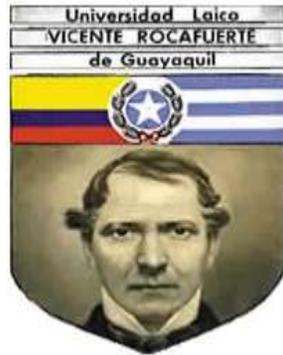


UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL



FACULTAD DE ADMINISTRACION

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO INGENIERÍO COMERCIAL

TEMA:

**PLAN DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO
EMPRESA "SERVIACEITE S.A" QUE BRINDE SERVICIO DE LUBRICACIÓN A
DOMICILIO Y ASESORAMIENTO AUTOMOTRÍZ PARA VEHÍCULOS LIGEROS EN
LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

AUTORES:

NUÑEZ SOLEDISPA WALTER BOLIVAR

VACA ALCIVAR MARLON ALEXIS

TUTOR:

MSE. FERNANDO YUQUI

GUAYAQUIL - ECUADOR

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

“La responsabilidad por las ideas, hechos y doctrinas expresadas en este proyecto de investigación, corresponde exclusivamente a las autoras; el patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil”.

Nuñez Soledispa Walter Bolivar

Vaca Alcivar Marlon Alexis

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis de grado a mi familia quien ha sido un apoyo emocional y ha estado a mi lado todo este tiempo que he trabajado en la presente tesis de grado.

A mi esposa que me ha apoyado económicamente y alentó para continuar, cuando parecía que me iba a rendir y ha estado a mi lado todo este tiempo.

A mis maestros quienes nunca desistieron al enseñarme, aun sin importar que muchas veces no ponía atención continuaron depositando su esperanza en mí.

Walter Bolívar Núñez Soledispa

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios por darme fuerza y sabiduría para continuar en esta etapa dura pero extraordinaria de mi vida, en la cual nunca perdí la fé y confié siempre en él, Gracias Dios.

De manera muy especial a mis padres Sr. José Rodrigo Vaca Sra. Jaqueline Alcivar, quienes han sido pilares fundamentales en mi vida, pendientes de mi formación académica y también en mi vida personal agradecidos por su apoyo incondicional y la confianza que siempre me brindaron fueron fundamentales para poder lograr la meta trazada

Marlon Alexis Vaca Alcívar

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerle a Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL y mis profesores por darme la oportunidad de estudiar para ser un profesional.

Quiero agradecer a mis padres ya que ellos me enseñaron a valorar los estudios y a superarme cada día, también agradezco a mi esposa e hijos porque ellos estuvieron en los días más difíciles de mi vida como estudiante.

Walter Bolívar Núñez Soledispa

AGRADECIMIENTO

Agradezco de manera muy especial a Dios, quien me ha permitido llegar a esta etapa de mi vida, por darme la fortaleza para seguir adelante, por darme sabiduría y paciencia para afrontar los retos que tengo con mucha confianza

Es un agrado para mí, también el hacer llegar mis agradecimientos a mis docentes de la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE por brindarme sus conocimientos y experiencias que sirvieron de mucho en mi formación académica

Marlon Alexis Vaca Alcivar

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	II
DEDICATORIA	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE GENERAL	VII
ÍNDICE DE TABLA.....	X
ÍNDICE DE GRAFICO.....	XII
ÍNDICE DE FIGURA.....	XIII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XIII
RESUMEN	XIV
INTRODUCCIÓN.....	XVI
CAPÍTULO I	1
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Planteamiento del problema.....	1
1.2.1. Diagnostico ámbitos Origen y descripción del Problema.....	1
1.2.2. Definición del problema de investigación.....	2
La falta de servicio a domicilio como estrategia primaria de atención al cliente hará que las personas se ahorren tiempo y preocupaciones personales La carencia de estos tipos de servicios se alcanza como resultado de una amplia clientela que buscara permanentemente ser atendido con puntualidad, capacidad y esmero.	2
1.3. Delimitación del Problema	2
1.3.1. Formulación del Problema	3
1.4. Sistematización del Problema	3
1.4.1. Determinación del Tema	3
1.5. Justificación	3
1.6. Objetivo.....	4

1.6.1. Objetivo General	4
1.6.2. Objetivos Específicos	4
CAPITULO II	5
MARCO TEÓRICO.....	5
2.1. Estado del conocimiento (de arte o de ciencia)	5
2.2. Fundamentación teórica	5
2.3. Base teóricas	7
2.3.1. Antecedente.....	8
2.3.2. ¿Qué es mantenimiento?	8
2.3.2. Introducción al Mantenimiento Automotriz.....	8
2.2.3. Antecedentes y funciones de Lubricantes.	10
2.2.4. Funciones de Neumáticos o llantas y baterías	10
2.4. Marco conceptual	12
2.5. Marco legal.....	14
2.5.1. Según el Marco Jurídico.....	15
2.5.2. Requisitos para el funcionamiento de una microempresa civil	16
2.5.3. Requisitos para realizar el trámite de la patente municipal (anual).	16
2.5.4. Permiso de funcionamiento otorgado por el cuerpo de bomberos (anual).	17
2.5.5. Tramite del registro único de contribuyentes (ruc.)	17
2.5.6. Trámite para el pago de matrícula anual del vehículo.....	17
2.5.6. Factores de contaminación ambientales y posibles impactos	18
2.6. Hipótesis.....	19
2.6.1 Hipótesis o anticipación hipotética	19
2.7. Variable o criterio de investigación	20
2.7.1. Indicadores Variable Independiente	20
2.7.2. Indicadores de variables dependientes	21
Indicadores de variables dependientes	21
CAPÍTULO III	22
METODOLOGÍA	22
3.1 Modalidad de la investigación	22
3.2. Metodología de la investigación.....	22
3.2.1. Tipo de investigación	22

3.2.2.	Técnicas e instrumentos para la recolección	23
3.2.3.	Población y muestra	23
3.2.4.	Matriz de operacionalización de variables: Estrategias de mercado y posicionamiento de SERVIACEITE S.A	25
3.3.	Plan de recolección de la información.....	54
3.3.1.	Procesamientos de datos	54
3.3.	Análisis e interpretación de resultado	56
CAPÍTULO IV		71
INFORME TECNICO FINAL.....		71
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA		71
4.1.	Empresa	71
4.1.1.	Misión, visión y valores.....	71
4.2.	Localización de proyecto	72
4.3.	Requerimientos del personal	74
4.3.1.	Organigrama.....	74
4.3.2.	Descripción de los cargos	75
4.3.3.	Organización y Procedimientos de Mantenimiento	76
4.4.	Análisis de mercado.....	78
4.4.1.	Análisis Demanda del Servicio	78
4.4.2.	Análisis del FODA.....	78
4.4.3.	Número y tamaño de las lubricadoras y competidores	79
4.5.	Mercado meta	80
4.5.1.	Segmentación de mercado	80
4.5.2.	Marketing Mix	81
4.5.3.	Estimación de precios.....	86
4.5.4.	Marca y Slogan	86
4.5.5.	Plan promocional	87
ASPECTO FINANCIERO.....		88
4.6.	Aspecto financiero	88
4.6.1.	Detalle de inversión y plan de financiamiento	88
4.6.2.	Inversión Fija	91
4.6.3.	Depreciación.....	94

4.6.4. Sueldos, Gastos administrativos	94
4.7. Ingreso de ventas mensual	95
4.7.1. Balance general	98
4.7.2. Estado de Resultado	99
4.7.3 Flujo de Caja Anual	100
.7.4. Punto de Equilibrio	102
INFORME TÉCNICO FINAL.....	103
4.8. Conclusiones	103
4.9. Recomendaciones	104
BIBLIOGRAFIA.....	105
ANEXOS.....	107
.....	113

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Matriz de operacionalización variable independiente	25
Tabla 2 Matriz de operacionalización variable dependiente	26
Tabla 3 Plan de recolección de información	54
Tabla 4 Edad del encuestado.....	57
Tabla 5 Género del encuestado	58
Tabla 6 Usted posee conocimiento de mantenimiento del vehículo.	59
Tabla 7 Con qué frecuencia realiza el mantenimiento de su vehículo	60
Tabla 8 Lubricadora de preferencia	61
Tabla 9 Razones por las que acude a una lubricadora.....	62
Tabla 10 Tiempo de espera	63

Tabla 11 Recibe asesoramiento	64
Tabla 12 Forma de pago	65
Tabla 13 Utilizaria usted el servicio de lubricadora de vehiculo a domicilio	66
Tabla 14 Servicio recibido de una lubricadora.....	68
Tabla 15 Causas que impiden ir a una lubricadora	69
Tabla 16 FODA.....	78
Tabla 17 Marketing Mix.....	86
Tabla 18 Precios	90
Tabla 19 Presupuesto de inversion	90
Tabla 20 Costo de capital	91
Tabla 21 Amortización	92
Tabla 22 Maquinaria y equipo de producción.....	92
Tabla 23 Equipo de oficina y computación	93
Tabla 24 Muebles y enseres	93
Tabla 25 Vehiculo	93
Tabla 26 Materia prima e insumos	94
Tabla 27 Depreciación	94
Tabla 28 Presupuesto de sueldo.....	95
Tabla 29 Gastos administrativo y de ventas	95
Tabla 30 Presupuesto de ventas.....	96
Tabla 31 Ordenes de trabajo.....	97
Tabla 32 Costo de venta	98
Tabla 33 Balance general	99
Tabla 34 Estado de Resultado Anual	100
Tabla 35 Flujo de Caja Anual	102
Tabla 36 Punto de Equilibrio	102
Tabla 37 Análisis del punto de equilibrio.....	110

ÍNDICE DE GRAFICO

Gráfico 1	Edad del encuestado	57
Gráfico 2	Género del encuestado.....	58
Gráfico 3	Usted posee conocimiento de mantenimiento del Vehículo	59
Gráfico 4	Hace cuanto tiempo llevo su vehiculo a mantenimiento	60
Gráfico 5	Lubricadora de Preferencia.....	62
Gráfico 6	Razones por la que acude a la lubricadora	63
Gráfico 7	Tiempo de espera	64
Gráfico 8	Recibe asesoramiento	65
Gráfico 9	Forma de pago	66
Gráfico 10	Utilizaria usted el servicio de lubricadora de vehiculo a domicilio.....	67
Gráfico 11	Servicio recibido de una lubricadora	68
Gráfico 12	Causas que impiden ir a una lubricadora	69
Gráfico 13	Organigrama.....	74
Gráfico 14	Punto de Equilibrio.....	103

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1 Indicadores Variables Independientes.....	20
Figura 2 Indicadores Variables Dependientes	21
Figura 3 Cronograma de actividades	56
Figura 4 Distribución de la empresa	73
Figura 5 Competidores.....	79
Figura 6 Logotipo de la lubricadora con servicio a domicilio	87

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta	107
Anexo 2 Tarjeta de presentación.....	108
Anexo 3 Vehículo a utilizar para brindar servicio	109
Anexo 4 SRI Servicio de Rentas Interna	109
Anexo 5 Tasa de habilitación y control de actividades ¡Error! Marcador no definido.	
Anexo 6 Uniforme	110
Anexo 7 Página Web	111

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACION



Plan de factibilidad para la implementación de una microempresa que brinde servicio de lubricación a domicilio y asesoramiento automotriz para vehículos ligeros en la ciudad de Guayaquil

Autores: Nuñez Soledispa Walter Bolivar

Vaca Alcivar Marlon Alexis

RESUMEN

La presente investigación se llevó a cabo en la ciudad de Guayaquil, con el propósito de identificar las necesidades de los clientes acerca del servicio percibido en las diversas lubricadoras de la ciudad, y siendo importante la implementación de una microempresa que brinde servicios a domicilio y asesoramiento para vehículos ligeros dentro de la ciudad de Guayaquil de acuerdo a una visión clara referente al mercado en estudio.

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRACION



Plan of feasibility for the implementation of a microcompany that offers service of lubrication to domicile and self-propelling advice for light vehicles in the city of Guayaquil

AUTHORS: Nuñez Soledispa Walter Bolivar

Vaca Alcivar Marlon Alexis

ABSTRACT

The present investigation was carried out in the city of Guayaquil, with the intention of identifying the needs of the clients it brings over of the service perceived in them diverse lubricating of the city of Guayaquil, and being important the implementation of a microcompany that offers home delivery services and advice for light vehicles inside the city of Guayaquil of agreement to a clear vision relating to the market in study.

INTRODUCCIÓN

Siempre el ser humano se ha caracterizado por desear un servicio de manera rápida, precisa y de calidad; esto lo ha llevado a transformar los espacios, a su vez permitiendo cubrir así todas las necesidades más exigentes al momento de elegir un servicio automotriz para ellos toman en cuenta todos los detalles para adquirir nuevas experiencias, siendo uno de los factores fundamentales en este esquema, es aquel propuesto por la relación Lugar – Cliente, en el cual un sin número de establecimientos de lubricadoras que no ofrecen una buena atención a los usuarios ni el asesoramiento oportuno para sus vehículos, es importante contar con un gran equipo de trabajo ya que es la parte fundamental para el éxito o fracaso de una idea de negocio.

En el desarrollo de este proyecto se lo realizó en base de una necesidad, no desarrolla en el mercado de la lubricadora de una atención rápida o llamada últimamente “Servicio express”, para lo cual el usuario o cliente sacrifica parte de su tiempo en el mantenimiento de su vehículo en la lubricadora, con el tiempo de espera necesario para el arreglo del automotor.

Tomando en cuenta esta necesidad del usuario, tiempo – costo que le ocasiona al cliente por la espera del servicio automotriz en el cual podría estar realizando otras actividades en su vida cotidiana, el objetivo de este negocio es dar un servicio y la posibilidad de que el cliente tenga la confianza de que el servicio sea realizado en su lugar de trabajo – domicilio o en el lugar que se encuentre sin que a él se le reduzca su tiempo de trabajo o familiar.

La siguiente Investigación se divide en cuatro capítulos:

CAPÍTULO I.- El diseño de la investigación es en dónde se establecerá, dónde se realizará la investigación, se analiza el problema general del proyecto, se justifica las razones que motivaron para la realización del tema.

CAPÍTULO II.- Marco Teórico sirve para fundamentar la teoría que se utilizará y respaldar la investigación que se realiza basándose en criterios, conceptos de autores importantes y demás temas que aportan para la realización del proyecto, basándonos en estos hechos se logró formular hipótesis y desglosar sus variables dependiente e independiente que se espera ser comprobada una vez terminada la investigación.

CAPÍTULO III.- La metodología nos sirve para fundamentar los métodos, técnicas e instrumentos que se utilizarán en la investigación para de esta manera recopilar información importante, analizarla y organizarla para su estructura adecuada. La misma que ayudaron a la recolección y procesamiento de los datos, cuadros estadísticos, gráficas con sus respectivos análisis e interpretaciones.

CAPÍTULO IV.- Se encuentra la descripción de la empresa, misión, visión, valores y también consta del marco legal que es aquel que explica los términos legales en los que se basa el presente estudio, la localización de empresa, el análisis FODA, y el marketing mix.

CAPÍTULO V.- Se detalla el aspecto financiero se realiza una descripción del negocio con los resultados obtenidos la factibilidad financiera con una tasa interna de retorno (TIR) de 60.4% como culminación del trabajo de investigación. Se presenta finalmente las conclusiones y recomendaciones de la presente investigación.

La bibliografía.- Que fue partícipe de la culminación de este trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

Plan de factibilidad para la implementación de una micro empresa **SERVIACEITE S.A** que brinde servicio de lubricación a domicilio y asesoramiento automotriz para vehículos ligeros en la ciudad de Guayaquil.

La empresa se dedicara a vender servicio de mantenimiento de automotores a domicilio de esta manera se facilita el tiempo de espera del cliente. El servicio consiste en el cambio de aceite ABC al motor o limpieza y cambio de filtro, cambio de pastilla de freno y revisión general del vehículo, además se revisara líquido de freno, nivel de presión de la llanta (PSI) y nivel del ácido y vida útil de la batería.

1.2. Planteamiento del problema

1.2.1. Diagnostico ámbitos Origen y descripción del Problema.

Observamos que en la ciudad de Guayaquil no existe un centro de mantenimiento mecánico a domicilio, esta estrategia sirve para que el cliente tenga la comodidad necesaria y suficiente para realizar otras tareas.

En la actualidad se estima que por lo menos 6 de cada 10 vehículos observados están en condiciones aceptables, es por eso que se muestra un incremento vehicular a estar circulando en toda la ciudad, de allí que en los últimos 10 años el parque automotor creció en 113%, esta cifra es realmente interesante de analizar, pues de seguro se igualó o se superó esa cantidad pronosticada. (Diario el Universo)

Hablar de vehículos involucra varios temas y aspectos, como por ejemplo las extensas clases de modelos que existen alrededor del mundo, cada uno con diferentes características y más, pero de igual forma cada uno de ellos necesita un cuidado y mantenimiento constante; La base de nuestra propuesta es que no disponemos de 3 aspectos importantes para mantenerlo:

1. Tiempo para llevar el vehículo a mantenimiento
2. Control y Cuidado
3. Servicio Confiable.

En respuesta de satisfacer las necesidades del mantenimiento de dichos repuestos consumibles se acudirá a lugares con personal capacitado y listo para atender de manera rápida el cambio de aceite y revisada en general del automotor ya sea en su domicilio o garaje, evitando que el cliente tenga que acudir con el vehículo hasta la lubricadora, si no que el personal de la lubricadora lo visitara hasta el domicilio del cliente o garaje. Dicho servicio hará que el cliente ahorre tiempo y preocupación en el servicio de mantenimiento del automotor.

1.2.2. Definición del problema de investigación

La falta de servicio a domicilio como estrategia primaria de atención al cliente hará que las personas se ahorren tiempo y preocupaciones personales La carencia de estos tipos de servicios se alcanza como resultado de una amplia clientela que buscara permanentemente ser atendido con puntualidad, capacidad y esmero.

1.3. Delimitación del Problema

Este proyecto es de servicio y la investigación se llevará a cabo en la Provincia del Guayas en la ciudad de Guayaquil. Tendrá como matriz el sector norte, específicamente en los Vergeles Av. Francisco de Orellana, tiempo a desarrollarse será 2015-2016.

1.3.1. Formulación del Problema

¿En qué medida influirá un plan de factibilidad para la implementación de una microempresa que brinde servicio de lubricadora a domicilio y asesoramiento automotriz?

1.4. Sistematización del Problema

- ¿La demanda actual y potencial del servicio ofrecido permitirá la sostenibilidad del negocio?
- ¿El presupuesto de ingresos y gasto estimado permitirá con certeza determinar si el negocio propuesto es factible?
- ¿Los aspectos Económicos, legales y medio ambientales serán clave en la determinación de la factibilidad del negocio?

1.4.1. Determinación del Tema

“Plan de factibilidad para la Implementación de una microempresa que brinde servicio de lubricación a domicilio y asesoramiento automotriz para vehículos ligeros en la ciudad de Guayaquil.”

1.5. Justificación

Un servicio confiable es poco común encontrar en el medio, lugares no apropiados, mal trato de los mecánicos, mal humor, y los daños permanentes en nuestro vehículo son historias de cada día en nuestro medio. SERVIACEITE S.A tiene el compromiso de atender las necesidades del cliente en forma técnica, enfocado en una atención esmerada y puntual del técnico en mantenimiento con conocimientos que serán primordiales para ofrecer un servicio totalmente innovador, confiable y de calidad.

Este proyecto está enfocado en crear un vínculo más amplio y directo de servicio a la comunidad en general, para que todos los usuarios que posean un vehículo se mantengan satisfechos.

A partir de la creación de una microempresa o centro de servicio de mantenimiento para automotores a domicilio se logrará satisfacer a la comunidad de Guayaquil de un servicio de mantenimiento preventivo de vehículos, para lo cual, el valor agregado es que el cliente no acuda hacia el servicio si no que nuestro servicio, este donde el cliente lo requiera, reduciendo el costo/tiempo

1.6. Objetivo

1.6.1. Objetivo General

Elaborar un plan de factibilidad que facilite la implementación de servicio de la microempresa mediante el uso de herramientas y recursos adecuado del proceso de investigación.

1.6.2. Objetivos Específicos

- Determinar la demanda actual y potencial.
- Elaborar un presupuesto de ingresos y gasto.
- Determinar la factibilidad económica, legal y medio ambiental del negocio.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del conocimiento (de arte o de ciencia)

Estado del arte o del conocimiento entre los aspecto del diagnóstico del problema encontramos que reúne las siguiente características.

- Delimitación: El estudio se lo realizara en la ciudad de Guayaquil claro está que responde a la problemática de servicios de mantenimiento de vehículo que forma parte del parque automotor en la ciudad de Guayaquil, para lo cual el usuario no tiene tiempo para realizarlo de la manera sugerida por el fabricante del vehículo.
- La idea estratégica consiste tener un plan de factibilidad para la implementación de una microempresa que brinde y venda un servicio de lubricadora y servicio de mantenimiento de vehículo a domicilio para los usuarios de Guayaquil que no tenga un conocimiento automotriz.
- Evidente: La propuesta apunta a mejorar la calidad del servicio de mantenimiento, entregando al cliente un trabajo rápido de excelencia y garantizado.

2.2. Fundamentación teórica

La fundamentación teórica que sustenta el presente trabajo considera los siguientes temas: filosófico, social, ambiental y logística.

Filosófica

En la actualidad vivimos en una sociedad caracterizada por la competitividad donde la eficiencia es el requisito fundamental para sobrevivir y ofrecer una máxima satisfacción a los usuarios. Se ha visto una gran evolución en el mercado y en nuestro diario vivir en el que el tiempo se ha convertido en un factor muy importante y al mismo tiempo escaso, debido a que en el entorno en el

que nos desenvolvemos y el ritmo de vida tan acelerado que muchas personas llevamos, causa un gran malestar y frustración por el hecho de no poder cumplir con muchas actividades que se tenía previsto realizar en un lugar y tiempo específico de nuestro día. Es por ello que se pretende profundizar en este estudio para el que necesitaremos apoyarnos de la siguiente información:

- Mantenimiento de un vehículo.
- Importancia del mantenimiento de un vehículo.
- Importancia del cambio de aceites en un vehículo
- Qué comprenden el Servicio al cliente.
- Que es el servicio personalizado.
- Importancia del Servicio al Cliente.
- Rápida atención al usuario.

Social

El incremento del parque automotor en la ciudad de Guayaquil en los últimos años, ha sido tan notorio que la comunidad ha llegado sentir insatisfacción al darse cuenta de que las lubricadoras que existen en la actualidad no son suficientes para estar al pendiente de todo el parque automotor de la ciudad ya que ciertas instalaciones son pequeñas y aparte estos no cuentan con el tiempo suficiente para llevar sus autos al mantenimiento correspondiente, más aun cuando estos sitios no poseen herramientas y personal apto para realizar este trabajo.

El proyecto que se realizaría tendrá un impacto social considerable debido a que gran parte de la ciudad de Guayaquil cuenta por lo menos con un vehículo propio ya sea por movilización privada o por trabajo, los mismos que tendrán una mejor satisfacción al tener al alcance de sus manos un servicio a domicilio que permitirá captar la atención de aquellos usuarios que desean una labor de calidad profesional, en el lugar donde se encuentre lo que permitirá elevar el nivel de complacencia, sin que el usuario salga a la calle en horas pico y espere por el servicio en la lubricadora más cerca de su hogar o trabajo . A la vez que se brinda un servicio también se busca generar utilidades para el inversionista o dueño de

la misma, el mismo que contribuye de forma positiva, a generar fuentes de empleo apoyando al desarrollo del país.

Ambiental Es muy sabido que toda empresa o negocio debe tener diferentes vínculos no solo con la sociedad sino también en otras áreas muy importantes y sensibles como lo es el Ambiental, cuanto al proyecto que se pretende implementar podemos decir que lo tiene. Cuando hablamos de los cuidados que debe recibir un auto solo mencionando el cambio de aceites de los mismos estamos entrando en un área importante del Ambiente ya que si en Guayaquil existe una gran gama de automotores podríamos preguntarnos ¿Qué consecuencias nos conllevaría el hecho de que estos automotores no sean tratados a tiempo y de la manera correcta? .Los automotores por naturaleza emanan un gas toxico de sus escapes que hace mucho daño a la salud de la ciudad así como a la capa de ozono “Nuestro Ambiente”, y es mucho más dañino cuando el aceite de estos autos no es tratado en el tiempo correspondiente y de una manera adecuada. Entonces ahí es donde entra el servicio a domicilio de Lubricantes ya que se estaría cubriendo gran parte de estos autos no tratados debido al tiempo que les demanda a sus dueños el llevarlos a dar el mantenimiento adecuado del aceite, disminuyendo de esta manera un porcentaje de emanación de estos gases tóxicos dañinos para nuestro ambiente

Recurso y Logísticas

El recurso y el traslado son importantes en un servicio a domicilio ya que para eso tenemos las mejores marcas de lubricantes y filtros y el transporte con los materiales y herramientas necesaria para el desarrollo de las actividades de mantenimiento automotriz y lo más importante el recurso humano con personal capacitado para brindar un buen servicio.

2.3. Base teóricas

La base para desarrollar el presente proyecto está en libros de emprendedor exitoso y revista especializadas en el mantenimiento y cuidados automotriz como por ejemplo:

- Autoin . www.autoin.com.ec
- Revista lideres www.revistalideres.ec/lideres/cliente-decidir-43-marcas.
- Emprendedor exitosos Rafael Alcaraz rodríguez

2.3.1. Antecedente.

Para realizar este proyecto del plan de factibilidad se lo realizo con estudio de proyectos similares como tesis.

- Estudio de factibilidad para la creación de la hostería recreativa “brisa Santa “cómo alternativa para promover el desarrollo económico del canton nobol.
- Artículos del diario el universo

2.3.2. ¿Qué es mantenimiento?

Son todas aquellas acciones tomadas de manera sistemática, para que el equipo cumpla con todas sus funciones requeridas en el mayor tiempo posible y así preservar su vida útil.

El mantenimiento debe ser realizado por el personal encargado, teniendo los equipos, herramientas, en buenas condiciones, previniendo así cualquier accidente.

2.3.2. Introducción al Mantenimiento Automotriz

El mantenimiento automotriz varía según la aplicación para la cual se utilice el vehículo, clasificándose en cuatro tipos, los cuales se encuentran relacionados directamente con el momento en el tiempo en que se realiza el chequeo, el objetivo particular para el cual son puestos en marcha y en función a los recursos que son utilizados por lo que se tiene:

- ✓ Mantenimiento correctivo
- ✓ Mantenimiento preventivo
- ✓ Mantenimiento predictivo
- ✓ Mantenimiento proactivo

A. Mantenimiento correctivo

Aparece luego de ocurrida la falla o avería en el vehículo, es una consecuencia directa de un mal funcionamiento del vehículo o de que éste deje de funcionar, este mantenimiento lleva consigo las siguientes consecuencias:

1. Paradas no previstas del vehículo.

2. Afecta las cadenas productivas.
3. Aparecen costos por reparación y repuestos no presupuestados.
4. Es frecuente que se presente el caso que por falta de recursos económicos no se podrán comprar los repuestos en el momento deseado.
5. La planificación del tiempo que estará el vehículo fuera de operación no es predecible.

B. Mantenimiento Preventivo

Permite detectar fallos repetitivos, disminuir los puntos muertos por paradas, aumentar la vida útil de equipos, disminuir costos de reparaciones, detectar puntos débiles en la instalación entre una larga lista de ventajas.

Las tareas de mantenimiento preventivo incluyen acciones como cambio de piezas desgastadas, cambios de aceites y lubricantes, etc. El mantenimiento preventivo debe evitar los fallos en el equipo antes de que estos ocurran.

C. Mantenimiento Predictivo

Es cuando se realizan diagnósticos o mediciones que permiten predecir si es necesario realizar correcciones o ajustes antes de que ocurra una falla, a diferencia del preventivo, no descansa en acciones programadas en forma rígida. En este caso lo que se programa y se cumple obligatoriamente son las inspecciones, cuyo objetivo es detectar el estado técnico del sistema e indicar la conveniencia de realizar una acción correctiva.

Ejemplo:

En una parada cercana detectar cambios anormales en las condiciones del vehículo y subsanarlos, etc.

D. Mantenimiento proactivo

El mantenimiento proactivo implica contar con una planificación de operaciones, es una técnica enfocada principalmente en la identificación y

corrección de las causas que originan las fallas de los vehículos, la cual debe estar incluida en el Plan Estratégico de la organización. Este mantenimiento implementa soluciones que atacan la causa de los problemas no los efectos. A través de este estudio se pretende disminuir tanto el presupuesto como la necesidad de mantenimiento y reparación al controlar sus causas.

2.2.3. Antecedentes y funciones de Lubricantes.

Sistema de Lubricación La lubricación es un proceso mediante el cual se intercala un fluido en forma de película delgada entre piezas o elementos en movimiento los cuales tiene superficies en contacto, generalmente metálicas. El lubricante que se emplea es aceite mineral o sintético. Debe poseer propiedades adecuadas de densidad, viscosidad, demulsificantes, estanqueidad, punto de fluidez, punto de ignición, acidez, etc. Las cuales son requeridas en función del tipo de motor y condiciones de funcionamiento del mismo.

Funciones:

Ayuda en la refrigeración del motor, ya que remueve el calor causado por las superficies en rozamiento. Reduce el desgaste entre las superficies en contacto. Proporciona un buen sellado entre pistón y cilindro para evitar el escape de los gases de la combustión.

Conserva el motor limpio de carbón y de cenizas, ya que los diluye (acción “detergente”) los mantiene en suspensión y luego son removidos al cambiar de aceite. Protege el motor contra la corrosión y el ataque de ácidos. Sirve para amortiguar el efecto de las cargas sobre los cojinetes en los sistemas de transmisión.

- El sistema de lubricación del motor se lo puede realizar de varios tipos:
- Salpicadura
- A presión forzada
- Por mezcla en el combustible

2.2.4. Funciones de Neumáticos o llantas y baterías

Neumáticos o llantas: tiene por misión lo siguiente:

- a) Soportar la carga del vehículo
- b) Transmitir la potencia motriz
- c) Asegurar la dirección del vehículo, manteniéndolo en su trayectoria
- d) Contribuir a la estabilidad y la frenada
- e) Contribuir a mejorar la eficacia de la suspensión

Los neumáticos generalmente tienen hilos que los refuerzan. Dependiendo de la orientación de estos hilos, se clasifican en diagonales o radiales. Los de tipo radial son el estándar para casi todos los automóviles modernos.

Presión de Inflado

Los neumáticos son diseñados y construidos con gran cuidado para proveer de miles de kilómetros de excelente servicio. Pero para obtener un máximo beneficio de ellos, se debe tener un buen mantenimiento de estos.

Los factores más importantes en el cuidado de estos son:

- ✓ Una adecuada presión de inflado
- ✓ Carga adecuada del vehículo
- ✓ Inspección oportuna Buenos hábitos de manejo
- ✓ Condiciones del vehículo

Batería Tiene por misión

- a) Proporcionar energía en el arranque del vehículo
- b) mantener energía estable al vehículo

Mantenimiento, cuidado e inspecciones

La batería del auto debería durar varios años sin problemas. Para conseguir esta vida útil hay que hacer algo de mantenimiento. Hay baterías que pueden durar más de 3 o 4 años.

1) El nivel de líquido (o en general el electrodo) también se debería inspeccionar periódicamente en las baterías que no precisan de mantenimiento. En caso de pérdida de líquido, se debería rellenar con agua destilada.

2) Inspección del regulador en un taller especializado. El resultado del voltaje de carga debería estar situado entre 13,80 - 14,4 V.

3) La batería se debe chequear después de la carga, para ello existen diferentes productos en el mercado. La densidad del ácido por ejemplo puede determinarse con un densímetro. Para ello es importante saber la densidad cuando la batería está plenamente cargada.

4) Hay que mantener el nivel de agua utilizando solamente agua destilada. Agua potable tiene muchos minerales y sales que forman depósitos que provocan cortes. Normalmente no se debería adicionar agua "acidulada". El agua se evapora, dejando el ácido más concentrado. Al adicionar más ácido, se acorta la vida útil de la batería. El agua acidulada solamente debería ser colocada a una batería que se vació por caerse o romperse.

Consejos para la seguridad:

1) Cuando se usa un dispositivo para cargar la batería se deben retirar los tapones a rosca y evitar las chispas o cuerpos incandescentes debido al peligro de explosión por la formación de oxihidrógeno.

2) Los ácidos de la batería son muy corrosivos, por ello se debe llevar gafas y guantes protectores. No incline la batería porque los ácidos podrían salir por las aperturas.

2.4. Marco conceptual

ATENCIÓN A DOMICILIO.- Es el trabajo que se realiza a solicitud o por encargo a domicilio, o sea en casa (o lugar donde lo prefiera la persona) Puede ser por cuenta propia, compañías o también un servicio a un amigo.

COSTO DE PRODUCCION.- Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien o servicio. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso.

DEMANDA.- Cantidad de mercancías o servicios que los consumidores piden y están dispuestos a comprar a diferente precio y en un momento determinado.

EMPRENDEDOR.- Es una forma de vida, basada en una lucha constante por transformar nuestro sueño en realidad.

ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD.- En esta fase se examinan en detalles las alternativas consideradas más convenientes, las que fueron determinadas en general en la fase anterior. Para la elaboración del informe de pre factibilidad del proyecto deben analizarse en detalle los aspectos identificados en la fase de perfil, especialmente los que inciden en la factibilidad y rentabilidad de las posibles alternativas. Entre estos aspectos sobresalen:

- a. El mercado.
- b. La tecnología.
- c. El tamaño y la localización.
- d. Las condiciones de orden institucional y legal.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.-Esta última fase de aproximaciones sucesivas iniciadas en la pre inversión, se bordan los mismos puntos de la pre factibilidad. Además de profundizar el análisis el estudio de las variables que inciden en el proyecto, se minimiza la variación esperada de sus costos y beneficios. Para ello es primordial la participación de especialistas, además de disponer de información confiable.

Sobre la base de las recomendaciones hechas en el informe de pre factibilidad, y que han sido incluidas en los términos de referencia para el estudio de factibilidad. El estudio de factibilidad debe orientarse hacia el examen detallado y preciso de la alternativa que se ha considerado viable en la etapa anterior.

ESTUDIO TECNICO.- Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, los productos y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

FACTIBILIDAD.- se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. Estos resultados se entregan a la gerencia, quienes son los que aprueban la realización del sistema de trabajo.

IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA.- Acción y efecto de poner en funcionamiento un proyecto de empresa pequeña para hacerla realidad.

INNOVACIÓN O DIFERENCIACIÓN.- Es alterar las cosas introduciendo novedades, hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor es decir en todas sus actividades en y costo en el proceso de producción.

MICROEMPRESAS.- es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma.

PLAN DE FACTIBILIDAD.- Es un estudio de mercado para recopilar, registrar y analizar datos en relación con un mercado específico al que una empresa ofrece su servicio.

PROMOCION DEL PRODUCTO O SERVICIO.- Es promover, es el acto de información, persuasión y comunicación que incluye varios aspectos como la publicidad, la promoción de ventas, las marcas e indirectamente, la etiqueta y empaque.

PRECIO.- La relación formal que indica la cantidad de dinero que el consumidor está dispuesto a sacrificar o que es necesario emplear para adquirir un producto.

PROMOCION.- campaña publicitaria de servicio durante un tiempo limitado mediante una oferta atractiva, para influir en las personas y dar a conocer nuestro producto o servicio que se están dando y de qué manera se satisfacer sus necesidades.

2.5. Marco legal

Para establecer un servicio adecuado y mostrar la organización propia de la empresa se requiere de una infraestructura para las respectivas oficinas de la

misma. Por lo que es importante establecer el respectivo estatuto de constitución para así poder formular los objetivos, recursos materiales, financieros y humanos que se necesitan para la creación y organización de un Empresa bien estructurada. A continuación se detallan cada uno de los requisitos legales para que la microempresa SERVIACEITE S.A pueda funcionar correctamente.

Las empresas

Una empresa es una organización, institución o industria dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.

Microempresas

“Es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los US\$ 39000 y el número de trabajadores no sobrepasa los 10.”

El negocio según su actividad es de: Servicio: Por el simple motivo que lo que se ofrece es la satisfacción de una necesidad por medio de algo intangible, es decir mediante la utilización de un personal humano. Según su Escala Es una Microempresa con un capital aportado de \$30000 y 8 trabajadores.

2.5.1. Según el Marco Jurídico

“Es una empresa Civil debido a que se requiere de un simple contrato, en el que intervienen las partes ante un juez de lo civil y están sujetas al código civil”

Requisitos para la constitución de una microempresa

Toda actividad económica puede desarrollar su actividad como Empresa, para lo cual se necesita lo siguiente:

- ✓ Llenar el estatuto de constitución de la empresa

- ✓ Reconocerlo ante un juez de lo civil.

2.5.2. Requisitos para el funcionamiento de una microempresa civil

Las Intendencias Generales de Policía a nivel Nacional se encargarán de otorgar los Permisos Anuales de Funcionamientos, que manifiesta: Los requisitos necesarios para obtener el Permiso de Funcionamiento son:

- ✓ RUC SRI
- ✓ Copia de cédula de ciudadanía
- ✓ Patente Municipal
- ✓ Permiso de Cuerpo de Bomberos
- ✓ Se agrega una solicitud dirigida al intendente de Policía del Guayas.

Los Permisos Anuales de Funcionamiento (PAF) se renuevan cada año y estos requisitos rigen solo cuando se va a sacar el P.A.F. por primera vez. Para la renovación anual se necesita el comprobante de pago del permiso del año anterior y la cancelación del costo de la tasa para el presente año.

2.5.3. Requisitos para realizar el trámite de la patente municipal (anual).

La patente municipal es importante manifestar que el trámite se lo realiza también por internet con el permiso del uso de suelo como requisito fundamental, lo mismo que debe registrarse vía internet el pago de los predios anuales del lugar o dirección en donde se ubicara el negocio con su respectivo código de catastro y no tener deudas vigentes con el Municipio Guayaquil. Adjuntando los requisitos que se describen a continuación:

- Copias de cédula de ciudadanía a color.
- Copia del R.U.C. Copia de Registro Único de Contribuyente.

2.5.4. Permiso de funcionamiento otorgado por el cuerpo de bomberos (anual).

- Original y Copia de la Factura de compra o recarga del extintor vigente en el año.
- Pago de tasa para inspección
- Solicitud de inspección
- Informe de inspección
- Certificado de funcionamiento (costo promedio es de \$15,00)

Importante: La oficina de rentas del Muy ilustre Municipio de Guayaquil es el encargado de definir el precio a pagar dependiendo del tipo de local comercial a funcionar.

2.5.5. Tramite del registro único de contribuyentes (ruc.)

- Para obtener el R.U.C. se requiere los siguientes requisitos Original y copia legible de:
- Cédula vigente a color
- Certificado de votación (último proceso electoral)
- 1 planilla de agua, luz o teléfono (de cualquiera de los últimos tres meses) o contrato de arrendamiento inscrito en el juzgado de inquilinato a nombre del solicitante.

2.5.6. Trámite para el pago de matrícula anual del vehículo.

Como el servicio va a ser a domicilio resulta claro que el principal medio de trabajo es el vehículo en la se realizara la actividad comercial.

- Carta de venta del almacén de vehículos (concesionaria donde se adquiere el carro)
- Pago de respectivo impuesto de compra y ventas del vehículo realizarse en SRI
- Pago del SOAT

- Pago de la matricula con su respectiva revisión.

2.5.6. Factores de contaminación ambientales y posibles impactos

Es una alteración negativa del estado natural del medio, y por lo general, se genera como consecuencia de la actividad humana considerándose una forma de impacto ambiental.

La contaminación puede afectar lagunas y el mar; al suelo de calles, baldíos, cultivos y bosques; el aire especialmente en ciudades y zonas industriales. En el desarrollo de los mantenimientos que se realicen a los vehículos el mayor riesgo que existe en cuanto a contaminación es la manera en cómo se eliminaran los desechos de los vehículos tratados, como aceites, llantas, baterías, entre otros, los mismos que de no ser tratados de una manera adecuada causarían un grave daño y alteraciones en los organismos, ecosistemas y en la vida humana misma, tales como el suelo, el aire y el agua, que son elementos cuya contaminación puede afectar la salud del hombre. Estos desechos también actúan como transmisores de enfermedades, ya que en su seno viven numerosos agentes patógenos, la mayoría de ellos son destruidos por la acción de la luz solar y del aire quienes son una vía rápida de contagio. Por estos motivos y muchos aspectos más se requiere que estos elementos de contaminación sean tratados de una manera muy cuidadosa. Por todo lo dicho antes es de suma importancia recalcar que nuestro negocio y personal estará debidamente informado y capacitado en la recolección, manipulación y tratamiento de estos desechos tóxicos para mejor cuidado de nuestro ambiente y la salud de todos los que habitamos este planeta.

Causando así un menor impacto en la salud por los desechos sólidos, líquidos y volátiles que son generados por la actividad del negocio, ya que estos serán tratados como se debe y llevados a un almacén de reciclaje más cercano

Uso de componente desechable

El aceite con la cual se trabaja en la línea de lubricante para el motor después de su uso sale de color negro debido al hollín que produce en el momento de la combustión por la cual se mancha el aceite y pierde su color

original. Este tipo de residuo según las marcas en pruebas de laboratorio en ratas puede producir cáncer en la piel. Su desecho se tiene que hacer de forma que no se tenga contacto con la piel, actualmente hay empresa que compra este residuo para darle otro uso en la industria por ejemplo empresas dedicada a realizar moldes de concreto, o adoquines que los compra para su uso representando a su vez otros ingresos no operacionales.

Los filtros de aceite de que esta hecho

Oil Filter Recyclers Inc. es un coleccionista nacional en USA de aceite y los filtros de motor usado .El recipiente, que está hecho de acero de calibre 12, tiene una tapa bloqueable para evitar ser contaminado con otra basura. También están hecho de componente de aluminio por la cual en los actuales momento suelen ser reciclado por empresas de reciclado locales de la ciudad de Guayaquil .por lo que además de representar un ingreso no operacionales al reciclar se evita contaminar el medio ambiente. (Automotriz.Biz)

2.6. Hipótesis

Con la implementación de una microempresa que brinde servicio de lubricación a domicilio y asesoramiento automotriz para vehículos ligeros en la ciudad de Guayaquil harán que los usuarios o propietarios que no disponen del tiempo necesario para llevar al vehículo a la revisión y control del mantenimiento de un servicio en una “lubricadora normal” obtenga el mantenimiento y servicio óptimo de mantenimiento automotriz desde la comodidad de su domicilio o donde el cliente se encuentre.

2.6.1 Hipótesis o anticipación hipotética

Este proyecto plantea la siguiente hipótesis.

- Un adecuado análisis de las necesidades de la clientela que tiene vehículo que requiere de mantenimiento del vehículo a domicilio.

- Creación de un centro de mantenimiento vehicular a domicilio, indicadores con sistema de calidad, marketing, estrategia técnicas de ventas y servicios.

2.7. Variable o criterio de investigación

En este proceso la investigación nos ayudara a conocer sobre los gusto que tendrían nuestros potenciales clientes y cuales son la variables ya sea dependiente o independiente que incidiría en el éxito de este proyecto para lo cual una encuesta personalizada ayudara a definir la hipótesis el gusto la satisfacción y efecto que tendría la microempresa en el mercado local de la ciudad de Guayaquil.

2.7.1. Indicadores Variable Independiente

Figura 1
Indicadores Variable Independiente

INDICADORES	ITEMS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
Decisión de adquirir No existe un servicio a domicilio	¿Por qué adquirir los Servicio de Serviaceite s. a?	Entrevista a los clientes
Empleados Adm. y Personal técnico	¿Considera que la atención de los empleados es adecuada?	Encuesta y cuestionario a los clientes.
Medios hablados, escritos	¿A través de qué medio de comunicación conoció de la existencia de Serviaceite s. a?	Encuesta y cuestionario a los clientes.
Estatus Económico	¿Piensa que el costo del servicio es accesible?	Encuesta y cuestionario a los clientes.
Atención al cliente	¿Cree que la calidad del servicio de Serviaceite s.a buena?	Encuesta y cuestionario a los clientes.
Nivel de satisfacción		Encuesta y cuestionario a los clientes.
Motivación al comprar	¿Estaría dispuesto a probar los productos de Serviaceite s.a?	Encuesta y cuestionario a los clientes.
Volumen de ventas		Encuesta y cuestionario a los clientes

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar

Vaca Alcivar Marlon Alexis

2.7.2. Indicadores de variables dependientes

Figura 2
Indicadores de variables dependientes

INDICADORES	ITEMS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
Sistemas		
Cuidado y mantenimiento automotriz	¿Cuáles son los pasos para vender el servicio?	Entrevista a personal administrativo
Nivel de comunicación	¿Qué tan buena es la comunicación con los Clientes?	Entrevista a personal administrativo
Persuasión para el usuario tiene que cumplir con el mantenimiento recomendado	¿Cuál sería el volumen de ventas del 2015?	Entrevista a personal administrativo
Capacitación	¿Qué variedad de servicio prefieren los clientes?	Encuesta: cuestionario a los clientes.
Preferencias de los Clientes en calidad de servicio y la satisfacción de recibir una respuesta rápida	¿Qué beneficios obtienen los clientes?	Encuesta: cuestionario a los clientes
Cantidad de clientes		

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Modalidad de la investigación

En el desarrollo de la investigación se realizará el enfoque cualitativo y cuantitativo, que permite definir correctamente al problema, (servicio de lubricación y mantenimiento a domicilio) planteada la hipótesis de ofrecer un servicio a domicilio que en la actualidad no está presente en el mercado de la lubricadoras para autos manteniendo una relación funcional entre las variables para el análisis de la información.

3.2. Metodología de la investigación

3.2.1. Tipo de investigación

Para la realización de la presente investigación se aplicará los siguientes tipos de investigación.

- **Investigación o Documental:** El paso a seguir en una investigación científica, en la cual se analizará toda la información escrita que sea posible y que estese al alcance, a través de documentos como revista especializada de vehículos y publicidad en medios de prensa y periódico buscando para una correcta evaluación, entre los históricos y lo actual.
- **Investigación de Campo:** La información que se presente en la investigación de campo es primaria, teniendo como consecuencia conocimientos más reales sobre el problema, porque permite el contacto directo del investigador con la realidad. En la investigación de campo las técnicas a utilizarse son la encuesta en la calle y la observación, ya que en su desarrollo presentan mayor complejidad y por ende los resultados que arrojan son de más fácil interpretación y análisis.
- **Investigación Descriptiva:** Esta investigación se aplicará con el propósito de desarrollar y describir si el servicio a domicilio que brindara la

microempresa SERVIACEITE S.A (como alternativa de trabajo en el mercado local de Guayaquil) será aceptada evaluando las características del servicio en mención, es decir se encargara de describir y medir con la mayor precisión, la necesidad del servicio también tendrá como técnicas de recolección de información primaria la utilización de la encuesta para recabar la opinión del servicio que se ofrece a las personas en el campo.

3.2.2. Técnicas e instrumentos para la recolección

Con la finalidad de cumplir con los objetivos de la presente investigación se recolecta información primaria por medio de la técnica de encuesta y la entrevista tanto en el lugar donde se va a crear la empresa como en el lugar que se va a comercializar el producto.

a) La encuesta: Es una técnica cuantitativa que consiste en una investigación dirigida a los ciudadanos Guaquileños que necesitan los servicios de lubricación a domicilio. La encuesta dispone de preguntas cualitativas, cuantitativas así como de datos del tema de investigación. Las preguntas de la encuesta son de la siguiente manera:

3.2.3. Población y muestra

Los datos acerca de la población existente en la ciudad de Guayaquil han sido tomados según el censo poblacional realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2010), por grupo de edad de 18 a 64 años, el cual representa el 65.4% del total de la Provincia del Guayas; el total de la población es de 2'291.158 habitantes (hombres y mujeres). Por tanto se considera la población por grupo de edad obteniendo un valor poblacional de 1'498.417.37 ciudadanos que representaría al mercado meta del presente estudio.

La información que obtendremos en este análisis con el objeto de conocer sus preferencias y gustos en relación a la calidad y servicios.

Por lo tanto, la recolección de datos es extremadamente importante, es por esto que se debe determinar el tamaño de la muestra para obtener una

información válida y confiable, a continuación se aplicó la siguiente fórmula estadística finita para determinar el tamaño de la muestra.

Dónde:

n = tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza (95% - 1,96)

P = a favor 50%

Q = en contra 50%

N = población o universo motivo del estudio

e = nivel de error (5%)

DESARROLLO DE LA FORMULA

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2} = \frac{(1.96)^2 (0,5)(0,5) 1'498417,37}{(1.96)^2 (0,5)(0,5) + 1'498417,37(0.05)^2}$$

$$n = 383.24$$

TAMANO DE LA MUESTRA **384**

3.2.4. Matriz de operacionalización de variables: Estrategias de mercado y posicionamiento de SERVIACEITE S.A

Tabla 1

Matriz de operacionalización variable independiente

CATEGORÍAS	INDICADORES O ATRIBUTOS	ÍTEMS o PREGUNTAS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
Decisiones	Decisión de adquirir un servicio a domicilio	¿Por qué adquirir el servicio de SERVIACEITE S.A?	Entrevista a los clientes
Empresa	Empleados Adm. Personal técnico	¿Considera que la atención de los Empleados es adecuada?	Encuesta y cuestionario a los clientes.
Comunicación	Estatus Económico Atención al cliente	¿A través de qué medio de comunicación conoció de la Existencia de SERVIACEITE S.A?	Encuesta y cuestionario a los clientes.
Servicios	Nivel de satisfacción	¿Costo del servicio y formas de pago efectivo o crédito?	Encuesta y cuestionario a los clientes.
Persuadir	Motivación al comprar Volumen de ventas	¿Cree que el servicio a domicilio sería una buena opción? ¿Razones por la que acude a la lubricadora (SERVIACEITE S.A)?	Encuesta y cuestionario a los clientes.

Tabla 2
Matriz de operacionalización variable dependiente

CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Proceso	Sistemas	¿Cuáles son los pasos para vender el servicio?	Entrevista a personal administrativo
Comunicación	Cuidado y mantenimiento automotriz		
Interpersonal	Nivel de comunicación	¿Qué tan buena es la comunicación con los Clientes?	Entrevista a personal administrativo
Vendedor	Persuasión para el usuario tiene que cumplir con el mantenimiento recomendado	¿Cuál sería el volumen de ventas del 2015?	Entrevista a personal administrativo
Beneficio	Capacitación	¿Qué variedad de servicio prefieren los clientes?	Encuesta: cuestionario a los clientes.
Cliente	Preferencias de los clientes en calidad de servicio y la satisfacción de recibir una respuesta rápida	¿Qué beneficios obtienen los clientes?	Encuesta: cuestionario a los clientes
	Cantidad de clientes		

3.3. Plan de recolección de la información

Para la ejecución de la presente investigación se utilizara las siguientes técnicas de Investigación e instrumentos para recolectar información.

Tabla 3
Plan de recolección de la información

TIPOS DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN
Información primaria	Observación Encuesta	Ficha de observación Cuestionario
Información secundaria	Análisis de documentos	Libros de Publicidad para empresas. Tesis de grado.

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

3.3.1. Procesamientos de datos

Una vez aplicadas las encuestas se procederá de la siguiente manera:

Revisión y Codificación de la información.- Después de un análisis de la información obtenida con el programa tabulador SPSS, se procederá a su respectiva codificación, que comprende en señalar un número para cada una de las categorías incluidas en las preguntas que se realizará a través de la encuesta.

Tabulación de la información.- Permite conocer el comportamiento repetitivo del fenómeno objeto de estudio, determinando la frecuencia con que aparece y cuál es su impacto en las variables.

Análisis de datos.- Es necesario presentar un análisis de los resultados, el cual dependerá del grado de complejidad de la hipótesis y del cuidado con el que se haya elaborado la investigación.

Selección de Estadígrafos.- Elegiremos una estadística inferencial para resumir los datos, utilizando como estadígrafos el porcentaje.

Presentación de los datos.- Con la tabulación de los datos estamos en capacidad de presentarlos, para lo cual se realizará de una manera gráfica de barras verticales.

Interpretación de los resultados.- Para poder comprender la magnitud de los datos, se estudiará cada uno de los resultados por separado para relacionarlos con el marco teórico.

Para el proceso de investigación del proyecto se usara bibliografía e investigación de campo a través de un cuestionario previamente elaborado en encuesta directa, y en entrevista personales, los pasos a utilizar son los siguiente.

- Elaborar el proyecto
- Elaborar el marco teórico, investigación bibliográfica especializada
- Diseñar el cuestionario de la encuesta, utilizar indicaciones de ítems de la matriz de operacionalización de la variable.
- Seleccionar y calcular la muestra
- Elaborar instrumento (cuestionario y encuesta).
- Aplicar los instrumentos según los extracto del trabajo.

Recursos:

Los recursos se dividen en:

- Instrumentales
- Fungible; materiales como marcadores, lápices, bolígrafo, papeles, copia, etc.
- Permanentes: materiales de oficinas, pizarras, infocus, energía eléctrica. Teléfono, etc.

Figura 3
Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	OCTB.	NOV Y DIC	ENERO FEB. MARZ	ABRIL MAYO JUNIO	JULIO AGOSTO SEP
Presentacion y aprobacion del plan de proyecto	*				
CAPITULO 1		*			
CAPITULO 2-3			*		
CAPITULO 4				*	
CAPITULO 5					*

3.3. Análisis e interpretación de resultado

Los datos y preguntas que se encuentra detallada en una información que se detalla en forma ordenada para poder entender con mayor facilidad los problemas e inconveniente a solucionar. La entrevista se llevó a cabo a grupos de personas, dueños de vehículos, ya sean propios o de alquiler. El cuestionario estuvo basado en 10 preguntas seleccionadas adecuadamente para obtener información del problema. Los resultados se presentan en la siguiente sección del capítulo, clasificados por preguntas, de acuerdo a la encuesta utilizada. Los análisis se lo realizarán a partir de gráficos y cuadros; los cuales serán interpretados por los investigadores. Una vez obtenidos los resultados se los compara con las hipótesis planteadas al inicio de la investigación

Interpretación de resultados

Los resultados obtenidos en la investigación luego de la respectiva tabulación de los datos que se obtuvieron por medio de las encuestas realizadas a los propietarios de vehículos en la ciudad de Guayaquil (a personas a partir de 18 años en adelante sector norte y centro) nos proporcionó la información necesaria para continuar con este proceso y desarrollo investigativo, en el cual se logró obtener detalles, opiniones e información importante, las cuáles serán de gran importancia al momento de crear una microempresa que brinde servicio de lubricación a domicilio y asesoramiento automotriz para vehículos ligeros en la ciudad de Guayaquil

Encuestas dirigidas usuario de diferente sexo y edad del encuestado

Tabla 4
Edad del encuestado

Edad	Total	%
18 a 30	113	29,43
31 a 45	144	37,50
46 a 65	127	33,07
total	384	100%

Gráfico 1
Edad del encuestado

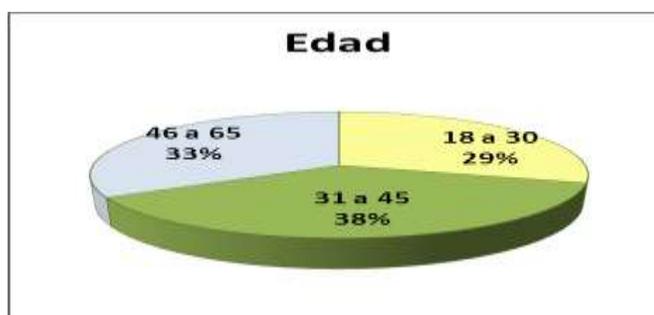


Tabla 5
Género del encuestado

Género	Total	%
Hombres	226	58,85
Mujeres	158	41,15
Total	384	100%

Gráfico 2
Género del encuestado



Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

La encuesta que se realizó en la ciudad de Guayaquil para conocer los gustos y preferencias que tienen los usuarios de un total de 384 encuestados 58.85% (226) son hombres 41.15% (158) son mujeres en esta encuesta refleja que el usuario o conductor de auto en su mayoría masculina y en su mayoría están en edades 37.5% (144) usuario de 31 a 45 años, seguido 33.07% (127) usuarios de 45 a 65 años y en último lugar esta 29.43% (113) encuestado en edades de 18 a 30 años por lo que se refleja que los posibles clientes están en edad adulta para lo cual se refleja que tiene más responsabilidades y capacidad de obtener y ser propietario de un vehículo.

1.-Usted posee conocimiento de mantenimiento del vehículo

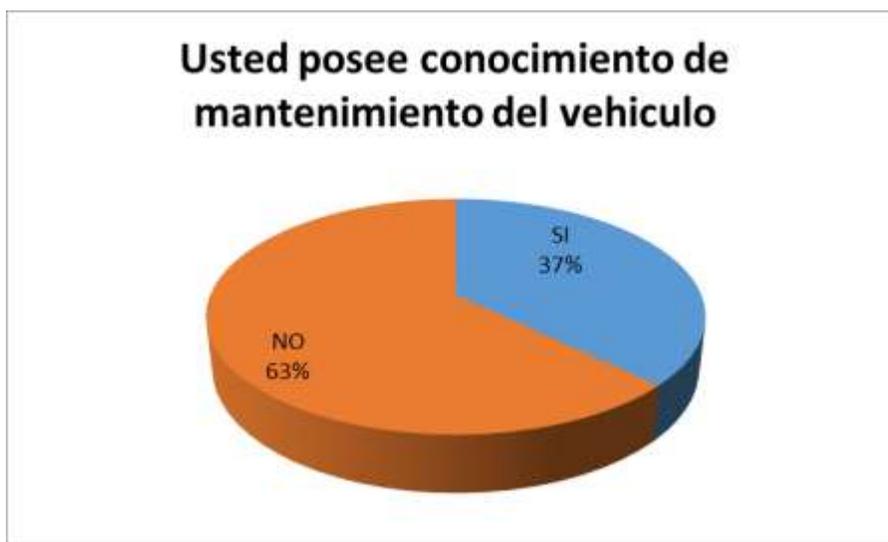
Tabla 6

Usted posee conocimiento de mantenimiento del vehículo

Pregunta 1	TOTAL	%
SI	143	37.24
NO	241	62.76
TOTAL	384	100.00

Gráfico 3

Posee un vehículo



Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Podemos apreciar que la mayoría de las personas del total encuestado no conoce de mantenimiento de vehículo y mucho de ellos no sabe ni cuando le toca el próximo cambio de aceite 143 persona encuestada (37.24%) de estos si conoce el tipo de mantenimiento que se le realiza a su vehículo con un contraste de 241 persona encuestada 241 persona encuestada (62.76%) no saben lo que realmente se realiza en el mantenimiento del vehículo ni tienen un control de su próximo cambio

de aceite y mantenimiento automotriz . Por lo que al analizar las cifras observamos que mucho de los usuarios no llevan un correcto uso de mantenimiento de su vehículo. Por lo tanto al tener una empresa asesorando al usuario con un trabajo de servicio al cliente que le recuerde el mantenimiento y cambio de aceite tendremos un valor agregado intangible que es el servicio personalizado al cliente con pos venta que ayude al cliente recordándole y asesorando el servicio que se le realizara a su vehículo .

2.- Hace cuánto tiempo llevo su vehículo a mantenimiento

Tabla 7

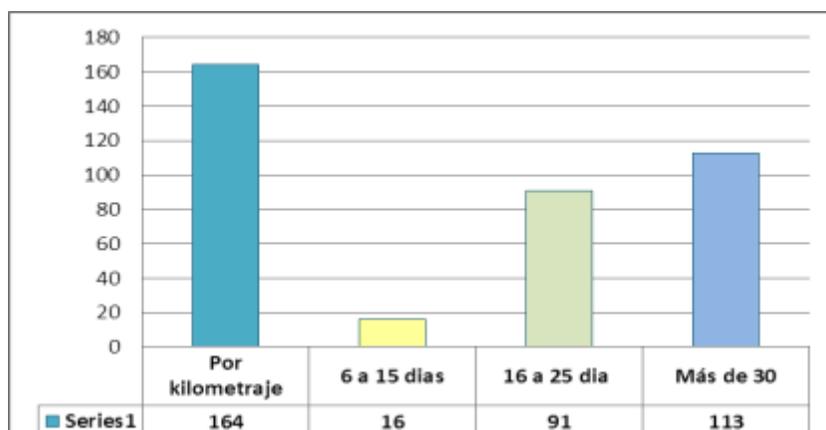
Con que frecuencia realiza el mantenimiento a su vehículo

Pregunta 2	Total	%
Por kilometraje	164	42,71
6 a 15 días	16	4,17
16 a 25 día	91	23,70
Más de 30	113	29,43
Total	384	100%

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Gráfico 4

Hace cuánto tiempo llevo su vehículo a mantenimiento



Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar

Vaca Alcivar Marlon Alexis

Podemos observar que el 42.71% (164) de las personas encuestadas lleva su vehículo a una lubricadora cuando cumple el kilometraje dado por el fabricante del vehículo (son vehículos nuevos) con esto tenemos que favorecer al negocio debido a que tiene que recurrir a la lubricadora por mandato del control de mantenimiento. 6 A 15 días en el mes, el 4.17% (16) que lo hace por precauciones y desea mantener el vehículos en óptimas condiciones, el 16 a 25 días el 23.705% (91) lleva su vehículo al mantenimiento por razones de mantenimiento regular y el 29.43% (113) lo hace más de 30 días, lo hacen por razones monetarias ya que la clase trabajadora lo hacen cuando llega el fin de mes del su salario. Con esta investigación tenemos que favorecer al negocio debido a que para los propietarios de estos vehículos siempre existirá un motivo para requerir el servicio de lubricadora y que mejor aunque estos lo puedan recibir en la comodidad de sus hogares.

3.-Tiene una lubricadora de preferencia

Tabla 8
Lubricadora de preferencia

Pregunta 3	Total	%
Si	149	38,80
No	235	61,20
Total	384	100%

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Gráfico 5
Lubricadora de preferencia



Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

En esta pregunta se puede observar que los usuario tiene 38.80% (149) de los encuestado tiene o conocen una lubricadora de preferencia en cambio el 61.20% (235) de los usuario no tienen una lubricadora de preferencia por lo cual esta cifra es interesante para nosotros ya que eso es el mercado meta para lo cual estaremos nosotros interesado en ofrecer servicio de lubricadora a domicilio.

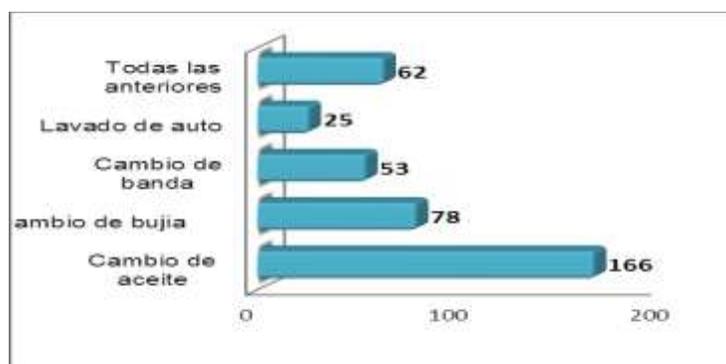
4.-Razones por la que acude a la lubricadora

Tabla 9
Razones por la que acude a la lubricadora

Pregunta 4	Total	%
Cambio de aceite	166	43,23%
Cambio de bujia	78	20,31%
Cambio de banda	53	13,80%
Lavado de auto	25	6,51%
Todas las anteriores	62	16,15%
Total	384	100%

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Gráfico 6
Razones por la que acude a la lubricadora



Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Podemos observar que la mayoría de los usuarios de vehículos eligieron 48.35% (235) los llevan a la lubricadora por cambio de aceite eligiendo también 17.90%(87) cambio de bujía elemento esenciales para mantener el vehículo en operatividad en todas las anteriores como pregunta obtuvo 14.81% (72) es un servicio de combo (se reúne más de dos servicios con un descuento) por lo cual se hace atractivo para activar una promoción de lanzamiento

5.-Cuanto tiempo se toma en llevar a su vehículo al mantenimiento

Tabla 10
Tiempo de espera

Pregunta 5	Total	%
1 a 2 horas	264	68,75
2 a 3 horas	86	22,40
3 a 4 horas	34	8,85
Total	384	100%

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Gráfico 7
Tiempo de espera



Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

En esta pregunta se observa el tiempo de espera que pasa un cliente al momento de ir a un servicio de lubricadora o mantenimiento de un vehículo en lo cual se toma un tiempo muy importante al usuario 1 a 2 horas 68.75% (264) por espera de mantenimiento, 2 a 3 hora pasa cuando el arreglo va a un taller y cambia repuesto consumible como por ejemplo zapata y pastilla de freno en cuyo taller lo realizan de acuerdo como estén en la lista de espera de trabajo que tenga el taller mecánico y 3 a 4 hora 8.85% (34) de los usuario se tarda cuando el mantenimiento se lo realiza cuando el vehículos se queda dañado y se tiene que ir en busca del vehículos para realizar el arreglo llevando consigo al mecánico o personal de mantenimiento.

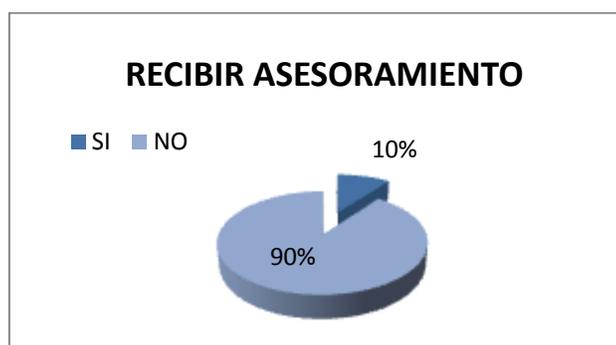
6.-Recibe asesoramiento automotriz en el mantenimiento

Tabla 11
Recibe asesoramiento

Pregunta 6	Total	%
SI	39	10,16
NO	345	89,84
Total	384	100%

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Gráfico 8
Recibe asesoramiento



Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Observamos que en el momento que le están arreglando o dándole un mantenimiento vehicular los usuarios 10.16% (39) recibe un asesoramiento por parte de un profesional del mantenimiento, pero 89.94 % (345) no recibe un asesoramiento por parte del profesional que le proporciona el mantenimiento para lo cual sería un valor agregado para los clientes como un servicio adicional para un mantenimiento preventivo.

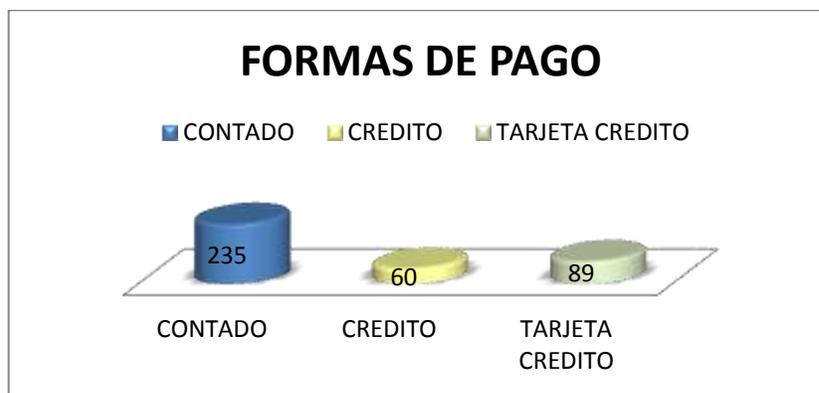
7.- Forma de pago del servicio

Tabla 12
Forma de pago

Pregunta 7	Total	%
CONTADO	235	61,20
CREDITO	60	15,63
TARJETA CREDITO	89	23,18
Total	384	100%

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Gráfico 9
Formas de pago



Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Observamos que el 61.20% (235) de las personas suelen pagar de contado los costos de mantenimiento el 15.63% (60) suelen tener crédito directo con las lubricadoras que no suele pasar de 30 días y el 23.13% (89) pagan con tarjeta de crédito de forma corriente debido a que hay una gran cantidad de cliente que posee una tarjeta de crédito para sus compras, eso es un potencial grande para tenerlo en cuenta para el desarrollo de este negocio.

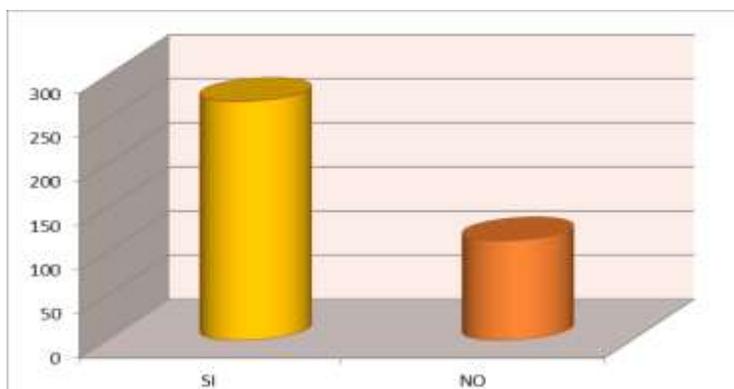
8.- Estado de su vehículo

Tabla 13
Utilizaría usted el servicio de lubricadora de vehículo a domicilio

Pregunta 8	TOTAL	%
SI	271	70.57
NO	113	29.43
TOTAL	384	100.00

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Gráfico 10
Estado de Vehículo



Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

En la presente podemos apreciar que todas las personas del total encuestado disponen de vehículo, en la que podemos resaltar que un 58.07 % (223) de estos son vehículos en excelente estado por lo general son vehículos nuevos o que tienen 2 año de antigüedad el 21.35% (82) son vehículos buenos que por lo general tienen un cuidado y mantenimiento adecuado a pesar de sus años. Por otro lado tenemos 18.23% (70) Regular en este ítem constan los vehículos que tienen problemas de mantenimiento en cuanto pinturas y problemas mecánicos por lo que el conductor llegan a tener daños inesperados en las calles de la ciudad y 2.34% (9) son vehículos malos que no cumplen con los estándares de que exige la CTE (Comisión de tránsito del Ecuador) o agencia nacional de tránsito del Ecuador por lo general son vehículos antiguos que con el tiempo llegan a perder parte de su estructura natural y son adaptados ciertos componentes de manera artesanal. Según como se ve estos son la gama de vehículos que circulan en la ciudad de Guayaquil y a clientes que tenemos que llegar a ofrecer el servicio.

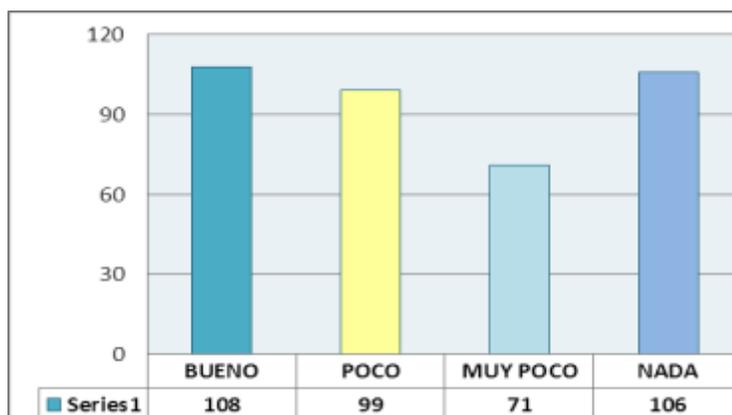
9.- Como evalúa el servicio recibido de una lubricadora

Tabla 14
Servicio recibido de una lubricadora

Pregunta 9	Total	%
BUENO	108	28,13
POCO	99	25,78
MUY POCO	71	18,49
NADA	106	27,60
Total	384	100%

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Gráfico 11
Servicio recibido de una lubricadora



Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Con esta información podemos apreciar que existe un gran porcentaje de las personas encuestadas que sienten insatisfacción en cuanto al servicio que les ofrecen las actuales lubricadoras, ya que en esta pregunta solo obtuvimos un 28.13% (108) de las personas encuestadas que dijeron estar con un servicio bueno que estas les ofrecen, en cuanto al 55% restante encontramos a aquellas personas que dicen estar totalmente satisfecho. En la última parte esta 27.6% (106), su nivel de

satisfacción es nada debido a que ellos indican que cierta lubricadora se limitan a solo el servicio que se les piden más ellos no les revisan ciertas parte del vehículo para comprar accesorio como foco quemados y revisión de filtros en especial de aire acondicionado o algún otro componente que le sea necesario para el desarrollo normal del vehículo esto nos suma un total de 384 personas que nos indica que existe un mercado con necesidades por satisfacer en este ámbito.

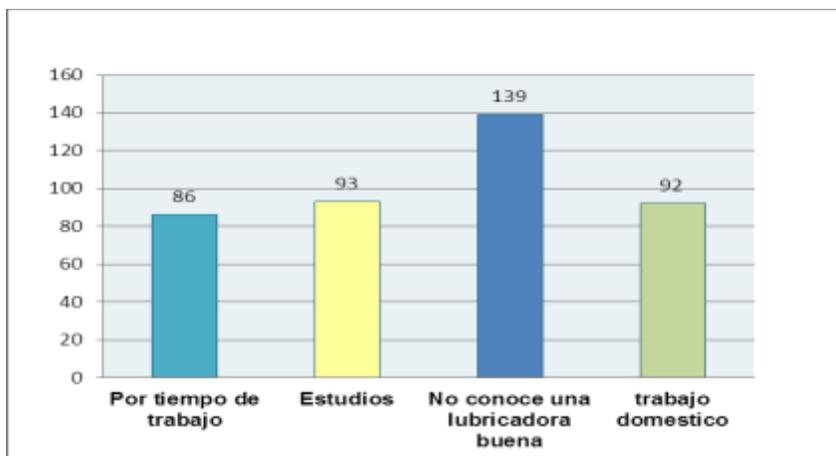
10.- Causa que le impide llevar su vehículo a la lubricadora

Tabla 15
Causas que impiden ir a una lubricadora

Pregunta 10	Total	%
Por tiempo de trabajo	86	20,98
Estudios	93	22,68
No conoce una lubricadora buena	139	33,90
trabajo domestico	92	22,44
Total	410	100%

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Gráfico 12
Causas que impiden ir a una lubricadora



Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Podemos observar que para ingresar al mercado como un servicio totalmente autentico, existen muchos inconvenientes por los que los usuarios de estos vehículos tienen que atravesar para poder llevar sus vehículos a mantenimiento, entre estos tenemos principalmente con el 21.98%% (86) Por tiempo de trabajo, al que le sigue 22.68% (93) por estudios y 33.90% (139) no conocen una lubricadora buena y en último puesto esta 22.44% (92) trabajo doméstico en la cual tiene que el usuario interactuar con la familia, compras de víveres y arreglo del hogar.

CAPÍTULO IV

INFORME TECNICO FINAL

Plan de factibilidad para la implementación de una micro empresa “serviaceite s.a” que brinde servicio de lubricación a domicilio y asesoramiento automotriz para vehículos ligeros en la ciudad de Guayaquil

Beneficio.- Son ejecutivo, oficinistas y amas de casa que por cuestión de tiempo no pueden dar un mantenimiento adecuado a su vehículos.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

4.1. Empresa



4.1.1. Misión, visión y valores

Misión

Satisfacer las necesidades a los clientes de manera rápida y oportuna brindando productos de calidad y un buen servicio en el mantenimiento de vehículo a domicilio.

Visión

Ser un importante negocio de servicio para el sector automotriz de la ciudad de Guayaquil y reconocido por utilizar y cumplir con los estándares de calidad de los mejores talleres de servicio de mantenimiento.

Valores

Integridad.- aceptar la responsabilidad y asumir lo que nos corresponde en nuestro trabajo y acciones

Honestidad.- ser auténticos hacia nuestros clientes para tener una imagen de confianza en nuestro servicio, actuando siempre en base a la verdad

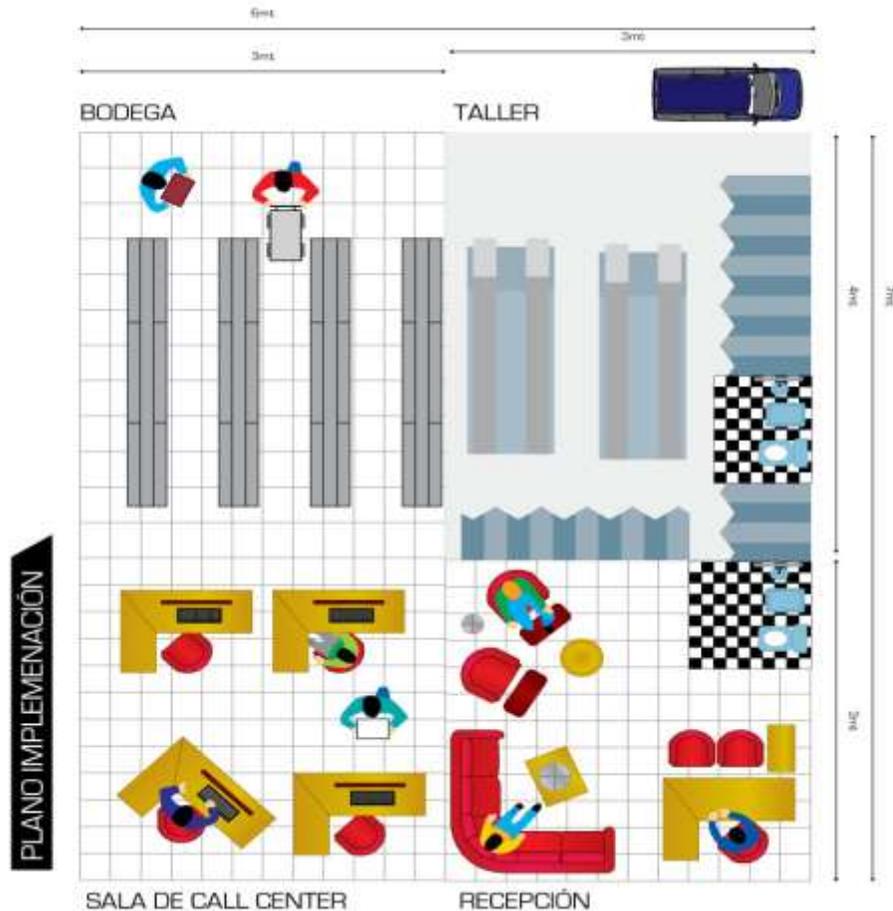
Creatividad.- Buscar nuevas oportunidades, fortaleza y brindar soluciones fuera de lo común. Usando nuestra creatividad para encontrar formas prácticas de resolver problemas.

4.2. Localización de proyecto

La oficina base quedará ubicada en la Cdla. Los Vergeles ubicada en la avenida Francisco de Orellana el lugar seleccionado es en la casa de unos de los integrante de esta proyecto que es a su vez su lugar de residencia por ende se deducirán gasto de alquiler y otros costos operativos , el lugar seleccionado esta debido a que es un sector de gran afluencia vehicular y comercial siendo un factor que brinda comodidad tanto para mantener nuestro vehículo que es una herramienta de trabajo estacionado en la parte exterior a la vez es adecuado para que los propietarios de vehículos pueda acudir cómodamente para solicitar nuestro servicio.

- Área de establecimiento (6 x 7) 42 m²
- Atención al cliente 20% del total, equivale a 8.30 m²
- Área de administración 25% del total, equivale a 9.70 m²
- Área de Bodega 55% del total, equivale a 24m²

Figura 4
Distribución de SERVIACEITE S.A



Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Capacidad del local

El lugar en donde funcionara la oficina y bodega de la microempresa es el domicilio del emprendedor de este proyecto en la cual por su tamaño y dimensiones tenemos las facilidades para que el usuario o cliente en general se acerque a realizar pedidos de servicio y asesoramiento mecánico contara con sala de espera y espacio para bodega en la cual se almacenara equipo, repuestos y herramientas necesaria para brindar un excelente servicio.

4.3. Requerimientos del personal

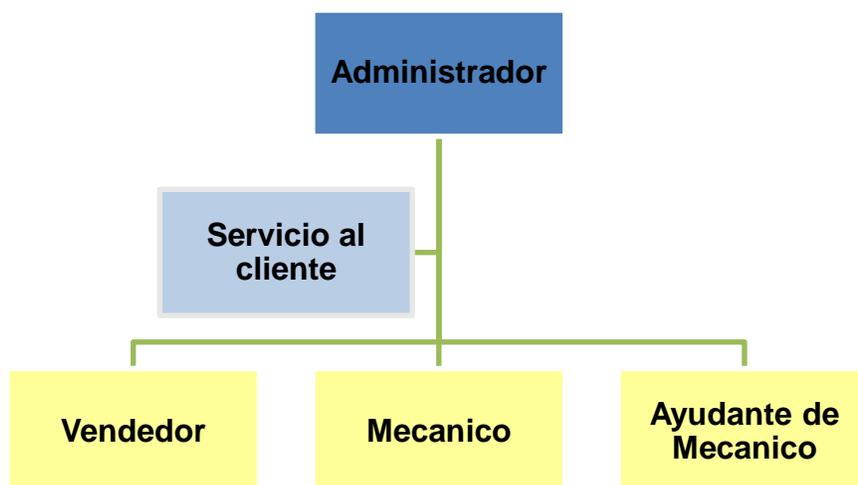
Para establecer todo tipo de negocio es necesario tener lo mejor posible, es por ello que para nuestra microempresa de Lubricadora a domicilio no es la excepción, para el comienzo de la compañía se la realizará con un mínimo de personal para poder acortar gasto en el área administrativa, que lo haría el personal que sepa de contabilidad y al mismo tiempo sepa de servicio al cliente, pero se requiere de un personal altamente calificado que desempeñe correctamente cada una de las funciones que se le asigne, en el área de trabajo de mecánica de mantenimiento con disposición plena a brindar su mayor esfuerzo en cada una de las actividades que realiza.

El personal necesario para poder cumplir con todas las actividades generadas por el negocio son las siguientes:

- 1.- Área Administrativa:** El Área Administrativa está conformada por el siguiente personal Gerente, servicio al cliente y Vendedor
- 2.- Área Operativa-Técnica:** El área técnica la realizaría el mecánico especializado en mantenimiento de vehículo y el oficial o ayudante

4.3.1. Organigrama

Gráfico 13
Organigrama



Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

4.3.2. Descripción de los cargos

FUNCIÓN DEL ADMINISTRADOR

- 1.- Comprar de los productos, materiales o sustancias que se requieran durante el día
- 2.- Se verifica en la base de datos del inventario.
- 3.- Se aprueba métodos de trabajo según la situación
- 4.- Elabora reporte sobre aprobación de uso de inventarios
- 5.- Reduce la cantidad de inventarios que se utilizaron.
- 6.- Verifica la cantidad de inventarios utilizados durante el día.
- 7.- Comprueba que no exista ninguna novedad.
- 8.- Elabora reportes diarios.
- 9.- Archiva datos de reportes sobre información de inventarios otro negocio es el de capital, la inversión que corresponde a esta microempresa mínima es de \$ 38000 que será de capital propio o de algún inversionista que desee incursionar en este negocio o prestado por una institución financiera de desarrollo de emprendimiento gubernamental (CAF O BNF)

FUNCIÓN DEL VENDEDOR

OBJETIVO Dar a conocer el nuevo servicio otorgado en el medio, captando nuevos clientes en el mercado, por medio ofrecimiento en sectores acertados y previamente

analizados, mencionando así la variedad de servicios y ventajas que se ofrecen para crear el interés propio de los futuros potenciales clientes.

FUNCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE

OBJETIVO

Recibir cada uno de las necesidades solicitadas por el cliente o futuro cliente, ya sean nuevos requerimientos, quejas, cambio de citas, etc. Todas éstas serán atendidas por el asistente de cliente de la oficina y se notificará a quien corresponda según sea la necesidad que lo requiera incluyendo al administrador.

FUNCIONES DEL MECÁNICO Y AYUDANTE DE MECÁNICO

OBJETIVO Realizar el servicio por parte de los técnicos, en cada uno de los vehículos de los usuarios que hayan solicitado el servicio, junto con el cumplimiento de nuestras obligaciones recibiendo así la cantidad monetaria previamente establecida.

4.3.3. Organización y Procedimientos de Mantenimiento.

La organización del mantenimiento se da por métodos de mantenimiento preventivo y correctivo a través de los esquemas de mantenimiento y sus controles respectivamente. El compromiso de una empresa está en dedicarle la atención necesaria al mantenimiento a través de una adecuada organización dado que en sí, éste incide 28 en costos de producción, la capacidad de operación, la seguridad, la imagen, la calidad de servicios y la calidad de vida de los miembros que componen una empresa. El objetivo de la organización y determinación de procedimientos de mantenimiento es asegurar los medios de ejecución y planificar la secuencia de

trabajo, de manera que los servicios prestados se terminen dentro del plazo previsto. Dicho de otra forma lo que se busca es:

1. Minimizar los tiempos muertos de los operarios.
2. Minimizar los tiempos muertos de las máquinas.
3. Minimizar los tiempos auxiliares de las máquinas.
4. Minimizar los tiempos de espera de los insumos y repuestos.
5. Contribuir a mantener un equilibrio entre carga, instalaciones y personal.
6. Detectar los servicios y procesos de mantenimiento conflictivos y proveer la información para la reingeniería.
7. Aportar información básica para la estimación de plazos de entrega precisos.

Los cuatro primeros puntos tienen relación con el uso eficiente de los recursos aprovechando mejor la operatividad del personal técnico de la estación de servicio de mantenimiento y el potencial instalado, disminuyendo las pérdidas en los insumos y perfeccionando los inventarios con la ventaja económica que significa la disminución de costes de bodegaje y existencia. Los puntos 5 y 6 permiten equilibrar la presión de trabajos pendientes o los que están siendo realizados con los tiempos muertos de algunos equipos o áreas y descubrir en qué puntos del circuito del servicio de mantenimiento prestado la capacidad es excedida, disminuida o se tiene personal o equipos improductivos.

Ello además permitirá tomar decisiones sobre redistribuciones, expansiones, reingeniería, reemplazos, eliminación, etc. de equipos, herramientas, máquinas, procedimientos, etc. El punto 7 permite realizar en función de datos una mejor estimación de plazos de entrega e intercalar nuevos trabajos. También permite estimar los defectos de proceso y determinar nuevas distribuciones y asignaciones de personal y equipo.

4.4. Análisis de mercado

Consiste en obtener un resultado en lo que se refiere a captación en el mercado en comparación con empresas rivales que compiten diariamente por captar nuevos clientes, De allí dependerá de cada uno de ellos de escoger y aplicar la mejor estrategia para competir al mismo nivel o superarlos para alcanzar un beneficio pleno para la organización. La rivalidad dependerá de: número y tamaño de competidores, crecimiento del sector diferenciación del producto y servicio.

4.4.1. Análisis Demanda del Servicio

El propósito es tratar de determinar mediante la demanda es estudiar los requerimiento de los clientes con respecto al tipo de servicio que desea que se pretende desarrollar para poder satisfacer las necesidades del mercado al que vamos a desarrollar nuestro proyecto de factibilidad.

4.4.2. Análisis del FODA

Tabla 16

FODA

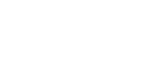
Fortaleza	Oportunidades
Ser los primero en el mercado de serv. A domicilio	Necesidades insatisfecha en el serctor de lubricadora
Contar con local propio	Ganar un nicho en el mercado que no han desarrollado la competencia
Contar con servicio de auxilio mecanico y mantenimiento	Gran demanda de clientes que buscan una lubricadora a domicilio
Contar con una logistica segura y eficiente	Satisfacer a los cliente que de una u otra manera esten ocupado
Contratar personal profesional y calificado	Ganar un auspiciante entre los proveedore automotrices
Ofrecer promociones para el cliente	Aprovechar la tecnologia para darnos a conocer
Debilidades	Amenaza
Ser nuevo en el mercado	Cambios constantes impuestas por el Gobierno
No poseer en experiencia y conocimiento en el mercado	Incremento de precios en los materiales
No contar con el respaldo de una marca que nos auspicie	Aparición de nuevos competidores
No contar con una cartera de clientes en el mercado	Empresas ya posicionadas en el mercado
No alcanzar las expectativas del cliente	Desarrollo de estrategia y promociones con precios mas bajos

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

4.4.3. Número y tamaño de las lubricadoras y competidores

Es necesario mencionar que en el medio actual no existen competidores que ofrezcan un servicio similar como lo es un servicio de lubricadora a domicilio, es decir pasaríamos a convertirnos en una empresa innovadora, únicos en el sector del norte de Guayaquil. Cabe mencionar que la demás competencia directa existente son obviamente las lubricadoras que existen en la ciudad de Guayaquil, que proporcionan un servicio en cada uno de los respectivos locales que se encuentran en el sector norte de la ciudad. La cantidad es considerable ya que existen lubricadoras tanto en sectores centrales como en sectores alejados de la ciudad entre los cuales tenemos los siguientes:

Figura 5
Competidores

	NOMBRE DE LUBRICADORA	SERVICIOS	DIRECCION
	LUBRICADORA SAMANES	1.1 Lavada de vehiculos 1.2 Cambio de aceite 1.3 cambio de bujia y filtro de aire	Samanes 4 mz 412 v 1
	LUBRICADORA SAR	1.1 Lavada de vehiculos 1.2 Cambio de aceite 1.3 Limpieza de inyectores 1.4 balanceo y alineacion	av Isidro cueva cdla garzota
	LUBRICADORA CORDOVA	1.1 Lavada de vehiculo 1.2 Cambio de aceite y engrasada 1.3 pulida y enserada 1.4 venta de llantas y baterias	Ismael Perez Pazmiño 615 y Pedro Pablo Gomez
	LUBRICADORA GALLEGOS	1.1 Lavada de vehiculo 1.2 Cambio de bujias 1.3 Cambio de aceite 1.4 Venta de accesorios	Alborada 12va etapa av fco de Orellana
	LUBRICADORAS PITA ´S	1.1 Lavada de vehiculo 1.2 cambio de filtro y bujias 1.3 Cambio de aceite 1.4 Cambio de fusibles y electromecanica	Av fco de Orellana mz b v 6

4.5. Mercado meta

El mercado meta al que queremos enfocarnos son personas que conducen o son propietario de vehículos y que no tengan una lubricadora de preferencia, con el propósito de aplicar estrategias de Marketing para captación de consumidores.

Acerca de nuestra actividad el mercado objetivo a dirigiarnos es el de las lubricadoras, siendo más específico un servicio de lubricadora a domicilio de confianza en la ciudad de Guayaquil.

4.5.1. Segmentación de mercado

Nuestro mercado estará enfocado a los vehículos ligeros el mismo que pueden pertenecer a categorías: propios o de alquiler.

Composición del mercado: Luego de identificar el mercado objetivo al cual vamos a incursionar, el siguiente paso es segmentar y determinar los distintos grupos potenciales de consumidores que necesitarían al servicio que se ofrece.

Variable Demográfica: La Lubricadora ofrecerá sus servicios a los distintos propietarios de vehículos en ciudad de Guayaquil del cual su oficina se encontrará ubicada en la norte de la ciudad

Edad: Edad de nuestros consumidores serán personas de 18 años en adelante, que tengan las capacidades, facultades y más permisos necesarios para poder utilizar un vehículo que serán considerados como mercado meta.

Nivel económico: servicio está orientado a personas de clase social media alta.

Género: hombres y mujeres que no cuenten con el tiempo necesario para acudir y/o llevar su vehículo a una Lubricadora, de igual manera a personas como mujeres que no tienen el conocimiento necesario y propio para realizar los respectivos mantenimientos que necesita El vehículo.

4.5.2. Marketing Mix

Mezcla de marketing incluye “todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto”(Kotler & Armstrong, 2013). A continuación se expone de forma resumida los contenidos de los principales elementos presentes en un plan de marketing.

Tabla 17
Marketing Mix

PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos • Calidad • Diseño
PRECIO	<ul style="list-style-type: none"> • Precio de lista • Descuentos • Periodo de pago
PLAZA	<ul style="list-style-type: none"> • Canales • Cobertura • Surtido
PROMOCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de ventas • Publicidad • Fuerza de ventas
PEOPLE	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Motivacion • Necesidades y deseos
PHYSICAL EVIDENCE	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura • Maquinaria • La calidad del producto
PROCESOS	<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento de las actividades • Conocimiento de las actividades productivas

Fuente: (Kotler & Armstrong, 2013, pág. 132)

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar

Vaca Alcivar Marlon Alexis

PRODUCTO / SERVICIO

Realizar el mantenimiento vehicular dentro del periodo y kilometraje que exige la marca o el fabricante de vehículos, para garantizar el correcto funcionamiento de las partes esenciales del vehículo, extendiendo así su vida útil y evitando posibles reparaciones costosas.

El Servicio a ofrecer a los diferentes propietarios de vehículos es de lubricadora a domicilio, que comprende una variedad de aspectos esenciales para mejorar el desempeño y prolongar su vida útil, se otorgara una variedad de servicios que quedan a disposición o según la necesidad más frecuente por parte de los propietarios de vehículos; se los ha tomado en consideración los principales aspectos que fueron mencionadas en las encuestas realizadas, y son las siguientes.

Cambio de aceite de motor consiste en renovar el aceite y los filtros que utilizan los motores a combustión para no solo refrigerar el motor si no también que evite el desgaste de parte y piezas del motor de igual manera para que todas las partes del vehículo funcionen correctamente, se debe controlar y hacer los cambios respectivos.

Ventas e instalación y revisión de producto consumible como Frenos Se inspeccionará visualmente el desgaste de pastillas, discos, zapatas y tambores. Se verificará el nivel de líquido de frenos que se encuentran dentro de sus límites, comprobando si es que existe algún desgaste en las superficies de fricción. Cambio de aceites, motor, filtro de aire y combustible De acuerdo a la frecuencia de viajes o distancias recorridas de los vehículos se requerirá realizar cambios de aceite al vehículo, es por ello que en el servicio se ofrecerá el respectivo cambio de aceite, que requiera más la limpieza (o cambios) si así lo requieren los filtros.

SERVIACEITE S.A. ofrecerá a sus clientes:

- Variedades de servicios a domicilio.
- Cambio de aceite al motor.
- Revisión y venta de líquido de
- Frenos, Revisión de presión de neumáticos.

- Revisión de luces y ventas de focos, Venta e instalación de Bujías.
- Limpieza de vehículo.
- Cambios de filtro de gasolina.
- Revisión e instalación de filtros de aire
- Revisión de frenos y cambio de pastilla y zapata para frenar.

PRECIO: Los valores que ofrecerá SERVIACEITE S.A. estarán basados en:

- Los servicios individuales o el paquete completo o combo.
- Los mismos que se ven afectados por 2 variables que son el tipo de vehículo del usuario y el uso que se le dé al vehículo.
- Precios que estarán sujeto según el mercado

MERCADO O PLAZA: Debido a que es un servicio personalizado, se concretará con el usuario por medio de visitas en urbanizaciones privadas u oficinas, a su vez ofrecer un servicio post-venta para mantener la fidelización de los usuarios que han adquirido los servicios mediante una llamada telefónica. Por consiguiente el servicio será completado a domicilio, llegando así al consumidor final.

PROMOCIÓN: Es una parte importante debido a que permite la captación de mercado dentro de las preguntas realizadas en la encuesta sobre la percepción de cuál sería la causa que le impide llevar su vehículo a la lubricadora, se la realizó con el fin de saber si los clientes estarían dispuesto a que nuestro personal visite sus hogares para otorgar un excelente servicio a sus vehículos, por lo que se puede apreciar que la mayoría de los entrevistados no conocen una lubricadora buena, ya que en algunas de sus respuestas mencionan que es poco el servicio percibido en estos establecimientos.

Comunicación: Darnos a conocer nuestro servicio en el medio es importante más aún, si somos los pioneros en esta clase de servicio a domicilio, pero para poder persuadir, y captar clientes es necesario contar con un plan de publicidad que

acelere este proceso. Publicidad en medios en la ciudad de Guayaquil es muy costosa.

Para reducir costo por el momento nos daremos a conocer por Publicidad gratuita que son los medios digitales como correo electrónico, redes sociales Facebook e instagram y propaganda en forma de panfletos o pop, como también con entrega de hojas volantes en lugares concurridos por personas del sector. Colocación de afiches promocionales en los parabrisas de los vehículos parqueados debido al gran impacto que tiene en los usuarios que frecuentan las redes sociales y corto plazo otra forma será por medio de los periódicos que circulan con mayor frecuencia en la ciudad.

Con esto se logrará una vez que la empresa logre posicionarse en la mente de los usuarios con una imagen confiable y de buen servicio que permita el buen prestigio de la empresa, dándose a conocer de manera inmediata,

PEOPLE – PERSONAL: El equipo de trabajo es una parte muy importante en todas las compañías, pero especialmente en esta empresa ya que ellos son el complemento fundamental que formara parte del servicio que se le otorgara a los cliente ofertado por la empresa, nuestro personal será la parte de la carta de prestación de la compañía y el cual dependerá la impresión que el cliente se forma la de la empresa en base su comportamiento, profesionalismo, desempeño y actitudes.

Si Nuestro personal no se le "vende" la calidad del servicio que presta la empresa, no existe forma alguna de que puedan "venderle" el servicio al cliente. Para ello es necesario formar un programa básico de servicio así obtener el compromiso de la gente para lo cual se requiere del personal:

- Que se comprometan de lleno a cumplir los objetivos corporativos.
- Que crean en el programa y piensen que vale la pena.
- Que se sientan identificados con la empresa.

- Que sientan que son útiles para la empresa, y la empresa útil en sus vidas y desarrollo.

PHYSICAL EVIDENCE - Presencia física: Los clientes se forman impresiones sobre una empresa de servicios a través de la presencia o evidencia física reflejados en el personal de la empresa, en los colores, en los bienes asociados con el servicio etc.

La presentación física de nuestro equipo de trabajo es un aspecto importante considerado al momento de ofrecer un servicio, es por eso que en el estudio de mercado se logró determinar la manera en la que los vendedores y servicio al cliente deberán estar bien presentados y uniformados de manera informal con jeans y con una camiseta acorde con el logo de la empresa.

PROCESO DE POSICIONAMIENTO:

- Seguimiento de las actividades
- Conocimiento de las actividades productivas

Para retener a sus clientes, las marcas deben prestar mucha atención a los procesos, monitorizando la social media, realizando entrevistas de satisfacción del cliente, y apostando por el marketing de automatización. Se trata de procesar los datos aportados por el cliente para convertirlos en acciones que contribuyan a la fidelización del consumidor (Alonso & Aguilera, 2014).

- **Posicionamiento por beneficios:** Sera resaltar los atributos más poderosos de la empresa, aquellas que ningún competidor puede reclamar y que son valiosos para el cliente, como lo es el servicio a dominico, el servicio post venta
- **Posicionamiento por calidad:** Realizando compras de producto de buena calidad para ofrecer a nuestros clientes seguridad en sus vehículos.

- **Posicionamiento por solución de problemas:** Dar un seguimiento a nuestros clientes para que los clientes tengan un mejor asesoramiento oportuno de sus vehículos ya que la empresa tiene la facultad de eximir a los clientes de cualquier problema que pueda enfrentar,
- **Posicionamiento por precio:** Se refiere no al precio de los servicio como tal, sino a la variedad de promociones que ofertemos, como por ejemplo dependiendo del día o la hora, entre otros.

4.5.3. Estimación de precios

Tabla 18
Precios

ESTIMACIÓN DE PRECIOS	
CAMBIO DE ACEITE	26,00 US\$
VENTA E INSTALACION DE BUJIA	16,00 US\$
REVISION Y VENTA DE LIQUIDO DE FRENO	8,00 US\$
REVISIÓN DE PRESIÓN DE LLANTAS	2,00 US\$
REVISIÓN Y VENTAS DE FOCO	0,50 US\$
CAMBIO DE FILTROS DE GASOLINA	9,00 US\$
REVISION E INSTALACIÓN DE FILRO DE AIRE	28,00 US\$
PAQUETE COMPLETO	49,99 US\$
REVISION DE FRENOS	4,00 US\$
CAMBIO DE PASTILLA	24,00 US\$

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

4.5.4. Marca y Slogan

Marca: SERVIACEITE S.A

Slogan: "DAMOS VALOR A TU TIEMPO"

Figura 6
Logotipo de la lubricadora con servicio a domicilio



Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Para que la microempresa sea capaz de incursionar adecuadamente en el mercado es necesario tener un slogan (damos valor a tu tiempo) que identifique a la propia empresa y servicio que se ofrece combinando un nombre de SERVIACEITE S.A , fácil de recordar, original y que tenga una relación estrecha con el concepto del negocio.

4.5.5. Plan promocional

El día de la inauguración las 20 primeras llamadas recibirá totalmente gratis el paquete completo de mantenimiento Descuentos por contratar el paquete completo de servicio

- Promociones para clientes fijos de la Empresa.
- Sorteo de accesorios útiles para el vehículo.

ASPECTO FINANCIERO

4.6. Aspecto financiero

Al analizar la existencia de un mercado potencial al cual ofrecer un servicio, y al existir facilidades para el desarrollo del proyecto, el estudio financiero busca establecer el monto necesario de recursos económicos, el costo total de operación e indicadores que servirán de base para la evaluación financiera del proyecto. El estudio financiero tiene como fin ordenar la información que es obtenida de los capítulos anteriores como es la inversión, costos e ingresos. Además, en el estudio financiero se comprobará que con los recursos que se dispone se puede ejecutar el proyecto.

4.6.1. Detalle de inversión y plan de financiamiento

La inversión requerida para crear este tipo de negocio de servicio no es inalcanzable como algún otro tipo de negocio que necesita una mayor inversión de capital. La inversión corresponde a una Microempresa, con una cantidad de \$30.000.

En este momento el Gobierno Nacional con el apoyo de instituciones estatales como el CFN (Corporación financiera nacional) BNF (Banco Nacional del Fomento) otorgan crédito a microempresario y persona emprendedoras con tasas de intereses de hasta el 15 % anual por 5 años por lo cual es un atractiva oferta en tomarse en cuenta para realizar dicha inversión.

Los instrumentos, materiales, o demás parte tecnológica no corresponde a muchos equipos sofisticados para brindar un servicio a domicilio, un medio de movilización, herramientas, sistema de base de datos, son los únicos requerimientos necesarios para poner en funcionamiento este empresa, siendo esta una oportunidad factible de aplicación por parte de nuevos competidores,

La forma de hacer llegar el servicio es en forma directa, transportando y llevando el servicio a donde se lo requiera, es decir a domicilio; es una forma nueva que involucra innovación y creatividad, el poder llevar un servicio de lubricación y mantenimiento automotriz a domicilio, el cual no es aplicado por ninguna lubricadora actual , ya que bajo ningún concepto ofrecen alguna alternativa como ésta, siendo todos estos antecedentes una pauta para tomar en consideración al momento de hacer este análisis.

Respecto de las leyes, la complejidad en lo que corresponde a la parte legal para poder establecer este tipo de negocio no es tan alto de alcanzar, lo esencial son los permisos para poder establecer una oficina, ya sean éstos permisos municipales, del cuerpo de Bomberos, por lo que no representa un obstáculo para establecerse sin embargo, hay que tener en cuentas ordenanza municipales sobre arreglar un vehiculó en la vereda o en la calle, ya que en los actuales momentos hay multa pero como el servicio es rápido y a la vez no en un sitio específico puede brindarse sin infringir las leyes vigentes.

Tabla 19
Presupuesto de inversión

PRESUPUESTO DE INVERSION	
Activo fijo	
Maquinaria y equipo de producción	\$ 950,00
Muebles y Enseres	\$ 606,00
Equipos de Oficina y computación	1.075,00
Vehiculo	\$ 18.744,41
Subtotal	\$ 21.375,41
Activo diferido	
Asistencia tecnica	\$ 500,00
Gastos de constitución	\$ 1.000,00
Subtotal	\$ 1.500,00
Capital de trabajo	
Mano de obra	\$ 4.519,79
Materia prima e insumos	\$ 1.604,80
Otros gastos	\$ 1.000,00
Subtotal	\$ 7.124,59
Total	\$ 30.000,00

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Costo del capital

Las inversiones que van a ser necesarias para poner en marcha el proyecto se presentan a continuación en siguiente cuadro:

Tabla 20
Costo del capital

Costo de Capital Promedio Ponderado				
Fuentes de Financiamiento	Monto US\$	a Proporción %	b Tasa %	= (a * b) Ponderación
Capital Social	7.124,59	24%		0,00%
Utilidades Retenidas				
Obligaciones Financieras	22.875,41	76%	15%	11,44%
Totales	30.000,00	100%		11,44%

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Tabla 21
Amortización

SERVIACEITE						
Tabla de Amortización Gradual						
Acreeedor Principal	Banco Privado					
Tasa %	22.875					
Plazo	15% Anual					
	36 Meses					
	30 (Con 6 Meses de Gracias)					
Periodo	Intereses	Abono al Principal	Couta	Saldo del Principal	Acumulacion de Intereses	Amortizacion de Principal
0				22.875,41		
1	285,94	0,00	285,94	22.875,41		
2	285,94	0,00	285,94	22.875,41		
3	285,94	0,00	285,94	22.875,41		
4	285,94	0,00	285,94	22.875,41		
5	285,94	0,00	285,94	22.875,41		
6	285,94	0,00	285,94	22.875,41		
7	285,94	633,16	919,10	22.242,25		
8	278,03	641,07	919,10	21.601,18		
9	270,01	649,09	919,10	20.952,09		
10	261,90	657,20	919,10	20.294,89		
11	253,69	665,41	919,10	19.629,48		
12	245,37	673,73	919,10	18.955,75	3.310,60	3.919,66
13	236,95	682,15	919,10	18.273,59		
14	228,42	690,68	919,10	17.582,91		
15	219,79	699,31	919,10	16.883,60		
16	211,04	708,06	919,10	16.175,54		
17	202,19	716,91	919,10	15.458,64		
18	193,23	725,87	919,10	14.732,77		
19	184,16	734,94	919,10	13.997,83		
20	174,97	744,13	919,10	13.253,70		
21	165,67	753,43	919,10	12.500,27		
22	156,25	762,85	919,10	11.737,42		
23	146,72	772,38	919,10	10.965,04		
24	137,06	782,04	919,10	10.183,00	2.256,46	8.772,74
25	127,29	791,81	919,10	9.391,19		
26	117,39	801,71	919,10	8.589,48		
27	107,37	811,73	919,10	7.777,75		
28	97,22	821,88	919,10	6.955,87		
29	86,95	832,15	919,10	6.123,72		
30	76,55	842,55	919,10	5.281,16		
31	66,01	853,09	919,10	4.428,08		
32	55,35	863,75	919,10	3.564,33		
33	44,55	874,55	919,10	2.689,78		
34	33,62	885,48	919,10	1.804,30		
35	22,55	896,55	919,10	907,75		
36	11,35	907,75	919,10	0,00	846,20	10.183,00

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar

Vaca Alcivar Marlon Alexis

4.6.2. Inversión Fija

Dentro de la inversión consideramos todos aquellos activos fijos que son parte necesaria del proyecto. Los activos fijos del proyecto constan de cinco partes: bienes

inmuebles, maquinaria y equipo de producción, muebles de oficina, equipos de oficina, equipos de computación, la inversión fija corresponden las cuentas que a continuación se detallan

- Maquinaria y Equipos
- Equipos de Oficina
- Equipos de Computación
- Muebles y Enseres

Los rubros correspondientes a cada una de ellas serán.

Tabla 22
Maquinarias y equipos de producción

Maquinarias y Equipos de Producción			950,00
Perchas	3	\$ 60,00	\$ 180,00
Compresor	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Bombas manuales de aceites	2	\$ 55,00	\$ 110,00
Cajas de herramientas	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Carritos de herramientas	2	\$ 100,00	\$ 200,00

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Tabla 23
Equipos de Oficina y Computación

Equipos de Oficina y Computación			1.075,00
Computadoras de escritorio	1	\$ 500,00	\$ 500,00
impresora multinacional	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Telefono	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Dispensador de agua	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Aire acondicionado	1	\$ 340,00	\$ 340,00

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Tabla 24
Muebles y enseres

Muebles y Enseres			\$ 606,00
Escritorio de trabajo	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Silla ejecutiva	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Sillas de espera	4	\$ 24,00	\$ 96,00
Archivador	1	\$ 140,00	\$ 140,00

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Tabla 25
Vehículo

Vehiculo			\$ 18.744,41
Mini band	1	\$ 18.744,41	\$ 18.744,41

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Tabla 26
Materia prima e insumos

Materia Prima e insumos			\$ 1.604,80
Havolime Aceite	12	\$ 23,00	\$ 276,00
Vanvoline Aceite	12	\$ 20,00	\$ 240,00
Golden Aceite	12	\$ 18,50	\$ 222,00
Franelas / varios	10	\$ 24,20	\$ 242,00
Liquido de freno	12	\$ 2,80	\$ 33,60
Refrigerantes	12	\$ 15,30	\$ 183,60
Bujia	12	\$ 3,50	\$ 42,00
Pastilla de freno (1 paq viene 4)	8	\$ 8,00	\$ 64,00
Zapata de freno (1 paq viene 4)	8	\$ 8,00	\$ 64,00
Focos	20	\$ 0,80	\$ 16,00
Pluma limpia para brisa	8	\$ 4,50	\$ 36,00
Aditivos	8	\$ 12,00	\$ 96,00
Agua para baterias	8	\$ 0,70	\$ 5,60
Filtros de Aceite	12	\$ 2,80	\$ 33,60
Filtros de aire	8	\$ 4,50	\$ 36,00
Filtros de gasolina	8	\$ 1,80	\$ 14,40

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

4.6.3. Depreciación

Tabla 27
Depreciación

Empresa: SERVACEITE																
Reporte: Gastos por Depreciación de Activos																
Cortado a: dic 31, 2015																
Moneda: US\$																
Activos Fijos (Tangibles e Intangibles)	Costo Historico	Fecha de Compra	Viada Util (meses)	Valor de Rescate Plusvalía	Depreciación Mensual	12	24	36	48	60	72	84	96	108	120	Total
						Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
Maquinarias y Equipos de Produc	950,00	15/dic/2015	120	0,00	7,92	95,04	95,04	95,04	95,04	95,04	95,04	95,04	95,04	95,04	95,04	950,40
Equipos de Oficina y Computació	1.075,00	15/dic/2015	36	0,00	29,86	358,32	358,32	358,32	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.074,96
Muebles y Enseres	606,00	15/dic/2015	120	0,00	5,05	60,60	60,60	60,60	60,60	60,60	60,60	60,60	60,60	60,60	60,60	606,00
Vehículos	18.744,41	15/dic/2015	60	0,00	312,41	3.748,92	3.748,92	3.748,92	3.748,92	3.748,92	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	18.744,60
Total Activos Fijos (Tangibles e Intangibles) US\$	21.375,41			0,00	355,24	4.262,88	4.262,88	4.262,88	3.904,56	3.904,56	155,64	155,64	155,64	155,64	155,64	21.375,96

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

4.6.4. Sueldos, Gastos administrativos

Tabla 28
Presupuesto de sueldos

Empresa: SERVACEITE									
Presupuesto de Sueldos									
Proyección: dic 31, 2015									
Moneda: US\$									
Colaboradores	Cantidad	Sueldo por persona	Sueldos	Comisiones	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aportes Patronales	Fondo de Reserva	Total
Administrador	1	500,00	500,00	0,00	41,67	0,00	60,75	41,67	644,08
Departamento de producción	4	420,00	1.680,00	0,00	140,00	29,50	204,12	140,00	2.193,62
Vendedor	2	420,00	840,00	0,00	70,00	29,50	102,06	70,00	1.111,56
Servicio al cliente	1	420,00	420,00	0,00	35,00	29,50	51,03	35,00	570,53
Total Mensual	8	1.760,00	3.440,00	0,00	286,67	88,50	417,96	286,67	4.519,79
Nomina anual			41.280,00	0,00	3.440,00	1.062,00	5.015,52	3.440,00	54.237,52

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Tabla 29
Gastos administrativos y de ventas

SERVIACEITE													
Presupuesto de Gastos Administrativos y Ventas													
Cortado a: dic 31, 2015													
Moneda: US\$													
Gastos Administrativos y Ventas	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Energia Electrica	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
Agua	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
Telefono	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	1.080,00
Suministros de oficina y limpieza	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
Mantenimiento de Equipos	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	1.320,00
Gastos de transporte	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
Gastos de arriendo	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
Gastos de Publicidad	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
Total Gastos Administrativos y Ventas	1.000,00	12.000,00											

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

4.7. Ingreso de ventas mensual

Tabla 30
Presupuesto de Ventas

SERVIACEITE							
Presupuesto de Ventas y Costos de Participación							
Cortado A diciembre 2015							
Moneda: US\$							
Meses	Ventas Primer Año			Ventas Segundo Año			
	Ventas Totales Proyectadas	Venta Contado 100 %	Costo de Participacion 15 %	Ventas Totales Proyectadas	Venta Contado 100 %	Costo de Participacion 15 %	
Enero	\$ 14.964,10	\$ 14.964,10	\$ 2.244,62	\$ 15.263,38	\$ 15.263,38	\$ 15.568,65	
Febrero	\$ 12.810,72	\$ 12.810,72	\$ 1.921,61	\$ 13.066,93	\$ 13.066,93	\$ 13.328,27	
Marzo	\$ 13.932,12	\$ 13.932,12	\$ 2.089,82	\$ 14.210,76	\$ 14.210,76	\$ 14.494,98	
Abril	\$ 14.301,08	\$ 14.301,08	\$ 2.145,16	\$ 14.587,10	\$ 14.587,10	\$ 14.878,84	
Mayo	\$ 14.956,10	\$ 14.956,10	\$ 2.243,42	\$ 15.255,22	\$ 15.255,22	\$ 15.560,33	
Junio	\$ 14.748,10	\$ 14.748,10	\$ 2.212,22	\$ 15.043,06	\$ 15.043,06	\$ 15.343,92	
Julio	\$ 14.748,10	\$ 14.748,10	\$ 2.212,22	\$ 15.043,06	\$ 15.043,06	\$ 15.343,92	
Agosto	\$ 14.748,10	\$ 14.748,10	\$ 2.212,22	\$ 15.043,06	\$ 15.043,06	\$ 15.343,92	
Septiembre	\$ 14.748,10	\$ 14.748,10	\$ 2.212,22	\$ 15.043,06	\$ 15.043,06	\$ 15.343,92	
Octubre	\$ 14.748,10	\$ 14.748,10	\$ 2.212,22	\$ 15.043,06	\$ 15.043,06	\$ 15.343,92	
Noviembre	\$ 14.723,10	\$ 14.723,10	\$ 2.208,47	\$ 15.017,56	\$ 15.017,56	\$ 15.317,91	
Diciembre	\$ 14.727,10	\$ 14.727,10	\$ 2.209,07	\$ 15.021,64	\$ 15.021,64	\$ 15.322,07	
Totales US\$	\$ 174.154,82	\$ 174.154,82	\$ 26.123,22	\$ 177.637,92	\$ 177.637,92	\$ 181.190,67	

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Tabla 31
Órdenes de trabajo

INGRESOS POR VENTAS	SUMA DE TODAS LAS ORDENES DE TRABAJO							
	OT AÑO 1	OT AÑO 2	OT AÑO 3	OT AÑO 4	OT AÑO 5	SUMA	PU- 30% MARGEN UTILIDAD	% PU
CAMBIO DE ACEITE	1363	1390,26	1404,1626	1404,1626	1404,1626	\$ 6.965,75	13	16%
VENTAS E INSTALACION DE BUJIA	1131	1153,62	1165,1562	1165,1562	1165,1562	\$ 5.780,09	8	10%
REVISION Y VENTAS LIQUIDOS DE FRENOS	829	845,58	854,0358	854,0358	854,0358	\$ 4.236,69	4	5%
REVISION DE PRESION DE LLANTAS	570	581,4	587,214	587,214	587,214	\$ 2.913,04	1	1%
REVISION Y VENTAS DE FOCOS	505	515,1	520,251	520,251	520,251	\$ 2.580,85	0,25	0%
CAMBIO DE FILTRO DE GASOLINA	1119	1141,38	1152,7938	1152,7938	1152,7938	\$ 5.718,76	4,5	5%
REVISION Y CAMBIO DE FILTRO AIRE	839	855,78	864,3378	864,3378	864,3378	\$ 4.287,79	14	17%
PAQUETE COMPLETO	1068	1089,36	1100,2536	1100,2536	1100,2536	\$ 5.458,12	24,995	30%
REVISION DE FRENO	519	529,38	534,6738	534,6738	534,6738	\$ 2.652,40	2	2%
CAMBIO DE PASTILLA	982	1001,64	1011,6564	1011,6564	1011,6564	\$ 5.018,61	12	14%
TOTAL DE INGRESO	8925	9103,5	9194,535	9194,535	9194,535	\$ 45.612,11	83,745	100%

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

Tabla 32
Costo de venta

COSTO DE VENTA (COSTO DE PRODUCCION)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima					
CAMBIO DE ACEITE	\$ 17.719,00	\$ 18.073,38	\$ 18.254,11	\$ 18.254,11	\$ 18.254,11
VENTAS E INSTALACION DE BUJIA	\$ 9.048,00	\$ 9.228,96	\$ 9.321,25	\$ 9.321,25	\$ 9.321,25
REVISION Y VENTAS LIQUIDOS DE FRENOS	\$ 3.316,00	\$ 3.382,32	\$ 3.416,14	\$ 3.416,14	\$ 3.416,14
REVISION DE PRESION DE LLANTAS	\$ 570,00	\$ 581,40	\$ 587,21	\$ 587,21	\$ 587,21
REVISION Y VENTAS DE FOCOS	\$ 126,25	\$ 128,78	\$ 130,06	\$ 130,06	\$ 130,06
CAMBIO DE FILTRO DE GASOLINA	\$ 5.035,50	\$ 5.136,21	\$ 5.187,57	\$ 5.187,57	\$ 5.187,57
REVISION Y CAMBIO DE FILTRO AIRE	\$ 11.746,00	\$ 11.980,92	\$ 12.100,73	\$ 12.100,73	\$ 12.100,73
PAQUETE COMPLETO	\$ 26.694,66	\$ 27.228,55	\$ 27.500,84	\$ 27.500,84	\$ 27.500,84
REVISION DE FRENO	\$ 1.038,00	\$ 1.058,76	\$ 1.069,35	\$ 1.069,35	\$ 1.069,35
CAMBIO DE PASTILLA	\$ 11.784,00	\$ 12.019,68	\$ 12.139,88	\$ 12.139,88	\$ 12.139,88
	\$ 87.077,41	\$ 88.818,96	\$ 89.707,15	\$ 89.707,15	\$ 89.707,15
Mano de Obra Directa					
Departamento de producción	\$ 26.323,44	\$ 26.323,44	\$ 26.323,44	\$ 26.323,44	\$ 26.323,44
	\$ 26.323,44				
Costos Indirectos de Producción					
Mano de Obra Indirecta	\$ 6.846,36	\$ 6.846,36	\$ 6.846,36	\$ 6.846,36	\$ 6.846,36
Depreciación Maquinarias y Equipos de Producción	\$ 3.843,96	\$ 3.843,96	\$ 3.843,96	\$ 3.843,96	\$ 3.843,96
Energía Eléctrica /Agua	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Mantenimiento de Equipos	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00
Gastos de transporte	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
	\$ 16.810,32				
Costo Total de Venta	\$ 130.211,17	\$ 131.952,72	\$ 132.840,91	\$ 132.840,91	\$ 132.840,91
GASTOS DE ADMINISTRACION					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos de Administración	\$ 7.729,00	\$ 7.729,00	\$ 7.729,00	\$ 7.729,00	\$ 7.729,00
Depreciación	\$ 418,92	\$ 418,92	\$ 418,92	\$ 418,92	\$ 418,92
Telefono	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00
Suministros de oficina y limpieza	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Gastos de arriendo	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
	\$ 12.827,92				
GASTOS DE VENTAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneración del Personal	\$ 13.338,72	\$ 13.338,72	\$ 13.338,72	\$ 13.338,72	\$ 13.338,72
Gastos de Publicidad	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
	\$ 14.538,72				
GASTOS FINANCIEROS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses del préstamo	\$ 3.310,60	\$ 2.256,46	\$ 846,20	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 160.888,41	\$ 161.575,82	\$ 161.053,75	\$ 160.207,55	\$ 160.207,55

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

4.7.1. Balance general

Tabla 33
Balance General

SERVIAECITE								
Estado de Situación Financiera								
Moneda: US\$								
Cortado a: <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="padding: 2px;">enero 2015</td><td style="padding: 2px;">diciembre 2015</td></tr></table>							enero 2015	diciembre 2015
enero 2015	diciembre 2015							
	Balance Inicial		Balance Final		Variacion Absoluta	Variacion %		
Activos	30.000,00	100,00%	47.911,79	100,00%	17.911,79	59,71%		
Activo Corriente	7.124,59	23,75%	29.299,26	61,15%	22.174,67	311,24%		
Caja Bancos	7.124,59	23,75%	29.299,26	61,15%	22.174,67	311,24%		
Inversiones Temporales	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%		
IVA Pagado	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%		
Cuentas por Cobrar	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%		
Inventarios	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%		
Activo No Corriente	21.375,41	71,25%	17.112,53	35,72%	(4.262,88)	0,00%		
Activo Fijo	21.375,41	71,25%	17.112,53	35,72%	(4.262,88)	0,00%		
Propiedad, Planta y Equipos	21.375,41	71,25%	21.375,41	44,61%	0,00	0,00%		
(-) Depreciación Acum.	0,00	0,00%	(4.262,88)	-8,90%	(4.262,88)	0,00%		
Otros Activos	1.500,00	5,00%	1.500,00	3,13%	0,00	0,00%		
Pasivos	22.875,41	76,25%	31.991,57	66,77%	9.116,16	39,85%		
Pasivo Corriente	0,00	0,00%	13.035,82	27,21%	13.035,82	0,00%		
Proveedores	0,00	0,00%	3.152,11	6,58%	3.152,11	0,00%		
Impuestos por Pagar	0,00	0,00%	5.484,43	11,45%	5.484,43	0,00%		
Participación de Trabajadores	0,00	0,00%	4.399,28	9,18%	4.399,28	0,00%		
Pasivo de Largo Plazo	22.875,41	76,25%	18.955,75	39,56%	(3.919,66)	0,00%		
Obligaciones Financieras	22.875,41	76,25%	18.955,75	39,56%	(3.919,66)	0,00%		
Otras Obligaciones Largo Plazo	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%		
Patrimonio	7.124,59	23,75%	15.920,23	33,23%	8.795,63	123,45%		
Capital Social	7.124,59	23,75%	7.124,59	14,87%	0,00	0,00%		
Utilidades Retenidas	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%		
Resultado del Ejercicio	0,00	0,00%	8.795,63	18,36%	8.795,63	0,00%		
Total Pasivo y Patrimonio	30.000,00	100,00%	47.911,79	100,00%	17.911,79	59,71%		
	0,00		0,00					
Diferencia en Inversion Inicial						Ok		

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar

Vaca Alcivar Marlon Alexis

4.7.2. Estado de Resultado

Tabla 34
Estado de Resultado Anual

ESTADO DE RESULTADO ANUAL					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS					
Cambio de aceite	\$ 35.438,00	\$ 36.146,76	\$ 36.508,23	\$ 36.508,23	\$ 36.508,23
Ventas e instalación de bujía	\$ 18.096,00	\$ 18.457,92	\$ 18.642,50	\$ 18.642,50	\$ 18.642,50
Revisión y ventas líquidos de frenos	\$ 6.632,00	\$ 6.764,64	\$ 6.832,29	\$ 6.832,29	\$ 6.832,29
Revisión de presión de llantas	\$ 1.140,00	\$ 1.162,80	\$ 1.174,43	\$ 1.174,43	\$ 1.174,43
Revisión y ventas de focos	\$ 252,50	\$ 257,55	\$ 260,13	\$ 260,13	\$ 260,13
Cambio de filtro de gasolina	\$ 10.071,00	\$ 10.272,42	\$ 10.375,14	\$ 10.375,14	\$ 10.375,14
Revisión y cambio de filtro aire	\$ 23.492,00	\$ 23.961,84	\$ 24.201,46	\$ 24.201,46	\$ 24.201,46
Paquete completo	\$ 53.389,32	\$ 54.457,11	\$ 55.001,68	\$ 55.001,68	\$ 55.001,68
Revisión de freno	\$ 2.076,00	\$ 2.117,52	\$ 2.138,70	\$ 2.138,70	\$ 2.138,70
Cambio de pastilla	\$ 23.568,00	\$ 24.039,36	\$ 24.279,75	\$ 24.279,75	\$ 24.279,75
	\$ 174.154,82	\$ 177.637,92	\$ 179.414,30	\$ 179.414,30	\$ 179.414,30
Costo de Venta	\$ 130.211,17	\$ 131.952,72	\$ 132.840,91	\$ 132.840,91	\$ 132.840,91
Utilidad Bruta	\$ 43.943,65	\$ 45.685,20	\$ 46.573,39	\$ 46.573,39	\$ 46.573,39
Gastos de Administración	\$ 12.827,92	12827,92	12827,92	12827,92	12827,92
Gastos de Ventas	\$ 14.538,72	14538,72	14538,72	14538,72	14538,72
Utilidad Operativa	\$ 16.577,01	\$ 18.318,56	\$ 19.206,75	\$ 19.206,75	\$ 19.206,75
Intereses Pagados	\$ 3.310,60	\$ 2.256,46	\$ 846,20	\$ 0,00	\$ 0,00
Utilidad antes de Rep. Utilid.	\$ 13.266,41	\$ 16.062,09	\$ 18.360,54	\$ 19.206,75	\$ 19.206,75
Participación de los Trabajadores	15% \$ 1.989,96	\$ 2.409,31	\$ 2.754,08	\$ 2.881,01	\$ 2.881,01
Utilidad antes de pago impuestos	\$ 11.276,45	\$ 13.652,78	\$ 15.606,46	\$ 16.325,74	\$ 16.325,74
Impuesto a la renta	22% \$ 2.480,82	\$ 3.003,61	\$ 3.433,42	\$ 3.591,66	\$ 3.591,66
Utilidad Neta	\$ 8.795,63	\$ 10.649,17	\$ 12.173,04	\$ 12.734,07	\$ 12.734,07
Retabilidad	5%	6%	7%	7%	7%

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar

Vaca Alcivar Marlon Alexis

4.7.3 Flujo de Caja Anual

Tabla 35
Flujo de Caja Anual

FLUJO DE CAJA ANUAL						
INGRESOS	P. Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aportación de socios	\$ 7.124,59					
Préstamo	\$ 22.875,41					
Cambio de aceite		\$ 35.438,00	\$ 36.146,76	\$ 36.508,23	\$ 36.508,23	\$ 36.508,23
Ventas e instalación de bujía		\$ 18.096,00	\$ 18.457,92	\$ 18.642,50	\$ 18.642,50	\$ 18.642,50
Revisión y ventas líquidos de frenos		\$ 6.632,00	\$ 6.764,64	\$ 6.832,29	\$ 6.832,29	\$ 6.832,29
Revisión de presión de llantas		\$ 1.140,00	\$ 1.162,80	\$ 1.174,43	\$ 1.174,43	\$ 1.174,43
Revisión y ventas de focos		\$ 252,50	\$ 257,55	\$ 260,13	\$ 260,13	\$ 260,13
Cambio de filtro de gasolina		\$ 10.071,00	\$ 10.272,42	\$ 10.375,14	\$ 10.375,14	\$ 10.375,14
Revisión y cambio de filtro aire		\$ 23.492,00	\$ 23.961,84	\$ 24.201,46	\$ 24.201,46	\$ 24.201,46
Paquete completo		\$ 53.389,32	\$ 54.457,11	\$ 55.001,68	\$ 55.001,68	\$ 55.001,68
Revisión de freno		\$ 2.076,00	\$ 2.117,52	\$ 2.138,70	\$ 2.138,70	\$ 2.138,70
Cambio de pastilla		\$ 23.568,00	\$ 24.039,36	\$ 24.279,75	\$ 24.279,75	\$ 24.279,75
Total de Ingresos	\$ 30.000,00	\$ 174.154,82	\$ 177.637,92	\$ 179.414,30	\$ 179.414,30	\$ 179.414,30
EGRESOS						
Proveedores		\$ 87.077,41	\$ 88.818,96	\$ 89.707,15	\$ 89.707,15	\$ 89.707,15
Mano de Obra Directa e Indirecta		\$ 33.169,80	\$ 33.169,80	\$ 33.169,80	\$ 33.169,80	\$ 33.169,80
Costos Indirectos de Producción		\$ 9.963,96	\$ 9.963,96	\$ 9.963,96	\$ 9.963,96	\$ 9.963,96
Gastos de Ventas		\$ 14.538,72	\$ 14.538,72	\$ 14.538,72	\$ 14.538,72	\$ 14.538,72
Obligaciones Financieras		\$ 3.310,60	\$ 2.256,46	\$ 846,20	\$ 0,00	\$ 0,00
Pago de Préstamo		\$ 3.919,66	\$ 8.772,74	\$ 10.183,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Pago de utilidades			\$ 1.989,96	\$ 2.409,31	\$ 2.754,08	\$ 2.881,01
Pago de Impuestos			\$ 2.480,82	\$ 3.003,61	\$ 3.433,42	\$ 3.591,66
Adquisición de activos	\$ 22.875,41					
Total Egresos	\$ 22.875,41	\$ 151.980,15	\$ 161.991,43	\$ 163.821,76	\$ 153.567,13	\$ 153.852,30
FLUJO NETO ANUAL	\$ 7.124,59	\$ 22.174,67	\$ 15.646,49	\$ 15.592,53	\$ 25.847,16	\$ 25.561,99
FLUJO ACUMULADO	\$ 7.124,59	\$ 29.299,26	\$ 44.945,75	\$ 60.538,29	\$ 86.385,45	\$ 111.947,45
	(30.000,00)	\$ 22.174,67	\$ 15.646,49	15.592,53	25.847,16	25.561,99
VAN	\$ 33.784,94					
TIR	60,4%					

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

a) Tasa interna de retorno (TIR)

TIR, la tasa interna de retorno, es otro indicador financiero que permite determinar la rentabilidad del proyecto; según su criterio de evaluación indica que si la TIR es superior al Costo de Oportunidad o Tasa de Descuento el proyecto es rentable, caso contrario el proyecto no es rentable. Para el caso se demuestra que la TIR del 60.4 %, esto quiere decir que el proyecto es rentable, por lo tanto se puede invertir en el negocio.

b) Valor actual neto

El Valor Actual Neto se obtiene restando la suma de los flujos descontados de la inversión inicial, es un valor monetario. Es el valor presente neto que va a tener acumulado el inversionista luego de recuperar la inversión inicial. (Recuperación de la inversión realizada). Un VAN negativo implica que las utilidades generadas no cubrirán los costos de oportunidad, un VAN positivo significa que la utilidad obtenidas es mayor al costo de oportunidad del capital y logrará cubrir los mismos, mientras que un VAN equivalente a cero solo compensarán los costos de oportunidad del proyecto.

Para el caso del presente análisis, es factible porque el (VAN) positivo, es \$ 33.784,94 esto quiere decir que el proyecto es rentable. Por lo tanto es recomendable invertir en el negocio, como se lo puede observar en la tabla 35.

.7.4. Punto de Equilibrio

Tabla 36
Punto de Equilibrio

SERVIACEITE S.A			
Punto de Equilibrio			
Moneda: US\$			
Proyección de Resultados y Punto de Equilibrio			
	Valor Año	Valor Mes	%
Ingresos	174.154,82	14.513	100%
Costo de Producción	(93.197)	(7.766)	-54%
(=) Margen Bruto	80.957	6.746	46%
Gastos del Proyecto			
Gastos de Personal	54.238	4.520	31%
Gastos Administrativos y Ventas	12.000	1.000	7%
(-) Depreciación y Amortización	4.263	355	2%
Intereses Pagados	3.311	276	2%
Total Gastos del Proyecto	73.811	6.151	42%
Beneficio	7.146	596	4%

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar

Vaca Alcivar Marlon Alexis

Tabla 37
Análisis del punto de equilibrio

Análisis del Punto de Equilibrio		
	PE Anual	PE Mensual
Costo Variable	93.197	7.766
Costo Fijo	73.811	6.151
Ingresos	174.155	14.513
Punto de Equilibrio US\$	158.782	13.232

Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar

Vaca Alcivar Marlon Alexis

Gráfico 14
Punto de Equilibrio



Elaborado por: Nuñez Soledispa Walter Bolivar
Vaca Alcivar Marlon Alexis

INFORME TÉCNICO FINAL

4.8. Conclusiones

Alcanzar las metas fundamentales que son los aspectos centrales del problema para esto es necesario considerar y responder las preguntas directrices las condiciones en la que se desarrolla el parque automotor de la ciudad de Guayaquil, la manera dinámica vertiginosa con crecer, determina que el potencial de clientela sea mayor, porque este tipo de “servicio a domicilio” no existe.

La ciudadanía en general, la clientela que tiene un vehículo familiar o personal, demanda un servicio de un mantenimiento rápido y esmerado de calidad, eficiente, eficaz, capaz y profesional.

Se puede concluir que el segmento más representativo al momento de realizar el estudio de mercado fue el grupo de personas entre 31 a 45 años de edad, y obteniendo un valor de 237 personas que indican que poseen vehículo propio independientemente de su género sea este hombre o mujer.

Se han determinado los recursos materiales y humanos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, para lo cual se ha elaborado una descripción de perfil de los cargos de acuerdo a las actividades que ofrecerá la empresa ya que de él depende en mayor parte el éxito o fracaso de un evento de su actividad.

El proyecto SERVIACEITE S.A presenta una rentabilidad del 5% en el primer año la misma que se va incrementando en los años siguientes; se obtuvo un VAN del \$ 33.784,94 lo que hace factible al proyecto y una TIR del 60.4% mayor que la tasa activa de interés del mercado, por lo tanto se puede concluir que el proyecto si es viable en su realización

4.9. Recomendaciones

Realizar un continuo monitoreo de los factores del entorno que podrían favorecer o perjudicar el desarrollo del servicio debido a que actualmente las leyes con cambiantes.

Innovar estrategias periódicamente de manera que la empresa logre su difusión en el mercado como una empresa sólida, así poder captar clientes potenciales, promocionar de manera rápida y oportuna el servicio de mantenimiento vehicular a domicilio

Es preciso que este centro de mantenimiento realice convenio con empresa o con persona naturales para lograr fidelización hacia la empresa.

Aumentar nuestra producción y crecimiento del negocio tendríamos la oportunidad de expandirnos a sectores aledaños de la ciudad de esta manera incrementaremos nuestra cartera de clientes.

Desarrollar una adecuada estrategia publicitaria para informar a nuestros futuros clientes los beneficios que obtendrían al momento de acceder a nuestro servicio personalizado en especial a taxistas o personas que trabajan en camionetas o camiones.

Mantener una continua evaluación de los indicadores macro-financieros para determinar su impacto en el presupuesto total, para poder comparar resultados proyectados y así poder tomar decisiones en el momento oportuno

BIBLIOGRAFIA

- Alonso, R., & Aguilera, S. (05 de Mayo de 2014). *Marketing Directo El portal para el marketing, Publicidad y los medios*. Obtenido de <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/checklists/las-7-p-del-marketing-de-retencion-de-clientes/>
- Automotriz.Biz. (s.f.). Obtenido de <http://www.automotriz.biz/coches/car-maintenance/oil-changes/>

- Diario el Universo. (s.f.). Estudio de Mercado. *Estudio de mercado segun informe de la agencia nacional de transito.*
- Kotler, & Armstrong. (2013). *Dirección de marketing - conceptos esenciales.* Mexico D.F: ADDISON-WESLEY 11va edición.
- MOLY, L. (10 de 2014). Obtenido de http://www.liquimoly.com/liquimoly/web.nsf/id/pa_es_domb8bakrw.html
- Purolator Filters. (2013). Obtenido de <http://mx-es.purolatorautofilters.net/enes/mx/news/pages/purolatorhistory.aspx>
- Wikipedia. (26 de 06 de 2015). *Aceite de motor.* Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Aceite_de_motor
- Bester Field, Dlae H
- Control de calidad 8va edición 2009
- David jobber
- Administración de ventas 8va edición 2012
- Por PEARSON EDUCACION DE MEXICO S.A CV
- Eduardo Court
- Aplicaciones para finanzas empresariales edición 2009
- Por PEARSON EDUCACION DE MEXICO S.A CV
- Autoin . www.autoin.com.ec
- Revista lideres www.revistalideres.ec/lideres/cliente-decidir-43-marcas.
- Emprendedor exitosos Rafael Alcaraz rodíguez

ANEXOS
Anexo 1
Encuesta



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PLAN DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA “SERVIACEITE S.A” QUE BRINDE SERVICIO DE LUBRICACIÓN A DOMICILIO Y ASESORAMIENTO AUTOMOTRÍZ PARA VEHÍCULOS LIGEROS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL
LA INFORMACION QUE NOS PROPORCIONE SERA DE MUCHA UTILIDAD PARA EL TRABAJO DE INVESTIGACION QUE ESTAMOS REALIZANDO.

<p>1.-Posee usted conocimiento de mantenimiento automotriz.</p> <p>si <input type="radio"/></p> <p>no <input type="radio"/></p> <p>algo <input type="radio"/></p>	<p>2.- con que frecuencia uste lleva el vehiculo a mantenimiento.</p> <p>Por kilometraje <input type="radio"/></p> <p>6 a 15 días <input type="radio"/></p> <p>14 a 25 días <input type="radio"/></p> <p>Mas de 30 <input type="radio"/></p>	<p>3.-Tiene una lubricadora de preferencia</p> <p>Si <input type="radio"/></p> <p>No <input type="radio"/></p> <p>lubricadora : _____</p>
<p>4.-Razones por la que acude a la lubricadora</p> <p>Cambio de aceite <input type="radio"/></p> <p>Cambio de bujia <input type="radio"/></p> <p>Cambio de banda <input type="radio"/></p> <p>Lavado de auto <input type="radio"/></p> <p>Todas las anteriores <input type="radio"/></p>	<p>5.-Cuanto tiempo se toma en llevar vehiculo al mantenimiento</p> <p>1 a 2 horas <input type="radio"/></p> <p>2 a 3 horas <input type="radio"/></p> <p>3 a 4 horas <input type="radio"/></p>	<p>6.-Recibe asesoramiento automotriz en el mantenimiento</p> <p>Si <input type="radio"/></p> <p>No <input type="radio"/></p> <p>Porque _____</p>
<p>7.- Forma de pago del servicio</p> <p>Contado <input type="radio"/></p> <p>Credito <input type="radio"/></p> <p>Tarjeta <input type="radio"/></p>		<p>8.-Utilizaria usted el servicio de lubricadora a domicilio :</p> <p>si <input type="radio"/></p> <p>no <input type="radio"/></p>
<p>9 Como evalua el servicio recibido de una lubricadora</p> <p>Bueno <input type="radio"/></p> <p>Medio <input type="radio"/></p> <p>Poco bueno <input type="radio"/></p> <p>Nada <input type="radio"/></p>	<p>10 Causa que le impide llevar su vehiculo a la lubricadora</p> <p>Por tiempo de trabajo <input type="radio"/></p> <p>Estudios <input type="radio"/></p> <p>No conoce una lubricadora Buena <input type="radio"/></p> <p>Trabajo domestico <input type="radio"/></p>	

Anexo 2

Tarjeta de Presentación



Anexo 3

Vehículo a utilizar para brindar el servicio

DONG FENG FUNVAN

FUN van ofrece una solución a tu al trabajo que se realizarse en el día, siendo una eficiente herramienta de trabajo, su capacidad de carga es de notables 1800 kg. Y hasta siete pasajeros cómodamente distribuidos en tres filas de asientos y en la parte final las herramientas de trabajo. Además con la confiabilidad y eficiencia de su motor de 1.310 cc de 82/6 hp, rpm el más potente del mercado.



Motor: La línea dong feng sobresale entre sus competidores por tener un potente y moderno motor de 4 cilindros, DOHC, con inyección MPFI de combustible y que cumple además con las normas de emisión Euro III. Este impulsor le permite alcanza sorprendentes 82.6000 HP rpm, con óptimo consumo de gasolina.

Confort: Un completo equipamiento te da a ti y los pasajeros el confort necesario para poder realizar cualquier viaje. Posee aire acondicionado; portavasos y radio con CD, MP3, USB y entrada auxiliar, y asientos posteriores abatibles

Anexo 4

Servicios de renta internas

Desconectado

Búsqueda de Contribuyentes / Información del Contribuyente

Autorización de Documentos

Información del Contribuyente

Razón Social: **SERVICEITE S.A** Fecha: 12-06-2015

RUC: 0928904044001

Nombre Comercial:

Estado del Contribuyente en el RUC: Activo

Clase de Contribuyente: Régimen Simplificado

Tipo de Contribuyente: Persona Natural

Obligado a llevar Contabilidad: NO

Actividad Económica Principal: Servicios

Fecha de inicio de actividades: 24-06-2009

Fecha de cese de actividades:

Fecha reinicio de actividades:

Fecha actualización: 12-07-2010

* Establecimientos registrados

Regresar

Anexo 5

Uniforme



Anexo 6
Página WEB

SERVI ACEITE

TUS PEDIDOS AHORA A UN SOLO CLICK

NOVEDADES

- Autos eléctricos ya es una realidad en el Ecuador tendrán un límite de velocidad de 200km/h
- Los autos híbridos se comenzaron a comercializar en el 2005 teniendo una gran acogida.
- En la capital manabita ya son 800 los taxis que circulan con el nuevo sistema de gas regularizado.

CONTACTOS

Your name

Your e-mail address

Comments

DIRECCION

Barbara road south west,
Gualo,ashok negar,
Freesphonenumber -12345 678 3456
Freesphonenumber -12345 678 3123
Fax -1 2345 678 3456

TELEFONOS

Barbara road south west,
Gualo,ashok negar,
Freesphonenumber -12345 678 3456
Freesphonenumber -12345 678 3123
Fax -1 2345 678 3456

SERVI ACEITE

TUS PEDIDOS AHORA A UN SOLO CLICK

NOVEDADES

- Autos eléctricos ya es una realidad en el Ecuador tendrán un límite de velocidad de 200km/h
- Los autos híbridos se comenzaron a comercializar en el 2005 teniendo una gran acogida.
- En la capital manabita ya son 800 los taxis que circulan con el nuevo sistema de gas regularizado.

SERVI-ACEITE

Nos complace anunciarles que ahora por este medio y para tener mayor acceso o alcance con nuestros cibernautas por este medio digital para mayor acceso cuando las cosas se complican en tu auto nos puedes ubicar tambien por nuestra pagina para mayor acceso desde la comodidad de tu hogar nos puedes citar accede a nuestros servicios solo con un click.

DIRECCION

Barbara road south west,
Gualo,ashok negar,
Freesphonenumber -12345 678 3456
Freesphonenumber -12345 678 3123
Fax -1 2345 678 3456

AUTOS ELECTRICOS EN ECUADOR

La reciente firma de un convenio para la producción, comercialización y perspectivas de fabricación de baterías y vehículos eléctricos en el Ecuador, entre el Gobierno Nacional y los distribuidores locales de cuatro constructores automovilísticos, abrió el camino para la importación de esos autos desde este mismo año. Automotores y Arreola S.A. (Apsa), representante en el país de la afamada Renault Nissan, líder mundial en la

Anexo 7



En 1946 desarrolló el primer elemento filtrante con papel “papel plegado”, la tecnología que sigue en uso en la actualidad.

Fuente: **(Purolator Filters, 2013)**

Líquidos de Frenos



Figura 7

Composición de líquido

