



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Técnica de Loja

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DEL LAVADO AUTOMÁTICO Y MANTENIMIENTO DE VEHÍCULOS LIVIANOS EN LA CIUDAD DE LOJA “

Tesis de grado previa, a la
obtención del título de Ingeniero
en Administración de Empresas

AUTORA:

Camacho Chierres Rosa Eulidia

DIRECTORA DE TESIS:

Mgs. Cabrera Paola

Mgs. Paola Cabrera

DOCENTE DE LA ESCUELA DE CIENCIAS CONTABLES Y AUDITORÍA

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo de tesis realizado por la egresada: Rosa Eulidia Camacho Chierres, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, febrero del 2011

Mgs. Paola Cabrera

DIRECTORA

DECLARACIÓN Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Rosa Eulidia Camacho Chierres, declaro ser autora del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: "Forman parte del Patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (Operativo) de la Universidad".

f).....

Rosa Eulidia Camacho Chierres

AUTORÍA

Las ideas, conceptos, procedimientos y resultados emitidos en el contenido de la presente investigación, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

f).....

Rosa Eulidia Camacho Chierres

DEDICATORIA

En primer lugar a Dios, a mis padres que me orientaron hacia el saber, el esfuerzo y la responsabilidad conmigo mismo, con mi familia y con la sociedad. A mis hermanos porque son mi constante motivo de superación, a todos mis familiares y amigos por su ayuda incondicional y el apoyo que siempre me han brindado.

Rosa EulidiaCamacho Chierres

AGRADECIMIENTO

Mi sincero agradecimiento a la Universidad Técnica Particular de Loja por permitirnos realizar nuestros estudios profesionales, a través de la Educación a Distancia, particularmente a los docentes de la carrera de Ingeniería de Administración de Empresas por la formación personal recibida.

A la Ing. Paola Cabrera, Directora de esta Tesis, por sus sabias sugerencias, por el aporte positivo y el tiempo que dedicó; lo que permitió realizar de una mejor manera el presente trabajo.

Rosa EulidiaCamacho Chierres

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Certificación.....	II
Declaración de derechos.....	III
Autoría.....	IV
Dedicatoria.....	V
Agradecimiento.....	VI
Índice de contenidos.....	VII
Resumen ejecutivo.....	VIII

CAPÍTULO I

GENERALIDADES LA CIUDAD DE LOJA

2.1 Descripción general.....	2
2.2 Estudio urbano de la ciudad.....	4
2.3 Análisis de la población.....	6

CAPÍTULO II

PLAN DE MERCADO

2.1 Objetivos general y específicos.....	9
2.2 Segmentación de mercado.....	9
2.3 Metodología.....	20
2.4 Análisis de la demanda.....	21
2.5 Competencia directa e indirecta y sus características.....	22

CAPÍTULO III

PLAN DE MARKETING

3.1 Objetivos generales y específicos.....	27
3.2 Imagen Corporativa.....	27
3.3 Marketing mix.....	30
3.3.1 Producto o servicio.....	30
3.3.2 Precio.....	31
3.3.3 Plaza.....	32
3.3.4 Promoción.....	33

CAPÍTULO IV

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

4.1 Nombre y descripción de la empresa.....	41
---	----

4.2 Misión de la empresa.....	41
4.3 Visión de la empresa.....	41
4.4 Objetivos de la empresa.....	42
4.5 Organización legal.....	42
4.5.1 Conformación jurídica.....	42
4.5.2 Capital social.....	43
4.5.3 Tiempo.....	43
4.6 Organización administrativa.....	43
4.6.1 Organigramas.....	45
4.6.2 Manual de funciones.....	47

CAPÍTULO V

PLAN DE PRODUCCIÓN

5.1 Diseño del servicio.....	57
5.2 Ubicación de la planta.....	59
5.3 Tamaño de la planta.....	59
5.3.1 Infraestructura física.....	60
5.3.2 Equipamiento.....	60
5.3.3 Personal.....	61
5.3.4 Capacidad instalada.....	63
5.3.5 Capacidad utilizada.....	64
5.4 Distribución de la planta.....	65
5.5 Diagrama de procesos.....	68
5.6 Manual de procesos.....	69
5.7 Costos fijos y variables.....	71
5.8 Ingresos.....	72

CAPÍTULO VI

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

6.1 Estudio económico.....	74
6.1.1 Inversiones.....	74
6.1.2 Financiamiento.....	76
6.1.4 Costos.....	79
6.1.5 Ingresos.....	81
6.1.6 Estado de pérdidas y ganancias.....	84
6.1.7 Flujo de efectivo.....	86
6.2 Evaluación financiera.....	88
6.2.1 Valor actual neto (VAN).....	88
6.2.2 Tasa interna de retorno (TIR).....	89

6.2.3 Punto de equilibrio.....	90
6.2.4 Relación beneficio – costo.....	91
Conclusiones.....	92
Recomendaciones.....	93
Bibliografía.....	94
Anexos.....	95

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N.- 1 Datos informativos.....	11
Gráfico N.- 2 Frecuencia del lavado y mantenimiento de vehículos livianos.....	12
Gráfico N.- 3Lugar donde realizan el lavado y mantenimiento de vehículos...	12
Gráfico N.- 4Características por las que prefieren realizar el lavado y mantenimiento de los vehículos en un centro de mantenimiento.....	13
Gráfico N.- 5 Tiempo de espera.....	14
Gráfico N.-6 Eficiencia.....	14
Gráficos N.- 7 Brindan comodidades.....	15
Gráfico N.- 8Comodidades que brindan.....	16
Gráfico N.- 9 Medios a través de los cuales los clientes se informan de la existencia de los centros de mantenimiento.....	17
Gráfico N.- 10Necesidad de la implementación de una empresa de servicios de lavado automático y mantenimiento de vehículos en la ciudad de Loja.....	17
Gráfico N.-11 Tipos de promociones que existen.....	18
Gráfico N.- 12Promociones a las que le gustaría tener acceso.....	19
Tabla N.- 13 Precio que estaría dispuesto a pagar por el servicio del lavado y mantenimiento de su vehículo	20
Gráfico N.- 14 Distribución física.....	63
Gráfico N.- 15 Distribución de la planta.....	67
Gráfico N.- 16 Diagrama de procesos.....	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N.- 1 Total de número de vehículos.....	12
Tabal N.- 2 Datos informativos.....	102
Tabla N.- 3 Frecuencia del lavado y mantenimiento de vehículos livianos.....	103
Tabal N.-4 Lugar donde realizan el lavado y mantenimiento de vehículos.....	103
Tabla N.- 5 Características por las que prefieren realizar el lavado y mantenimiento de los vehículos en un centro de mantenimiento.....	104
Tabal N.- 6 Tiempo de espera.....	104
Tabla N.- 7 Eficiencia.....	105
Tabla N.- 8 Brindan comodidades.....	105
Tabla N.- 9 Comodidades que brindan.....	106
Tabla N.- 10 Medios a través de los cuales los clientes se informan de la existencia de los centros de mantenimiento.....	106
Tabla N.- 11 Necesidad de la implementación de una empresa de servicios de lavado automático y mantenimiento de vehículos en la ciudad de Loja.....	107
Tabla N.-12 Tipos de promociones que existen.....	107
Tabla N.- 13 Promociones a las que le gustaría tener acceso.....	108
Tabla N.- 14 Precio que estaría dispuesto a pagar por el servicio del lavado y mantenimiento de su vehículo.....	109
Tabla N.- 15 Centros de mantenimiento en la ciudad de Loja.....	23
Tabla N.- 16 Demanda insatisfecha.....	23
Tabla N.- 17 Cálculo de la demanda anual.....	25
Tabla N.- 18 Equipamiento.....	59
Tabla N.- 19 Capacidad instalada de la planta.....	65
Tabla N.- 20 Manual de procesos.....	70
Tabla N.- 21 Costos fijos y variables.....	72
Tabla N.- 22 Ingresos.....	73
Tabla N.- 23 Inversiones.....	75
Tabla N.- 24 Financiamiento.....	78
Tabal N.- 25 Amortización.....	78
Tabla N.- 26 Capital propio.....	79
Tabla N.- 27 Costos de producción.....	80
Tabla N.- 28 Ingreso anual.....	81
Tabla N.- 29 Proyección de ingresos.....	82
Tabla N.- 30 Flujo de caja.....	83
Tabla N.- 31 Estado de pérdidas y ganancias.....	85

Tabla N.- 32 Valor actual neto (VAN).....	87
Tabla N.- 33 Tasa interna de retorno (TIR).....	88
Tabla N.- 34 Relación beneficio – costo.....	90

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente las lavadoras de vehículos livianos en la Ciudad de Loja en su mayoría se encuentran ubicadas en sectores no adecuados, causando tedio en el tránsito vehicular y en los habitantes que viven alrededor.

El presente Plan de Negocios plantea la implementación de una Empresa de servicios de lavado automático y mantenimiento de vehículos livianos en la ciudad de Loja, la cual se localizará en la parte norte de la ciudad, en el Parque industrial. Este propone brindar un servicio innovador asistido con la mejor tecnología disponible en el mercado para lograr la satisfacción total del cliente. La empresa ofrecerá su servicio principalmente en la ciudad de Loja, y estará dirigida a vehículos menores a 2 toneladas.

En el presente Plan de Negocios se desarrollaron seis capítulos, el primero se refiere a generalidades de la ciudad, el segundo comprende el Estudio de Mercado, el tercer capítulo se refiere al Plan de Marketing de la empresa, el cuarto se detalla la organización de la empresa para su funcionamiento, el quinto describe el Plan de Producción, el sexto analiza el estudio económico y financiero y finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones.

Para el estudio de mercado se identificó las características del mercado y las variables que influyen en él, como la edad, el nivel de ingresos, la clase social, ocupación o profesión, así como la ciudad, el clima, la cultura, las costumbres, entre otros. Se utilizó un muestreo estadístico cuyo tamaño y selección de muestra fue suficiente para obtener resultados confiables. Cabe indicar que para determinar la muestra se tomó el total de vehículos livianos existentes en la ciudad de Loja.

El estudio de mercado indica que el 88.49 % de la población manifestaron que sí es necesaria la implementación una empresa de servicios de lavado automático y mantenimiento de vehículos livianos en la ciudad de Loja; lo cual demuestra una amplia demanda por el servicio que ofrecerá la empresa

Para ello, el Plan de Marketing propone posicionar a la empresa en la mente de los consumidores y para ello ha definido estrategias que permitirán en forma óptima conquistar gran parte de clientes existentes en la ciudad.

La personería jurídica de la empresa será de una Compañía de Responsabilidad Limitada, ya que permite estar integrada de tres o más socios que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales. La compañía se constituirá con la razón social, cuya denominación es “**BRILLO CAR LTDA**”

El plan de producción plantea brindar los servicios con 3 obreros al servicio del cliente, quienes en un promedio de 8 horas diarias atenderán aproximadamente a 20 vehículos diariamente, utilizando en forma individual cada uno de los servicios. Al mes se podrán atender aproximadamente a 857 vehículos y 10.286 vehículos al año.

Para la implementación y arranque de la presente empresa es necesaria la inversión total de USD\$ 104.175 dólares americanos. Este valor incluye la adquisición de activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo para la operación de la empresa en los primeros dos meses. Los **activos fijos** alcanzan una inversión de USD\$ 92.350 dólares americanos, lo cual representa el 88,6%; los **activos intangibles** alcanzan el valor de USD\$ 1.406 dólares americanos el cual constituye el 1,3%; y el **capital de trabajo** USD\$ 10.420 dólares americanos, monto que representa el 10%. Para el sexto año se invierte en la reposición de nuevos equipos y se realiza una inversión de USD\$ 77.050 dólares americanos.

Los costos totales para el primer año son de USD\$ 77.141. Cada año se proyecta que los costos se incrementen en un 3,3% (en base a la inflación del 2010), por lo tanto al décimo año los costos ascienden a USD\$ 140.472. Cada uno de los servicios tiene su precio unitario, a excepción del servicio de cambio de aceite, en el cual se plantea el precio promedio de utilidad por la prestación de este servicio, debido a la variedad de costos de las diversas marcas de aceite. El primer año la empresa obtendrá ingresos superiores a los USD\$ 99.000, los cuales son superiores a los gastos del mismo año. Los ingresos proyectados para los próximos diez años, se planean incrementar un 7% cada año, (en base al incremento del parque automotor en Loja) llegando a obtener ingresos al décimo año de USD\$ 228.997.

La utilidad neta en el estado de pérdidas y ganancias para el primer año es de \$ 4.028 mientras que para el décimo año estos ingresos aumentan en más del 100% llegando a USD\$ 42.179

La evaluación financiera al proyecto, reflejan indicadores financieros positivos. Con una proyección de 10 años se obtiene un Valor Actual Neto de USD\$ 147.124 y una TIR del 51%. El proyecto requiere vender USD\$ 47.864 en el primer año para estar en equilibrio.

Los indicadores financieros son positivos para los inversionistas del presente proyecto, por lo tanto es recomendable invertir y ponerlo en marcha.

CAPÍTULO UNO

GENERALIDADES

LA CIUDAD DE LOJA

CAPÍTULO I

GENERALIDADES. LA CIUDAD DE LOJA

1.1. Descripción General

El problema principal del Ecuador es el aumento de la pobreza y el agravamiento de éste que es el resultado de la contracción económica fruto de factores coyunturales y estructurales, la inestabilidad política y la crisis de gobernabilidad también contribuyen con el problema de pobreza, pues la dificultad para lograr acuerdos políticos no permite disponer de cuerpos legales que garanticen la inversión nacional y extranjera y contribuyan con la estabilidad económica, política y social. La crisis económica y la falta de empleo ha provocado un fuerte proceso migratorio.

Las lavadoras de vehículos livianos en la Ciudad de Loja en su mayoría se encuentran ubicadas en sectores residenciales, generando malestar en el tránsito vehicular al ingresar o salir un vehículo, en la misma gente que vive alrededor, ya que además de su ubicación para poder lavar necesitan de algunos productos químicos (combustible, aceites) los cuales repercuten en la salud especialmente de los niños de esos sectores. Por tal motivo se debería buscar la manera de reubicar a estos negocios a efectos de precautarlos y evitar problemas sociales y ecológicos. En lo relacionado al servicio que prestan estas lavadoras, se observa que está mal dirigido ya que el tiempo de lavada de un vehículo sea este liviano o pesado es extremadamente extenso, lo que refleja malestar en el cliente, esto se debe por lo general a su espacio físico y a que no existe ninguna persona por parte de estas lavadoras que se dedique solamente a controlar a sus trabajadores para que en un tiempo óptimo sea entregado el vehículo.

En la Ciudad de Loja, el parque automotor está conformado por autos, camionetas, camiones, volquetas, mulas, buses y tráiler; y, en la actualidad hay nueve centros de lavado y mantenimiento de vehículos livianos, éstos son demasiado pequeños para satisfacer a este número de clientes, lo que da como resultado un considerable número de propietarios laven sus vehículos en sus hogares; y, más aún no se sienten satisfechos con el servicio que prestan algunas lavadoras.

En lo referente a la tecnología que se está utilizando se puede mencionar que es de una manera común, monótona; ya que la mayoría de rampas son de cemento y una que otra son rampas hidráulicas, no cuentan con depósitos para desechos (barro, basura) apropiados, ya que presentan una mala imagen a la empresa. Además, sus paredes se encuentran demasiado sucias en lo que respecta al área de lavado, insuficiente espacio físico destinado al parqueo de vehículos que están en espera para recibir el mantenimiento, no cuentan con una gama de servicios (encerado del vehículo, ajuste de pernos, etc.). Por estos motivos mucha gente prefiere realizar estas labores en sus domicilios.

En lo que concierne al área financiera, los nueve centros de lavado y mantenimiento de vehículos livianos en la ciudad de Loja, llevan contabilidad en las instalaciones propias; y, en otras, se contrata eventualmente dichos servicios, por lo regular nadie lleva un presupuesto anual ya que los propietarios de estos negocios no tienen experiencia en este campo, además llevan un control de inventarios mensual.

De acuerdo a lo observado en las lavadoras, su organización es deficiente, ya que no cuentan con ningún sistema de turnos para el ingreso de vehículos, lo que ocasiona embotellamientos dentro y fuera de los nueve centros de lavado y mantenimiento de vehículos livianos, el recurso humano en estos últimos años es escaso, debido a la migración a otros países, también se observa que la cultura de los lavadores es de un nivel bajo, lo que da como resultado una mala atención al cliente. Esto se debe a que no existe ningún tipo de capacitación al personal por parte de la gerencia. Además, no cuentan con salas de espera apropiadas ni cómodas para que el cliente se sienta a gusto mientras espera a que su vehículo le sea entregado.

La profundidad de este trabajo consistirá en un diagnóstico empresarial a todo el sector de lavadoras de vehículos de la Ciudad de Loja y a proponer un plan de negocios para la implementación de una Lavadora automática y mantenimiento de autos livianos.

Por lo antes expuesto existe la necesidad de crear nuevas empresas en la ciudad de Loja, siendo de mucha importancia, ya que será un incentivo para el crecimiento de la región sur del país; sean estas empresas productoras o de servicios, maximizando de esta manera las fuentes de trabajo.

Cabe mencionar que actualmente en la Ciudad de Loja no existe ninguna lavadora donde se ofrezca un buen servicio al cliente, es por esta razón que el presente proyecto será un aporte dirigido a la sociedad lojana. De acuerdo a visita previa realizada a las empresas del medio, debo de indicar, que existen nueve centros de lavado, en donde se identificó a los que poseen mayor clientela, como: Lavadora y Lubricadora AVC; Tecnicentro Espinoza y Lavadora y Lubricadora LAVACOR.

Es por ello que este trabajo, se denomina: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DEL LAVADO AUTOMÁTICO Y MANTENIMIENTO DE VEHÍCULOS LIVIANOS EN LA CIUDAD DE LOJA.”

1.2. Estudio Urbano de la Ciudad de Loja

Loja se encuentra localizada al sur del Ecuador, a 03° 58'51" a 04° 00'36" de Latitud Sur y 79° 11'30" a 79° 12'42" de Longitud Occidental a una altitud de 2100 m.s.n.m., el clima es templado con una temperatura promedio de 15.4° C y una humedad relativa media de 75.4% con máximos de diciembre a mayo y mínimos de junio a noviembre.

La ciudad está delimitada por la línea del nuevo límite urbano definido en el plano publicado en el año 2000 y que encierra una superficie de 5374 hectáreas.

En lo que respecta al uso del suelo, se determinó que un gran porcentaje del área urbana está dedicado al uso residencial cuyas construcciones son en su mayoría de hormigón armado. El centro histórico está complementado con el uso comercial e institucional, mientras las zonas residenciales bajas y medias son predominantes.

Loja es la cabecera cantonal del cantón y provincia del mismo nombre: geopolíticamente está constituida por cuatro parroquias urbanas, trece parroquias rurales; administrativamente está compuesta por tres distritos y cuarenta y seis barrios.

“Entre las parroquias urbanas tenemos: El Sagrario, San Sebastián, Sucre y el Valle”

¹. “Los barrios que conforman cada uno de los tres distritos son: Distrito I: Pradera – Yaguarcuna, 18 de Noviembre, Pucará, Zamora Huayco, Orillas de Zamora, 24 de Mayo,

¹ UNIDAD MUNICIPAL DE TRÁNSITO Y TRANSPORTE TERRESTRE DE LA CIUDAD DE LOJA. Al 26-10-09

San Sebastián, Central, Juan de Salinas, El Capulí. Distrito II: Argelia, San Isidro, Punzara, Tebaida, Daniel Álvarez, Isidro Ayora, Perpetuo Socorro, Miraflores, San Pedro, Ramón Pinto, El Pedestal, Colinas Lojanas, Menfís, Chonta cruz, Bolonia, Obrapía, La Alborada. Distrito III: San Cayetano, El Valle, San Vicente, Manuel Carrión, Gran Colombia, Jipiro, Nueva Granada, Turunuma, Clodoveo Jaramillo, Belén, Las Pitás, La Paz, La Banda, Motupe, Amable María, Sauces Norte, Plateado, Carigan, Salapa.

Dentro de su equipamiento cuenta con la siguiente infraestructura en su parte urbana:

- Infraestructura educativa: Nivel pre-primario: 77 establecimientos.
- Nivel Primario: 232 establecimientos.
- Nivel Medio: 42 establecimientos.
- Nivel Superior: 3 Universidades y 3 Institutos superiores, 2 Extensiones Universitarias.
- Infraestructura en Salud: Se cuenta con 4 hospitales y 10 Clínicas privadas que prestan sus servicios a toda la ciudad y provincia de Loja.
- Servicios: Cuenta además con 13 entidades financieras, 3 coliseos de deportes, 1 estadio, 1 complejo ferial, 5 complejos recreacionales, 46 entidades públicas, 2 museos, 25 iglesias, 15 hospitales y clínicas, 11 hoteles, 6 mercados, 12 parques, 1 camal, 2 cementerios, 1 terminal terrestre, servicios de Agua Potable, Alcantarillado y Recolección de desechos, vías asfaltadas, adoquinadas y lastradas, 3 medios de comunicación escrita, 22 hablada y 3 canales de televisión, servicio de transporte terrestre y aéreo, local, regional e interprovincial, así como transporte de carga pesada."

2

"Loja, es considerada la ciudad más limpia del Ecuador, cuenta con un sistema propio de manejo integral de desechos sólidos que se compone de los siguientes elementos:

- a) Barrido y limpieza de la ciudad.
- b) Clasificación domiciliar de la basura: biodegradables y no biodegradables.
- c) Tratamiento de desechos biopeligrosos.

² Documento electrónico citado en:
<http://www.urbalicyclinginfo.org/pdffiles/citystudies2004/Estudio%20LOja%20einddoc.pdf>.
Al 22-10-09.

d) Disposición final en el relleno sanitario.”³

1.3. Análisis de la Población

La economía de la región se basa fundamentalmente en la agricultura y la pequeña industria, destacándose esta última en embutidos, aglomerados, artesanías, especerías, azucareras, el sector de la construcción, etc. La concentración de empleos se genera prácticamente en el centro de la ciudad de Loja, siendo pocos los existentes en las afueras. La población económicamente activa para el año 2002 en la ciudad de Loja, es de 127.003 representando el 78.83 % de la población total (161,000 habitantes).

“Los índices de pobreza e indigencia que registran la mayoría de los cantones de la provincia de Loja, son alarmantes, y aunque el cantón Loja presenta mejores condiciones de obras y servicios, sin embargo las limitaciones de trabajo y recursos económicos son evidentes, por lo que no se puede dejar de afirmar que los lojanos intervienen en espacios geo-sociales frágiles y vulnerables.”⁴

El ex-ministro de Trabajo, Antonio Gagliardo aprobó un alza de salarial de 30 dólares en las remuneraciones del sector privado que entraron en vigencia desde el 2008, el salario o sueldo básico unificado mensual es de DOSCIENTOS DÓLARES (US \$200.00) dólares, que significa un incremento del 17.65% en relación al año 2007, que era de 170 dólares. Esta remuneración básica mínima para los trabajadores de servicio doméstico, operarios de artesanía y colaboradores de la microempresa, es de CIENTO SETENTA DÓLARES MENSUALES (US\$ 170.00). En el año 2007 ésta remuneración era de ciento veinte dólares (US \$120.00).

En cumplimiento a la orientación del Presidente Constitucional de la República, Economista Rafael Correa Delgado, el Ministro de Trabajo y Empleo, Abogado Antonio GagliardoValarezo, dictó el Acuerdo para la fijación del sueldo o salario básico unificado para los trabajadores privados que rige a partir del 1 de enero del 2008.

³ IBIDEM. Ob. Cit. Al 22-10-09.

⁴Plan de Acción Municipal 2005 – 2009. Documento electrónico citado en: www.loja.gov.ec. Al 22-10-09.

En estos términos dispuso, el Ministro Antonio Gagliardo, en razón de que en el Consejo Nacional de Salarios no hubo consenso entre los representantes de los empleadores y trabajadores y del Ministerio de Trabajo y Empleo.

Esta fijación salarial que entró en vigencia desde el 1 de enero del 2008, se la ha hecho por primera vez por parte del Gobierno del Presidente Correa y del Ministro Gagliardo, antes de concluir el año 2007, y es de doscientos dólares (\$200,00) mensuales para trabajadores en general del sector privado incluidos los trabajadores de la pequeña industria, trabajadores agrícolas y trabajadores de maquila.

“En el mismo Acuerdo Ministerial se ha fijado como remuneración básica mínima unificada para los trabajadores de servicio doméstico, operarios de artesanía y colaboradores de la microempresa CIENTO SETENTA DÓLARES (us \$170.00) MENSUALES, a partir del 1 de enero del 2008. Esto guarda armonía con la promesa presidencial de establecer progresivamente una sola remuneración básica mínima unificada para todos los sectores laborales.” ⁵

Adicionalmente, el Ministro GagliardoValarezo indicó que la decisión adoptada para el año 2008, forma parte de una propuesta gubernamental que busca equiparar progresivamente, hasta el año del 2011, el valor del ingreso familiar con el valor de la Canasta Familiar Básica. Todo ello con sustento en los cálculos efectuados por el Banco Central del Ecuador sobre el rango máximo de inflación proyectada a fin de período del año 2008.

“El salario mínimo vital que está vigente desde el mes de enero del 2009 hasta la presente fecha (27-10-09) es de \$ 218.00 (doscientos dieciocho dólares americanos).” ⁶

⁵<http://ecuadorconstituyente.blogspot.com/2007/12/alza-salarial-desde-el-2008.html>. Al 27-10-09

⁶ Inspectoría de Trabajo. Acuerdo Ministerial 219 publicado en el Suplemento del Registro Oficial N°. 498 del 31 de Diciembre de 2008. Loja. Al 27-10-09

CAPÍTULO DOS

ESTUDIO DE MERCADO

CAPÍTULO: II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Objetivos

Objetivo General

- Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de implementación de una empresa de servicios de lavado automático y mantenimiento de vehículos en la ciudad de Loja.

Objetivos Específicos

- Establecer las características del servicio que ofrecen las empresas existentes en el mercado.
- Conocer el nivel de demanda del servicio de lavado automático y mantenimiento de vehículos.
- Identificar claramente los gustos y preferencias de los clientes.

2.2 Segmentación de Mercado

“Para determinar las diferencias entre segmentos de mercado es necesario identificar las características de nuestro mercado y las variables que influyen en él, como la edad, el nivel de ingresos, la clase social, ocupación o profesión, así como la ciudad, el clima, la cultura, las costumbres, entre otros.”⁷ En el presente proyecto, el estudio está orientado a la instalación de una Lavadora automática para vehículos livianos en la Ciudad de Loja. Por lo tanto, como este estudio está dirigido al universo de vehículos livianos fue necesario utilizar un muestreo estadístico cuyo tamaño y selección de muestra fue suficiente para obtener resultados confiables. Para determinar la muestra se tomó el total de vehículos livianos existentes en la ciudad de Loja.

⁷SÁNCHEZ YÁBAR, Guido. El Marketing en las Pequeñas Empresas. PYMES. Ediciones Empresariales. Bogotá - Colombia. 2001. Pág. 69

Tabla. N° 1. Total de número de vehículos livianos en la Ciudad de Loja.

AÑO	VEHÍCULOS
2008	7,500

FUENTE: www.hcpl.gov.ec (Página web actualizada a Diciembre del 2008)

ELABORACIÓN: La Autora.

La muestra se determinó mediante la siguiente fórmula:

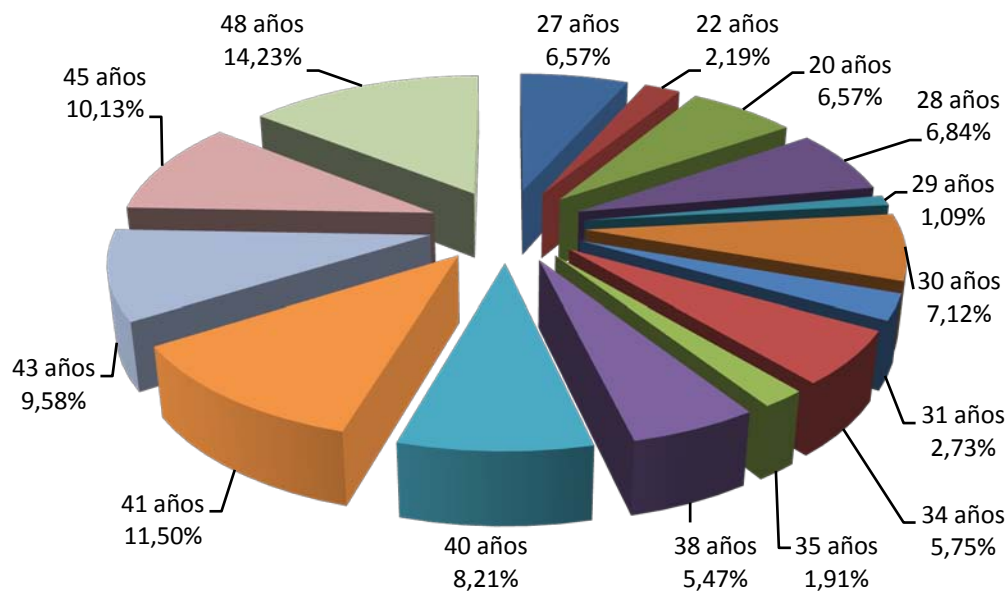
$$n = \frac{Z^2(N)(p)(q)}{e^2(n-1) + Z^2(p)(q)}$$
$$n = \frac{(1.96)^2(7500)(0.50)(0.50)}{(0.05)^2(7500-1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$
$$n = \frac{(3.8416)(1875)}{(0.0025)(7499) + 0.9604}$$
$$n = \frac{7203}{19.7079} = 365$$

Tamaño de la muestra = 365

Obtenido el tamaño de la muestra, se determinó que se debían aplicar 365 encuestas que equivalen al 4.87 % del total del universo en estudio, las mismas fueron dirigidas a los propietarios de los vehículos livianos en forma aleatoria. Hay que considerar que no se tomó en cuenta ninguna edad para la aplicación de las encuestas, ya que al momento de su aplicación se obtuvieron datos en los que indicaron sus edades respectivamente. A continuación se detallan los resultados de las encuestas aplicadas:

DATOS INFORMATIVOS

GRÁFICO N°. 1



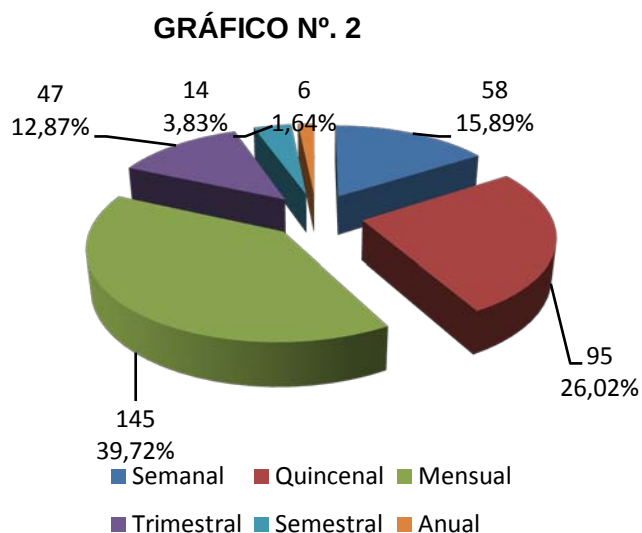
FUENTE: Encuesta Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Como se observa en el gráfico N.- 1, los resultados de mayor importancia indican que el 31.23 % de la población son de edades comprendidas entre 40 a 45 años de edad, de los cuales, el 15.06 % son de sexo masculino; y, el 16.16 % de sexo femenino; en tanto, que el porcentaje de menor ocurrencia es de 8.77 % de edades comprendidas entre 20 a 25 años de edad, de los cuales el 4.66 % son de sexo masculino; y, el 4.11 % de sexo femenino. (Ver tabla N.- 1 en anexo N.- 2)

A continuación se presenta el gráfico con los datos de la pregunta N.- 1 con respecto a la frecuencia con que realizan el lavado de su vehículo liviano.

1. ¿Con que Frecuencia realiza el lavado y mantenimiento de su vehículo liviano?

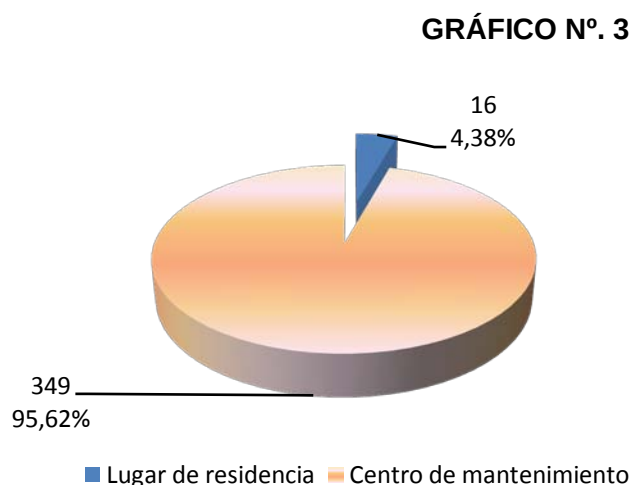


FUENTE: Encuesta Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Los resultados de la pregunta uno muestran que el 39.72 % realizan el lavado y mantenimiento de su vehículo en forma mensual, el 15.89% lo realizan semanalmente, el 3.83% la realizan semestralmente y, el 1.64% manifiestan que el lavado y mantenimiento de su vehículo lo realizan anualmente. (Ver tabla N.- 3 en anexo N.-2)

2.- ¿En dónde realiza el lavado y mantenimiento de su vehículo liviano?



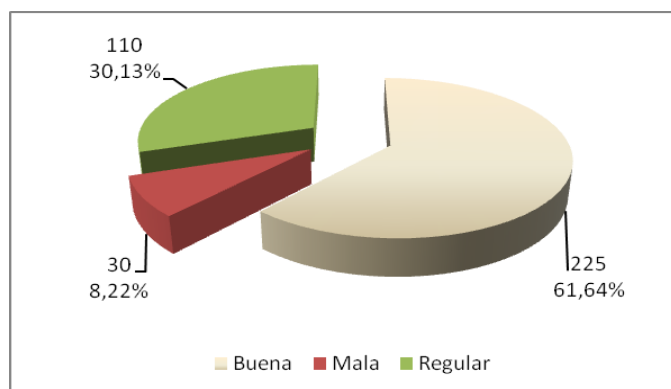
FUENTE: Encuesta Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Los datos estadísticos de la pregunta dos indican que el 95.62 % realizan el mantenimiento y lavado de su vehículo en un centro de mantenimiento; en cambio el 4.38 % de encuestados lo realizan en el lugar de su residencia. Con estos datos se determina que la mayoría de propietarios de vehículos livianos prefieren acudir a un centro de mantenimiento, mientras que una mínima parte prefiere realizarlo en su lugar de habitación. (Ver tabla N.- 4 en anexo N.- 2)

3.- ¿Por qué prefiere realizar el lavado y mantenimiento de su vehículo liviano en un centro de mantenimiento y qué deficiencias ha encontrado en el servicio que le prestan? Indique por favor:

GRÁFICO N°. 4
3. a) ATENCIÓN QUE RECIBE



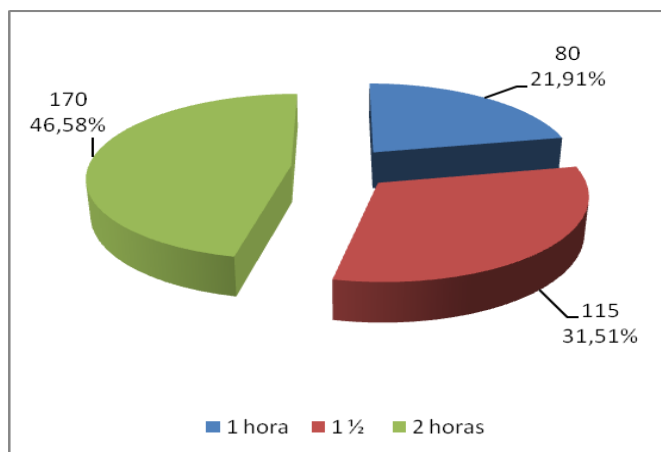
FUENTE: Encuesta Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Los resultados de la pregunta 3 en cuanto a la atención, revelan que el 61.64 % de la población opinan que la atención es buena, el 30.13 % manifiestan que es regular; y, un 8.22 % coincidieron en que la atención que reciben es mala. (Ver tabla N.- 5 en anexo N.- 2)

GRÁFICO N°. 5

3. b) TIEMPO DE ESPERA



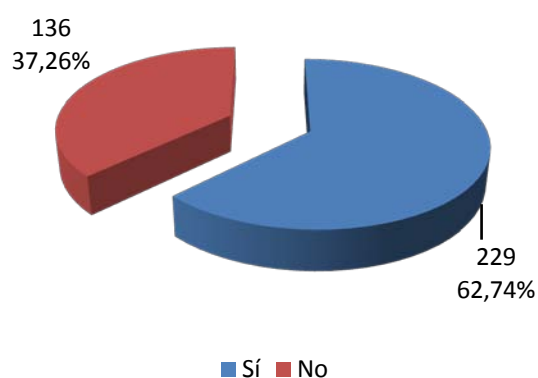
FUENTE: Encuesta Directa

ELABORACIÓN: La Autora

En lo que respecta al tiempo de espera el 46.58% indican que el tiempo de espera es de dos horas, el 31.51% de 1 ½ horas; y, el 21.91% de una hora. Como podemos darnos cuenta la mayoría de los encuestados manifestaron que el tiempo de espera es de dos horas. (Ver tabla N.- 6 en anexo N.- 2)

GRÁFICO N°. 6

3. c) ¿ES EFICIENTE EL TIEMPO DE LAVADO?

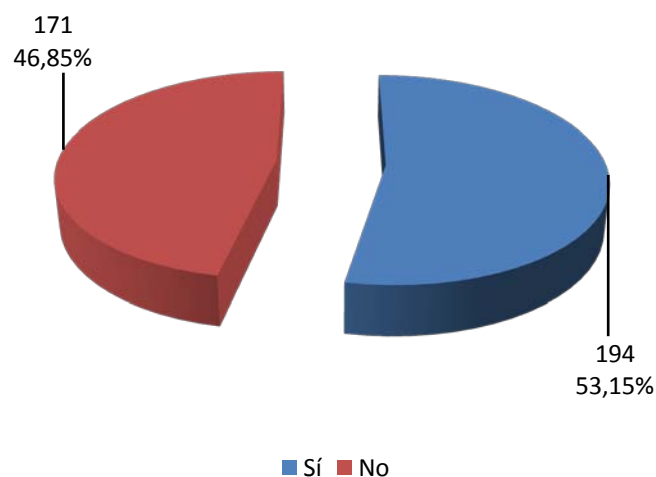


FUENTE: Encuesta Directa

ELABORACIÓN: La Autora

En lo que se refiere a la eficiencia del tiempo de lavado. El 62.74% afirman que si es eficiente el tiempo de lavado; mientras que el 37.26% indican que no es eficiente el tiempo de lavado. Como podemos darnos cuenta la mayoría de los encuestados están de acuerdo con la eficiencia del tiempo del lavado. (Ver tabla N.- 7 en anexo N.-2)

GRÁFICO N°. 7
3. d) BRINDAN COMODIDADES



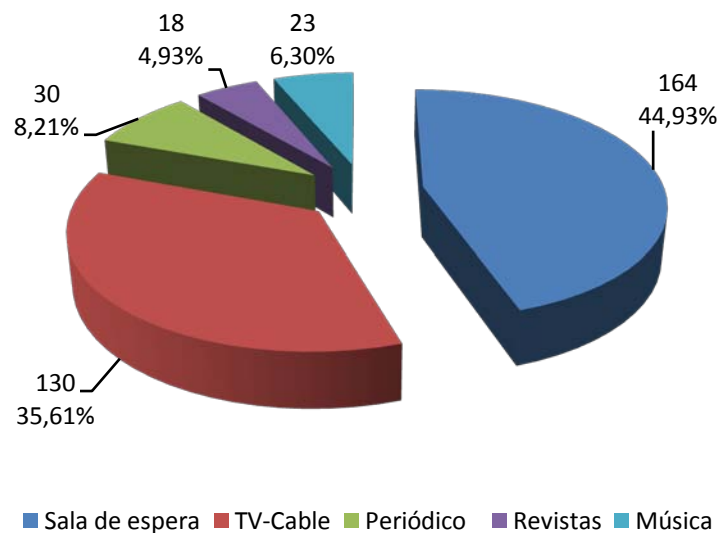
FUENTE: Encuesta Directa

ELABORACIÓN: La Autora

En lo que concierne a las comodidades que brindan los centros de lavado y mantenimiento de vehículos el 53.15% manifiestan que si ofrecen comodidades y el 46.85% indican que no. Como podemos observar algunas lavadoras si brindan comodidades a sus clientes. (Ver tabla N.- 8 en anexo N.- 2)

3. e) ¿QUE COMODIDADES LE BRINDAN EN EL CENTRO DE MANTENIMIENTO Y LAVADO DE VEHÍCULOS LIVIANOS?

GRÁFICO N°. 8



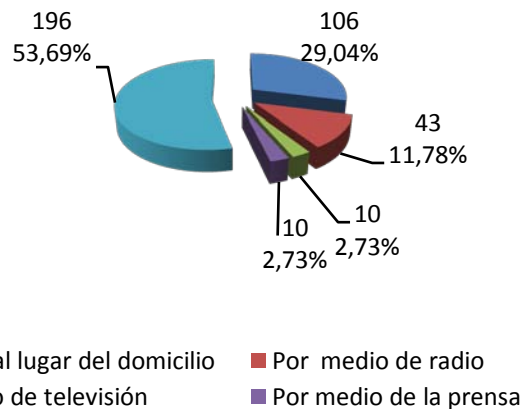
FUENTE: Encuesta Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Con relación a que si los centros de mantenimiento actuales ofrecen comodidades al usuario mientras esperan por su vehículo, el 44.9% indican que les ofrecen sala de espera, al 35.61% les ofrecen TV-Cable, el 8.21% el periódico, el 6.30% música; y, el 4.93% revista. Como podemos observar gran parte de los encuestados coinciden que la comodidad que los centros de mantenimiento les brindan es sala de espera, mientras que un menor porcentaje afirman que la comodidad que les brindan es revistas. (Ver tabla N.- 9 en anexo N.-2)

4.- ¿Cómo se enteró de la existencia de este centro de mantenimiento en donde usted lava su vehículo?

GRÁFICO N°. 9



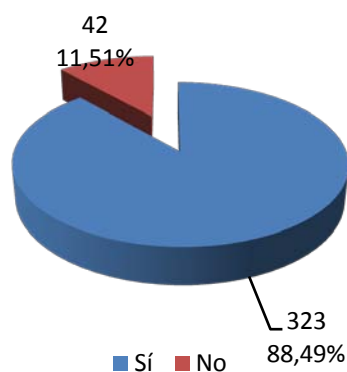
FUENTE: Encuesta Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Como podemos observar el 53.69% indicaron que se enteraron de la existencia del centro de mantenimiento por intermedio de amigos, el 29.04% por la cercanía al lugar del domicilio; y, el 2.73% a través de televisión y prensa respectivamente. (Ver tabla N.- 10 anexo N.- 2)

5.- ¿Cree usted que es necesaria la implementación de una empresa de servicios de Lavado automático y mantenimiento de vehículos livianos en la ciudad de Loja?

GRÁFICO N°. 10



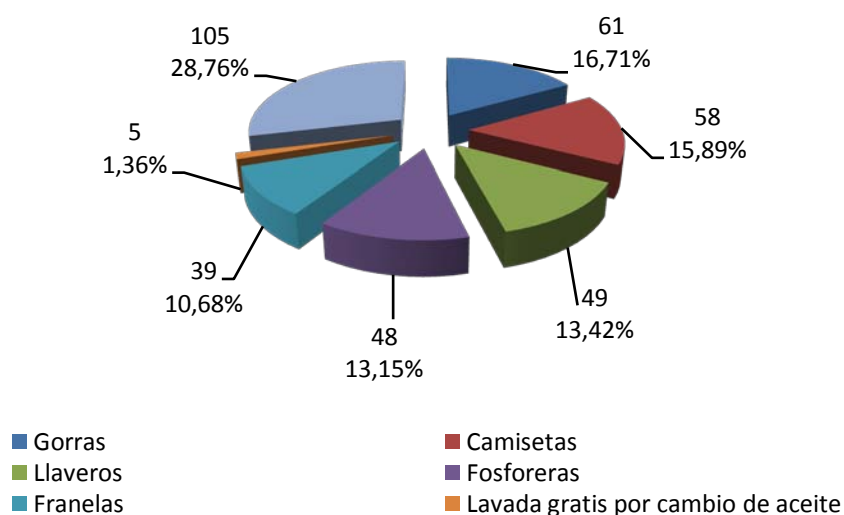
FUENTE: Encuesta Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Los datos estadísticos de la pregunta cinco indican que el 88.49 % manifiestan que sí es necesaria la implementación una empresa de servicios de lavado automático y mantenimiento de vehículos livianos en la ciudad de Loja; mientras que el 11.15% manifestaron que no. (Ver tabla N.- 11 anexo N.- 2)

6.- En el centro de mantenimiento que usted acude, ¿Existe algún tipo de promoción? Indique por favor

GRÁFICO N°. 11



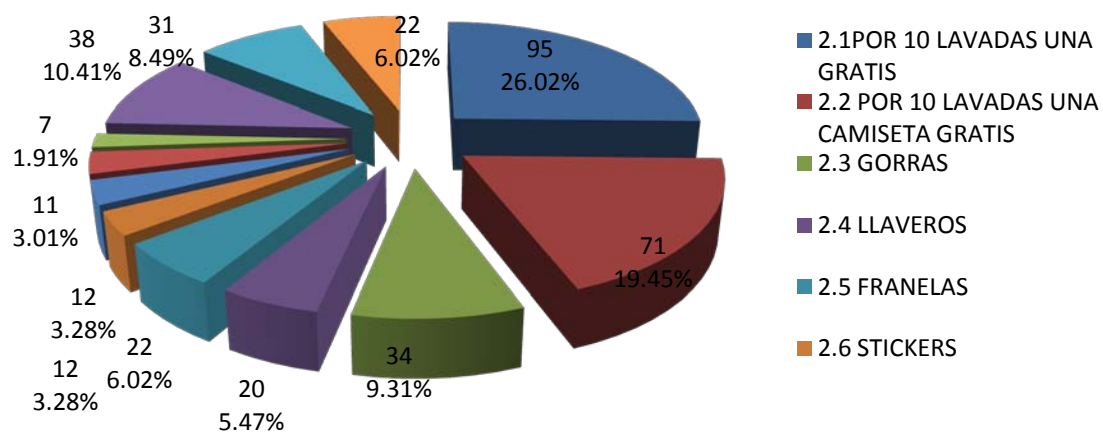
FUENTE: Encuesta Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Los datos estadísticos de la pregunta 6 indican que el 28.76 % de los encuestados consideran tener acceso a esferos; mientras que el 1.36% manifiesta obtener una lavada gratis por cambio de aceite. (Ver tabla N.- 12 en anexo N.- 2)

6. a) ¿A QUÉ PROMOCIONES LE GUSTARÍA TENER ACCESO?

GRÁFICO N°. 12



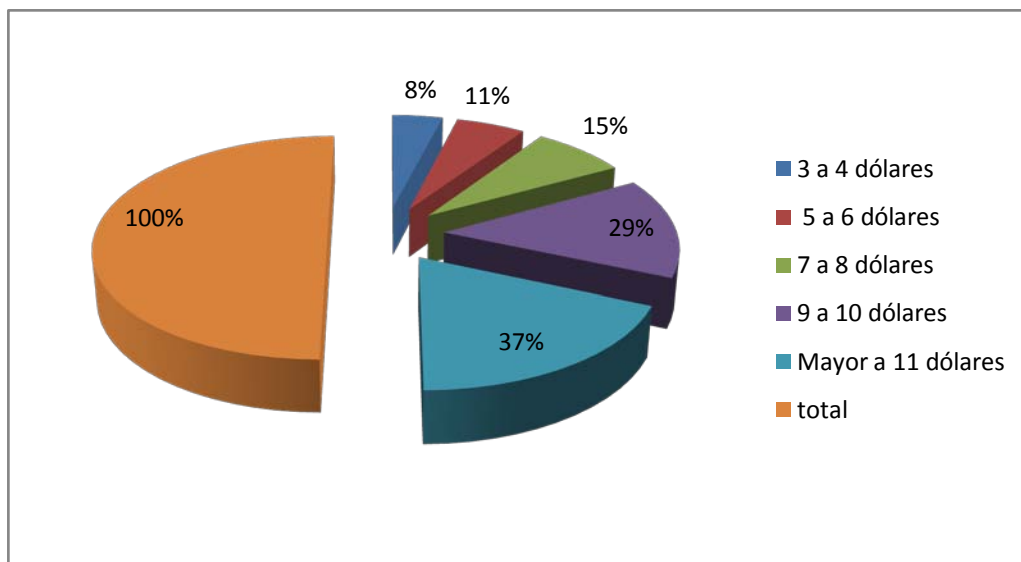
FUENTE: Encuesta Directa

ELABORACIÓN: La Autora

En lo que respecta a las promociones a las que les gustaría tener acceso, el 36.43% señalan que les gustaría tener acceso por 10 lavadas una gratis, el 9.31% prefieren gorras; y, el 1.91% eligen un desodorante ambiental. (Ver tabla N.- 13 en anexo N.- 2)

7.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el servicio de lavado y mantenimiento de su vehículo?

GRÁFICO N.-13



FUENTE: Encuesta Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Los datos estadísticos de la pregunta 7 nos indica que el 8 % de la población manifiestan que estarían dispuestos a pagar de \$3 a \$4 dólares por el servicio de lavado y mantenimiento, mientras que el 37% indica que estarían dispuestos a pagar más de \$11 dólares.(Ver tabla N.- 14 en anexo N.- 2)

2.3. Metodología

La metodología utilizada para efectuar el presente estudio fue la aplicación de las encuestas realizadas a los usuarios de los centros de lavado, también se ha recurrido a la consulta de datos estadísticos recopilados por entidades relacionadas con el tema, tales como el Ilustre Municipio de Loja e Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

2.4. Análisis de la demanda

Los datos estadísticos indican que el 88.49% de la población si están de acuerdo con la implementación de una empresa de lavado y mantenimiento automático de vehículos livianos, por lo que la demanda se ampliará debido a que se prestará un servicio de óptima calidad. Las personas que utilizaran más este servicio son de sexo masculino y de edades comprendidas entre 20 y 48 años. La clase media y alta tienen mayor capacidad de compra y por ende utilizaran con más frecuencia este servicio.

2.4.1. Comportamiento del usuario

Para este estudio, el comportamiento del usuario lojano frente al comercio, se lo analiza en tres características, como: Psicológicas, económicas y culturales que a continuación se detallan.

- **Características psicológicas**

El lojano, influido por el ambiente geográfico y el aislamiento en donde ha vivido y vive es meditativo, tímido y melancólico, así mismo se destacan algunos atributos de la personalidad de los lojanos como la perseverancia, la firmeza y constancia en la ejecución de los propósitos, es sincero, heroico. “En el idioma, usos y costumbres aparece como es, naturalísimo, transparentado en toda la pureza y gran fondo de su alma. Inteligente y experto, la Ciencia y el Arte han encontrado en él un valioso auxiliar.”⁸

- **Características económicas**

El lojano generalmente se lo conoce como un hombre que aspira a tener para él y los suyos un trabajo modesto del cual vivir, que se conforma con lo del comercio, negocio o el empleo público, así también es ahorrativo y prefiere guardar el dinero antes que invertirlo en otras actividades. “En el plano económico, únicamente ciertos bienes agrícolas como el

café, maíz y fréjol, obtenidos básicamente por los sectores campesinos, genera excedentes exportables.”⁸

- **Características culturales**

El nivel cultural del lojano está considerado alto, es así que han sobresalido altos exponentes de la cultura literaria, hombres de estado y patriotas beneméritos ya que en esta zona la dedicación a instruirse es elevado, teniendo como enemigo a la ignorancia.

- **Comportamiento del usuario frente al servicio**

Para establecer cómo se comporta el usuario frente al servicio que se le está prestando, se vale de los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas a dichos usuarios, en donde manifiestan que les brindan una buena atención al momento de adquirir este servicio, con respecto al tiempo de espera del servicio dicen que debe ser lo más rápido posible, ya que actualmente toma un considerable tiempo, así mismo el usuario para esperar por este servicio se le deben brindar comodidades, lo cual en la mayoría de los centros de mantenimiento no se lo realiza adecuadamente.

También se puede decir que los usuarios exigen un buen servicio y calidad en el lavado de vehículos livianos.

2.5. Competencia directa e indirecta y sus características

En calidad de componente de competencia directa (la competencia directa es un negocio que ofrece los mismos productos y servicios al mismo mercado y al mismo tipo de cliente⁹), en la actualidad en la Ciudad de Loja el servicio de lavado automático para vehículos livianos no existe y por lo tanto este servicio que se va a prestar va a ser innovador, sin embargo, las lavadoras que existen actualmente en la ciudad están en

⁸ GUERRERO CARRIÓN, Trotsky. El Reto Histórico de Loja. Loja, Septiembre de 2005. pdf. Ediciones digitales.

⁹ <http://www.empresariorural.com>. Copyright © 2009 Empresario Rural. Su Clave al Éxito. Empresarial. Todos los derechos reservados. Joomla, es software libre publicado bajo la licencia GNU/GPL. Al 17-1209

capacidad de lavar vehículos y por lo tanto significan una competencia indirecta para este proyecto.

En este trabajo se considera en calidad de competencia indirecta a todas las lavadoras de vehículos livianos que existen en la Ciudad de Loja, y el número de estas como ya se manifestó anteriormente es de nueve.

CENTROS MANTENIMIENTO EN LA CIUDAD

Tabla N.- 15

Nro.	NOMBRE
1	Lavadora a Vapor "ORTIZ "
2	Lavadora y Lubricadora " REINA DEL CISNE"
3	Lavadora y Lubricadora "AVC";
4	Lavadora y Lubricadora "CALVA & CALVA"
5	Lavadora y Lubricadora "LA CASA DEL ACEITE";
6	Lavadora y Lubricadora "LAVACOR"
7	Lavadora y Lubricadora "LOJA";
8	Lavadora y Lubricadora "SILVA";
9	Tecnicentro "ESPINOSA"

3.- DEMANDA INSATISFECHA.

La demanda insatisfecha se la obtiene comparando la oferta, la demanda y el criterio de satisfacción o no de los clientes por un determinado servicio. A continuación se detallan algunos parámetros que permiten visualizar la demanda insatisfecha del servicio que brindará la empresa.

Tabla N.- 16

OFERTA	DEMANDA	SATISFACCION	TENDENCIA DE CONSUMO	DEMANDA INSATISFECHA ANUAL
Competidores: Directos: 0 Indirectos 9	149.153 *	El 38% manifiestan que el servicio es entre malo y regular. El 46% reclaman que el tiempo de duración del servicio es alto (más de dos horas) En promedio el 42% está insatisfecho y el 58% está satisfecho por el servicio	El 88,5% consideran que es necesario implementar una nueva empresa de mantenimiento	Por el tipo de servicio: Directos: Lavado automático: 100% TOTAL = 149.153 vehículos Indirectos: Mantenimiento de vehículos 42% TOTAL = 62644 vehículos

FUENTE: Encuesta Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Existen 7.500 vehículos livianos en la ciudad, los cuales multiplicados por la frecuencia de lavado mensual se obtiene que estos en total necesitaran lavado y mantenimiento de 149 mil veces. De forma mensual (39,7%) y quincenal (26%) son los rangos de mayor frecuencia de mantenimiento.

En el cuadro anterior se visualiza que no existe ninguna empresa que brinde servicios similares al que pretende brindar esta empresa, es decir competidores directos no existen y por lo tanto la demanda insatisfecha es del 100% de vehículos existentes en la ciudad.

Se observa también que esta empresa tendrá como competidores en forma indirecta a nueve empresas que brindan servicios semejantes, de las cuales el 38% de clientes manifiestan que el servicio de estas nueve empresas es malo y regular y el 46% reclaman

que el tiempo de duración del servicio es alto (más de dos horas). Ello implica que el 42% está insatisfecho y el 58% se encuentra satisfecho por el servicio obtenido.

Además un 88,5% consideran que es necesario implementar una nueva empresa de mantenimiento que brinde en forma ágil, oportuna y de calidad.

Como no existe un dato aproximado del número de vehículos que atienden las nueve lavadoras existentes en la ciudad, la demanda insatisfecha se la calcula en función del nivel de insatisfacción de los clientes. Esta se la calculó en función de competidores directos e indirectos.

De acuerdo a los competidores directos: en la ciudad no existe ninguna empresa que preste el servicio de Lavado automático, por tanto la demanda insatisfecha es del 100% de vehículos existentes en la ciudad.

De acuerdo a los competidores indirectos: en la ciudad existen nueve empresas que brindan servicios similares al que pretende ofrecer el presente proyecto. El 42% de los clientes de estas empresas manifiestan estar insatisfechos con el servicio brindado, por lo tanto la demanda insatisfecha es superior al 40% la cual representa más de 60 mil clientes al año de la ciudad.

Cálculo de la Demanda anual

Tabla N.- 16

Indicadores	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)	Distrib. del Universo	Frecuencia anual	Subtotal
Semanal	58	15,9	1193	52	62010
Quincenal	95	26,02	1952	24	46836
Mensual	145	39,72	2979	12	35748
Trimestral	47	12,87	965	4	3861
Semestral	14	3,83	287	2	574,5
Anual	6	1,64	123	1	123
Otro	0	0.00			
Totales	365	100.00	7499		149.153

FUENTE: Encuesta Directa

ELABORACIÓN: La Autora

CAPÍTULO TRES

PLAN DE MARKETING

CAPÍTULO III

PLAN DE MARKETING

3.1. OBJETIVOS

Objetivo General:

- Posicionar a la empresa de lavado automático de vehículos en la mente de los clientes potenciales en la ciudad de Loja.

Objetivos Específicos:

- Diseñar la imagen corporativa de la empresa
- Planear tácticas para promocionar el producto en medios de comunicación y formas innovadoras.
- Definir estrategias para incrementar las ventas del producto cada año

3.2 Imagen Corporativa

La identidad corporativa es un sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir-facilitar el reconocimiento y la recordación a una empresa u organización de las demás. Su misión es, diferenciar (base de la noción de identidad), asociar ciertos signos con determinada organización y significar, es decir, transmitir elementos de sentido, connotaciones positivas; en otras palabras, aumentar la notoriedad de la empresa.

Los signos de la identidad corporativa son de diversa naturaleza, y se expresan a través de su nombre, logotipo. slogan y colores.

Nombre Comercial:

Brillo CAR

Con el objetivo de posicionarse fácilmente en la mente del consumidor, enfoca a un nombre corto, fácil de recordar y relacionado a la obtención de un producto que garantiza brillo y limpieza.

Logotipo:



Slogan:

...limpieza total...

El slogan planteado es corto y relacionado con el servicio de lavado que se brindará. El slogan significa eficiencia en el servicio, con ello se quiere posicionar en la mente del consumidor que su auto quedará totalmente limpio.

Colores

Un buen color supone un mejor negocio, ya que los colores refuerzan la identidad de la empresa y añaden un toque profesional a sus comunicaciones”

Para ello se ubican colores vivos, llamativos, que impresionen y gusten al cliente. Eso permitirá llamar la atención a los posibles consumidores del servicio, mejorar la imagen de la empresa y posicionarla en la mente del consumidor.

Los colores utilizados son negro y azul, pues a nivel mundial los vehículos negros son los que más brillan luego de un lavado perfecto, y el azul refleja agua y nitidez, con lo cual se proyecta un auto totalmente limpio.

Letrero o Gigantografía



Una gigantografía es necesario ubicarla estratégicamente en lugares donde exista alta fluencia de población en vehículos, así puede ser en zonas comerciales, estadios, avenidas principales de la ciudad, entre otros. El material será de tipo resistente con pinturas de alta calidad, para que luzca y brille donde esté ubicada.

3.3 Marketing Mix

Los especialistas en marketing utilizan una serie de herramientas para alcanzar las metas que fijadas a través de la combinación o mezcla (mix). Por ello, se define como el uso selectivo de las diferentes variables de marketing para alcanzar los objetivos empresariales. Fue McCarthy quien a mediados del siglo XX, lo denominó la teoría de las «cuatro pes», ya que utiliza cuatro variables, cuyas iniciales en inglés empiezan por «p»:

- **Product** --> Producto
- **Place** --> Distribución - Venta
- **Promotion** --> Promoción
- **Price** --> Precio

Sobre la combinación y clasificación de estas cuatro variables en la decisión comercial hacen girar algunos autores toda estrategia del marketing dentro de la empresa. Según algunos criterios existen otras variables que también marcan la actividad del marketing dentro de la empresa. Es importante pensar un momento hasta qué punto puede variar la fijación del precio de un producto, si se tienen en consideración los estudios y análisis de la competencia, el tipo de mercado existente e incluso el mismo entorno socioeconómico; por tanto, podemos afirmar que el éxito de una empresa vendrá dado por el perfecto conocimiento y análisis de los diferentes elementos del marketing que inciden en su actividad, y que a través de la puesta en marcha del plan de marketing alcanzarán los objetivos marcados.

3.3.1. Productos o Servicios

La empresa brindará el servicio de lavado automático y mantenimiento de vehículos livianos, principalmente cambio de aceite y filtros. La empresa pretende ser una de las más competitivas del sur del Ecuador, para ello contará con tecnología de punta, de tal manera que el vehículo pase por un túnel el cual tendrá un sistema de rodillos de materiales especiales que no golpean ni rayan el vehículo, los cuales mojan, jabonan y enjuagan el mismo, en un tiempo estimado de 7 a 10 minutos. Se contará con una empresa bien organizada, con personal calificado en cada uno de sus procesos, se utilizará productos ecológicos y con ello ofertar un servicio de calidad y satisfacer plenamente al cliente

Además contará con productos “auxiliares” los cuales son utilizados para la aplicación de los productos “principales”.

Todos estos productos estarán de la mano con lo que se denomina el “producto aumentado”, es decir, es todo aquello que se ofrece sin que sea esperado por el cliente como servicio, atención, asesoría, sala de espera etc.; y constituyen elementos de diferenciación respecto de otros competidores.

Como un factor adicional, la Empresa Brillo Car tendrá la ventaja que los productos que ofrecerá tendrán la garantía para que los clientes cumplan con sus trabajo en forma eficiente y sin pérdida de tiempo, utilizando productos de calidad y ecológicos, que no contaminen el ambiente.

3.3.2. Precio

El incremento razonable del costo que generará el servicio de lavado automático con relación al de la competencia se verá reflejado en el mejor servicio que se le brindará al usuario así como también a causa de las altas inversiones, por ello se debe mejorar cada vez el servicio y buscar estrategias de marketing que permitan que el cliente se satisfaga por el servicio brindado.

La Empresa Flash Car contará con los precios más competitivos del mercado, a fin de favorecer a los clientes. Para lograr este precio competitivo, continuamente se manejará el control de precios con los proveedores y junto con el volumen importante de adquisiciones mensuales que se realice, se pueda bajar el precio y beneficiar al cliente.

El precio de los servicios de limpieza y mantenimiento del vehículo se diferenciarán si el cliente es constante o esporádico, o si paga al contado o a crédito, así: El cliente constante tendrá al menos descuento en el precio del 3 al 5%.

Actualmente la mayoría de proveedores de productos e insumos para el lavado y mantenimiento otorgan a sus clientes de los centros de lavado y mantenimiento o cambio de aceite una lista de Precios de Venta al Público de sus productos, permitiéndoles un margen de ganancia del 20% más promociones de productos como ejemplo: por la compra de 10 o 15 unidades de un determinado producto, les regalan una adicional, lo cual implica que

tienen un margen de utilidad más que va del 7 al 10% adicional, llegando casi al 27% promedio. Pues en función de ello y solamente obteniendo un margen del 20%, se podrá entregar a los cliente los productos y servicios a precios más bajos y muy competitivos en el mercado.

El precio de los servicios de la empresa se estableció en función de la competencia y en base al estudio de mercado, de costos de producción y de la disponibilidad de pago del cliente. Los precios establecidos son: lavado de alta presión USA 5 dólares, lavado con equipo monedero o móvil USA 2 dólares y el cambio de aceite promedio USA 4 dólares más el precio del aceite, dependiendo de la marca.

3.3.3. Plaza

El presente proyecto está orientado a la instalación de una Lavadora automática para vehículos livianos en la Ciudad de Loja, ubicada en la parte norte de la ciudad en el parque industrial. Por lo tanto, el mercado principal que la empresa pretende atender son vehículos pequeños y livianos de 0,5 a 1,8 toneladas, existentes en la ciudad de Loja. El servicio está dirigido principalmente a personas que disponen de escaso tiempo para el lavado y mantenimiento de su vehículo, de tal manera que en cuestión de 20 minutos puedan hacer el lavado, aspirado y cambio de aceite del vehículo.

La Empresa trabajara con un canal directo de distribución, vinculando a los empleados de la empresa en forma directa con el cliente, con el fin de evitar intermediarios y elevar el costo, por ello se plantea crear una relación directa con el cliente y creando fidelidad; además es una opción eficiente y de calidad para todos los posibles cliente.

3.3.4. Promoción

a. Publicidad: El objetivo es difundir y brindar información a los potenciales clientes sobre los servicios y productos que ofrece la empresa y se lo plantea realizar a través de spot radiales y televisivos, espacios publicitarios en revistas y/o periódicos especializados,

afiches, estiques, vallas publicitarias, calendarios, y volantes en general, en el cual se detalle la ubicación de los locales y las características de principales productos que se dispone.

b. Promoción: Constantemente se buscará mecanismos de promoción de los servicios y productos que se complementen con la publicidad para lograr alcanzar una respuesta más rápida y sólida de los clientes, para que pruebe los diferentes servicios y productos, aumente la cantidad y frecuencia de consumo y lograr la fidelidad del mismo.

Para promocionar los servicios y productos de la empresa, se realizaran spots, stickers, rifas, afiches y dípticos, los cuales tendrán diseños llamativos y agradables, e información básica de los servicios a brindarse. Se colocarán en sitios estratégicos de alto tráfico de personas que son propietarios de vehículos. Se creará un slogan a fin de inyectarles en el subconsciente de cada uno de los clientes y líderes gremiales de transportistas.

c. Relaciones Públicas: Es una alternativa que nos permitirá posicionar a la Empresa en el mercado objetivo, a través de:

- **Relaciones de Prensa:** Colocar noticias informativas en espacios noticiosos con el fin de atraer la atención sobre los servicios y productos en particular; este espacio estará auspiciado por el almacén de lubricantes y proveedores en general.
- **Propaganda:** Se pagará espacio en los distintos medios de comunicación en caso de ser necesario.
- **Comunicación Corporativa:** Elaborando circulares informativas o boletines de prensa de la empresa hacia gremios de transportistas, taxistas, escuelas de conducción, asociaciones de profesionales, universidades, etc.
- **Lobby:** Los directivos de la Empresa negociarán con funcionarios gubernamentales con el fin de promover y ofertar los servicios y firmar contratos anuales para brindar mantenimiento y servicio a sus vehículos.

Es necesario establecer **políticas de servicio** que garanticen obtener credibilidad en cada uno de los servicios ofrecidos. La atención al cliente será fundamental en los servicios, estará dirigida a brindar una atención culta, respetuosa, amable y personalizada, con calidad

de trato. Se brindará información de calidad y oportuna. Los servicios y productos de entregarán con responsabilidad y honestidad.

ESTRATEGIA Y ACTIVIDADES PROMOCIONALES

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	CRONOGRAMA																				RECURSOS (dólares)	EJECUCIÓN DE RECURSOS																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
		1er. Año				2do.año				3er. año				4to. año				5to. Año					1er. año				2do.año				3er. año				4to. año				5to. año																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
		Trimestres																					trimestres																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	3	3	4		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Diseñar la Imagen Corporativa de la empresa	Elaborar Nombre, logo, slogan, colores, información de productos y servicios a ofrecer	X																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	CRONOGRAMA (trimestres)																				RECURSO S (dólares)	EJECUCIÓN DE RECURSOS (dólares)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
		1er. Año				2do.año				3er. año				4to. año				5to. año					1er. año				2do.año				3er. año				4to. año				5to. año																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
		Trimestres																					trimestres																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
	Promocionar la empresa en prensa escrita	X				X				X				X				X				X																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		</

[illegible]

[illegible]

[illegible]

CAPÍTULO CUATRO

ORGANIZACIÓN DE LA

EMPRESA

CAPÍTULO IV

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

4.1 Nombre y Descripción de la Empresa

Esta empresa estará dedicada al servicio de lavado automático y mantenimiento de vehículos livianos, se denominará **“Brillo Car Cía. Ltda.”**, la empresa a crearse se localizará de acuerdo a regulaciones legales por parte del Ilustre Municipio de Loja en el Parque Industrial, el cual está ubicado al Norte de la Ciudad de Loja en el Sector de Amable María, frente al Colegio Militar Lauro Guerrero. La instalación de la lavadora automática debería hacérsela en una de las avenidas de mayor afluencia, facilidad de acceso vehicular y en donde exista la menor competencia posible, este como PLAN A; y, como PLAN B la parte Sur Occidental de la Ciudad de Loja, en el sector la Argelia, a pocos pasos de la Universidad Nacional de Loja.

La empresa a crearse será una empresa de las más competitivas, es importante señalar la capacitación permanente que la empresa realizará a su personal, ya que gracias al recurso humano calificado, se estima, se posicionará en el mercado y le permitirá mantenerse vigente entre sus clientes.

4.2 Misión de la Empresa

Obtener la satisfacción total de nuestros clientes procurando calidad total en el servicio, a través del trabajo en equipo, apoyo ágil, trato amable, tecnología y fortalecimiento de habilidades comerciales, superando las expectativas del servicio integral.

4.3 Visión de la Empresa

La Lavadora automática **“Brillo Car Cía. Ltda.”** será una Empresa de servicios de alta calidad, que en el futuro se posicionará en el mercado Lojano como la más eficiente, efectiva y económica frente a la competencia.

4.4 Objetivos de la Empresa

- Ofrecer un servicio de alta calidad innovador que satisfaga en su totalidad al segmento de mercado escogido.
- Optimizar eficaz y eficientemente los costos de producción.
- Reducir al máximo el tiempo del servicio de mantenimiento y lavado del vehículo.
- Lograr que el vehículo salga en perfectas condiciones de mantenimiento y limpieza.

La empresa estará constituida legalmente de acuerdo a la Legislación Nacional y administrativamente regida a los manuales administrativos.

4.5 Organización Legal

La personería jurídica de la empresa será de una Compañía de Responsabilidad Limitada, ya que permite estar integrada de tres o más socios que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales.

La compañía de Responsabilidad Limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

La compañía se constituirá con la razón social, cuya denominación es **“BRILLO CARCÍA. LTDA.”**

4.6 Conformación jurídica

Compañía de Responsabilidad Limitada con la participación de 3 socios.

4.7Capital social

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie. Por tanto, el saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la Compañía.

4.8Tiempo

El tiempo de duración de la empresa será de 10 años.

La empresa se regirá bajo los Reglamentos de la Ley de Compañías, Código de Comercio, las disposiciones del Código Civil; y, Código de Trabajo.

4.9 Organización Administrativa

La estructura Técnico funcional de la empresa “BRILLO CAR CÍA. LTDA.” Contará con el organigrama estructural, funcional y de posición; para una mejor interrelación de labores de sus miembros.

NIVELES JERÁRQUICOS

Para obtener el cumplimiento de las metas y objetivos de la empresa es necesaria la estructuración de los siguientes niveles jerárquicos.

Nivel Legislativo

Es el primer nivel jerárquico, se encuentra formado por la Junta General de Socios; los mismos que se encargarán de fijar las políticas de la empresa, así como normar los procedimientos y los planes que seguirá la organización en el futuro.

Nivel Ejecutivo

Es el segundo nivel jerárquico de la empresa, está integrado por el Gerente quien se encargará de poner en ejecución las políticas, planes, objetivos y metas que se proponga alcanzar la empresa.

Nivel Asesor

No tiene autoridad de mando, sino autoridad funcional; es decir, no toma decisiones únicamente recomienda. Está conformado por un asesor Jurídico cuya función es la de orientar, informar y proponer aspectos relacionados a lo legal.

Nivel de Apoyo

Se denomina también nivel auxiliar. Este sirve como ayuda para todos los niveles administrativos de la empresa; lo conforma el Departamento de Secretaría y Servicios Generales.

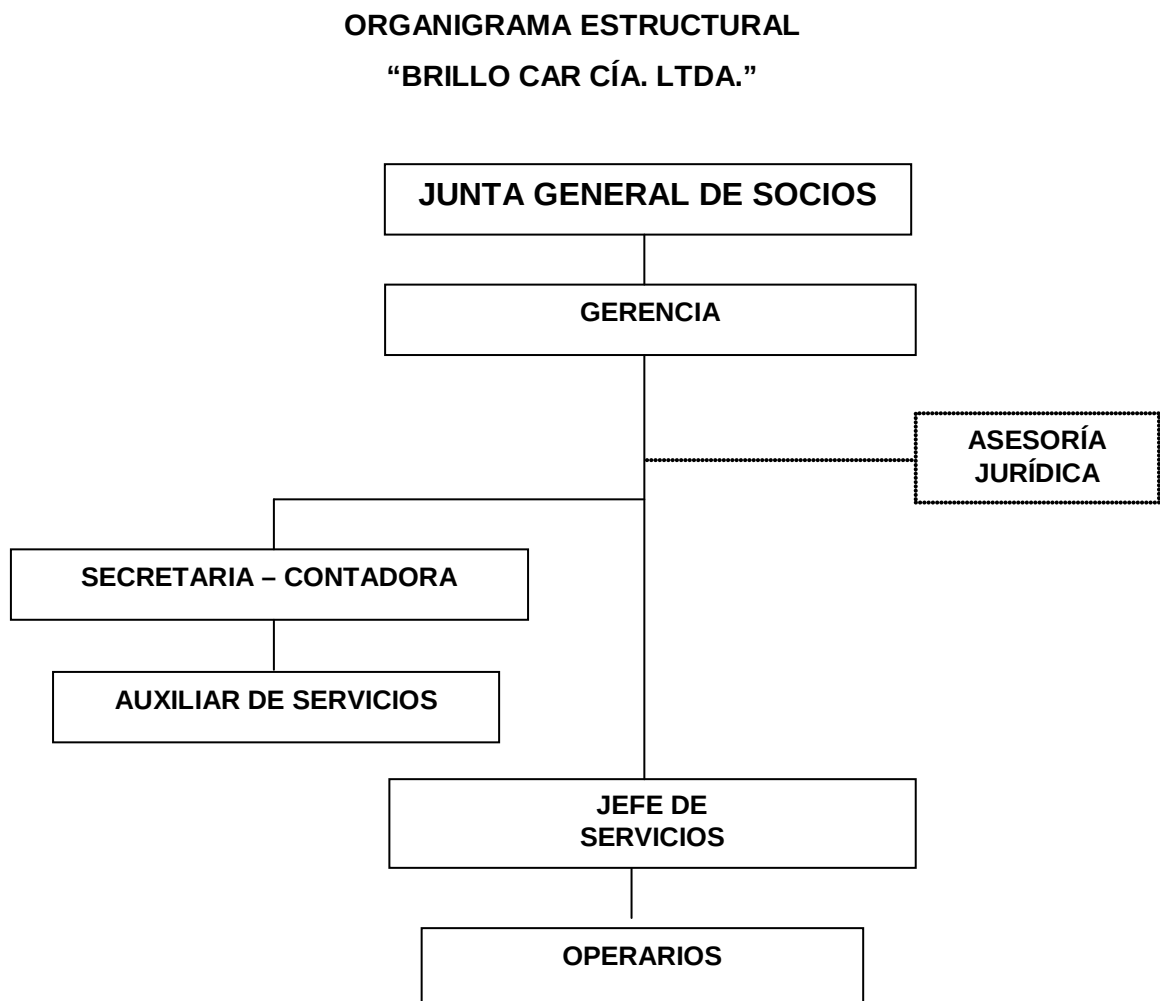
Nivel Operativo

Se encarga de realizar las actividades que en esencia desarrolla la empresa, ejecutando las órdenes y disposiciones emanadas por el nivel legislativo y ejecutivo.

4.2.1. Organigramas

4.2.1.1. Organograma estructural

Consiste en la representación gráfica de la estructura administrativa de la empresa a través de sus distintos niveles jerárquicos, mismo que servirá para determinar la división de funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y responsabilidad, los canales formales de comunicación, y la naturaleza lineal de cada departamento:



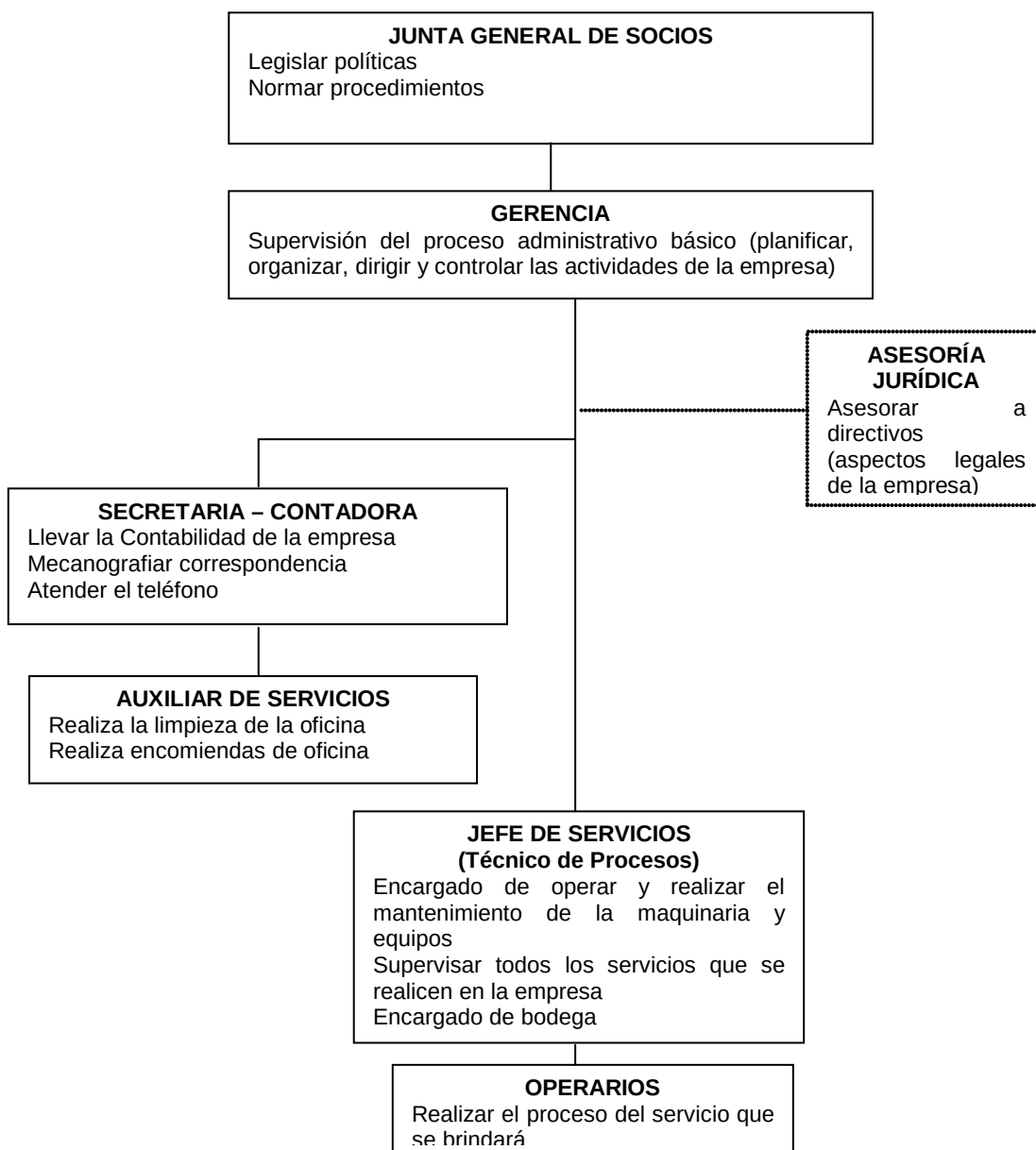
Elaboración: La Autora

4.2.1.2. Organigrama funcional

Este organigrama representa gráficamente las funciones que debe desempeñar cada uno de los departamentos; al detallar las tareas respectivas las mismas que se inician por las de mayor trascendencia y luego se registran aquellas de menor importancia.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

“BRILLO CAR CÍA. LTDA.”



Elaboración: La Autora

4.2.2. Manual de Funciones

En el manual de funciones de la futura empresa a implementarse, en donde se proporcionará información sobre las tareas, deberes, obligaciones y responsabilidades de cada unidad administrativa y puesto de trabajo.

TÍTULO DEL PUESTO:	JUNTA GENERAL DE SOCIOS
NIVEL JERÁRQUICO:	LEGISLATIVO
SUPERIOR INMEDIATO:	NINGUNO
SUBALTERNOS:	TODOS LOS FUNCIONARIOS Y TRABAJADORES

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Designar y remover al Gerente de la empresa.
- Aprobar las cuentas, balances y presupuestos.
- Resolver sobre la forma de reparto de utilidades.
- Decidir acerca del aumento o disminución del capital.
- Resolver acerca de la amortización de las partes sociales.
- Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía.
- Resolver el gravamen o enajenación de los bienes sociales.
- Acordar la exclusión de un socio.
- Fijar las políticas, metas y reglamentos de la empresa.

HORARIO DE TRABAJO

No existe un horario, se reúnen cuando el caso lo amerite.

REQUISITOS

Para ser miembro de la Junta de Socios debe ser socio capitalista de la empresa.

TÍTULO DEL PUESTO:	GERENTE
NIVEL JERÁRQUICO:	EJECUTIVO
SUPERIOR INMEDIATO:	JUNTA GENERAL DE SOCIOS
SUBALTERNOS:	TODOS LOS FUNCIONARIOS y TRABAJADORES

PERFIL DEL PUESTO

- Ingeniero Comercial, Marketing, Economista, o carreras afines. Experiencia mínimo dos años en posiciones similares, desempeño por resultados.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Representar judicial y extrajudicialmente a la compañía, en gestiones, actos y contratos con excepción si fueren extraños al objeto social de la compañía.
- Cumplir y hacer cumplir la Ley, el contrato social, las resoluciones, políticas y reglamentos de la Junta General de Socios.
- Enviar a la Superintendencia de Compañías los documentos e informaciones requeridas de acuerdo a la Ley.
- Inscribir en enero de cada año en el Registro Mercantil del Cantón una lista completa de los socios.
- Planificar, organizar, ejecutar y controlar las actividades administrativas, financieras y operativas de la empresa.
- Realizar inversiones, adquisiciones y otros suministros.
- Planear, organizar, dirigir coordinar las distintas actividades de la empresa.
- Coordinar los procesos de negociación con los principales proveedores de insumos.
- Implementar el Plan de marketing, a fin de promocionar los servicios de la empresa en la ciudad y zona de influencia.
- Presentar informes financieros, cumplimiento de ventas y de la gestión de la empresa al Directorio y socios.

- Liderar el proceso de planeación estratégica de la empresa, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.
- Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa.
- Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.
- Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.
- Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y trabajadores.
- Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y control de gestión).
- Mantiene contacto continuo con proveedores, en busca de nuevas tecnologías o materias primas, insumos y productos más adecuados.
- Se encarga de la contratación y despido de personal.
 - Firmar cheque hasta un monto de mil dólares. Cheques con monto superior se firmarán en forma conjunta con el presidente del directorio
 - Cualquier transacción financiera como obtención de préstamos, cartas de crédito, asignación de créditos a clientes, etc. deben contar con su aprobación del presidente y/ o directorio.
 - Administrar eficientemente los recursos de la empresa
 - Manejo de clientes.

HORARIO DE TRABAJO

Dos jornadas:

De 08H30 a 13H00 y 14h30 a 18H30

RESPONSABILIDAD

- Responde por la marcha administrativa y productiva de la empresa.

TÍTULO DEL PUESTO:	ASESOR JURÍDICO
NIVEL JERÁRQUICO:	ASESOR
SUPERIOR INMEDIATO:	JUNTA GENERAL Y GERENTE
SUBALTERNOS:	NINGUNO

PERFIL DEL PUESTO

Requiere de conocimientos en el Área Legal, su función es de tipo Ad-Hoc.

Doctor en Jurisprudencia, experiencia dos años en labores judiciales.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Defender los procesos judiciales que necesite la empresa.
- Informar y proponer alternativas sobre asuntos jurídicos.
- Asesorar al Gerente sobre cualquier asunto de índole legal.
- Opinar legalmente sobre los estatutos, reglamentos y otros documentos organizativos de la empresa.
- Preparación legal de documentos y contratos.
- Lo demás que le asigne su inmediato superior.

HORARIO DE TRABAJO

De acuerdo a las necesidades de la empresa.

RESPONSABILIDAD

- Responsable de todas las acciones de tipo legal que plantee la empresa.

TÍTULO DEL PUESTO:	SECRETARIA - CONTADORA
NIVEL JERÁRQUICO:	APOYO
SUPERIOR INMEDIATO:	GERENTE
SUBALTERNOS:	AUXILIAR DE SERVICIOS

PERFIL DEL PUESTO

Contador Público Autorizado C.P.A. con experiencia mínimo dos años en puestos similares.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Mantener un archivo ordenado y clasificado.
- Realizar el mecanografiado de comunicaciones, oficios y otros documentos.
- Recibir y ejecutar todas las actividades telefónicas necesarias para el normal desenvolvimiento de la empresa.
- Registrar y revisar la asistencia diaria del personal que labora en la empresa.
- Elaborar, registrar y consolidar el libro diario, libro mayor, estado de pérdidas y ganancias y auxiliares.
- Proporcionar a la gerencia la información diaria sobre la liquidez de la empresa.
- Elaborar los roles de pago correspondientes a los funcionarios y trabajadores de la empresa.
- Elaborar el presupuesto anual de la empresa conjuntamente con el Gerente.
- Firmar junto con el Gerente los cheques por pagos que realiza la empresa.
- Recepar y realizar la factura del servicio que se brinde a los usuarios.
- Tener actualizado los aspectos contables y tributarios de la empresa
- Declarar mensualmente el impuesto al IVA
- Declarar anualmente el impuesto a la renta
- Administrar eficientemente los recursos de la empresa
- Coordinación de la entrega de información a la empresa que realiza la contabilidad
- Recepción de facturas y comprobantes de retención.
- Mantener el archivo de proveedores.
- Coordinar el pago a proveedores, fechas de vencimiento y valores de pago.
- Custodia y emisión de cheque en coordinación con la Gerencia Financiera.

TÍTULO DEL PUESTO:	AUXILIAR DE SERVICIOS
NIVEL JERÁRQUICO:	APOYO
SUPERIOR INMEDIATO:	SECRETARIA-CONTADORA
SUBALTERNOS:	NINGUNO

- Conciliaciones bancarias
- Manejo del libro de bancos.
- Manejo de papeletas de depósito y coordinación del depósito.
- Recepción diaria de cobranza causada por ventas de contado.
- Archivo de facturas secuenciales del cliente.
- Manejo de facturas y comprobantes de retención.
- Encargado del proceso de nómina que tiene que ver con el manejo de los ingresos, descuentos, bonos de alimentación y alimentación, seguros de asistencia médica, descuentos del IESS y retenciones de impuestos de los empleados.
- Creación de carpetas de empleados para registro de cédulas, documentos del IESS, contratos de trabajo, avisos de entrada, y cualquier otro documento relacionado con el empleado.
- Elaboración de memos de permisos.
- Lleva el control de vacaciones y permisos, así como de días adicionales de trabajo.
- Manejo de facturas y viáticos.
- Elaboración de memos de viáticos.
- Control de los respaldos.
- Actualización continua de los archivos.
- Se encarga de hacer que las facturas sean autorizadas por las gerencias cuando se debe realizar una compra.
- Lo demás que su inmediato superior le asigne.

HORARIO

Dos jornadas:

De 08H30 a 13H00 y 14h30 a 18H30

RESPONSABILIDAD

- Responsable de ejecutar todos los trabajos de secretaría y contabilidad, en apoyo al Gerente y la administración en general.

PERFIL DEL PUESTO:

Bachiller con experiencia al menos de un año en labores similares. Ejecución de labores de conserjería, custodia de la empresa y realización de trámites administrativos.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Entregar y receptar correspondencia de la empresa.
- Colaborar ocasionalmente con la ejecución de labores sencillas de oficina.
- Realizar la limpieza diaria de los muebles y enseres de oficina.
- Apoyar las actividades de la secretaria - contadora
- Lo demás que su inmediato superior le asigne

HORARIO DE TRABAJO

Dos jornadas:

De 08H30 a 13H00 y 14h30 a 18H30

RESPONSABILIDAD

- Responde por todos los materiales y bienes entregados por sus superiores para su custodia.

JEFE DE SERVICIOS

NIVEL JERÁRQUICO:	OPERATIVO
SUPERIOR INMEDIATO:	GERENTE
SUBALTERNOS:	OBREROS

PERFIL DEL PUESTO:

Ingeniero o Técnico en Máquinas y Equipos, mecánica, electromecánica o carreras afines, con experiencia en manejo de maquinarias y equipos de lavado automático. Programa, inspecciona y coordina las labores durante todo el proceso que dure el servicio, así como también realiza mantenimiento a máquina y equipos.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Responsable de la operación correcta de los diferentes equipos y maquinarias de lavado.
- Supervisar e inspeccionar la ejecución de las labores en las diferentes áreas de servicios.
- Estar pendiente de que todas las máquinas y equipos funcionen correctamente.
- Solicitar a su inmediato superior insumos y materiales para la correcta prestación de servicios.
- Proveer de suministros e insumos al personal para su correcta ejecución del servicio.
- Atender eficientemente al cliente
- Presentar informe de actividades.

HORARIO DE TRABAJO

Dos jornadas:

De 08H30 a 13H00 y 14h30 a 18H30

RESPONSABILIDAD

Operación y mantenimiento eficiente de equipos y maquinaria. Todos los servicios deben ser inspeccionado y supervisado antes de ser entregado al usuario.

TÍTULO DEL PUESTO:	OBREROS
NIVEL JERÁRQUICO:	OPERATIVO
SUPERIOR INMEDIATO:	JEFE DE MANTENIMIENTO / PLANTA
SUBALTERNOS:	NINGUNO

PERFIL DEL PUESTO

Bachiller en mecánica o electromecánica, o con estudios técnicos de mecánica o electricidad. Experiencia en cambios de aceite y otros lubricantes. Saber conducir vehículo. Realizar las actividades asignadas por el Jefe de Mantenimiento / Planta de acuerdo a los lineamientos en los servicios a brindar.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Alistar los equipos y suministros a su cargo para el correcto desempeño de sus funciones.
- Velar por el estado, buen manejo y funcionamiento de los respectivos equipos a su cargo.
- Realizar el correcto procedimiento de limpieza o cambios de aceites de los vehículos.
- Conducir los vehículos en caso de que el dueño no se encuentre
- Atender en forma eficiente al cliente
- Lo demás que su inmediato superior le asigne.

HORARIO DE TRABAJO

Una jornada:

De 8H30 a 18H00

RESPONSABILIDAD

- Entregar el vehículo en el tiempo establecido por la empresa en esa área de trabajo sin ninguna novedad.

CAPÍTULO CINCO

PLAN DE PRODUCCIÓN

CAPÍTULO V: PLAN DE PRODUCCIÓN

5.1 DISEÑO DEL SERVICIO

Esta empresa estará dedicada al servicio de lavado automático y mantenimiento de vehículos livianos. El servicio de lavado de vehículos asistido contará con la mejor tecnificación disponible en el mercado para lograr la satisfacción al cliente.

La maquinaria y equipos que se utilizará en la lavadora será:

a) Sistema de limpieza estacionario de alta presión

La lavadora estacionaria de alta presión incluye un túnel con máquinas de agua caliente o fría. Estas máquinas remueven las suciedades más impregnadas en pocos minutos particularmente efectivas con manchas de aceite y grasa, son rápidas y realizan un trabajo profundo ahorrándole al dueño de la Empresa tiempo y dinero. En el mercado oscilan entre 25 a 45 mil dólares, dependiendo de la marca.

b) Equipo operado por monedas

Un servicio que a los clientes les gusta usar y que le ayuda al dueño del negocio a obtener efectivo en su Caja. Estas lavadoras con monedas son el suplemento ideal para las instalaciones de cepillos no equipados con una lavadora de alta presión. Un pre-lavado de alta presión realmente llega y limpia todos esos rincones inaccesibles. También es ideal para vehículos tales como: motocicletas, remolques, etc., que no pueden ser limpiados con una lavadora de cepillos. En el mercado estas máquinas oscilan entre 2 a 4 mil dólares.

c) Instalaciones móviles y estacionarias para lavado de vehículos

“La eficacia y eficiencia de Auto Servicio para los clientes en instalaciones móviles y estacionarias para lavado de vehículos livianos es mantener el valor del vehículo, reducir los tiempos de limpieza y mantenimiento, los cuales son cruciales para el usuario de este servicio. Esta línea de sistemas de lavado de vehículos garantiza que se obtenga un lavado económico y completo de las unidades.” ¹¹ En el mercado estos equipos oscilan entre 2,5 y 4,5 mil dólares.

d). Aspiradoras: son aspiradoras de alta potencia para aspirar elementos de la parte interna de los vehículos. En el mercado estas aspiradoras oscilan entre 1.500 y 2.500 dólares.

e). Rampas metálicas para cambio de aceite: se instalarán en la planta rampas metálicas para facilitar el cambio de aceite, las cuales serán desmontables. Cada una oscila entre 800 y 1500 dólares.

EQUIPAMIENTO

Tabla N.- 18

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO APROXIMADO	PRECIO TOTAL APROXIMADO
Sistema de limpieza estacionario de alta presión	1	45.000	45.000
Equipo operado por monedas	5	3.000	15.000
Instalaciones móviles y estacionarias para lavado de vehículos	5	3.500	17.500

¹¹REVISTA MECÁNICA POPULAR. 2003. Lavadoras automáticas, Edición IV, Ecuador. Pág. 97

Aspirado	4	2.000	8.000
Rampas metálicas para cambio de aceite	4	1.000	4.000

Elaboración: La Autora

5.2 UBICACIÓN DE LA PLANTA

5.2.1. Macrolocalización:

La empresa estará ubicada en Ecuador, Región 7, Provincia de Loja, Cantón Loja, ciudad de Loja.

5.2.2. Microlocalización:

La empresa se localizará de acuerdo a regulaciones legales por parte del Ilustre Municipio de Loja en el Parque Industrial, el cual está ubicado al Norte de la Ciudad de Loja en el Sector de Amable María, frente al Colegio Militar Lauro Guerrero en una de las avenidas de mayor afluencia, facilidad de acceso vehicular y en donde exista la menor competencia posible. Existen varios terrenos disponibles donde se pretende adquirir uno a fin de instalar la empresa de lavado.

5.2. TAMAÑO DE LA PLANTA

El tamaño de la planta se caracterizará por la cantidad de vehículos que pueda atender o servir en un tiempo determinado, en base a su infraestructura física, equipamiento y cantidad de personal directo e indirecto. La planta estará en capacidad de atender a 160 vehículos diarios, los cuales estarán relacionados a tres factores que determinaran el tamaño de la planta, que son: Infraestructura física, equipamiento y personal.

La Planta donde funcionará la empresa de Servicios de Lavado Automático para vehículos livianos, tendrá las siguientes características:

5.2.1. INFRAESTRUCTURA FÍSICA

La infraestructura física se refiere al área del terreno distribuido en distintas áreas como: área total, área de servicios, y área administrativa:

A continuación se detalla cada área:

- **Área total:** 600 metros cuadrados. frente: 20 metros y fondo: 30 metros.
- **Área de Servicios:** 546 metros cuadrados
- **Área administrativa:** 54 metros cuadrados.
- **Área de estacionamiento:** 5 estacionamientos de 60 metros cuadrados, los cuales están en el área verde de la planta (fuera del área total)

5.2.2. EQUIPAMIENTO

El equipamiento se refiere a equipos y maquinaria principal que se utilizará directamente para brindar el servicio. Entre los principales tenemos:

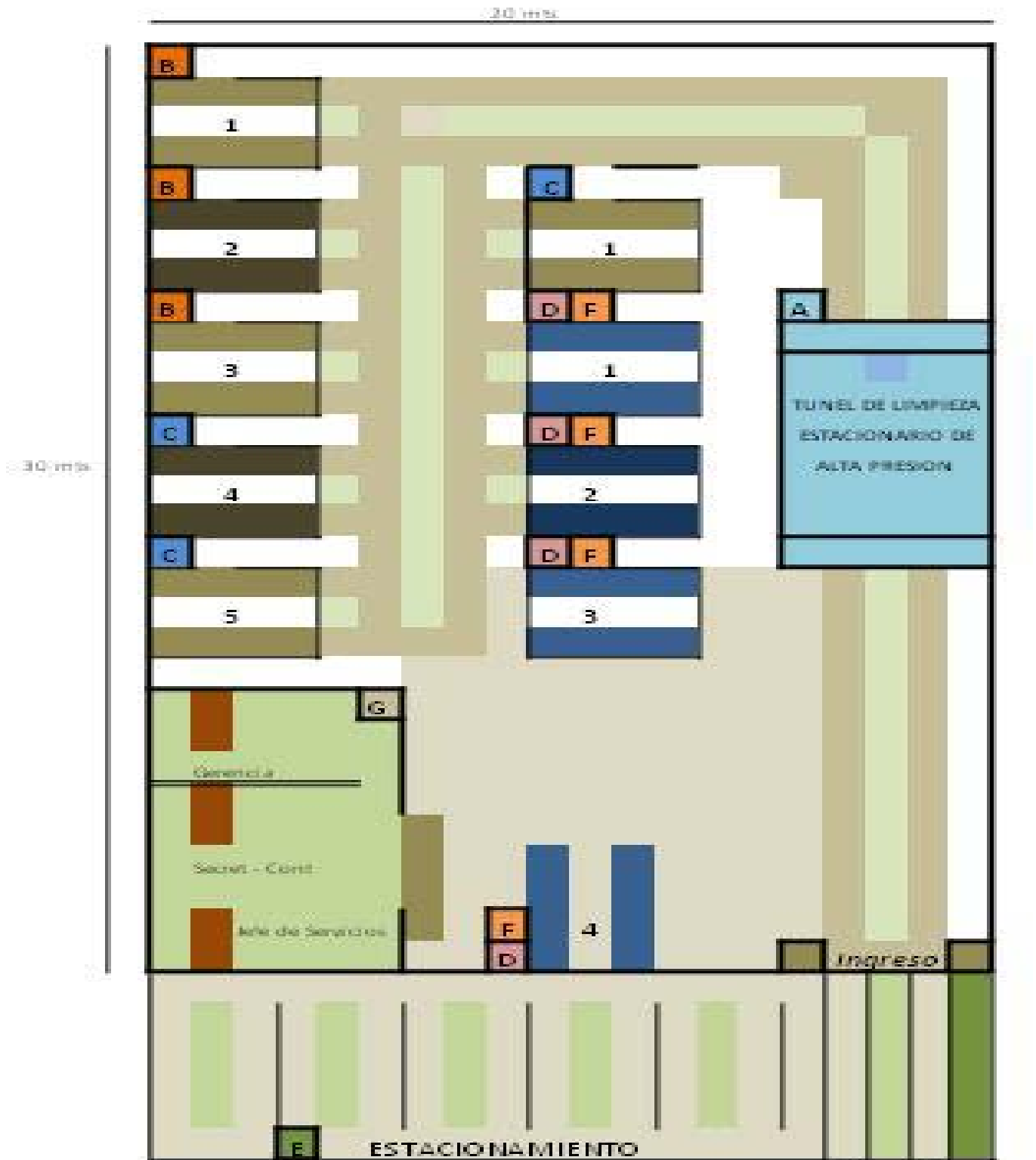
- Un Túnel estacionario de limpieza de alta presión
- 5 Equipos de lavado operados con monedas
- 5 equipos móviles y estacionarios de lavado de vehículo.
- 4 aspiradoras
- 4 rampas metálicas de cambio de aceite

5.2.3 PERSONAL:

Se refiere al capital humano que trabajará en forma directa e indirecta en la prestación del servicio. Para ello se contará con:

- Un Gerente
- Una Secretaria – Contadora
- Un Auxiliar de servicios
- Un Jefe de Servicios
- 3 a 10 Obreros

GRÁFICO N° 14



En función de la descripción de la planta, se puede definir la Capacidad Instalada y la capacidad utilizada de la misma.

5.2.4 CAPACIDAD INSTALADA

La Capacidad instalada muestra la máxima tasa de producción que puede obtenerse de un proceso, se mide en unidades de producción por unidad de tiempo. Realmente es la capacidad teórica de producción anual de una planta, en tanto que Capacidad Efectiva se refiere a la capacidad óptima real de producción anual de una planta, que puede ser de 10% a 20% inferior a la capacidad instalada.

Con 12 obreros trabajando directamente durante 8 horas diarias, utilizando en forma individual y simultanea cada uno de los equipos, la empresa está en capacidad de atender a 160 vehículos diariamente, al mes podrá atender aproximadamente a 4.000 vehículos y 48.000 al año.

Tabla N.- 19: CAPACIDAD INSTALADA DE LA PLANTA

Nro.	SERVICIOS	TIEMPO (minutos)	CANTIDAD (equipos)	UTILIZACION DIARIA C/Equipo	CAPACIDAD DIARIA DE ATENCION A VEHICULOS	CAPACIDAD MENSUAL DE ATENCION A VEHICULOS	CAPACIDAD ANUAL DE ATENCION A VEHICULOS
1	Túnel estacionario de limpieza de alta presión,	15	1	48	32	800	9.600
2	Lavado operados con monedas	15	3	48	32	800	9.600
3	Lavado con equipos móviles y estacionarios.	15	3	48	32	800	9.600
4	Aspirado	15	2	48	32	800	9.600
5	Cambio de aceite	15	2	48	32	800	9.600
	TOTAL =		11	240	160	4.000	48.000

Elaboración: La Autora

En el cuadro 1 se observa la capacidad instalada de la Planta, en la cual se han establecido tiempos promedios iguales de cada servicio. Los servicios brindados en tiempo real duran entre 7 y 10 minutos, pero incluidos los procesos similares como ingreso del vehículo,

proceso de limpieza, aspirado o cambio de aceite, proceso de salida, chequeo y pago, se ha establecido promedios de tiempos iguales para todos.

La capacidad instalada está muy relacionada con la demanda insatisfecha. En Loja existen aproximadamente 20 mil vehículos que circulan por la ciudad (Según el reporte de la Unidad de Tránsito y Transporte Terrestre del Municipio de Loja), con un crecimiento anual del 11% del parque automotor. De acuerdo a las encuestas realizadas, el 39,7% realiza mantenimiento de su vehículo en forma mensual, es decir 12 veces al año. El 88,49% manifiesta demandar este nuevo servicio de lavado automático de su vehículo. Por lo tanto la capacidad instalada pretende atender a menos del 15% de la cantidad de vehículos existentes en el cantón Loja.

5.2.3. CAPACIDAD UTILIZADA.

La capacidad utilizada es el porcentaje de utilización efectiva de la infraestructura disponible que tiene una empresa para ofertar un determinado bien o servicio. Es la capacidad práctica, que muestra la tasa real de producción durante una unidad de tiempo. A diferencia de la capacidad de producción, la capacidad utilizada es la que realmente se utiliza o se ha utilizado.

La Empresa iniciará brindando los servicios con 3 obreros al servicio del cliente, quienes en un promedio de 8 horas diarias atenderán aproximadamente a 20 vehículos diariamente, utilizando en forma individual cada uno de los servicios. Al mes se podrán atender aproximadamente a 857 vehículos y 10.286 vehículos al año.

Tabla N.- 19: CAPACIDAD UTILIZADA DE LA PLANTA

Nro.	SERVICIOS	TIEMPO (minutos)	CANTIDAD (equipos)	UTILIZACION DIARIA C/Equipo	CAPACIDAD UTILIZADA DIARIA - VEHICULOS-	CAPACIDAD UTILIZADA AL MES - VEHICULOS-
1	Túnel estacionario de limpieza de alta	30	1	48	20	520
2	Lavado operados con monedas	30	3	48	20	520
3	Lavado con equipos móviles y	30	3	48	20	520
4	Aspirado	30	2	48	20	520
5	Cambio de aceite	30	2	48	20	520

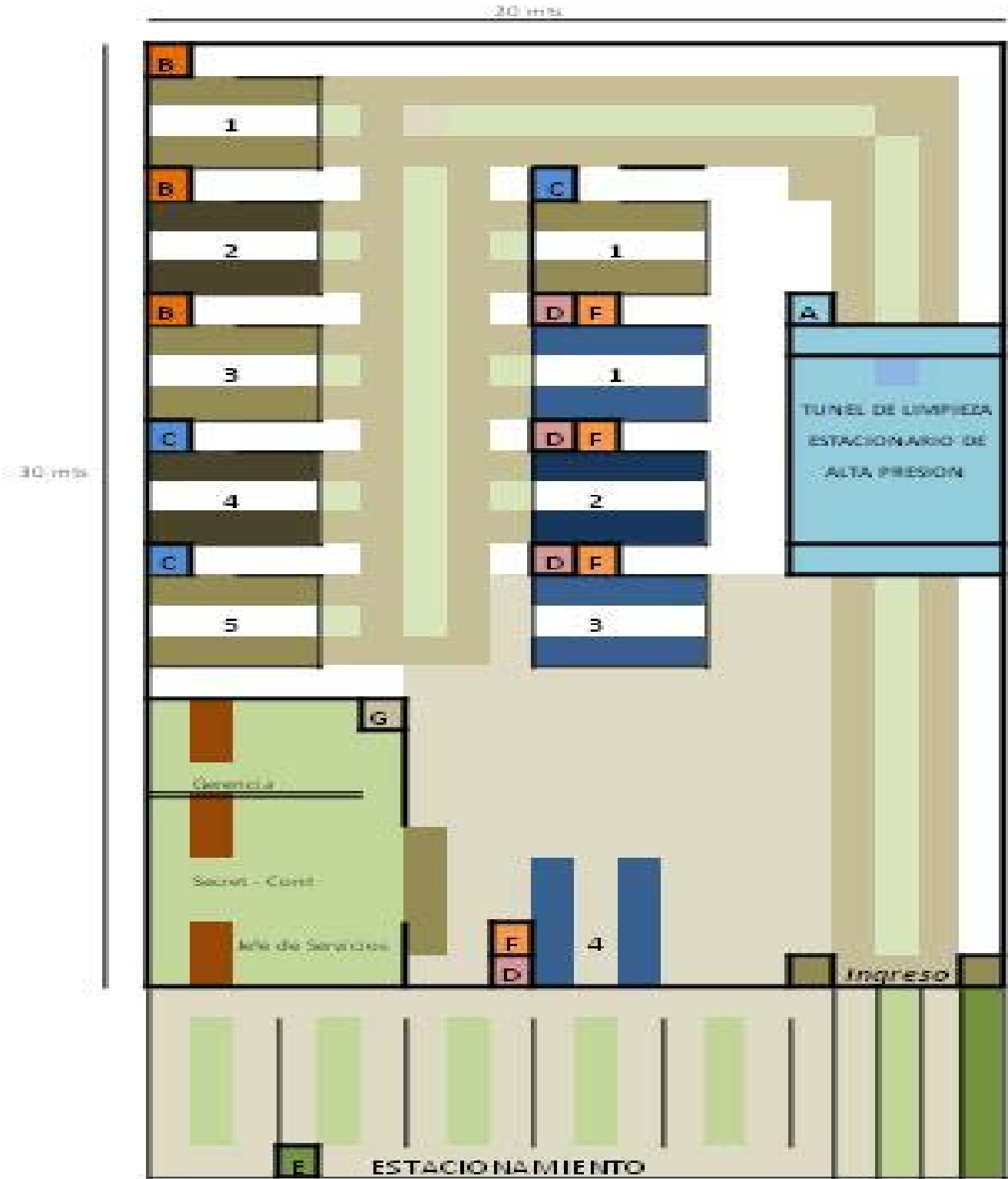
Elaboración: La Autora

5.3. DISTRIBUCION DE LA PLANTA.

La planta de la empresa de lavado estará distribuida en:

- Área Administrativa
- Área de Servicios
 - o Túnel estacionario de limpieza de alta presión
 - o Equipos de lavado operados con monedas
 - o Equipos móviles y estacionarios de lavado de vehículos
 - o Aspiradoras
 - o Zona de cambio de aceite
- Área de parqueo

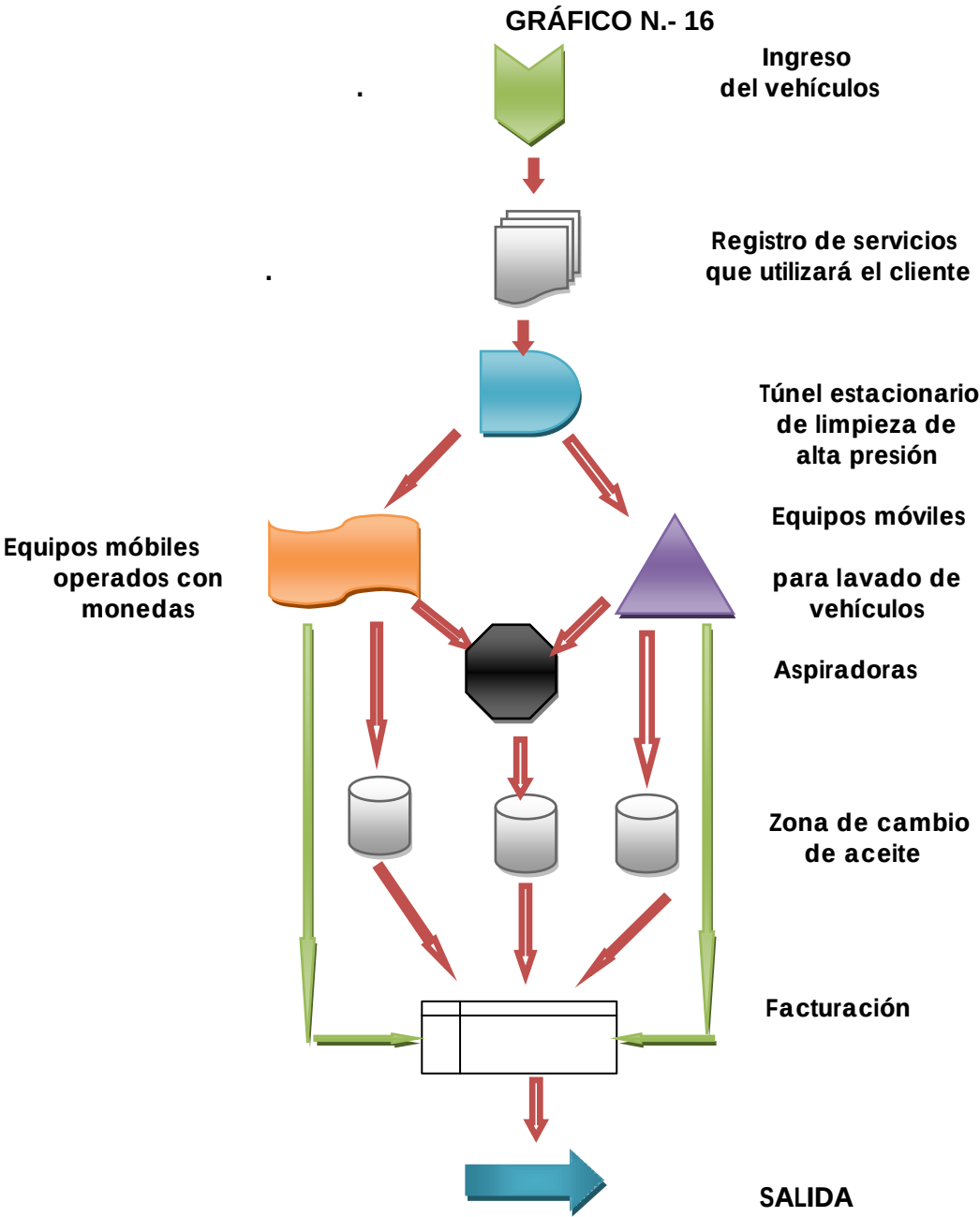
GRÁFICO N° 15



- A** Tunnel estacionario de limpieza de alta presión
- B** Equipo de lavado operado con monedas
- C** Equipos móviles y estacionarios de lavado de vehículos
- D** Cambio de aceite
- F** Aspirado
- E** Estacionamiento
- G** Aarea Administrativa

Elaboración. La Autora

5.4 DIAGRAMA DE PROCESOS.

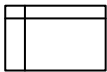


Elaboración. La Autora

5.5 SIMBOLOGÍA Y DESCRIPCIÓN DE PROCESOS PARA EL LAVADO Y MANTENIMIENTO DE VEHÍCULOS

Tabla N.- 20

SIMBOLO	PROCESO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO
	INGRESO del vehículo	El cliente ingresa con su vehículo, el cual es atendido por una persona, quien le da la bienvenida y registra sus datos en una ficha pre elaborado.
	Registro de servicios q que utilizará el cliente	El empleado de la empresa asignado para el registro llena en la ficha el nombre del cliente, tipo, placa y color del vehículo, y los servicios que hará uso en forma personal o con el apoyo de empleados de la empresa.
	Túnel estacionario de limpieza de alta presión	Una vez registrado el vehículo el cliente o con el apoyo de un empleado conduce su vehículo a través del Túnel estacionario de limpieza, donde los cepillos, mangueras de agua a presión lavan en vehículo durante 10 a 15 minutos
	Equipos de lavado operados con monedas.	Los vehículos que pasan por el túnel es opcional para el cliente o pasar por equipos de lavado operados con monedas o por los equipos móviles y estacionarios. Los equipos manejados con monedas de 1 dólar tendrán tiempo para limpiar de mejora manera su vehículo durante 5 minutos, si les falta

	Equipos móviles y estacionarios de lavado de vehículos	tiempo tendrán que colocar otra moneda en la máquina Los equipos móviles de lavado se los podrá utilizar hasta un máximo de 10 minutos, lo cual se facturará al final
	Aspiradoras	En esta parte el propio cliente aspirará su vehículo o si es su decisión un empleado hará ese proceso, aproximadamente en 10 minutos
SIMBOLO	PROCESO	DESCRIPCION DEL PROCESO
	Zona de cambio de aceite	Posteriormente los clientes que demanden este servicio, ubicarán su vehículo en las zonas ubicadas para el cambio de aceite. Este proceso lo desarrollará un empleado de la empresa
	Facturación	En función de los servicios brindados al cliente, la empresa facturará el valor total al cliente, quien se encargará de cobrar sea en efectivo o con tarjeta de crédito.
	SALIDA	Luego de haber cancelado el valor total por los servicios brindados, el cliente saldrá con su vehículo.

Elaboración. La Autora

5.7 COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

En base a los costos principales en la empresa, a continuación se describen los costos fijos y variables.

Tabla N.- 21

<i>RUBRO</i>	Tiempo	Val. un.	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos Indirectos				
Gerente	1	600	7200	
Secretaria Contadora	1	350	4200	
Auxiliar se servicios	1	240	2880	
Arriendo	1	500	6000	
Servicios básicos	1	200		2400
Publicidad	1	1.200		14400
Materiales de oficina	1	50		600
Otros	1	100		1200
Costos directos				
Jefe de Servicios	1	500	6000	
Obreros	3	240	8640	
Insumos	n	500		6000
Mantenimiento	1	100		1200
Otros	1	100		1200
Total Capital de Trabajo			34.920,00	27.000,00

Elaboración: La Autora

Se observa que los costos fijos son más altos que los costos variables para el primer año.

5.8. INGRESOS

Tabla N.- 22

Nro.	SERVICIOS	CAPACIDAD UTILIZADA DIARIA - VEHICULOS-	CAPACIDAD UTILIZADA AL MES - VEHICULOS-	PRECIO UNITARIO	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
1	Túnel estacionario de limpieza de alta	20	520	5	2.600	31.200
2	Lavado operados con monedas	20	520	2	1.040	12.480
3	Lavado con equipos móviles y	20	520	2	1.040	12.480
4	Aspirado	20	520	2	1.040	12.480
5	Cambio de aceite	20	520	4	2.080	24.960
TOTAL =				15	7.800	93.600
Margen de utilidad por cambio de aceite						

Elaboración: La Autora

..

CAPÍTULO SEIS

ESTUDIO ECONÓMICO

Y FINANCIERO

CAPÍTULO VI: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

6.1. ESTUDIO ECONÓMICO

6.1.1. INVERSIONES

"La inversión es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto empresarial".

Para la implementación y arranque del presente proyecto es necesario una inversión inicial de USD\$ 104.175 dólares americanos. Este valor incluye la adquisición de activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo para la operación de la empresa en los primeros dos meses.

Tabla N.- 23: INVERSIONES

I. ACTIVOS FIJOS	Cantidad	Val. un.	TOTAL
Adecuaciones de infraestructura	1	10.000	10.000
Instalaciones técnicas	1	5.000	5.000
Sistema de limpieza estacionario de alta presión	1	30.000	30.000
Equipo operado por monedas	5	3.000	15.000
Instalaciones móviles y estacionarias para lavado de vehículos	5	3.500	17.500
Aspiradora	4	2.000	8.000
Rampas metálicas para cambio de aceite	4	1.000	4.000

Computadoras	3	600	1.800
Impresoras	2	100	200
Telefax	1	150	150
Archivadores	2	200	400
Línea telefónica	1	100	100
Otros	1	200	200
Total Activos Fijos =			92.350,00
II. ACTIVOS INTANGIBLES	Cantidad	Val. un.	TOTAL
Permisos de Funcionamiento	1	100	100
Registro de Patentes	1	1000	1000
Registro Único Contribuyente RUC	1	5	5
Otros	3	100	300
Total Activos Intangibles =			1.405
III. CAPITAL DE TRABAJO	Tiempo	Val. un.	TOTAL
Costos Indirectos			
Gerente	1	600	1.200
Secretaria Contadora	1	350	700
Auxiliar se servicios	1	240	480
Arriendo	1	500	1.000
Servicios básicos	1	500	1.000
Publicidad	1	1.000	2.000
Materiales de oficina	1	50	100

Otros	1	100	100
Costos directos			
Jefe de Servicios	1	500	1.000
Obreros	3	240	1.440
Insumos	n	500	1.000
Mantenimiento	1	100	200
Otros	1	200	200
Total Capital de Trabajo			10.420,00
TOTAL INVERSIONES			104.175

Elaboración: La Autora

Los **activos fijos** alcanzan una inversión de USD\$ 92.350 dólares americanos, lo cual representa el 88,6%; los **activos intangibles** alcanzan el valor de USD\$ 1.406 dólares americanos el cual constituye el 1,3%; y el **capital de trabajo** USD\$ 10.420 dólares americanos, monto que representa el 10%

6.1.2. FINANCIAMIENTO

Para financiar el presente proyecto es necesario solicitar un crédito de USD\$ 52.350, el cual será gestionado en el Banco Nacional de Fomento BNF o Corporación Financiera Nacional CFN a una tasa de interés del 10% a cinco años plazo.

Tabla N.-24: Financiamiento

RUBRO	MONTO	CAPITAL PROPIO	CRÉDITO
Activos Fijos	92.350	40.000	52.350
Activos Intangibles	1.406	1.406	
Capital de Trabajo	10.420	10.420	
TOTAL =	104.175	51.826	52.350
%	100%	49,7%	51,3%

Elaboración: La Autora

6.1.3 TABLA DE AMORTIZACIÓN

Para el presente proyecto se proyecta obtener un crédito de USD\$ 52.350 dólares americanos, los cuales serán obtenidos en la CFN o en BNF al 10% anual. A continuación se presenta la tabla de amortización mensual a 60 meses plazo.

Tabla 25: Tabla de Amortización mensual

MESES	CAPITAL INICIAL	CAPITAL	INTERES	CUOTA DE PAGO	SALDO DEL CAPITAL
1	52.350	873	436	1.309	51.478
2	51.478	873	429	1.301	50.605
3	50.605	873	422	1.294	49.733
4	49.733	873	414	1.287	48.860
5	48.860	873	407	1.280	47.988
6	47.988	873	400	1.272	47.115
7	47.115	873	392	1.265	46.243
8	46.243	873	385	1.258	45.370
9	45.370	873	378	1.250	44.498
10	44.498	873	371	1.243	43.625
11	43.625	873	363	1.236	42.753
12	42.753	873	356	1.229	41.880
TOTAL AÑO 1				15.223	
13	41.880	873	349	1.221	41.008
14	41.008	873	342	1.214	40.135
15	40.135	873	334	1.207	39.263
16	39.263	873	327	1.200	38.390
17	38.390	873	320	1.192	37.518
18	37.518	873	313	1.185	36.645
19	36.645	873	305	1.178	35.773
20	35.773	873	298	1.170	34.900
21	34.900	873	291	1.163	34.028
22	34.028	873	283	1.156	33.155
23	33.155	873	276	1.149	32.283
24	32.283	873	269	1.141	31.410
TOTAL AÑO 2				14.177	
25	31.410	873	262	1.134	30.538
26	30.538	873	254	1.127	29.665
27	29.665	873	247	1.120	28.793
28	28.793	873	240	1.112	27.920
29	27.920	873	233	1.105	27.048
30	27.048	873	225	1.098	26.175
31	26.175	873	218	1.091	25.303
32	25.303	873	211	1.083	24.430
33	24.430	873	204	1.076	23.558
34	23.558	873	196	1.069	22.685
35	22.685	873	189	1.061	21.813
36	21.813	873	182	1.054	20.940
TOTAL AÑO 3				13.130	
37	20.940	873	174	1.047	20.068
38	20.068	873	167	1.040	19.195
39	19.195	873	160	1.032	18.323
40	18.323	873	153	1.025	17.450
41	17.450	873	145	1.018	16.578
42	16.578	873	138	1.011	15.705
43	15.705	873	131	1.003	14.833
44	14.833	873	124	996	13.960
45	13.960	873	116	989	13.088
46	13.088	873	109	982	12.215
47	12.215	873	102	974	11.343
48	11.343	873	94	967	10.470
TOTAL AÑO 4				12.083	
49	10.470	873	87	960	9.598
50	9.598	873	80	952	8.725
51	8.725	873	73	945	7.853
52	7.853	873	65	938	6.980
53	6.980	873	58	931	6.108
54	6.108	873	51	923	5.235
55	5.235	873	44	916	4.363
56	4.363	873	36	909	3.490
57	3.490	873	29	902	2.618
58	2.618	873	22	894	1.745
59	1.745	873	15	887	873
60	873	873	7	880	-
TOTAL AÑO 5				11.037	

La Fuente del Capital propio provendrá principalmente de los socios de la empresa, lo cual se describe a continuación.

Tabla N.- 26: Capital Propio

RUBRO	MONTO	%
Socio 1	20.000	38,6
Socio 2	20.000	38.6
Socio 3	11.826	22,8
TOTAL =	51.826	100

Elaboración: La Autora

6.1.4 COSTOS

Los costos totales para el primer año son de USD\$ 77.625 dólares americanos. Cada año se proyecta que los costos se incrementen en un 3,33%, en base a la inflación del último año, por lo tanto al décimo año los costos ascienden a USD\$ 141.504 dólares americanos.

Tabla N.-27: Costos y gastos de Producción

RUBRO	AÑOS									
	1er. Año	2do. Año	3er. Año	4to. Año	5to. Año	6o. año	7mo. año	8vo. año	9no. año	10mo. año
Costos Indirectos										
Gerente	7.200	7.438	7.683	7.937	8.198	8.469	8.749	9.037	9.335	9.644
Secretaria Contadora	4.200	4.339	4.482	4.630	4.782	4.940	5.103	5.272	5.446	5.625
Auxiliar se servicios	2.880	2.975	3.073	3.175	3.279	3.388	3.499	3.615	3.734	3.857
Arriendo	6.000	6.198	6.403	6.614	6.832	7.058	7.290	7.531	7.780	8.036
Servicios básicos	2.400	2.479	2.561	2.646	2.733	2.823	2.916	3.012	3.112	3.215
Publicidad	14.400	8.800	8.800	8.800	8.800	8.800	8.800	8.800	8.800	8.800
Materiales de oficina	600	620	640	661	683	706	729	753	778	804
Otros	1200	1.240	1.281	1.323	1.366	1.412	1.458	1.506	1.556	1.607
Costos directos	38.880	34.088	34.922	35.784	36.675	40.342	44.377	48.814	53.696	59.065
Jefe de Servicios	6.000	6.198	6.403	6.614	6.832	7.058	7.290	7.531	7.780	8.036
Obreros	8.640	8.925	9.220	9.524	9.838	10.163	10.498	10.845	11.203	11.572
Insumos	6.000	6.198	6.403	6.614	6.832	7.058	7.290	7.531	7.780	8.036
Pago de crédito	15.223	14.177	13.130	12.083	11.037					
Mantenimiento	1.200	1.240	1.281	1.323	1.366	1.412	1.458	1.506	1.556	1.607
Otros	1200	1.240	1.281	1.323	1.366	1.412	1.458	1.506	1.556	1.607
	38.263	37.977	41.775	45.952	50.547	55.602	61.162	67.279	74.006	81.407
TOTA L COSTOS	77.143,22	72.064,80	76.697,00	81.736,50	87.222,20	95.944	105.539	116.093	127.702	140.472

Elaboración: La Autora

6.1.5. INGRESOS.

Los ingresos que obtendrá la empresa serán principalmente por la prestación de los diferentes servicios, los cuales se describen en la siguiente tabla.

Tabla N.-28: INGRESO ANUAL.

Nro.	SERVICIOS	CAPACIDAD UTILIZADA DIARIA -VEHÍCULOS	CAPACIDAD UTILIZADA AL MES - VEHÍCULOS-	CAPACIDAD ANUAL DE ATENCION A VEHÍCULOS	PRECIO UNITARIO	TOTAL MENSUAL	INGRESO 1er año
1	Túnel estacionario de limpieza de alta presión,	20	520	4.800	5	2.600	31.200
2	Lavado operados con monedas	20	520	4.800	2	1.040	12.480
3	Lavado con equipos móviles y estacionarios.	20	520	4.800	2	1.040	12.480
4	Aspirado	20	520	4.800	3	1.560	18.720
5	Servicio por cambio de aceite	20	520	4.800	4	2.080	24.960
	TOTAL =				16	8.320	99.840

Elaboración: La Autora

La tabla anterior muestra que para el primer año la empresa obtendrá ingresos superiores a los USD\$ 99.000, los cuales son superiores a los gastos del mismo año. Cada uno de los servicios tiene su precio unitario, a excepción del servicio de cambio de aceite, en el cual se plantea el precio promedio de utilidad por la prestación de este servicio, debido a la variedad de costos de las diversas marcas de aceite, los cuales fluctúan de USD\$ 17 A \$ 30 para cada vehículo.

Tabla N.- 29: Proyección de Ingresos

	INGRESOS POR AÑOS									
SERVICIOS	INGRESO 1er año	2do. año	3er año	4to. Año	5to. año	6o. año	7mo. Año	8vo. año	9no. año	10mo. año
Túnel estacionario de limpieza de alta presión,	31.200	33.384	35.721	38.221	40.897	43.760	46.823	50.100	53.607	57.360
Lavado operados con monedas	12.480	13.354	14.288	15.289	16.359	17.504	18.729	20.040	21.443	22.944
Lavado con equipos móviles y estacionarios.	12.480	13.354	14.288	15.289	16.359	17.504	18.729	20.040	21.443	22.944
Aspirado	18.720	20.030	21.433	22.933	24.538	26.256	28.094	30.060	32.164	34.416
Servicio por cambio de aceite	24.960	26.707	28.577	30.577	32.717	35.008	37.458	40.080	42.886	45.888
TOTAL =	99.840	106.829	117.512	129.263	142.189	156.408	172.049	189.254	208.179	228.997

Elaboración: La Autora

Los ingresos proyectados en el cuadro anterior para los próximos diez años, se planean incrementar un 7% cada año, en base al incremento del parque automotor en Loja llegando a obtener ingresos al décimo año de USD\$ 228.997 dólares americanos.

6.1.6 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla N.- 30: Estado de Pérdidas y Ganancias

RUBRO	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas totales	99.840	106.829	117.512	129.263	142.189	156.408	172.049	189.254	208.179	228.997
Venta de activos depreciados						15.410				
Menos costos de ventas	7.200	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400
Utilidades brutas =	92.640	102.429	113.112	124.863	137.789	167.418	167.649	184.854	203.779	224.597
Menos Gastos operativos										
Gastos de venta	7.200	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400
Gastos indirectos	24.480	25.288	26.122	26.984	27.875	31.542	35.577	40.014	44.896	50.265
Gastos directos	23.040	23.800	28.645	33.869	39.510	55.602	61.162	67.279	74.006	81.407
Depreciación de muebles y equipos	15.677	15.677	15.677	15.010	15.010	15.667	15.667	15.667	15.010	15.010
Nuevas inversiones de activos						77.050				
Total gastos operativos =	70.397	69.165	74.844	80.263	86.795	184.261	116.806	127.360	138.312	151.082
Utilidad Operativa =	22.243	33.264	38.268	44.600	50.994	-16.843	50.843	57.494	65.467	73.515
Menos gastos financieros	15.223	14.177	13.130	12.083	11.037	-	-	-	-	-
Utilidad neta antes de impuestos =	7.020	19.087	25.138	32.516	39.957	(16.843)	50.843	57.494	65.467	73.515
15% utilidades a trabajadores	1.053	2.863	3.771	4.877	5.994	-	7.626	8.624	9.820	11.027
Utilidad antes de impuesto a la renta	5.967	16.224	21.367	27.639	33.963	-	43.217	48.870	55.647	62.488
Impuesto a la renta 25%	1.492	4.056	5.342	6.910	8.491	-	10.804	12.217	13.912	15.622
Utilidad antes de reserva legal =	4.475	12.168	16.025	20.729	25.473	-	32.412	36.652	41.735	46.866
Reserva legal 10%	448	1.217	1.603	2.073	2.547	-	3.241	3.665	4.174	4.687
Utilidad o pérdida del ejercicio	4.028	10.951	14.423	18.656	22.925	(16.843)	29.171	32.987	37.562	42.179

Elaboración: La Autora

De acuerdo a la tabla de depreciaciones al quinto año se deprecian los equipos, los cuales deben ser recuperados en el sexto año, para ello se realiza una nueva inversión, la cual asciende a USD 77.050 dólares.

Tabla N.- 31: DEPRECIACIONES

RUBRO	Cant	Val. un.	TOTAL	Años a depreciarse	1er año	2do. año	3er año	4to. año	5to. año
Sistema de limpieza estacionario de alta presión	1	30.000	30.000	5	6.000	6000	6000	6000	6000
Equipo operado por monedas	5	3.000	15.000	5	3.000	3000	3000	3000	3000
Instalaciones móviles para lavado de vehículos	5	3.500	17.500	5	3.500	3500	3500	3500	3500
Aspiradora	4	2.000	8.000	5	1.600	1600	1600	1600	1600
Rampas metálicas para cambio de aceite	4	1.000	4.000	5	800	800	800	800	800
Computadoras	3	600	1.800	3	600	600	600		
Impresoras	2	100	200	3	67	67	67		
Telefax	1	150	150	5	30	30	30	30	30
Archivadores	2	200	400	5	80	80	80	80	80
			77.050		15.677	15.677	15.677	15.010	15.010
VALOR DE SALVAMENTO	20%		15.410						

Elaboración: La Autora

Se determinó que la utilidad neta proyectada, luego de restar las utilidades a trabajadores y demás impuestos para el primer año es de USD\$ 4.020 dólares americanos, mientras que para el décimo año estos ingresos aumentan en más del 100%; llegando a USD\$42.179 dólares americanos.

En el sexto año se realiza una nueva inversión para renovar los equipos depreciados por un monto de USA \$77.050 dólares, los cuales se adquiere con recursos que genera la empresa más la venta del equipamiento depreciado y por ello en ese año se obtiene una utilidad neta negativa de USD\$ - 16.843 dólares americanos.

6.1.7 FLUJO DE EFECTIVO

El flujo de efectivo en el año cero es negativo, debido a las inversiones realizadas, el cual es de USD\$ -51.825 dólares americanos. Desde el primer año que la empresa obtiene ingresos el flujo de efectivo es positivo y asciende a USD\$ 19.704,45 dólares americanos, llegando al décimo año a ser USD\$ 86.079 dólares americanos, en dicho año se suma el capital de trabajo y el valor de salvamento de los activos fijos, el cual equivale al 20% del valor total de los activos luego de los diez años de uso.

Tabla N.- 32 Flujo de efectivo

RUBRO	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INVERSIONES											
Activos Fijos	-92.350,00										
Activos Intangibles	-1.405,00										
Capital de trabajo	-10.420,00										
Adición del valor del crédito	52.350,00										
Ventas totales		99.840	106.829	117.512	129.263	142.189	171.818	172.049	189.254	208.179	228.997
Menos costos de ventas		7.200	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400
Utilidades brutas =		92.640	102.429	113.112	124.863	137.789	167.418	167.649	184.854	203.779	224.597
Menos Gastos operativos											
(-) Gastos de venta		7.200	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400
(-) Gastos Generales y administrativos		47.520	49.088	54.767	60.853	67.385	87.144	96.739	107.293	118.902	131.672
(-) Depreciación de muebles y equipos		15.677	15.677	15.677	15.010	15.010	15.667	15.667	15.667	15.010	15.010
(-) Nuevas inversiones							77.050				
Total gastos operativos =		70.397	69.165	74.844	80.263	86.795	184.261	116.806	127.360	138.312	151.082
Utilidad Operativa =		22.243	33.264	38.268	44.600	50.994	(16.843)	50.843	57.494	65.467	73.515
Menos gastos financieros		15.223	14.177	13.130	12.083	11.037					
Utilidad neta antes de impuestos =		7.020	19.087	25.138	32.516	39.957	(16.843)	50.843	57.494	65.467	73.515
(-) 15% utilidades a trabajadores		1.053	2.863	3.771	4.877	5.994	(2.527)	7.626	8.624	9.820	11.027
Utilidad antes de impuesto a la renta		5.967	16.224	21.367	27.639	33.963	(14.317)	43.217	48.870	55.647	62.488
(-) Impuesto a la renta 25%		1.492	4.056	5.342	6.910	8.491	(3.579)	10.804	12.217	13.912	15.622
Utilidad antes de reserva legal =		4.475	12.168	16.025	20.729	25.473	(10.738)	32.412	36.652	41.735	46.866
(-) Reserva legal 10%		448	1.217	1.603	2.073	2.547	(1.074)	3.241	3.665	4.174	4.687
Utilidad o pérdida del ejercicio		4.028	10.951	14.423	18.656	22.925	(9.664)	29.171	32.987	37.562	42.179
(+) Re adición de depreciaciones		15.677	15.677	15.677	15.010	15.010	15.667	15.667	15.667	15.010	15.010
(+) Capital de trabajo inicial											10.420
(+) Valor de salvamento (20%)											18.470
FLUJO DE EFECTIVO	-51.825,00	19.704,45	26.628,17	30.099,75	33.666,25	37.935,29	6.003,12	44.838,17	48.654,18	52.571,74	86.079,12

Elaboración: La Autora

6.2 EVALUACIÓN FINANCIERA

6.2.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto VAN actualiza los ingresos proyectados al primer año. Si estos son positivos y mayor a 1 es recomendable aceptar el proyecto. Para determinar el VAN se actualizó los flujos proyectados hasta el décimo año, multiplicando cada uno de ellos por un Factor de Actualización, el cual es del 10%. (**Tasa de inflación anual 3,4% más riesgo país 6,6% año 2010**) El Factor de actualización se lo obtuvo considerando la tasa de inflación y el riesgo país.

Tabla N.- 33: Valor Actual Neto (VAN)

AÑOS	FLUJO EFECTIVO
0	(51.825)
1	19.704
2	26.628
3	30.100
4	33.666
5	37.935
6	6.003
7	44.838
8	48.654
9	52.572
10	86.079

VAN = USD\$ 147.124 dólares

El VAN obtenido es de USD\$ 147.124 dólares, lo cual indica que la empresa durante su periodo de operación de 10 años obtendrá ingresos superiores a los 147.124 mil dólares, los cuales son actualizados al primer año. Por lo tanto, el VAN es positivo, mayor a cero, por lo que es recomendable invertir en el proyecto.

6.2.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

De igual manera se relacionó los flujos de efectivo operacional de los diez años y el valor de la inversión inicial para determinar la TIR, dando como resultado una TIR del 64%.

Tabla N.- 34: Tasa interna de retorno (TIR)

AÑOS	FLUJO EFECTIVO
0	(51.825)
1	19.704
2	26.628
3	30.100
4	33.666
5	37.935
6	6.003
7	44.838
8	48.654
9	52.572
10	86.079

TIR = 51%

La **TIR del 51%** representa que en el proyecto se obtendrá una tasa de retorno del capital invertido del 51% en promedio los próximos 10 años. Por lo tanto, la TIR es positiva, mayor a la mejor tasa de oportunidad de capital existente en el mercado, por lo que es recomendable invertir en el proyecto.

6.2.3. PUNTO DE EQUILIBRIO

Se determinó el nivel de ventas óptimo para llegar al punto de equilibrio; es decir, el volumen de ventas necesario para no ganar ni perder.

De acuerdo a Miranda (2005), para determinar el punto de equilibrio se utilizó la siguiente fórmula:

PE 1er. Año = Costos Fijos

1 – Costos Variables

Ventas

Primer Año:

PE 1er. Año = Costos Fijos = 34.920 = 34.920 = **47.864 dólares**

1 – Costos Variables = $1 - \frac{27.000}{99.840} = 0,73$

Ventas 99.840

La empresa en el primer año debe vender **47.864** dólares para cubrir los gastos administrativos y operativos de la empresa.

6.2.4. RELACIÓN COSTO - BENEFICIO

La Relación Costo – Beneficio se la obtiene dividiendo los ingresos actualizados para los costos actualizados, el cual tiene que ser mayor a uno para que sea atractivo invertir en el proyecto

Tabla N.- 35: Relación costo - beneficio

RELACIÓN COSTO BENEFICIO					
Años	INGRESOS	COSTOS	F.A.	Ingreso Actualizados	Costos Actualizados
1	99.840	77.143	0,9524	95.087,6	73.471,2
2	106.829	72.065	0,9070	96.893,7	65.362,8
3	117.512	76.697	0,8638	101.506,6	66.250,9
4	129.263	81.736	0,7305	94.430,8	59.711,2
5	142.189	87.222	0,6862	97.574,9	59.854,8
6	156.408	95.944	0,6419	100.403,5	61.589,9
7	172.049	105.539	0,5976	102.822,1	63.073,5
8	189.254	116.093	0,5533	104.720,4	64.238,0
9	208.179	127.702	0,5090	105.970,1	65.004,6
10	228.997	140.472	0,4647	106.422,5	65.282,1
TOTAL =				1.258.356,0	805.238,1

$$R\ C/B = \frac{\text{Ingreso actualizados } 1.258.356,0}{\text{Gastos actualizados } 805.238,1} = 1,6$$

Dentro del presente análisis se determinó que la Relación Costo – Beneficio del presente Plan de Negocios es de USD 1,6; es decir, que por cada dólar invertido se ganará líquido 60 centavos de dólar.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. El estudio de mercado realizado principalmente a propietarios de vehículos de la ciudad refleja que la empresa tendrá muy buena aceptación y captación de clientes en el mercado objetivo, debido principalmente a que en la actualidad no existe una lavadora automática con las características que se quiere implementar.
2. Actualmente la población por el ritmo de vida busca servicios eficientes, de calidad, económicos y en forma rápida, por ello la presente empresa de lavado automático, aspirado y de cambio de aceites pretende satisfacer las necesidades de ese mercado objetivo, el cual será de la población en general y vehículos de instituciones públicas y privadas.
3. El estudio económico proyecta un crecimiento anual del 10%, y se reflejan directamente en el crecimiento de los costos directos de producción y ventas, siendo cada año los ingresos superiores a los gastos.
4. En la evaluación financiera del presente proyecto empresarial se reflejan indicadores financieros positivos para los diez años de funcionamiento.
5. El Valor Actual Neto VAN del presente proyecto es de USD 147.124 dólares, el cual es superior a 1, reflejando que el proyecto es positivo y atractivo para los inversionistas
6. La Tasa Interna de Retorno TIR es del 51%, por lo tanto se visualizan ingresos positivos y alta rentabilidad para los inversionistas.
7. El proyecto requiere vender desde el primer año aproximadamente USD 47.864 dólares para estar en punto de equilibrio, el cual representa que la empresa venda al menos el 50% de las ventas proyectadas el primer año.
8. La Relación Beneficio Costo del proyecto es de 1,6, lo que representa que por cada dólar invertido se obtendrán USA 0,60 dólares.

RECOMENDACIONES

1. Es necesario investigar las estrategias de mercadeo que desarrolla o han desarrollado las empresas que brindan servicios similares o sustitutivos, y analizar principalmente las que les han dado resultados. Esto con el fin de aplicar estrategias comerciales adecuadas y de alto impacto.
2. Se recomienda establecer promociones en forma continua, de tal manera que el consumidor se motive a utilizar los servicios de la empresa.
3. Es importante que la empresa realice convenios con instituciones públicas y privadas, a fin de que algunos vehículos en forma periódica realicen el debido mantenimiento.
4. El estudio refleja muy buena aceptación del servicio que se pretende ofrecer, por lo tanto se recomienda que la atención al cliente sea de calidad, rápido, en forma responsable y honesta.
5. El estudio económico proyecta un crecimiento anual del 10%, lo cual se refleja directamente en el crecimiento de los costos directos de producción y ventas, siendo cada año los ingresos superiores a los gastos. Por ello se recomienda invertir y poner en marcha en este tipo de empresa
6. La evaluación financiera del presente proyecto empresarial refleja indicadores financieros positivos para los diez años de funcionamiento del mismo, obteniéndose un Valor Actual Neto de USD 147.124 dólares y una TIR del 51%, por lo tanto se recomienda invertir en este proyecto ya que se visualizan ingresos positivos y alta rentabilidad para los inversionistas.
7. Se recomienda ejecutar el plan de marketing planteado, a fin de superar fácilmente el punto de equilibrio de la empresa para el primer año.

BIBLIOGRAFÍA

Textos

Caldas, J. (1970). "*Memorias Sobre el Estado de las Quinas en General y en Particular Sobre las de Loja*", Universidad Central. Quito

Guerrero, C. (2005). *El reto histórico de Loja*. Loja: Ediciones digitales.

Grande, E. (2005). *Marketing de los servicios*: Madrid: 4.^a edición

Miranda, J. (2005). *Gestión – identificación-formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental*. Bogotá-Colombia: 5^{ta} edición. Ediciones MM.

Robles, V. (2001). *Administración, un Enfoque Interdisciplinario*. México Pearson Educación.

Sánchez, Y. (2005). *El marketing en las PYMES*. Bogotá-Colombia: Ediciones empresariales.

Documento

Inspectora de trabajo, (2008). *Acuerdo Ministerial 219* publicado en el Registro Oficial N.- 498 del 31 de Diciembre del 2008.

Revista mecánica popular, (2003). *Lavadora automática*, Quito-Ecuador: 4^{ta} edición,

Páginas Web

Grupo empresarios Guatemala. (2008) competencia directa e indirecta. Disponible en: www.empresariorural.com. (Consulta 20-10-09)

Plan de Acción Municipal. (2005 – 2009): Documento electrónico citado en: www.loja.gov.ec. (Consulta 22-10-09)

ANEXOS

ANEXO: 1



Universidad Técnica Particular de Loja

Modalidad Abierta y a Distancia

La Universidad Católica de Loja



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

Escuela de Administración de Empresas

ENCUESTA DIRIGIDA A

(PROPIETARIOS DE VEHÍCULOS LIVIANOS

QUE CIRCULAN EN LA CIUDAD DE LOJA)

Con la finalidad de elaborar mi Tesis de Grado en la Carrera de Administración de Empresas, le solicito dar respuesta a la presente encuesta, cuya finalidad es la de realizar un "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DEL LAVADO AUTOMÁTICO Y MANTENIMIENTO DE VEHICULOS LIVIANOS EN LA CIUDAD DE LOJA."

Datos informativos:

Edad:.....

Género

Masculino () Femenino ()

1. ¿Con qué frecuencia realiza el lavado y mantenimiento de su vehículo liviano?

- Semanal ()
Quincenal ()
Mensual ()
Trimestral ()
Semestral ()
Anual ()
Otro ()

2. ¿En dónde realiza el lavado y mantenimiento de su vehículo liviano?

- Lugar de residencia () Centro de Mantenimiento ()
Otro ()

¿Cuál?-----

3. ¿Por qué prefiere realizar el lavado y mantenimiento de su vehículo liviano en un Centro de Mantenimiento y qué deficiencias ha encontrado en el Servicio que le prestan? Indique por favor:

a) Atención:

- Buena ()
Mala ()
Regular ()
Otro ()

b) Tiempo de espera

- 1 hora ()
- 1 ½ horas ()
- 2 horas ()
- Otro ()

c) Es eficiente el tiempo de lavado

- Sí ()
- No ()
- Otro ()

d) Brindan comodidades

- Sí ()
- No ()

e) ¿Qué comodidades le brinda el Centro de Mantenimiento y lavado de vehículos livianos?

- Sala de espera ()
- TV-Cable ()
- Periódico ()
- Revistas ()
- Música ()
- Otro: ()

f) ¿Qué comodidades le gustaría que le brinden en el Centro de Mantenimiento y lavado de vehículos livianos?

- | | |
|----------------|-----|
| Sala de espera | () |
| Café ó té | () |
| TV-Cable | () |
| Mini-bar | () |
| Periódico | () |
| Jugos | () |
| Revistas | () |
| Sala de juegos | () |
| Comidas | () |
| rápidas | |
| Música | () |
| Otros: | () |

4. ¿Cómo se enteró de la existencia de este Centro de Mantenimiento en donde usted lava su vehículo?

- Cercanía al lugar del domicilio ()
- Por medio de radio ()
- Por medio de televisión ()
- Por medio de la prensa ()
- Por intermedio de amigos ()
- Otros ()

5. ¿Cree usted que es necesaria la implementación una Empresa de Servicios de Lavado automático y mantenimiento de vehículos livianos en la ciudad de Loja?

SI () NO ()

6. En el centro de mantenimiento al que usted acude, ¿Existe algún tipo de promoción? Indique por favor:

a) ¿Existe algún tipo de promoción?

- | | |
|------------------------------------|-----|
| Gorras | () |
| Camisetas | () |
| Llaveros | () |
| Fosforeras | () |
| Franelas | () |
| Lavada gratis por cambio de aceite | () |
| Esferos | () |
| Otros: | () |

b) ¿A qué promociones le gustaría tener acceso?

- | | |
|---|-----|
| Por 10 lavadas una gratis | () |
| Por 10 lavadas una camiseta gratis | () |
| Gorras | () |
| Llaveros | () |
| Franelas | () |
| Stickers | () |
| Descuento especial por ser cliente fijo | () |
| Calendarios | () |
| Un desodorante ambiental | () |
| Otros | () |

7. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el servicio de lavado y mantenimiento de su vehículo?

De 3 a 4 dólares ()

5 a 6 dólares ()

7 a 8 dólares ()

9 a 10 dólares ()

Mayor a 11 dólares ()

Con el mayor de los gustos le expreso a usted señor (a) mi gratitud por la honesta y desinteresada colaboración para con la presente encuesta.

ANEXO 2
PERTENECIENTE AL CAPÍTULO 2
DATOS INFORMATIVOS
TABLA N°. 2.

Edad (Años)	Género (f)		Porcentajes (%)		Totales	
	M.	F.	M.	F.	(f)	(%)
20 a 25	17	15	4.66	4.11	32	8.77
25 a 30	45	34	12.33	9.32	79	21.64
30 a 35	10	28	2.74	7.67	38	10.41
35 a 40	20	30	5.48	8.22	50	13.70
40 a 45	55	59	15.06	16.16	114	31.23
45 a 50	30	22	8.22	6.02	52	14.25
Totales	177	188	48.49	51.50	365	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

PREGUNTA N°. 1

¿CON QUÉ FRECUENCIA REALIZA EL LAVADO Y MANTENIMIENTO DE SU VEHÍCULO LIVIANO?

Tabla N° 3.

Indicadores	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Semanal	58	15.89
Quincenal	95	26.02
Mensual	145	39.72
Trimestral	47	12.87
Semestral	14	3.83
Anual	6	1.64
Otro	0	0.00
Totales	365	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

PREGUNTA N°. 2

2.- ¿En dónde realiza el lavado y mantenimiento de su vehículo liviano?

Tabla N° 4

Alternativas	Frecuencias (f)	Porcentajes (%)
Lugar de residencia	16	4.38
Centro de mantenimiento	349	95.62
Totales	365	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

PREGUNTA N° 3

¿POR QUÉ PREFIERE REALIZAR EL LAVADO Y MANTENIMIENTO DE SU VEHÍCULO LIVIANO EN UN CENTRO DE MANTENIMIENTO Y QUÉ DEFICIENCIAS HA ENCONTRADO EN EL SERVICIO QUE LE PRESTAN? INDIQUE POR FAVOR:

Atención que recibe

Tabla N° 5

Indicadores	Frecuencias (f)	Porcentajes (%)
3.1) Atención que recibe el cliente.		
Buena	225	61.64
Mala	30	8.22
Regular	110	30.13
Total	365	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

Tiempo de espera

TABLA N° 6

Indicadores	Frecuencias (f)	Porcentajes (%)
3.2) Tiempo de espera del cliente		
1 hora	80	21.91
1 ½	115	31.51
2 horas	170	46.58
Totales	365	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

Eficiencia
TABLA N° 7

Indicadores	Frecuencias (f)	Porcentajes (%)
3.3) Eficiencia en el tiempo de lavado		
Sí	229	62.74
No	136	37.26
Totales	365	100.%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

Brinda comodidades
TABLA N° 8

Indicadores	Frecuencias (f)	Porcentajes (%)
3.4) Brindan comodidades		
Sí	194	53.15
No	171	46.85
Totales	365	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

Comodidades que brindan

Tabla N° 9

Indicadores	Frecuencias (f)	Porcentajes (%)
3.5) Comodidades que brindan		
Sala de espera	164	44.93
TV-Cable	130	35.61
Periódico	30	8.21
Revistas	18	4.93
Música	23	6.30
Totales	365	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

PREGUNTA N°. 4

**¿CÓMO SE ENTERÓ DE LA EXISTENCIA DE ESTE CENTRO DE MANTENIMIENTO EN
DONDE USTED LAVA SU VEHÍCULO?**

Tabla N° 10

Alternativas	Frecuencias (f)	Porcentajes (%)
Cercanía al lugar del domicilio	106	29.04
Por medio de radio	43	11.78
Por medio de televisión	10	2.73
Por medio de la prensa	10	2.73
Por intermedio de amigos	196	53.69
Totales	365	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

PREGUNTA N° 5

¿CREE USTED QUE ES NECESARIA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LAVADO AUTOMÁTICO Y MANTENIMIENTO DE VEHÍCULOS LIVIANOS EN LA CIUDAD DE LOJA?

TABLA N° 11

Alternativas	Frecuencias (f)	Porcentajes (%)
Sí	323	88.49
No	42	11.51
Totales	365	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

PREGUNTA N° 6

EN EL CENTRO DE MANTENIMIENTO AL QUE USTED ACUDE ¿EXISTE ALGÚN TIPO DE PROMOCIÓN?

Tipos de promociones

Tabla N° 12.

Alternativas	Frecuencias (f)	Porcentajes (%)
1) Tipo de promociones que existen		
Gorras	61	16.71
Camisetas	58	15.89
Llaveros	49	13.42
Fosforeras	48	13.15
Franelas	39	10.68
Lavada gratis por cambio de aceite	5	1.36
Esferos	105	28.76
Totales	365	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La autora

6. a) ¿A QUÉ PROMOCIONES LE GUSTARÍA TENER ACCESO?

Tabla N° 13

2) Promociones a las que les gustaría tener acceso		
2.1 Por 10 lavadas una gratis	95	26.02
2.2 Por 10 lavadas una camiseta gratis	71	19.45
2.3 Gorras	34	9.31
2.4 Llaveros	20	5.47
2.5 Franelas	22	6.02
2.6 Stickers	12	3.28
2.7 Descuento especial por ser cliente fijo	12	3.28
2.8 Calendarios	11	3.01
2.9 Un desodorante ambiental	7	1.91
2.10 Gorras y stickers	38	10.41
2.11 Llaveros y franelas	31	8.49
2.12 Un desodorante ambiental y calendarios	22	6.02
Totales	365	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

PREGUNTA N.- 7

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el servicio de lavado y mantenimiento de su vehículo?

Tabla N° 14.

DESCRIPCIÓN	Frecuencia	%
3 a 4 dólares	30	8%
5 a 6 dólares	40	11%
7 a 8 dólares	55	15%
9 a 10 dólares	105	29%
Mayor a 11 dólares	135	37%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

ANEXO N.- 3

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

<i>RUBRO</i>	Tiempo	Val. un.	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos Indirectos				
Gerente	1	600	7200	
Secretaria Contadora	1	350	4200	
Auxiliar se servicios	1	240	2880	
Arriendo	1	500	6000	
Servicios básicos	1	200		2400
Publicidad	1	1.200		14400
Materiales de oficina	1	50		600
Otros	1	100		1200
Costos directos				
Jefe de Servicios	1	500	6000	
Obreros	3	240	8640	
Insumos	n	500		6000
Mantenimiento	1	100		1200
Otros	1	100		1200
Total Capital de Trabajo			34.920,00	27.000,00

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

ANEXO N.- 4

DEPRECIACIÓN

RUBRO	Cant	Val. un.	TOTAL	Años a depreciarse	1er año	2do. año	3er año	4to. año	5to. año
Sistema de limpieza estacionario de alta presión	1	30.000	30.000	5	6.000	6000	6000	6000	6000
Equipo operado por monedas	5	3.000	15.000	5	3.000	3000	3000	3000	3000
Instalaciones móviles para lavado de vehículos	5	3.500	17.500	5	3.500	3500	3500	3500	3500
Aspiradora	4	2.000	8.000	5	1.600	1600	1600	1600	1600
Rampas metálicas para cambio de aceite	4	1.000	4.000	5	800	800	800	800	800
Computadoras	3	600	1.800	3	600	600	600		
Impresoras	2	100	200	3	67	67	67		
Telefax	1	150	150	5	30	30	30	30	30
Archivadores	2	200	400	5	80	80	80	80	80
			77.050		15.677	15.677	15.677	15.010	15.010
VALOR DE SALVAMENTO	20%		15.410						

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

EL VAN se lo calcula al tanteo, es decir obteniendo un VAN positivo y un VAN negativo con la fórmula anterior.

FORMULA DEL TIR

$$\text{TIR} = i \text{ de VAN (+) } + \left(\frac{\text{VAN} + \text{VAN}}{\text{suma de los VAN}} \right) \times (\text{diferencia entre tasas de inflación})$$