráfico N.- 5: Interés de servicio a domicilio.



Elaborado por: El Autor

Finalmente con relación a la última pregunta al 100% de las personas encuestadas les interesaría el servicio de lavado de vehículos a domicilio.

1.2.2. Demanda Potencial.

Para obtener la proyección de la demanda se ha considerado el crecimiento del sector automotriz en el Ecuador, que según la información del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR) al año 2012 el incremento de este sector es del 6% anual, con este dato se ha realizado la proyección de cinco años para los efectos de nuestro estudio.

Cuadro N.- 11 Proyección de la demanda.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	
AÑO	DEMANDA (Personas)
2015	298.585
2016	316.500
2017	335.490
2018	355.620
2019	376.957
2020	399.574

Fuente: (www.proecuador.gob.ec)

Elaborado por: El Autor

1.3. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.

1.3.1 Análisis del micro ambiente.

Para realizar un adecuado análisis del micro ambiente se basó en las cinco fuerzas de Porter como lo podemos ver al diagrama a continuación:

Imagen 6: Diagrama de las 5 fuerzas de Porter.



Fuente: (<http://www.5fuerzasdeporter.com/>)

Elaborado por: El Autor

Poder de negociación de los clientes

Para la empresa Easydry toda persona quien posee un vehículo es un cliente potencial, considerando la industria automotriz se puede evidenciar que tiene un atractivo rango de potenciales compradores así como también las facilidades que ofrecen los concesionarios de vehículos para la adquisición de los mismos. Es por esa razón que se tiene un amplio mercado para ofrecer este servicio.

Rivalidad entre empresas

Existen varios competidores en el mercado siendo el principal competidor la empresa Carwash que brinda su servicio en los centros comerciales de la ciudad de Quito para lo cual utilizan el agua como su herramienta principal, sin embargo el servicio de Easydry es diferenciado ya que se ofrece el lavado de vehículos con un sistema biodegradable el cual ofrece un valor agregado por los beneficios que tiene este servicio así como también su costo es exequible.

Amenaza de los nuevos entrantes (competidores)

Esta fuerza es una de las más usadas en las industrias ya que mediante esta se puede detectar a diferentes negocios o empresas quienes ofrecen productos o servicios de similares características en el mercado.

A pesar de que siguen ingresando al mercado negocios similares con el servicio similar al nuestro, cabe recalcar que Easydry puede combatir las barreras de entrada como: contar con economías de escala, la diferenciación que mantiene nuestro servicio con relación al resto, se cuenta con la facilidad de acceso a nuestros canales de distribución.

Poder de negociación con los proveedores

Se mantiene una atractiva relación con los proveedores, ya que se debe dar a conocer que estos son directos, no se cuenta con ningún intermediario. Es importante considerar este punto debido a que los proveedores son una pieza clave ya que ellos conocen donde se encuentra la rentabilidad del sector.

Amenaza de productos sustitutos

En el caso de la empresa Easydry es considerado como sustituto de naturaleza al mismo consumidor, ya que por solo el simple hecho de lavar su vehículo con sus propios medios y en su domicilio hace que se produzca la sustitución de este servicio.

Cabe considerar que el 100% de los consumidores tienen esta posibilidad sustitutiva abierta, a bajo costo.

1.3.2. Análisis del macro ambiente.

Para realizar el análisis del macro ambiente se ha considerado las siguientes herramientas:

Cuadro N. - 12 MATRIZ EFE.

Factores determinantes de éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Oportunidades			
Incremento del parque automotor	0,14	4	0,56
Mayor amplitud del servicio	0,08	3	0,24
Necesidad no cubierta	0,11	1	0,11
Crecimiento del giro del negocio	0,09	4	0,36
Exportación del producto	0,06	2	0,12
Amenazas			
Precios económicos de la competencia	0,13	2	0,26
Políticas gubernamentales	0,12	4	0,48
Inestabilidad económica	0,17	3	0,51
Cambio de clima	0,1	2	0,2
Total	1		2,84

Fuente: (www.planeacionestrategica.blogspot.es/)

Elaborado por: El Autor

Cuadro N.- 13 MATRIZ EFI.

Factores determinantes de éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Fortalezas			
Servicio Innovador en el mercado	0,08	3	0,24
Servicio a domicilio	0,12	3	0,36
Atención personalizada	0,16	4	0,64
Rapidez en el servicio	0,06	4	0,24
Brinda valor agregado en el mantenimiento del vehículo	0,18	4	0,72
Debilidades			
Gastos movilización del personal	0,06	1	0,06
Riesgos de accidentes o incidentes	0,06	1	0,06
Falta de publicidad del producto	0,15	2	0,3
Costos elevado de microfibras	0,05	2	0,1
Servicios similares	0,08	1	0,08
Total	1		2,8

Fuente: (www.planeacionestrategica.blogspot.es/)

Elaborado por: El Autor

Cuadro N.- 14 MPC.

Factores críticos para el éxito	Peso	Easydry		Car Wash		Master Star Car Wash	
		Calif.	P. Pond.	Calif.	P. Pond.	Calif.	P. Pond.
Posicionamiento en el mercado.	0,2	3	0,6	2	0,4	2	0,4
Precios de la competencia.	0,2	2	0,4	4	0,8	1	0,2
Situación Financiera.	0,4	5	2	1	0,4	4	1,6
Calidad del producto.	0,1	4	0,4	3	0,3	3	0,3
Fidelidad del cliente.	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Total	1,00		3,7		2,2		2,8

Fuente: (www.planeacionestrategica.blogspot.es/)

Elaborado por: El Autor

1.3.3 Proyección de la oferta.

La proyección de la oferta se obtuvo del estudio de mercado realizado por la Universidad de Guayaquil por Leonidas Moreira en el año 2011 y la proyección se consideró la inflación según información del BCE. 3.38%

Cuadro N.- 15 Proyección de la Oferta.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA	
AÑO	OFERTA (Personas)
2015	106,956
2016	110,571
2017	114,308
2018	118,172
2019	122,166
2020	126,925

Fuente: (www.repositorio.edu.ec/bistream/)

Elaborado por: El Autor

1.4. Demanda Potencial Insatisfecha.

Cuadro N. - 16 Demanda Insatisfecha.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA			
AÑO	DEMANDA (Personas)	OFERTA (Personas)	DEMANDA INSATISFECHA
2015	298.585	106.956	191.629
2016	316.500	110.571	205.929
2017	335.490	114.308	221.182
2018	355.620	118.172	237.448
2019	376.957	122.166	254.791
2020	399.574	126.925	272.649

Fuente: (www.repositorio.edu.ec/bistream/) (INEC)

Elaborado por: El Autor

1.5. Promoción y publicidad que se realizará (Canales de Comunicación)

Para realizar una efectiva promoción y publicidad se ha considerado los siguientes aspectos:

- Se difundirá la información a través de los medios de comunicación tales como: internet (sitio web y redes sociales).
- Se ha elaborado hojas volantes para ser repartidas en los distintos edificios, condominios, etc.
- También se está realizando la publicidad del producto mediante la presencia de los dueños de la franquicia en programas de televisión como América Vive, y en revistas como Vistazo, Líderes.
- Otros medios de promoción como son las vallas publicitarias se implementarán a largo plazo.

- Se están realizando acercamientos con las distintas cooperativas de taxis y furgonetas para poder ofrecerles el servicio de lavado, en las mismas se va a enfatizar del beneficio que tienen estos clientes ya que no tendrían que trasladarse a una lavadora o lubricadora cercana, así como el tiempo de respuesta nuestro sería inmediato, existiría un ahorro de tiempo y se lo realizaría en el mismo sitio de trabajo, la calidad del servicio y producto disminuiría la necesidad de lavar constantemente ya que la durabilidad del mismo es mayor.
- Se ha creado paquetes mensuales de lavadas según la necesidad del cliente con un descuento de hasta el 10%.
- Se confeccionará kits más pequeños para obsequiar en Navidad.

1.6. Sistema de distribución a utilizar. (Canales de distribución)

Para esta clase de negocio el canal de distribución es directo debido a que lo que se ofrece es un servicio caracterizado por la inseparabilidad. Adicionalmente se brinda el servicio directamente al consumidor sin intermediarios.

El canal de distribución va a ser en forma directa con una ganancia en la venta de kits del 20%, el servicio de lavado se lo va a realizar con nuestros propios empleados. Si en un corto o mediano plazo se hace efectivo algún convenio o acuerdo los kits se van a distribuir en un plazo máximo de 7 días, se tiene un compromiso verbal con los dueños de la franquicia para poder cumplir a cabalidad con la demanda de kits a gran escala, ellos tienen un stock suficiente de producto y materiales en sus bodegas de Cotocollao.

1.7. Seguimiento de clientes.

El seguimiento de los clientes se va a desarrollar de manera mensual a través del correo electrónico, vía telefónica o buzón de sugerencias, mediante la elaboración de encuestas de satisfacción del cliente interno y externo.

También se realizará llamadas de post venta del servicio, de esta manera tendremos un seguimiento constante y una evaluación certera de nuestra calidad de servicio.

1.8. Especificar mercados alternativos.

Se ha considerado como mercado alternativo la limpieza de muebles de sala y comedor ya que el producto que se ofrece para la limpieza de la tapicería de los vehículos sirve también para este tipo de bienes.

Se va a realizar la oferta de este servicio a través de clientes fijos que lavan sus vehículos con los productos ofertados tenemos la idea de realizar alianzas estratégicas con empresas de servicios complementarios de limpieza para que utilicen los productos biodegradables en los servicios que brindan.

Los beneficios para los muebles son los siguientes:

- Se realizan en un tiempo de 4 horas aproximadamente.
- No se utiliza ningún tipo de cepillos que dañan el acabado de los muebles.
- El servicio es a domicilio.
- Se realiza con productos que no contienen químicos.
- No es necesario que la familia salga de casa para realizar el servicio.
- Las personas que contratan nuestro servicio tienen la ventaja de poder acceder a nuestro servicio en casos puntuales de manchas, suciedad, etc.

1.9 DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA.

(<http://www.headways.com.mx>)

“Se denomina competencia a un conjunto de compañías que coinciden en un mismo nicho del mercado u ofrecen productos similares.”

1.9.1 Descripción de la competencia.

Para la empresa Easydry es considerada competencia a los coches de la empresa Carwash que brindan su servicio en los centros comerciales de la ciudad de Quito, quienes utilizan el agua como su herramienta principal.

1.9.2 Definir puntos fuertes y débiles de la competencia, comparándolos con los del proyecto propio.

Se ha considerado como puntos fuertes a los siguientes:

- En relación a la tecnología nuestro producto frente a la competencia tiene una ventaja ya que el acabado final del vehículo es de mayor calidad así como la durabilidad del lavado en el auto.
- Las materias primas de nuestro producto no son difíciles de adquirir.
- La experiencia es un punto fuerte ya que sabemos de las bondades con las que cuenta el servicio y producto de Easydry.
- Mientras la competencia tiene puntos fijos de lavado, el servicio ofrecido tiene la ventaja de que se puede ofertar a domicilio otorgando un valor agregado a los consumidores finales.
- Se cree que la principal ventaja es ofrecer un servicio directo al consumidor con el cual se puede obtener beneficios.

- Se tiene un claro entendimiento de la situación de los clientes analizando las verdaderas necesidades a cubrir para así satisfacerlas.

Por otro lado los puntos débiles que se ha considerado son:

- La infraestructura también es un punto débil ya que la inversión realizada es menor comparada con la de la competencia y podrían empezar a implementar el servicio a domicilio.
- La estrategia comercial es un punto débil ya que la competencia tiene mayor posicionamiento del servicio.
- El precio del servicio es mayor en comparación con el de la competencia ya que prestan un servicio similar y a menor precio.

1.9.3 COSTOS DEL PRODUCTO/SERVICIO, POR PERÍODOS.

Se ha considerado dentro de los costos aquellos en los que se incurre directamente dentro del proceso como materia prima e insumos; y gastos tales como salarios, gastos de venta, servicios básicos y depreciación.

1.9.3.1 Determinación de costos variables

Cuadro N.- 17 Costos Variables.

Materia Prima e Insumos	Cantidad	Costo Unitario	Total
Microfibras.	30 unidades	\$ 5,00	\$ 150,00
Atomizadores.	10 unidades	\$ 3,50	\$ 35,00
Brochas.	5 unidades	\$ 1,00	\$ 5,00
Cepillos.	3 unidades	\$ 10,00	\$ 30,00
Mochilas.	2 unidades	\$ 55,00	\$ 110,00
Movilización.	1 vehículo	\$ 40,00	\$ 40,00
Camiseta.	4 unidades	\$ 10,00	\$ 40,00
Logotipo.	4 unidades	\$ 2,00	\$ 8,00
Gorra.	4 unidades	\$ 7,00	\$ 28,00
Limpia y encera carrocería.	1 caneca	\$ 123,20	\$ 123,20
Limpia vidrios.	1 caneca	\$ 87,36	\$ 87,36
Acondicionador.	1 caneca	\$ 247,52	\$ 247,52
Renovador neumáticos.	1 caneca	\$ 140,00	\$ 140,00
Quita manchas.	1 caneca	\$ 128,80	\$ 128,80
Total			\$ 1172,88

Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.

2.1.1 Descripción del proceso de transformación del bien o servicio.

Las canecas del producto así como los kits son retirados de la matriz ubicada en el sector de Cotocollao.

En stock de productos es el siguiente:

- 1 caneca de limpia y encera carrocería.
- 1 caneca de limpia vidrios.
- 1 caneca de acondicionador.
- 1 caneca de renovador de neumáticos.
- 1 caneca de quita manchas.
- 10 kits.

Para brindar el servicio se utiliza los siguientes elementos:

- 10 microfibras.
- Maletas.
- 1 aspiradora industrial.
- 1 extensión.
- Producto limpia y encera carrocería.
- Producto acondicionador.
- Producto limpia vidrios.

- Producto renovador de neumáticos.
- Producto quita manchas.
- 1 cepillo.
- 1 brocha.

Cuadro N.- 18 Proceso de Transformación.

No.	ACTIVIDADES	Tiempo estimado	Responsable	Tiempo Total
1	Se estaciona el vehículo a la sombra, con el fin de obtener mejores resultados.			
2	Se toma los materiales: 2 paños y el producto para limpieza de carrocería.	00:18	Operador 1	
3	Inicia rociando la superficie del capó	00:07	Operador 1	00:25
4	Procede a remover con el paño azul la suciedad impregnada en el capó	00:58	Operador 1	01:23
5	Procede a sacar brillo del capó con el paño verde.	00:59	Operador 1	02:22
6	Rocía con producto la aleta delantera derecha	00:06	Operador 1	02:28
7	Remueve con el paño azul la suciedad impregnada en aleta delantera derecha	00:15	Operador 1	02:43
8	Abrillanta la aleta delantera derecha con el paño verde.	00:16	Operador 1	02:59
9	Rocía con producto el pilar izquierdo del auto	00:06	Operador 1	03:05
10	Remueve con el paño azul la suciedad impregnada en pilar izquierdo	00:15	Operador 1	03:20
11	Abrillanta el pilar izquierdo con el paño verde.	00:14	Operador 1	03:34
12	Rocía, limpia y abrillanta el retrovisor izquierdo	00:26	Operador 1	03:50
13	Rocía con producto el área superior de la puerta delantera izquierda del auto	00:06	Operador 1	03:56
14	Doblar el paño.	00:05	Operador 1	04:01

15	Remueve con el paño azul el área superior de la puerta delantera izquierda del auto	00:17	Operador 1	04:18
16	Abrillanta el área superior de la puerta delantera izquierda con el paño verde.	00:14	Operador 1	04:32
17	Rocía con producto el área inferior de la puerta delantera izquierda del auto	00:05	Operador 1	04:37
18	Remueve con el paño azul el área inferior de la puerta delantera izquierda del auto	00:09	Operador 1	04:46
19	Abrillanta el área inferior de la puerta delantera izquierda con el paño verde.	00:10	Operador 1	04:56
20	Rocía con producto el área superior de la puerta trasera izquierda del auto	00:12	Operador 1	05:08
21	Remueve con el paño azul el área superior de la puerta trasera izquierda del auto	00:16	Operador 1	05:24
22	Abrillanta el área superior de la puerta trasera izquierda con el paño verde.	00:23	Operador 1	05:47
23	Rocía con producto el área inferior de la puerta trasera izquierda del auto	00:04	Operador 1	05:51
24	Remueve con el paño azul el área inferior de la puerta trasera izquierda del auto	00:12	Operador 1	06:03
25	Abrillanta el área inferior de la puerta trasera izquierda con el paño verde.	00:07	Operador 1	06:10
26	Abre las puertas para realizar la limpieza en los pilares internos.	00:08	Operador 1	06:18
27	Usando el paño azul remueve la suciedad y abrillanta con el paño verde.	00:56	Operador 1	07:14
28	Rocía la superficie de la cajuela incluida la placa.	00:10	Operador 1	07:24
29	Doblar el paño.	00:05	Operador 1	07:29
30	Remueve con el paño azul la suciedad impregnada en la cajuela	00:54	Operador 1	08:23
31	Abre la cajuela para limpiar el interior	00:58	Operador 1	09:21
32	Procede a sacar brillo de la cajuela con el paño verde.	01:09	Operador 1	10:30
33	Rocía con producto el área superior de la puerta trasera derecha del auto	00:04	Operador 1	10:34

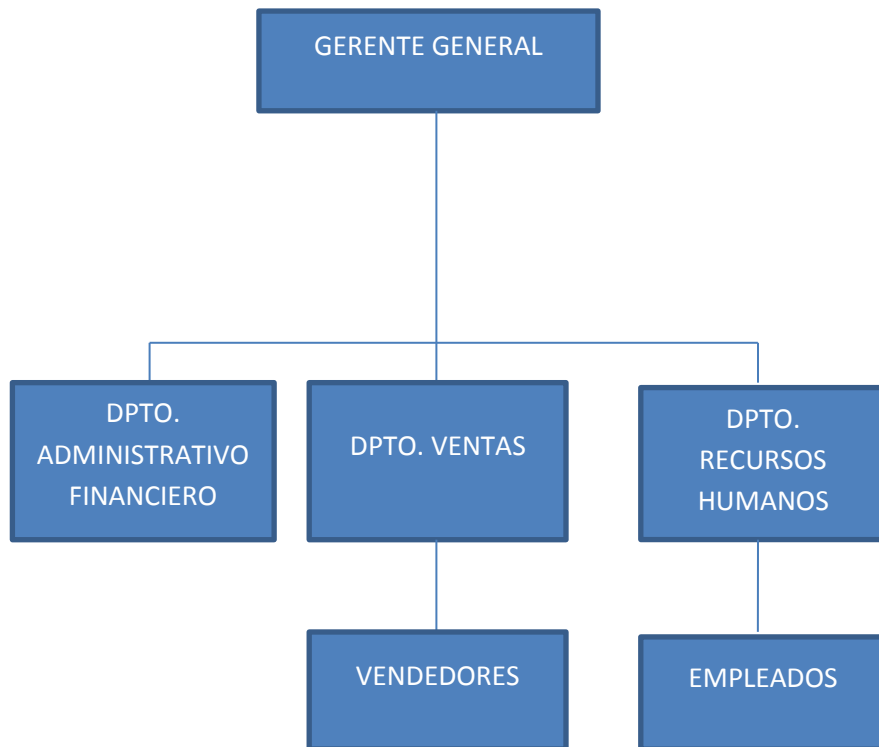
34	Remueve con el paño azul el área superior de la puerta trasera derecha del auto	00:16	Operador 1	10:50
35	Abrillanta el área superior de la puerta trasera derecha con el paño verde.	00:19	Operador 1	11:09
36	Rocía con producto el área inferior de la puerta trasera derecha del auto	00:04	Operador 1	11:13
37	Remueve con el paño azul el área inferior de la puerta trasera derecha del auto	00:15	Operador 1	11:28
38	Abrillanta el área inferior de la puerta trasera derecha con el paño verde.	00:19	Operador 1	11:47
39	Doblar el paño.	00:10	Operador 1	11:57
40	Rocía con producto el pilar derecho del auto	00:03	Operador 1	12:00
41	Remueve con el paño azul la suciedad impregnada en pilar derecho.	00:11	Operador 1	12:11
42	Abrillanta el pilar derecho con el paño verde.	00:15	Operador 1	12:26
43	Rocía, limpia y abrillanta el retrovisor derecho	00:20	Operador 1	12:46
44	Doblar el paño.	00:13	Operador 1	12:59
45	Rocía con producto el área superior de la puerta delantera derecha del auto	00:15	Operador 1	13:14
46	Remueve con el paño azul el área superior de la puerta delantera derecha del auto	00:12	Operador 1	13:26
47	Abrillanta el área superior de la puerta delantera derecha con el paño verde.	00:13	Operador 1	13:39
48	Rocía con producto el área inferior de la puerta delantera derecha del auto	00:06	Operador 1	13:45
49	Remueve con el paño azul el área inferior de la puerta delantera derecha del auto	00:06	Operador 1	13:51
50	Abrillanta el área inferior de la puerta delantera derecha con el paño verde.	00:12	Operador 1	14:03
51	Rocía con producto la aleta delantera izquierda	00:06	Operador 1	14:09
52	Remueve con el paño azul la suciedad impregnada en aleta delantera izquierda.	00:20	Operador 1	14:21

53	Abrillanta la aleta delantera izquierda con el paño verde.	00:17	Operador 1	14:38
54	Abre las puertas para realizar la limpieza en los pilares internos.	00:16	Operador 1	14:54
55	Usando el paño azul remueve la suciedad y abrillanta con el paño verde.	01:03	Operador 1	16:19
56	Rocía con producto la superficie delantera izquierda del techo	00:06	Operador 1	16:25
57	Remueve con el paño azul la suciedad impregnada en la superficie izquierda del techo	00:16	Operador 1	16:41
58	Abrillanta la superficie delantera izquierda del techo con el paño verde.	00:15	Operador 1	16:56
59	Rocía con producto la superficie trasera izquierda del techo	00:07	Operador 1	17:03
60	Remueve con el paño azul la suciedad impregnada en la superficie izquierda del techo	00:08	Operador 1	17:11
61	Abrillanta la superficie trasera izquierda del techo con el paño verde.	00:13	Operador 1	17:24
62	Rocía con producto la superficie trasera derecha del techo	00:07	Operador 1	17:31
63	Remueve con el paño azul la suciedad impregnada en la superficie derecha del techo	00:09	Operador 1	17:40
64	Abrillanta la superficie trasera derecha del techo con el paño verde.	00:07	Operador 1	17:47
65	Doblar el paño.	00:05	Operador 1	17:52
66	Rocía con producto la superficie delantera derecha del techo	00:07	Operador 1	17:59
67	Remueve con el paño azul la suciedad impregnada en la superficie derecha del techo	00:07	Operador 1	18:06
68	Abrillanta la superficie delantera derecha del techo con el paño verde.	00:10	Operador 1	18:16
69	Cambia de paño para la limpieza de aros	00:05	Operador 1	18:21
70	Rocía y limpia los aros de delantero derecho girando a delantero izquierdo	02:11	Operador 1	20:32
71	Limpia los vidrios interior y exterior, empezando por el parabrisas girando de	07:16	Operador 1	27:48:00

	izquierda a derecha			
72	Rocía restaurador de neumáticos de delantero derecho girando a delantero izquierdo.	00:57	Operador 1	28:40:00

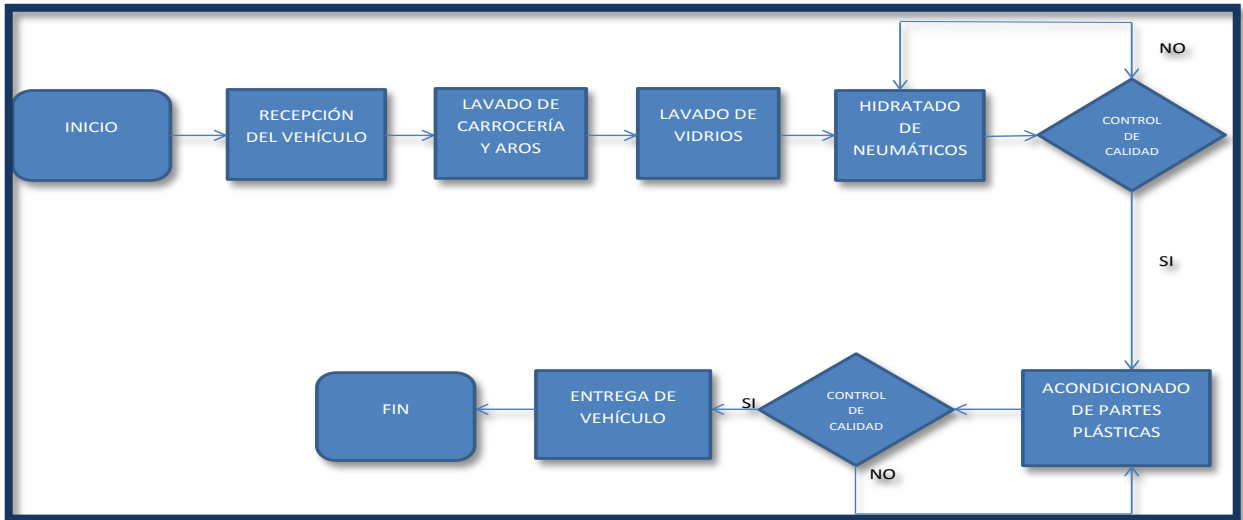
Elaborado por: El Autor

Imagen 7: Organigrama Easydry Ponceano.



Elaborado por: El Autor

Imagen 8: Flujograma.

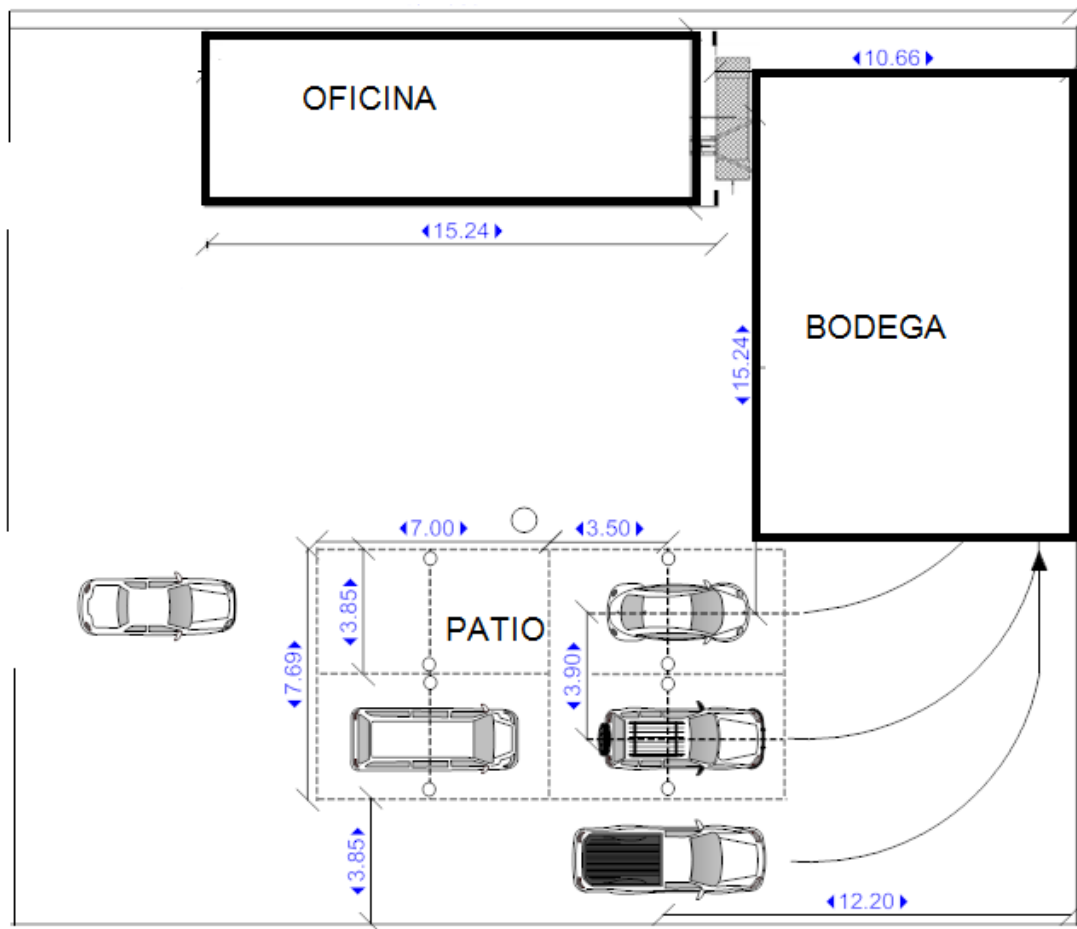


Elaborado por: El Autor

2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

- Easydry-Ponceano solo solicita a la Matriz el producto y los insumos necesarios para brindar el servicio.
- Las instalaciones físicas se han acoplado en mi propio domicilio ubicado en la zona Norte de Quito que cuenta con el espacio suficiente en tamaño ya que tiene aproximadamente 40 metros cuadrados y funcionalidad además de poseer dos patios posteriores que van a ser adecuados para que ahí funcionen las bodegas.

Imagen 9: Plano de la planta.



Elaborado por: El Autor

2.1.3 Tecnología a aplicar.

La empresa se caracteriza en la utilización de tecnología de punta para la realización del proceso de lavado de vehículos, por esta razón:

- Se ha adquirido 1 aspiradora industrial de última generación.
- Se está realizando la difusión del servicio y producto mediante internet.

- Se tiene creada una página en Facebook que se llama Easydry-Ponceano.
- Se adquirió una aspiradora Rainbow.

2.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES.

2.2.1 Ritmo de producción.

Cuadro N.- 19 Ritmo de Producción.

ACTIVIDAD	No. PERSONAS	TIEMPO PROMEDIO (min)	TIEMPO NORMAL (min)	RITMO DE TRABAJO
Lavado de carrocería y aros.	2	4:30	5	2:15
Lavado de vidrios.	1	5:30	6	5:30
Hidratación de neumáticos.	1	4:30	5	4:30
Acondicionamiento de partes plásticas.	2	5:30	6	2:45

Elaborado por: El Autor

2.2.2 Nivel de inventario promedio.

Por tratarse de una empresa de servicio de lavado de vehículos no se puede determinar el stock del producto terminado, ya que una vez que se realiza el trabajo de lavado el proceso de producción termina cuando el cliente se retira. Sin embargo a continuación se puede visualizar el Stock de materiales de limpieza estimado mensual que se utilizará, el detalle del mismo se puede observar en el (Anexos 1,2,3,4 y 5)

Cuadro N.- 20 Nivel de inventario promedio.

PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Limpia carrocería.	1.000	0,006	6,00
Limpia vidrios.	600	0,005	3,00
Quita manchas.	2.000	0,007	14,00
Renovador Neumáticos.	550	0,01	5,50
Acondicionador partes plásticas.	800	0,01	8,00
Microfibras.	50	4,48	224,00
TOTAL			260,50

Elaborado por: El Autor

2.2.3 Número de trabajadores.

En este momento se tiene dos empleados y las perspectivas de crecimiento son de 4 empleados más que serían utilizados de la siguiente manera:

Cuadro N.- 21 Número de Trabajadores.

Cantidad de personal	Cliente	Descripción	Horas de trabajo
2	Concesionario Toyota Cumbayá	Lavado de los seminuevos en el concesionario de Toyota de Cumbayá.	16
1	Hunter	Lavado de los clientes que llegan a realizar el chequeo del dispositivo de rastreo satelital	8
1	Gruvipro Cia.Ltda.	Lavado de los autos que utilizan los supervisores así como de los dueños.	8

Elaborado por: El Autor

2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.

2.3.1 Capacidad de Producción Futura.

La Empresa Easydry ha considerado una proyección de ventas que a continuación se detalla:

Cuadro N.- 22 Capacidad de Producción Futura.

No.	CLIENTE	Venta de kits mensual
1	QBE Seguros Colonial.	1000
2	Gruvipro Cia.Ltda.	100
3	Comisariato de las Mascotas.	500

Elaborado por: El Autor.

2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

Easydry-Ponceano adquirió una franquicia de servicios razón por la cual no necesitamos de materia prima ya que adquirimos los kits por unidades o el producto por canecas.

Estamos haciendo contactos para traer directamente de USA a menor precio las microfibras que nos proporciona la Matriz en Ecuador.

En el caso que tengamos pedidos grandes de producto la Matriz se comprometió en entregarnos las cantidades necesarias en el plazo de 1 semana, he podido observar que en este momento se encuentran con un amplio stock de mercadería en sus bodegas.

2.5 CALIDAD

2.5.1 Método de Control de Calidad.

La calidad del producto es garantizada ya que su elaboración está determinada por un proceso interno de la Matriz.

En relación al servicio que se entrega, los trabajadores luego de lavar determinado vehículo están en capacidad de realizar por cuenta propia el control de calidad final antes de entregar el automóvil. Se recomienda al cliente revisar el vehículo para dar su aprobación. Si por alguna razón disminuiría la calidad del producto el acabado final no tendría la misma textura o brillo.

2.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN

2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional.

Para obtener una seguridad total los productos van a ser almacenados en el patio posterior a mi departamento en donde se está adecuando una bodega con la instalación de un techo de policarbonato para que se encuentren bajo cubierta.

Además se requiere adquirir la licencia ambiental que el Ministerio de Ambiente otorga a este tipo de negocios.

CAPÍTULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DEL OBJETIVOS

3.1.1 Visión de la Empresa.

Ser la empresa líder en servicios de lavado ecológico a domicilio, con los mejores productos para el cuidado de vehículos, demostrando honestidad y respeto en el servicio brindado a los clientes, siempre comprometidos con el medio ambiente, en un plazo de cinco años.

3.1.2 Misión de la empresa.

Somos una empresa que ofrece el servicio de lavado ecológico a domicilio, de manera rápida y efectiva, con altos estándares de calidad, ofreciendo la mayor eficiencia y eficacia en la maximización de rendimientos para obtener la satisfacción total de nuestros clientes y promover el buen uso de los recursos naturales especialmente el agua.

3.1.3 Análisis FODA

Para nuestra empresa Easydry ha considerado el siguiente análisis:

FORTALEZAS

- Servicio a domicilio.
- Ahorra tiempo y brinda comodidad.
- Genera valor agregado en el mantenimiento del vehículo.
- Atención personalizada.
- Atención permanente.

- Rapidez en el servicio.
- Disminución de costos en infraestructura.

OPORTUNIDADES

- Aumento del parque automotor.
- Mayor variedad del servicio
- Crecimiento del giro del negocio.
- Exportación del producto.

DEBILIDADES

- Gastos de movilización del personal.
- Riesgos de incidente o accidente.
- Costo más elevado del producto en relación al agua.
- Mínima inversión.
- Servicios similares.
- Falta de publicidad del producto y servicio
- Escaso conocimiento del sistema Easydry.
- Costos elevados de las microfibras.

AMENAZAS

- Precio más económico de la competencia.
- Políticas Gubernamentales.
- Inestabilidad económica.
- Cambio de clima.
- Competencia informal.

Imagen N. - 10 Matriz FODA.

<p>Factores internos</p> <p>Factores Externos</p>	<p>Lista de Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicio a domicilio. • Ahorra tiempo y brinda comodidad. • Genera valor agregado en el mantenimiento del vehículo. • Atención personalizada. • Atención permanente 	<p>Lista de Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gastos de movilización del personal. • Riesgos de incidente o accidente. • Costo más elevado del producto en relación al agua. • Mínima inversión. • Servicios similares. • Falta de publicidad del producto y servicio • Escaso conocimiento del sistema Easydry. • Costos elevados de las microfibras
<p>Lista de oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumento del parque automotor. • Mayor variedad del servicio • Crecimiento del giro del negocio. • Exportación del producto. 	<p>FO (Maxi - Maxi)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer un plan de producción que genere un servicio rápido, que cumpla las expectativas del cliente para que este regrese. 	<p>DO (Mini - Maxi)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar una campaña agresiva publicitaria para que conozcan la marca brindando mayor variedad en el servicio y poder en un futuro exportar los productos que se ofertan
<p>Lista de Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precio más económico de la competencia. • Políticas Gubernamentales. • Inestabilidad económica. • Cambio de clima. • Competencia informal. 	<p>FA (Maxi - Mini)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprometer y capacitar al personal de la empresa para que brinde el servicio esperado o supere las expectativas del cliente, de ellos depende que el servicio sea referido a diferentes personas, y así expandirse a diferentes partes del Ecuador a un costo accesible. 	<p>DA (Mini - Mini)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquirir motos publicitarias para la movilización del personal, consiguiendo que este servicio sea conocido para ser competitivos en el mercado

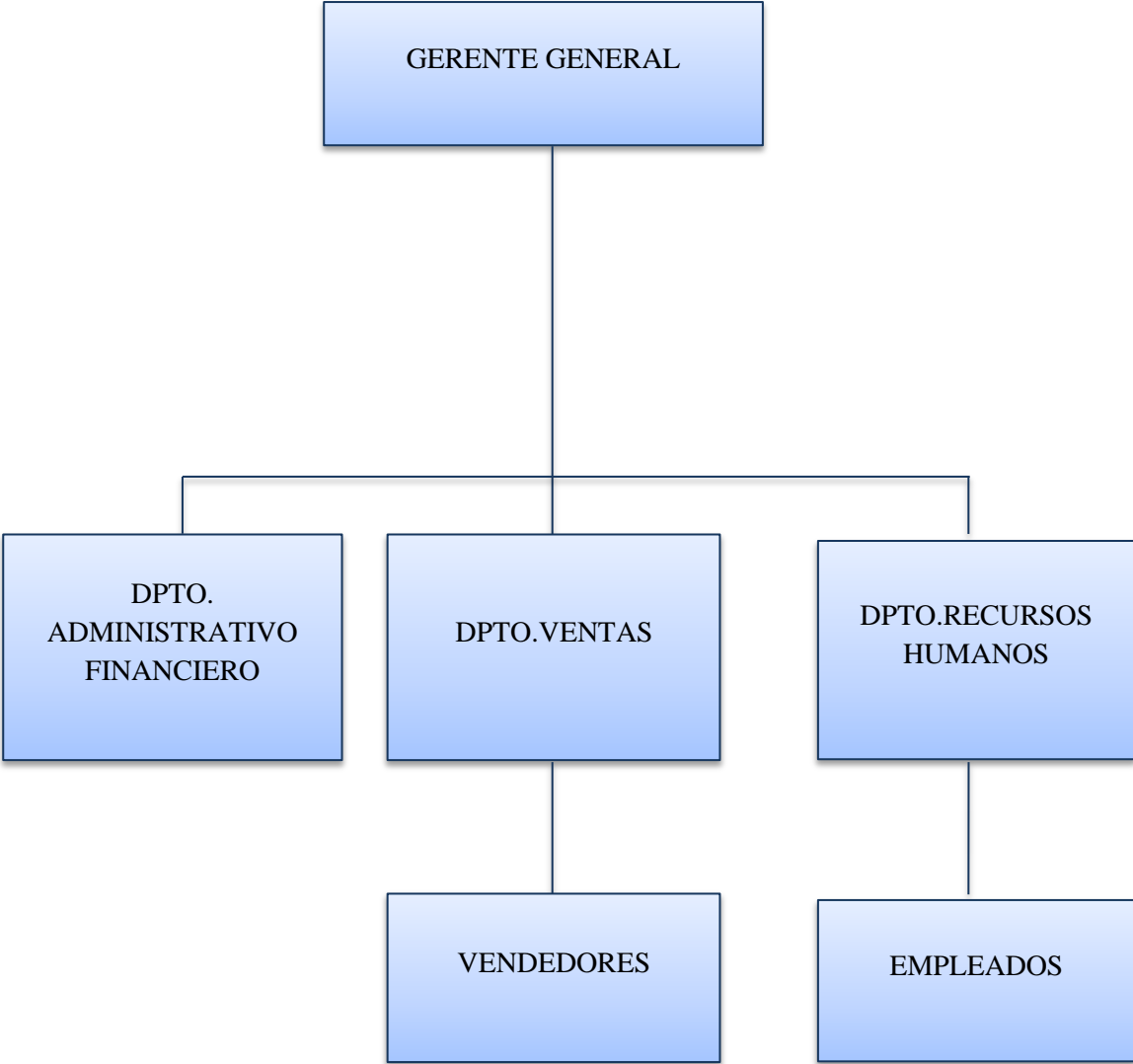
Fuente: (www.deguate.com)

Elaborado por: El Autor

3.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

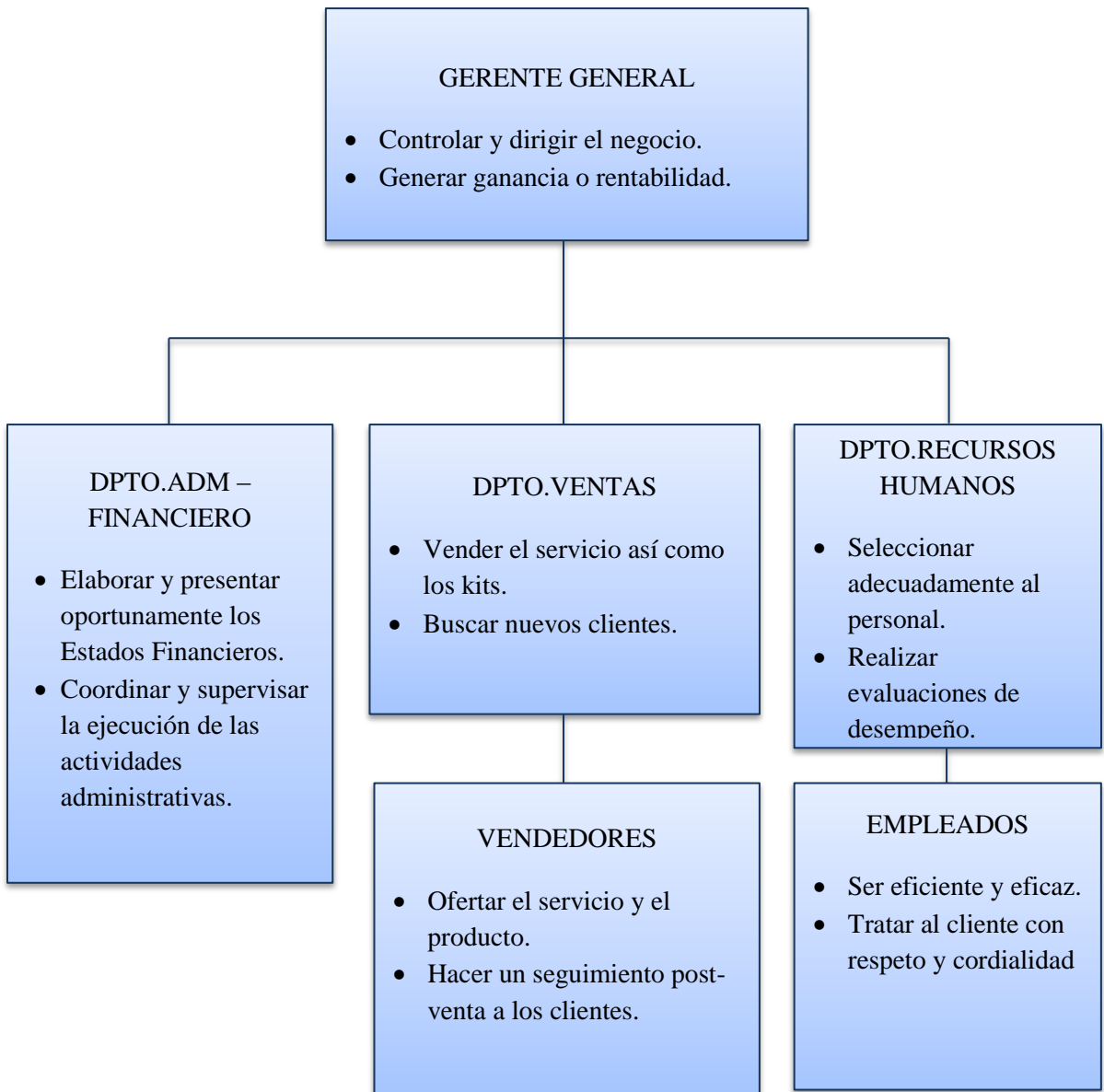
3.2.1 Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna.

Imagen 11: Organigrama Estructural.



Elaborado por: El Autor

Imagen 52: Organigrama Funcional.



Elaborado por: El Autor

3.2.2 Describa brevemente los cargos del organigrama

A continuación se evidenciará el detalle de las funciones de cada cargo del organigrama de la empresa Easydry.

Cuadro N. - 23 Funciones Gerente.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	GERENTE GENERAL
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	
SUPERVISA A	DPTO. ADM FINANCIERO, DPTO. VENTAS, DPTO. RRHH,
II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
III FUNCIONES	
1.-Controlar y dirigir el negocio.	
2.- Generar ganancia o rentabilidad.	
3.- Representar judicial y legalmente a la Empresa.	
4.- Aprobar y difundir los documentos normativos de la Empresa	
5.- Preparar y ejecutar el presupuesto anual.	
6.- Diseñar y ejecutar los planes de desarrollo, inversión, mantenimiento y gastos.	
7.- Abrir, cerrar y administrar cuentas bancarias.	
8.- Celebrar contratos de servicios.	
9.- Ordenar los pagos.	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TÍTULO PROFESIONAL	ING. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS O AFINES.
EXPERIENCIA	4 AÑOS
HABILIDADES	Trabajo bajo presión, razonamiento, solución de problemas, iniciativa, creatividad, trabajo en equipo, manejo de sistemas computarizados.
FORMACIÓN	Conocimientos Teóricos y Prácticos de las Leyes, Normas y Decretos que rigen al Ecuador, Código del trabajo, Sistemas y procedimientos administrativos, programas de tratamiento de textos y hojas de cálculo.

Elaborado por: El Autor

Cuadro N.- 24 Funciones de Jefe Administrativo Financiero.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	JEFE ADMINISTRATIVO FINANCIERO
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	GERENTE GENERAL
SUPERVISA A	
II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
III FUNCIONES	
1.- Elaborar y presentar oportunamente los Estados Financieros.	
2.- Elaborar y presentar los informes que solicite la gerencia.	
3.- Coordinar y supervisar la ejecución de las actividades administrativas	
4.- Establecer las metas de los indicadores de gestión.	
5.- Proteger los recursos y activos de la empresa.	
6.- Gestionar la adquisición de bienes y servicios.	
7.- Controlar el cumplimiento del presupuesto.	
8.- Realizar auditorías internas y externas.	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TÍTULO PROFESIONAL	ING. FINANZAS, ING. COMERCIAL.
EXPERIENCIA	4 AÑOS
HABILIDADES	Trabajo bajo presión, razonamiento, solución de problemas, iniciativa, creatividad, trabajo en equipo, manejo de sistemas computarizados.
FORMACIÓN	Conocimientos Teóricos y Prácticos de las Leyes, Normas y Decretos que rigen al SRI, IESS, Código del trabajo, NIFFS, Contabilidad, programas de tratamiento de textos y hojas de cálculo.

Elaborado por: El Autor

Cuadro N.- 25 Funciones de Jefe Departamento Ventas.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	JEFE DEPARTAMENTO VENTAS
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	GERENTE GENERAL
SUPERVISA A	VENDEDORES
II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
III FUNCIONES	
1.- Vender el servicio así como los kits.	
2.- Buscar nuevos clientes.	
3.- Velar por el cumplimiento de las metas.	
4.- Realizar investigación de mercado.	
5.- Revisar los reportes de ventas de los vendedores.	
6.- Preparar los reportes solicitados.	
7.- Desarrollar clínicas de ventas.	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TÍTULO PROFESIONAL	ING. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS O AFINES.
EXPERIENCIA	4 AÑOS
HABILIDADES	Trabajo bajo presión, razonamiento, solución de problemas, iniciativa, creatividad, trabajo en equipo, manejo de sistemas computarizados.
FORMACIÓN	Conocimientos Teóricos y Prácticos de los procesos de Ventas, programas de tratamiento de textos y hojas de cálculo, manejo de Word, Excel, Power Point.

Elaborado por: El Autor

Cuadro N. 26 Funciones de los Vendedores.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	VENEDORES
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	JEFE DEPARTAMENTO DE VENTAS
SUPERVISA A	
II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
III FUNCIONES	
1.- Ofertar el servicio y el producto.	
2.- Hacer un seguimiento post-venta a los clientes.	
3.- Retener a los clientes actuales.	
4.- Lograr las metas de ventas.	
5.- Conocer los servicios y productos de la empresa.	
6.- Incrementar las compras de los clientes actuales.	
7.- Administrar eficientemente la cartera.	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TÍTULO PROFESIONAL	ING. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS O AFINES.
EXPERIENCIA	2 AÑOS
HABILIDADES	Trabajo bajo presión, razonamiento, solución de problemas, iniciativa, creatividad, trabajo en equipo, manejo de sistemas computarizados.
FORMACIÓN	Conocimientos Teóricos y Prácticos de los procesos de Ventas, programas de tratamiento de textos y hojas de cálculo, manejo de Word, Excel, Power Point.

Elaborado por: El Autor

Cuadro N. 27 Funciones de Jefe de Recursos Humanos

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	JEFE DEPARTAMENTO RECURSOS HUMANOS
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	GERENTE GENERAL
SUPERVISA A	EMPLEADOS
II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
III FUNCIONES	
1. Seleccionar adecuadamente al personal.	
2. Realizar evaluaciones de desempeño.	
3. Realizar el seguimiento y control de asistencias y puntualidad.	
4. Control de expedientes del personal.	
5. Elaboración de contratos de personal.	
6. Elaboración y actualización de reglamentos, políticas y procedimientos.	
7. Elaboración de presupuestos referentes al área.	
8. Retroalimentación al personal.	
9. Control de vacaciones.	
10. Actualización y divulgación de reglamentos, políticas, procedimientos y descripciones de puesto.	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TÍTULO PROFESIONAL	PSICÓLOGO INDUSTRIAL, ING. RECURSOS HUMANOS O AFINES.
EXPERIENCIA	3 AÑOS
HABILIDADES	Trabajo bajo presión, razonamiento, solución de problemas, iniciativa, creatividad, trabajo en equipo, manejo de sistemas computarizados.
FORMACIÓN	Conocimientos Teóricos y Prácticos de las Leyes, Normas del Código del trabajo, Administración de Recursos Humanos, Contabilidad básica, y hojas de cálculo.

Elaborado por: El Autor

Cuadro N.- 26 Funciones de Empleados.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	EMPLEADOS
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	JEFE DEPARTAMENTO RECURSOS HUMANOS
SUPERVISA A	
II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
III FUNCIONES	
1.- Ser eficiente y eficaz.	
2.- Tratar al cliente con respeto y cordialidad	
3.- Lavar correctamente los vehículos.	
4.- Lavar las microfibras al término de la jornada laboral.	
5.- Revisar que los dispensadores tengan producto.	
6.- Revisar que las extensiones eléctricas se encuentran funcionando.	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TÍTULO PROFESIONAL	BACHILLERES
EXPERIENCIA	1 AÑO
HABILIDADES	Trabajo bajo presión, razonamiento, iniciativa, creatividad, trabajo en equipo, solucionar problemas.
FORMACIÓN	Limpieza y lavado de autos.

Elaborado por: El Autor

3.3 CONTROL DE GESTIÓN

3.3.1 Haga un listado de los indicadores de gestión necesarios.

Para evaluar a cada departamento se lo realizará mediante los indicadores de gestión que a continuación se detalla:

Cuadro N.- 29 Indicadores de Gestión.

Perspectiva	Factor Clave	Indicador
Comercial	Penetración de mercado	Incremento de ventas % / sector
		% Clientes nuevos/ total
	Competitividad de precios	Precio medio venta / unidad
	Eficiencia Comercial	Ventas / oferta presentada
		Pedidos / oferta presentada
		Pedidos / visitas realizadas
		Ventas / visitas
	Eficiencia Dep. Ventas	% Ofertas con errores
		Ventas reales / ventas previstas
	Calidad fin. Nuevos clientes	% Descuentos
Morosidad nuevos clientes		
Producción	Productividad Mano de Obra	Impagados nuevos clientes
		Producción / (horas-hombre trabajadas)
	Índice de severidad	No. De días perdidos x 1,000,000/ Horas hombre trabajadas
		No. Empleados de producción / No. Empleados administrativos
Índice de tipo de salario	Salario pagado a contratos / Salario pagado a Plantas	
Administración	Capacitación de personal	Capacitaciones realizadas / Capacitaciones programadas
	Cumplimiento del Plan de compras	Plan de compras ejecutado al año / Total de compras registrado
	Satisfacción de clientes	Resultados de encuesta de satisfacción y percepción servicio clientes

Elaborado por: El Autor

3.4 NECESIDADES DE PERSONAL

En el lapso de tres años Easydry-Ponceano va a necesitar la contratación de 12 personas que se encuentran detalladas en el cuadro adjunto:

Cuadro N. - 30 Personal Necesario.

No.	CARGO	Cantidad
1	Gerente General y Administrativo.	1
2	Gerente de Recursos Humanos.	1
3	Vendedoras.	2
4	Empleados.	8

Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO IV

ÁREA JURÍDICO LEGAL

4.1. Determinación de la forma jurídica

Para el inicio de actividades de la empresa Easydry Ponceano se cuenta con el RUC creado con el nombre de Chacón Altamirano Wilman Vladimir.

4.2. Patentes y Marcas

Easydry Matriz se encuentra registrado en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

A continuación se detalla el procedimiento a la adquisición de la compra de marca.

1.- Se debe realizar un depósito del 50% del valor total del paquete adquirido:

- *EASYDRY EXPRES – SERVICIO A DOMICILIO* \$2.500,00 + IVA
- *PUNTO ECOLÓGICO EASYDRY* \$3.500,00 + IVA
- Cta. Cte. del Banco Pichincha # 2100035277
- NOTA :A nombre de Limpieza Ecoecuador Cía. Ltda.

2.- Para la papelería se requiere los siguientes datos:

EASYDRY EXPRES – SERVICIO A DOMICILIO

- Teléfonos de contacto donde los clientes solicitarán el servicio.

PUNTO ECOLÓGICO EASYDRY

- Dirección exacta: Ciudad, Sector, calle principal, numeración, calle secundaria;
- Croquis de ubicación;

- Teléfonos de contacto donde los clientes solicitarán el servicio.

Easydry proporciona una cuenta de correo corporativa la cual se debe utilizar para todo lo correspondiente al Punto de Servicio.

3.- Para los uniformes se requiere las tallas de camisetitas.

4.- Revisar el contrato que se firmará con duración de 2 años renovables.

5.- En la entrega del paquete adquirido se debe entregar el comprobante de depósito del 50% restante, firmar el contrato y adjuntar copia de cédula del representante del Punto de Servicio.

El tiempo estimado para la entrega de todo el Paquete es de 15 días laborables contados a partir del primer depósito.

Adicionalmente se debe tramitar la solicitud de patente que consta de los siguientes requisitos:

(www.quito.gob.ec)

Requisitos Generales:

1. Formulario de inscripción de patente.
2. Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
3. Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
4. Copia del RUC en el caso que lo posea.
5. Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
6. Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas
7. Si el trámite lo realiza una tercera persona:

- Carta simple de autorización del Contribuyente o Representante Legal en caso de ser persona jurídica.
 - Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave.
8. En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal.

Requisitos Adicionales:

1. Copia de la licencia de conducir categoría profesional (En el caso de que realice actividades de transporte).
2. En caso de discapacidad, copia del carné del CONADIS.
3. En caso de artesanos, copia de la calificación artesanal vigente.

Pasos del trámite

1. Para obtener la patente por primera vez acercarse a las Administraciones Zonales con todos los requisitos.
2. Solicitud de clave electrónica vía internet.
3. Declaración vía web del tributo. - Pago del tributo en Instituciones financieras que mantienen convenio con el Municipio.

4.3. Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales

(www.supercias.gob.ec)

- Inscripción en el Registro Mercantil.
- Inscripción en la Superintendencia de Compañías y Seguros.
- Registro Único de Contribuyente.
- Patente Municipal.
- Estatutos de la compañía.
- Afiliación a la Cámara de Producción.
- Afiliación de la compañía en el Registro Mercantil.
- Permiso de funcionamiento de bomberos.

CAPÍTULO V

ÁREA FINANCIERA

5.1. PLAN DE INVERSIONES

A continuación se puede visualizar de manera resumida el siguiente plan de inversiones que se lo diseñó de acuerdo a las necesidades materiales de la Empresa Easydry para el inicio de sus actividades.

Cuadro N.- 27. Plan de Inversiones

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL (USD)
			-
1	Instalaciones y remodelaciones	1.000,00	1.000,00
2	Muebles y enseres	154,48	308,96
2	Maquinaria y Equipo	70,00	140,00
2	Vehículos - Motocicleta	1.800,00	3.600,00
1	Equipo de computación	400,00	400,00
1	Inventarios	551,04	551,04
	TOTAL		6.000,00

Elaborado por: El Autor

5.2. PLAN DE FINANCIAMIENTO

Para poner en marcha el negocio se debe seleccionar un adecuado plan de financiamiento, considerando la relación entre el capital de trabajo y las fuentes de uso.

a) **Capital de trabajo**

Cuadro N.- 32 Plan de Financiamiento.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)
1	Local	-
1	Instalaciones y remodelaciones	1.000,00
2	Muebles y enseres	308,96
2	Maquinaria y Equipo	140,00
2	Vehículos - Moto	3.600,00
1	Equipo de computación	400,00
1	Inventarios	551,04
1	Costos de Constitución	-
TOTAL		6.000,00

Elaborado por: El Autor

b) **Forma de financiamiento.**

La forma de financiamiento del presente proyecto se lo realizará con fondos propios por el valor de \$1.000,00 que corresponde al 16.67% de la inversión y la diferencia del 83.33% se financiará mediante un crédito en una cooperativa.

Cuadro N.- 33 Forma de Financiamiento.

DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)	TOTAL (%)
Recursos Propios	1.000,00	16,67%
Efectivo		
Bienes		
Recursos de terceros		
Préstamo Privado		
Préstamo Bancario (cooperativa)	5.000,00	83,33%
TOTAL	6.000,00	100%

Elaborado por: El Autor

5.3. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

a) Detalle de Costos.

A continuación se puede observar el detalle de los costos, que se genera la puesta en marcha del presente proyecto.

Cuadro N.- 34 Detalle de Costos.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDAD	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Microfibras.	1	34,00	4,50	153,00	1.836,00
Atomizadores.	1	10,00	3,50	35,00	420,00
Brochas.	1	5,00	1,65	8,25	99,00
Cepillos.	1	7,00	10,00	70,00	840,00
Mochilas.	1	2,00	55,00	110,00	1.320,00
Movilización.	1	1,00	40,00	40,00	480,00
Camiseta.	1	4,00	10,00	40,00	480,00
Logotipo.	1	4,00	2,00	8,00	96,00
Gorra.	1	4,00	7,00	28,00	336,00
Limpia y encera carrocería.	1	1,00	123,20	123,20	1.478,40
Limpia vidrios.	1	1,00	87,36	87,36	1.048,36
Acondicionador.	1	1,00	247,52	247,52	2.970,24
Renovador neumáticos.	1	1,00	140,00	140,00	1.680,00
Quita manchas.	1	1,00	128,80	128,80	1.545,60
TOTALES		76,00	860,53	1.219,13	14.629,60

Elaborado por: El Autor

b) Proyección de Costos.

La proyección de costos se la realizó a un plazo de cinco años, y estimando el crecimiento anual del 1.5% del costo de materia prima.

Cuadro N.- 35 Proyección de Costos.

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTOS		TOTAL AÑO 1	COSTOS		TOTAL AÑO 2	COSTOS		TOTAL AÑO 3	COSTOS		TOTAL AÑO 4	COSTOS		TOTAL AÑO 5
		FIJOS	VARIABLE		FIJOS	VARIABLE		FIJOS	VARIABLE		FIJOS	VARIABLE		FIJOS	VARIABLE	
Materia Prima	1.219,13		1.219,13	14.629,56		1.237,42	14.849,00		1.255,98	15.071,74		1.274,82	15.297,81		1.293,94	15.527,28
Mano de obra	1.480,00	1.480,00		17.760,00	1.480,00		17.760,00	1.480,00		17.760,00	1.480,00		17.760,00	1.480,00		17.760,00
TOTALES	2.699,13			32.389,56			32.609,00			32.831,74			33.057,81			33.287,28

Elaborado por: El Autor

c) Detalle de Gastos.

En el siguiente cuadro se puede visualizar el detalle de gastos de la empresa Easydry.

Cuadro N.- 36 Proyección de Costos.

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mano de obra	1.340,14	16.081,68
Suministros de oficina	20,00	240,00
Servicios Básicos	50,00	600,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.410,14	16.921,68
Internet y publicidad	12,50	150,00
Combustible	8,00	96,00
Mantenimiento	30,00	360,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	50,50	606,00
Préstamo Bancario	98,42	1.181,04
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	98,42	1.181,04
TOTAL GASTOS	1.559,06	18.708,72

Elaborado por: El Autor

d) Proyección de Gastos.

Cuadro N.- 37 Proyección de Gastos.

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL	GASTOS		TOTAL AÑO 1	GASTOS		TOTAL AÑO 2	GASTOS		TOTAL AÑO 3	GASTOS		TOTAL AÑO 4	GASTOS		TOTAL AÑO 5
		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Gastos Administrativos	1.410,14		1.410,14	16.921,68	-	1.410,14	16.921,68	-	1.410,14	16.921,68	-	1.410,14	16.921,68	-	1.410,14	16.921,68
Gastos de Ventas	50,50		50,50	606,00	-	50,50	606,00	-	50,50	606,00	-	50,50	606,00	-	50,50	606,00
Gastos Financieros	98,42		98,42	1.181,04	-	98,42	1.181,04	-	98,42	1.181,04	-	98,42	1.181,04	-	98,42	1.181,04
TOTALES	1.559,06	-		18.708,72			18.708,72	-		18.708,72	-		18.708,72	-		18.708,72

Elaborado por: El Autor

Mano de Obra.

En el siguiente cuadro se puede evidenciar los gastos correspondientes a mano de obra, se ha considerado los ingresos, las provisiones y descuento de ley.

Cuadro N.- 38 Mano de Obra.

ORD	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	CÓDIGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR
				SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	IESS AP 9,45%	TOTAL	
1	NN NN 1	Grte. Adm. Fin	11000000111	400,00	-	400,00	-	37,80	37,80	362,20
2	NN NN 2	Grte. de Vtas	11000000112	400,00	-	400,00	-	37,80	37,80	362,20
3	NN NN 3	Operador 1	11000000113	340,00	-	340,00	-	32,13	32,13	307,87
4	NN NN 4	Operador 2	11000000114	340,00	-	340,00	-	32,13	32,13	307,87
	TOTALES			1.480,00	-	1.480,00	-	139,86	139,86	1.340,14

Elaborado por: El Autor

Provisiones.

Cuadro N. - 39 Provisiones.

	PATRONAL 11.15%	SECAP 0.50%	IECE 0.50%	XIII	XIV	FONDO RESERVA	VACACIONES	TOTAL PROVISIONES	COSTO M.O.
	44,60	2,00	2,00	33,33	28,33	33,33	16,67	160,26	560,26
	44,60	2,00	2,00	33,33	28,33	33,33	16,67	160,26	560,26
	37,91	1,70	1,70	28,33	28,33	28,33	14,17	140,47	480,47
	37,91	1,70	1,70	28,33	28,33	28,33	14,17	140,47	480,47
TOTALES	165,02	7,40	7,40	123,32	113,32	123,32	61,68	601,46	2.081,46

Elaborado por: El Autor

Depreciación.

La depreciación de los activos es considerada como gasto en la empresa, se ha realizado una proyección a 5 años de vida útil y también están los equipos informáticos que tienen 3 años de vida útil.

Cuadro N. – 40 Depreciaciones.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL (USD)	VIDA ÚTIL AÑOS	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
1	Instalaciones y remodelaciones	1.000,00	1.000,00	10,00	1.000,00	10,0%	100,00
2	Muebles y enseres - Escritorio	154,48	308,96	10,00	308,96	10,0%	30,90
2	Maquinaria y Equipo - aspiradora industrial	70,00	140,00	10,00	140,00	10,0%	14,00
2	Vehículos - Motocicleta	1.800,00	3.600,00	5,00	3.600,00	20,0%	720,00
1	Equipo de computación - Computador	400,00	400,00	3,00	400,00	33,3%	133,32
1	Impresora	120,00	120,00	3,00	120,00	33,3%	40,00
1	Teléfono	60,00	60,00	10,00	60,00	10,0%	6,00
	TOTAL	3.604,48	5.628,96		5.628,96	1,27	1.044,22

Elaborado por: El Autor

Depreciaciones.

Cuadro N. - 281 Depreciaciones.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL (USD)	VIDA ÚTIL AÑOS	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
1	Licencia de Uso de Marca	240,00	2.880,00	5,00	2.880,00	20,0%	576,00
TOTAL		240,00	2.880,00		2.880,00	0,20	576,00

Elaborado por: El Autor

Proyección de la depreciación.

Cuadro N.- 42 Proyección de la Depreciación.

DETALLE DEL BIEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Instalaciones y remodelaciones	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Muebles y enseres - Escritorio	30,90	30,90	30,90	30,90	30,90
Maquinaria y Equipo - aspiradora industrial	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00
Vehículos – Motocicleta	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Equipo de computación - Computador	133,32	133,32	133,32	133,32	133,32
Impresora	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Teléfono	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
TOTAL	1.044,22	1.044,22	1.044,22	1.044,22	1.044,22

Elaborado por: El Autor

5.4. Cálculo de Ingresos.

Después de haber determinado las necesidades del producto en el mercado insatisfecho, se realizó el cálculo del nivel de ventas y se pudo determinar el precio unitario el cual puede ser visualizado en el siguiente cuadro.

Cuadro N.- 293 Cálculo de Ingresos.

PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO DE VENTA UNITARIO	COSTO DE VENTA MENSUAL	MARGEN DE UTILIDAD		INGRESOS MENSUALES	UNIDADES PRODUCIDAS	PRECIO DE VENTA UNITARIO
				%	\$			
Limpieza express	1	2,54	812,80	175%	4,45	2.240,00	320,00	7,00
Limpieza completa	1	5,28	105,60	165%	8,71	280,00	20,00	14,00
Lavada Motor	1	9,89	39,56	153%	15,13	100,00	4,00	25,00
Limpieza Tapicería	1	26,29	105,16	147%	38,65	260,00	4,00	65,00
Kit Básico	1	11,00	44,00	36%	3,96	60,00	4,00	15,00
Kit Completo	1	28,00	112,00	25%	7,00	140,00	4,00	35,00
TOTALES		83,00	1.219,12			3.080,00	356,00	161,00

Elaborado por: El Autor

Proyección de Ingresos.

Cuadro N.- 44 Proyección de Ingresos.

PRODUCTOS	CANT.	PRECIO	TOTAL	CANT.	PRECIO	TOTAL	CANT.	PRECIO	TOTAL	CANT.	PRECIO	TOTAL	CANT.	PRECIO	TOTAL
		UNIT.	AÑO 1		UNIT.	AÑO 2		UNIT.	AÑO 3		UNIT.	AÑO 4		UNIT.	AÑO 5
Limpieza expres	320,00	7,00	26.880,00	320,00	7,07	27.148,80	320,00	7,14	27.420,29	320,00	7,21	27.694,49	320,00	7,28	27.971,44
Limpieza completa	55,00	14,00	9.240,00	55,00	14,14	9.332,40	55,00	14,28	9.425,72	55,00	14,42	9.519,98	55,00	14,57	9.615,18
Lavada Motor	25,00	25,00	7.500,00	25,00	25,25	7.575,00	25,00	25,50	7.650,75	25,00	25,76	7.727,26	25,00	26,02	7.804,53
Limpieza Tapiceria	15,00	65,00	11.700,00	15,00	65,65	11.817,00	15,00	66,31	11.935,17	15,00	66,97	12.054,52	15,00	67,64	12.175,07
Kit Básico	25,00	15,00	4.500,00	25,00	15,15	4.545,00	25,00	15,30	4.590,45	25,00	15,45	4.636,35	25,00	15,61	4.682,72
Kit Completo	25,00	35,00	10.500,00	25,00	35,35	10.605,00	25,00	35,70	10.711,05	25,00	36,06	10.818,16	25,00	36,42	10.926,34
TOTALES	465	161,00	70.320,00	465	162,61	71.023,20	465	164,24	71.733,43	465	165,88	72.450,77	465	167,54	73.175,27

Elaborado por: El Autor

5.5. Flujo de Caja.

Cuadro N.- 45 Flujo de Caja.

	DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A	INGRESOS OPERACIONALES		70.320,00	71.023,20	71.733,43	72.450,77	73.175,27
	Recuperación por ventas		70.320,00	71.023,20	71.733,43	72.450,77	73.175,27
B	EGRESOS OPERACIONALES		40.549,24	40.768,68	40.991,42	41.217,49	41.446,96
	Costo de materia prima		14.629,56	14.849,00	15.071,74	15.297,81	15.527,28
	Mano de obra directa		1.480,00	1.480,00	1.480,00	1.480,00	1.480,00
	Gastos de ventas		606	606	606	606	606
	Gastos de administración		23.833,68	23.833,68	23.833,68	23.833,68	23.833,68
C	FLUJO OPERACIONAL (A-B)		29.770,76	30.254,52	30.742,01	31.233,27	31.728,31
D	INGRESOS OPERACIONALES NO						
E	EGRESOS OPERACIONALES NO		1.181,04	1.181,04	1.181,04	1.181,04	1.181,04
	Amortización del préstamo		1.181,04	1.181,04	1.181,04	1.181,04	1.181,04
F	FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)		1.181,04	1.181,04	1.181,04	1.181,04	1.181,04
G	FLUJO GENERAL (C-F)		28.589,72	29.073,48	29.560,97	30.052,23	30.547,27
H	SALDO INICIAL DE CAJA		0	0	0	0	0
I	SALDO DE CAJA FINAL (G+H)		28.589,72	29.073,48	29.560,97	30.052,23	30.547,27

Elaborado por: El Autor

5.6. Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio permite determinar en qué nivel de producción los ingresos totales se igualan a los costos totales y a partir de este punto se puede establecer los niveles en que la producción causa pérdida o utilidad.

Para determinar punto de equilibrio se basará el análisis en la siguiente fórmula:

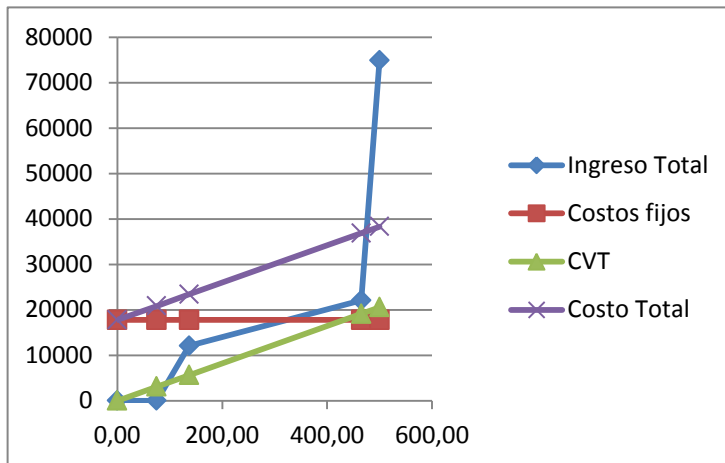
$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{(\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario})}$$

- Precio de Venta Unitario = 161,00
- Unidades Vendidas = 465
- Ventas Totales = 70.320,00
- Costo Fijo Total = 17.760,00
- Costo Variable Total (CVT) = 14.629,56
- Costo Variable Unitario = CVT / Unidades Vendidas = 31,46

$$\begin{array}{r} \text{Punto de Equilibrio} \\ - \quad \underline{17.760,00} \\ 161 \quad - \\ - \quad 31,46 \end{array}$$

Punto de Equilibrio = 137,10 unidades

Gráfico N.- 6: Punto de Equilibrio.



Elaborado por: El Autor

5.7. Estado de Resultados Proyectado.

De acuerdo a la información adquirida anteriormente se procede con la elaboración del Estado de Resultados Proyectado como se lo puede visualizar en el siguiente cuadro.

Cuadro N.- 46 Estado de Resultados Proyectado.

	DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ingresos por ventas	70.320,00	71.023,20	71.733,43	72.450,77	73.175,27
(-)	Costo de ventas	32.389,56	32.609,00	32.831,74	33.057,81	33.287,28
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	37.930,44	38.414,20	38.901,69	39.392,95	39.887,99
(-)	Gasto de venta	606,00	606,00	606,00	606,00	606,00
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	37.324,44	37.808,20	38.295,69	38.786,95	39.281,99
(-)	Gastos administrativos	23.833,68	23.833,68	23.833,68	23.833,68	23.833,68
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	13.490,76	13.974,52	14.462,01	14.953,27	15.448,31
(-)	Gastos financieros	1.181,04	1.181,04	1.181,04	1.181,04	1.181,04
(+)	Otros Ingresos					
(-)	Otros Egresos					
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	12.309,72	12.793,48	13.280,97	13.772,23	14.267,27
(-)	15% Participación trabajadores	1.846,46	1.919,02	1.992,15	2.065,83	2.140,09
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	10.463,26	10.874,46	11.288,83	11.706,40	12.127,18
(-)	Impuesto a la renta	2.301,92	2.392,38	2.483,54	2.575,41	2.667,98
(=)	UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	8.161,34	8.482,07	8.805,29	9.130,99	9.459,20

Elaborado por: El Autor

5.8. Evaluación Financiera.

Para determinar la rentabilidad de un proyecto se realiza el análisis financiero con diversos indicadores que evalúan el proyecto.

a) Indicadores.

a.1) Valor Actual Neto.

Para calcular el VAN se obtiene de la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{FNF1}{(1+i)^1} + \frac{FNF2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNF_n}{(1+i)^n} - \text{Inv. Inicial}$$

$$VAN = \frac{10.463,30}{(1+7\%)^1} + \frac{FNF2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNF_n}{(1+i)^n} - 6.000,00$$

Se obtiene como resultado:

$$VAN = 21.154,75$$

Con el resultado obtenido se puede evidenciar que el VAN es mayor a 0, lo cual se determina que el proyecto es rentable.

a.2) Tasa Interna de Retorno.

La Tasa Interna de Retorno es aquella en la que el Valor Actual Neto se iguala a 0. Para el cálculo de esta tasa, se utilizó la herramienta de Excel empleando la siguiente fórmula:

$$VAN = 0 = \frac{FNF1}{(1+TIR)^1} + \frac{FNF2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{FNF_n}{(1+TIR)^n} - \text{Inv. Inicial}$$

$$TIR = 38\%$$

a.3) Beneficio Costo.

Cuadro N.- 47 Beneficio Costo.

Ventas totales	70.320,00	71.023,20	71.733,43	72.450,77	73.175,27
Costos totales	32.389,56	32.609,00	32.831,74	33.057,81	33.287,28
Relación anual B/C	2,17	2,18	2,18	2,19	2,20

Elaborado por: El Autor

Como se puede evidenciar el resultado es considerado aceptable, y recomendable para el proyecto en estudio. Esto significa que por cada dólar invertido se obtendrá un beneficio de \$1.17 dólares.

a.4) Período de Recuperación.

Este índice indica el tiempo en el cual se recuperará la inversión, para este cálculo es necesario considerar los flujos nominales y los flujos descontados.

Cuadro N.- 48 Período de recuperación.

AÑO	FLUJO NETO DE CAJA
0	-6.000,00
1	7.413,33
2	6.998,52
3	6.599,33
4	6.210,22

Elaborado por: El Autor

b) Razones.

b.1) Rentabilidad.

Fórmula:

$$\text{Margen Neto o margen de utilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{Margen Neto o margen de utilidad AÑO 1} = \frac{37.324,44}{70.320,00}$$

=53%

$$\text{Margen Neto o margen de utilidad AÑO 2} = \frac{37.808,20}{71.023,20}$$

= 53,23%

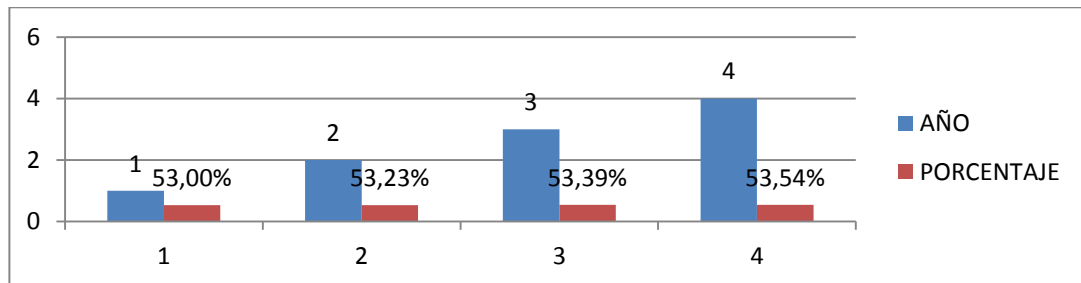
$$\text{Margen Neto o margen de utilidad AÑO 3} = \frac{38.265,69}{171.733,43}$$

= 53,39%

$$\text{Margen Neto o margen de utilidad AÑO 4} = \frac{138.786,95}{72.450,77}$$

= 53,54%

Gráfico N.- 7 Razón de Rentabilidad.



Elaborado por: El Autor

A partir de los resultados obtenidos se puede determinar que por cada dólar vendido el 53% corresponde a la utilidad desde el primer año que se va incrementando año tras año y llega al 53,54% de la utilidad neta. Lo cual indica que existe un correcto uso de los recursos de la empresa lo cual genera utilidades.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- El presente plan de negocios ha realizado un estudio profundo del mercado al cual está dirigido el servicio, es evidente que la idea de este negocio es atractiva a la demanda de clientes, ya que las razones por las cuales pueden adquirir el servicio es la comodidad de no salir de sus hogares y solicitar el servicio a domicilio así como también el tiempo que ahorra el cliente. Cabe recalcar que la idea del negocio es innovadora pues se trata de un servicio biodegradable pues colabora para evitar más la contaminación del medio ambiente.
- El proceso de producción que Easydry mantiene está adaptado a sus instalaciones así como también a su personal quienes laboran en el negocio, es importante señalar que el control de calidad del servicio se lo realiza cada vez que se termina el proceso de tal forma que se evita reclamos posteriores de los clientes
- Easydry cuenta con una organización efectiva es cuanto a las funciones de cada cargo de la empresa, y además se evalúa constantemente con los indicadores de gestión considerados en este estudio para evitar errores y sobretodo esto corrobore al alcance los objetivos de la empresa.
- En cuanto a la parte legal se encuentra dentro de los términos que se requiere para el inicio de sus actividades, también es importante tomar en cuenta que al momento de que se adquiere el uso de marca se establece cumplir con las condiciones estipuladas por Easydry Matriz al momento de la compra.

- Después de realizar el análisis financiero del presente plan de negocios se puede determinar que es viable y rentable pues cuenta con todos los recursos necesarios para poner en marcha el proyecto. Se cuenta con un VAN del \$ 21.154,75 que es mayor a 0 lo cual nos indica que este proyecto es viable considerando una tasa de rentabilidad del 18,09%
- En cuanto a la Tasa Interna de Retorno da como resultado el 38% con la tasa de descuento del 18.09% lo que afirma la viabilidad del proyecto.
- Por otro lado es importante considerar que de acuerdo al análisis financiero la relación de Costo Beneficio acertó con el resultado del 2,17 lo que nos indica que por cada dólar invertido se recupera \$2.17.

6.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda la ejecución del presente plan de negocios, ya que después de haber investigado y a la vez demostrado la factibilidad del mercado, la viabilidad financiera y organizacional.
- Realizar la capacitación continua la personal de la empresa para que su trabajo sea garantizado y establecer un sistema rígido de control de calidad para evitar posibles quejas y reclamos de los clientes.
- Se recomienda mantener el sistema de gestión de calidad de cada proceso de los departamentos que mantiene la empresa para llegar a los objetivos anhelados.

- Adicionalmente se recomienda continuar cumpliendo con los requerimientos legales que se exige para el buen funcionamiento de la compañía, considerando los estándares establecidos en casa matriz.
- Establecer un plan de publicidad agresivo para que la marca Easydry sea conocida en el mercado, de tal manera que su servicio se pueda expandir a toda la ciudad de Quito.
- Mostrar a los clientes los beneficios y ventajas adicionales del servicio que se ofrece para que de esta manera se pueda diferenciar de la competencia.
- Seguir motivando a los trabajadores para crear un ambiente de trabajo óptimo y de esta manera puedan realizar un trabajo en excelencia.
- Mantener el sistema de precios para que sea atractivo frente a la competencia, considerando la satisfacción del cliente por el servicio otorgado.

BIBLIOGRAFÍA

www.economia.ws/mercado.php. (2007).

Bonta, P., & Farber, M. (2002). *199 preguntas sobre marketing y publicidad*. Editorial Norma.

Dry, E. (s.f.). Ecuador.

Easydry Ecoecuador Cía. Ltda, & Easydry. (s.f.).

<http://www.5fuerzasdeporter.com/>. (s.f.).

<http://www.headways.com.mx>. (s.f.). <http://www.headways.com.mx>.

INEC. (s.f.). *Proyección de la Población Ecuatoriana, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)*.

Kotler, P., Armstrong, G., Camara, D., & Cruz, I. (2004). *Marketing*. Pearson, Prentice Hall.

Muñoz, R. (s.f.). *Marketing en el Siglo XXI*. 5ta. edición.

www.dequate.com. (s.f.). www.dequate.com. Obtenido de Analisis Foda.

www.planeacionestrategica.blogspot.es/. (s.f.).

www.quito.gob.ec. (s.f.).

www.repositorio.edu.ec/bistream/. (s.f.).

www.supercias.gob.ec. (s.f.).

ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Con la finalidad de conocer su opinión frente a la alternativa de servicio de lavado de vehículos mediante el sistema biodegradable, y una vez siendo participe de una prueba del servicio solicitamos se conteste las siguientes preguntas marcando con una X la respuesta que usted considere adecuada.

Agradecemos su tiempo y valoramos su sinceridad prestada a la siguiente encuesta:

1. ¿Posee usted o su familia vehículo?

Respuesta	Cantidad
SI	
NO	

2.- ¿Cuántos vehículos poseen en su familia?

Respuesta	Cantidad
1	
2	
3	
4 o más.	

3.- ¿En qué parte de la ciudad de Quito vive?

Respuesta	Cantidad
Centro	
Sur	
Norte	

4.- ¿En qué parte de la ciudad de Quito vive?

Respuesta	Cantidad
Casa.	
Lavadora de vehículos.	
Ambas.	

5.- ¿Le interesaría el servicio de lavado de su vehículo a domicilio con el sistema biodegradable que se ofrece?

Respuesta	Cantidad
SI	
NO	

ANEXO 4

Producto	cantidad maxima	cantidad mínima	Método
Quita Manchas	5	1	Promedio Ponderado

FECHA	DETALLE		ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
	CONCEPTO	FRA NO	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL	CANTIDAD	VR. UNITARIO	TOTAL
01-abr-16	inventario inicial		19370	\$ 0,007	\$ 128,80				19.370	\$ 0,007	\$ 128,80
08-abr-16	ventas					2000	\$ 0,007	\$ 13,30	17.370	\$ 0,007	\$ 115,50
08-abr-16	ventas					2000	\$ 0,007	\$ 13,30	15.370	\$ 0,007	\$ 102,20
25-may-16	ventas					2000	\$ 0,007	\$ 13,30	13.370	\$ 0,007	\$ 88,90
	Costos				\$ 128,80			\$ 39,90			

Producto	cantidad maxima	cantidad mínima	Método
Microfibras	50	5	Promedio Ponderado

FECHA	DETALLE		ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
	CONCEPTO	FRA NO	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL	CANTIDAD	VR. UNITARIO	TOTAL
01-abr-16	inventario inicial		30	\$ 4,48	\$ 134,40				30	\$ 4,48	\$ 134,40
02-abr-16	ventas					10	\$ 4,48	\$ 44,80	20	\$ 4,48	\$ 89,60
03-abr-16	ventas					20	\$ 4,48	\$ 89,60	-		\$ -
	Costos				\$ 134,40			\$ 134,40			

ANEXO 6

Producto	cantidad maxima	cantidad mínima	Método
Acondicionador partes plásticas	5	1	Promedio Ponderado

FECHA	DETALLE		ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
	CONCEPTO	FRA NO	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL	CANTIDAD	VR. UNITARIO	TOTAL
12-mar-16	inventario inicial		19370	\$ 0,013	\$ 247,52				19.370	\$ 0,013	\$ 247,52
12-mar-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	19.270	\$ 0,013	\$ 246,24
12-mar-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	19.170	\$ 0,013	\$ 244,96
13-mar-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	19.070	\$ 0,01	\$ 243,69
13-mar-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	18.970	\$ 0,01	\$ 242,41
14-mar-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	18.870	\$ 0,01	\$ 241,13
14-mar-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	18.770	\$ 0,01	\$ 239,85
14-mar-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	18.670	\$ 0,01	\$ 238,58
26-mar-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	18.570	\$ 0,01	\$ 237,30
03-abr-16	ventas					200	\$ 0,013	\$ 2,56	18.370	\$ 0,01	\$ 234,74
04-abr-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	18.270	\$ 0,01	\$ 233,46
04-abr-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	18.170	\$ 0,01	\$ 232,19
04-abr-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	18.070	\$ 0,01	\$ 230,91
04-abr-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	17.970	\$ 0,01	\$ 229,63
08-abr-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	17.870	\$ 0,01	\$ 228,35
09-abr-16	ventas					200	\$ 0,013	\$ 2,56	17.670	\$ 0,01	\$ 225,80
10-abr-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	17.570	\$ 0,01	\$ 224,52
11-abr-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	17.470	\$ 0,01	\$ 223,24
11-abr-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	17.370	\$ 0,01	\$ 221,96
11-abr-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	17.270	\$ 0,01	\$ 220,69
11-abr-16	ventas					200	\$ 0,013	\$ 2,56	17.070	\$ 0,01	\$ 218,13
11-abr-16	ventas					200	\$ 0,013	\$ 2,56	16.870	\$ 0,01	\$ 215,57
25-abr-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	16.770	\$ 0,01	\$ 214,30
03-may-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	16.670	\$ 0,01	\$ 213,02
03-may-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	16.570	\$ 0,01	\$ 211,74
20-may-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	16.470	\$ 0,01	\$ 210,46
20-may-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	16.370	\$ 0,01	\$ 209,18
21-may-16	ventas					200	\$ 0,013	\$ 2,56	16.170	\$ 0,01	\$ 206,63
02-jun-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	16.070	\$ 0,01	\$ 205,35
02-jun-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	15.970	\$ 0,01	\$ 204,07
02-jun-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	15.870	\$ 0,01	\$ 202,80
02-jun-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	15.770	\$ 0,01	\$ 201,52
03-jun-16	ventas					100	\$ 0,013	\$ 1,28	15.670	\$ 0,01	\$ 200,24
	Costos			\$	247,52		\$	47,28			