ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE LAVADO Y CAMBIO DE ACEITE DE VEHICULOS A DOMICILIO UBICADO EN EL NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA SAN JUAN DE CALDERÓN EN EL AÑO 2017.

Proyecto de incubadora de negocios previo a la obtención del título de Tecnóloga en Administración Bancaria y Financiera.

Autora: Jennifer Isabel Vega Escobar

Tutora: Ing. Ángela Pimbo

Quito, Enero 2017

ACTA DE APROBACION DEL PROYECTO DE GRADO

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

_____

Jennifer Isabel Vega Escobar

CC 172636929-1

CESION DE DERECHOS

Yo, Jennifer Isabel Vega Escobar alumna de la Escuela de Administración Bancaria y Financiera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

_____

Jennifer Isabel Vega Escobar

CC 172636929-1

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, **Jennifer Isabel Vega Escobar** portadora de la cédula de ciudadanía signada con el No **172636909-1** de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: "La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato"; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: "**Apoyar a la matriz productiva mediante un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa de lavado y cambio de aceite de vehículos a domicilio ubicado en el norte de Quito en la parroquia San Juan de Calderón en el año 2017.**" facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo trascrito.

Firma _____

Nombre Jennifer Isabel Vega Escobar

Cedula 172636909-1

Quito, a los ___ días del mes de _____ del 2016

AGRADECIMIENTO

A mis padres por el apoyo incondicional y económico, por la motivación a que siga estudiando, preparándome y superarme profesionalmente.

A mi familia por estar a mi lado brindándome su ayuda y conocimientos para desarrollar de mejor manera mi proyecto.

De manera muy especial al Instituto Cordillera por abrirme las puertas y permitir que me siga preparando y seguir adquiriendo conocimientos para la elaboración de mi proyecto y así culminar siendo una tecnóloga. Agradezco a mi tutora la Ing. Ángela Pimbo quien compartió con migo sus conocimientos y su paciencia en la entrega de cada capítulo de mi trabajo.

DEDICATORIA

Mi trabajo de titulación se lo dedico principalmente a Dios y a mi madre la Sra. Isabel Escobar quien ha sabido educarme con buenos principios y valores y un buen ejemplo de superación, que con su amor, esfuerzo, paciencia y comprensión ha logrado que llegue a obtener mi tecnología.

A mi padre que a pesar de no compartir tiempo con él es la persona que me dio la vida y por ese motivo soy la persona que soy hoy en día. A mis hermanos y mis sobrinos quienes son parte fundamental en mi vida, son una inspiración para lograr mis objetivos y ser un buen ejemplo a seguir para mis pequeños.

Índice

PORTADA i
ACTA DE APROBACION DEL PROYECTO DE GRADO ii
DECLARATORIA iii
CESION DE DERECHOS iv
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR v
AGRADECIMIENTO vi
DEDICATORIA vii
Índice viii
Índice de Tablas xiv
Índice de Figuras xvii
Índice De Anexos xix
RESUMEN EJECUTIVO xx
EXECUTIVE SUMMARY xxi
CAPITULO I 1
1. INTRODUCCIÓN 1
1.1. Justificación 1
1.2. Antecedentes 2
CAPITULO II 5
2. ANÁLISIS SITUACIONAL 5
2.1. Ambiente Externo 5
2.1.1. Factor Económico 5
2.1.1.1. Inflación 6
2.1.1.2. PIB 7
2.1.1.3. Balanza Comercial 9
2.1.1.4. Riesgo País 11
2.1.1.5. Tasa de Interés 11

2.1.1.6. Tasa Activa 12
2.1.1.7. Tasa Pasiva 13
2.1.2. Factor Social 13
2.1.2.1. Crecimiento Poblacional 14
2.1.2.2. Tasa de Desempleo 14
2.1.2.3. PEA (Población Económicamente Activa) 15
2.1.3. Factor Legal 17
2.1.3.1. Requisitos para la inscripción de personas naturales 17
2.1.4. Factor Tecnológico 19
2.2. Entorno Local 19
2.2.1. Clientes 20
2.2.1.1. Clientes Internos 20
2.2.1.2. Clientes Externos 20
2.2.2. Proveedores 20
2.2.3. Competidores 21
2.3. Análisis Interno 22
2.3.1. Propuesta Estratégica 22
2.3.1.1. Misión 23
2.3.1.1.1. Formulación de la misión 23
2.3.1.2. Visión 24
2.3.1.2.1. Formulación de la Visión 25
2.3.1.3. Objetivos 26
2.3.1.3.1. Objetivo General 26
2.3.1.3.2. Objetivos Específicos 26
2.3.1.4. Principios o Valores 26
2.3.1.4.1. Principios 26
2.3.1.4.2. Valores 27

2.3.2. Gestión Administrativa 27
2.3.2.1. Planeación 28
2.3.2.2. Organización 28
2.3.2.2.1. Organigrama Estructural 28
2.3.2.2.2. Perfil de Puesto o Cargo 30
2.3.2.3. Dirección 34
2.3.2.4. Controlar 35
2.3.3. Gestión Operativa 35
2.3.3.1. Flujograma de Procesos o de Servicios 36
2.3.4. Gestión Comercial 37
2.3.4.1. Producto o Servicio 37
2.3.4.2. Precio 37
2.3.4.3. Plaza 37
2.3.4.4.1. Logotipo 38
2.3.4.4.2. Papelería Corporativa 39
2.3.4.4.3. Material P.O.P. 40
2.4. Análisis FODA 41
TABLA N.-18 Análisis FODA 42
CAPITULO III 43
3. ESTUDIO DE MERCADO 43
3.1. Análisis del Consumidor 43
3.1.1. Determinación de la Población y Muestra 44
3.1.1.1. Población 44
3.1.1.2. Tamaño del Universo 45
3.1.1.3. Muestra 45
3.1.1.4. Formulación de la Muestra 45
3.1.2. Técnicas de la Obtención de la Información 46

3.1.2.1. Modelo de la Encuesta 47
3.1.3. Análisis de la Información 50
3.2. Oferta 59
3.2.1. Oferta Histórica 59
3.2.2. Oferta Actual 60
3.2.2.1. Calculo de la Oferta Actual 60
3.2.3. Oferta Proyectada 61
3.3. Demanda 62
3.3.1. Demanda Histórica 62
3.3.2. Demanda Actual 62
3.3.2.1. Calculo de la Demanda Actual 63
3.3.3. Demanda Proyectada 63
3.4. Balance Oferta – Demanda 64
3.4.1. Balance Actual 64
3.4.2. Balance Proyectado 65
CAPITULO IV 67
4. ESTUDIO TÉCNICO 67
4.1. Tamaño del Proyecto 67
4.1.1. Capacidad Instalada 67
4.1.2. Capacidad Optima 68
4.2. Localización 69
4.2.1. Macro Localización 69
4.2.2. Micro Localización 70
4.2.3. Localización Optima 71
4.3. Ingeniería del Servicio 71
4.3.1. Definición del Servicio 72
4.3.2. Distribución de la Planta 72

4.3.2.1. Código de Cercanía 72
4.3.2.2. Razones de Cercanía 73
4.3.2.3. Matriz Triangular 73
4.3.3. Proceso Productivo del Servicio 75
4.3.4. MaquinariayEquipo 76
CAPITULO V 80
5. ESTUDIO FINANCIERO 80
5.1. Ingresos Operacionales y No Operacionales 80
5.2. Costos 80
5.2.1. Costo Directo 80
5.2.2. Costos Indirectos 81
5.2.3. Gastos Administrativos 81
5.2.4. Costo de Ventas 82
5.2.5. Costos Financieros 83
5.2.6. Costos Fijos y Variables 84
5.3. Inversiones 85
5.3.1. Inversión Fija 85
5.3.1.1. Activos Fijos 85
5.3.1.2. Activos Nominales (Diferidos) 86
5.3.2. Capital de Trabajo 87
5.3.3. Fuente de Financiamiento y Usos de Fondos 88
5.3.4. Amortización de Financiamiento 89
5.3.5. Depreciaciones 91
5.3.6. Estado de Situación Inicial 91
5.3.7. Estado de Resultados Proyectado 93
5.3.8. Flujo de Caja 95
5.4. Evaluación 96

5.4.1. Tasa de Descuento 96
5.4.2. Valor Actual Neto (VAN) 96
5.4.3. Tasa Interna de Retorno (TIR) 98
5.4.4. Periodo de Recuperación de la Inversión PRI 98
5.4.5. Relación Costo Beneficio (RBC) 99
5.4.6. Punto de Equilibrio 100
5.4.7. Análisis de Índices Financieros 104
5.4.7.1. R.O.E 104
5.4.7.2. R.O.A 105
5.4.7.3. R.O.I 106
CAPITULO VI 107
6. ANÁLISIS DE IMPACTOS 107
6.1. Impacto Ambiental 107
6.2. Impacto Económico 107
6.3. Impacto Productivo 108
6.4. Impacto Social 108
CAPITULO VII 109
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 109
7.1. Conclusiones 109
7.2. Recomendaciones 110
7.3. Bibliografía y Web Grafica 112
7.4. Anexos 117

Índice de Tablas

TABLA N.- 1 Inflación 6
TABLA N.- 2 PIB Sectorial 8
TABLA N.- 3 Riesgo País 11
TABLA N.-4 Crecimiento Poblacional 14
TABLA N.- 5 Tasa de Desempleo 15
TABLA N.- 6 Población Económicamente Activa 16
TABLA N.- 7 Proveedores 21
TABLA N.- 8 Competidores Directos 22
TABLA N.-9 Formulación de la Misión 23
TABLA N.-10 Elementos para definir la Misión 24
TABLA N.-11 Formulación de la Visión 25
TABLA N.-12 Elementos para definir la Visión 25
TABLA N.- 13 Descripción del Cargo 30
TABLA N.- 14 Descripción del Cargo 31
TABLA N.- 15 Descripción del Cargo 32
TABLA N.- 16 Descripción del Cargo 33
TABLA N.- 17 Descripción del Cargo 34
TABLA N.-18 Análisis FODA 42
TABLA N.- 19 Segmentación de Mercado 44
TABLA N.- 20 Tamaño de la Población 45
TABLA N.- 21 Datos Generales 50
TABLA N.- 22 Pregunta N.- 1 50
TABLA N.- 23 Pregunta N.- 2 51
TABLA N.- 24 Pregunta N.- 3 52
TABLA N.- 25 Pregunta N.- 4 52
TABLA N.- 26 Pregunta N.- 5 53
TABLA N.- 27 Pregunta N.- 6 54
TABLA N.- 28 Pregunta N.- 7 55
TABLA N.- 29 Pregunta N.- 8 56
TABLA N.- 30 Pregunta N.- 9 57
TABLA N.- 31 Pregunta N.- 10 57

TABLA N.- 32 Pregunta N.- 11 58
TABLA N.- 33 Oferta Histórica....59
TABLA N.- 34 Oferta Actual de Lavado de Auto 60
TABLA N.- 35 Oferta Actual de Cambio de Aceite 60
TABLA N.- 36 Oferta Proyectada de Lavado de Auto 61
TABLA N.- 37 Oferta Proyectada de Cambio de Aceite 61
TABLA N.- 38 Demanda Actual de Lavado de Auto 63
TABLA N.- 39 Demanda Actual de Cambio de Aceite 63
TABLA N.- 40 Demanda Proyectada de Lavado de Auto 63
TABLA N.- 41 Demanda Proyectada de Cambio de Aceite 64
TABLA N.- 42 Balance Oferta – Demanda de Lavado de Auto....64
TABLA N.- 43 Balance Oferta – Demanda de Cambio de Aceite....65
TABLA N.- 44 Balance Oferta – Demanda de Lavado de Auto....65
TABLA N.- 45 Balance Oferta – Demanda de Cambio de Aceite....65
TABLA N.- 46 Capacidad Instalada 68
TABLA N.- 47 Capacidad Óptima....68
TABLA N.- 48 Macro Localización....69
TABLA N.- 49 Localización Óptima 71
TABLA N.- 50 Capacidad Instalada 72
TABLA N.- 51 Código de Cercanía....72
TABLA N.- 52 Razones de Cercanía 73
TABLA N.- 53 Descripción del Proceso del Flujograma 76
TABLA N.- 54 Maquinaria 77
TABLA N.- 55 Equipo 77
TABLA N.- 56 Equipo de Computación....78
TABLA N.- 57 Equipo de Oficina 78
TABLA N.- 58 Muebles y Enseres 78
TABLA N.- 59 Vehículo....79
TABLA N.- 60 Costos Indirectos....81
TABLAN.- 61 Gastos Administrativos....82
TABLA N.- 62 Costo de Ventas 83
TABLA N.- 63 Costos Financieros 83
TABLA N.- 64 Costos Fijos y Variables 84
TABLA N.- 65 Activos Fijos 86

TABLA N.- 66 Activos Nominales.....87
TABLA N.- 67 Capital de Trabajo.....87
TABLA N.- 68 Fuentes de Financiamiento y Usos de Fondos.....88
TABLA N.- 69 Amortización.....90
TABLA N.- 70 Depreciaciones.....91
TABLA N.- 71 Estado de Situación Inicial.....92
TABLA N.- 72 Estado de Resultados.....94
TABLA N.- 73 Flujo de Caja.....95
TABLA N.- 74 Tasa de Descuento.....96
TABLA N.- 75 Flujos Netos de Efectivo.....97
TABLA N.- 76 Tasas Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).....97
TABLA N.- 77 Tasa Interna de Retorno.....98
TABLA N.- 78 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....99
TABLA N.- 79 Relación Costo Beneficio.....100
TABLA N.- 80 Punto de Equilibrio Cambio de Aceite.....101
TABLA N.- 81 Punto de Equilibrio Lavado.....103
TABLA N.- 82 R.O.E.....105
TABLA N.- 83 R.O.A.....105
TABLA N.- 84 R.O.I.....106

Índice de Figuras

Figura N.- 1 PIB 7
Figura N.- 2 Balanza Comercial 10
Figura N.- 3 Tasa Activa 12
Figura N.- 4 Tasa Pasiva 13
Figura N.- 5 Organigrama Estructural 29
Figura N.- 6 Flujograma de Procesos 36
Figura N.- 7 Servicio 37
Figura N.- 8 Tarjetas de Presentación 39
Figura N.- 9 Sobres 39
Figura N.- 10 Carpeta de Cartón 40
Figura N.- 11 Gorras 40
Figura N.- 12 Llaveros 41
Figura N.- 13 Sticker 41
Figura N.- 14 Género…….. 50
Figura N.- 15 Pregunta N.- 1…… 50
Figura N.- 16 Pregunta N.- 2…… 51
Figura N.- 17 Pregunta N.- 3….. 52
Figura N.- 18 Pregunta N.- 4…… 52
Figura N.- 19 Pregunta N.- 5……. 53
Figura N.- 20 Pregunta N.- 6…… 54
Figura N.- 21 Pregunta N.- 7….. 55
Figura N.- 22 Pregunta N.- 8…….. 56
Figura N.- 23 Pregunta N.- 9…… 57
Figura N.- 24 Pregunta N.- 10….. 57
Figura N.- 25 Pregunta N.- 11….. 58
Figura N.- 26 Macro Localización 70
Figura N.-27 .Micro Localización 70
Figura N.- 28 Matriz Triangular 73
Figura N.- 29 Plano Cars Solutions 74
Figura N.- 30 Tabulación Matriz Gráfico N.-31 Tabulación Matriz 74
Figura N.- 32 Tabulación Matriz Gráfico N.- 33 Tabulación Matriz 74
Figura N.- 34 Flujograma de Procesos 75
Figura N.- 35 Punto de Equilibrio Cambio de Aceite 102

Figura N.- 36 Punto de Equilibrio Lavado 104

Índice De Anexos

Anexo 1 Como obtener mi RUC 118

Anexo 2 Formulario para la Inscripción de la Patente 119

Anexo 2 Formulario para la Inscripción de la Patente 120

Anexo 3 Encuesta 121

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo ha sido investigado para determinar la factibilidad de implementar una microempresa de lavado y cambio de aceite de vehículos a domicilio ubicado en el norte de Quito en la parroquia San Juan de Calderón en el año 2016 para apoyar a la matriz productiva. Mediante el análisis situacional se puedo determinar que la parroquia cuenta con factores que favorecen al desarrollo del proyecto analizando cómo se encuentra la economía en el país y saber si con el proyecto va aportar de manera positiva para su crecimiento. Con el estudio de mercado se determinó que el servicio es muy utilizado por todas las personas que poseen vehículo es decir tiene aceptación considerando que el servicio es a domicilio para la comodidad del cliente. Del estudio técnico se determinó la localización optimización óptima siendo la Parroquia de San Juan de Calderón donde se va a iniciar la actividad económica. Para iniciar su operación se necesita una inversión de $15.347,63 la cual se va a financiar mediante un préstamo bancario, también se analizan los índices financieros los cuales van a demostrar si es viable o no la creación de la microempresa. Los resultados obtenidos de la evaluación de impactos es medio ya que con el manejo de los lubricantes se va haber afectado el medio ambiente, pero se dará el trato adecuado trabajando junto con el Ministerio del Ambiente. Demostrando así que los resultados esperados son positivos para que Cars Solutions pueda dar inicio a su actividad económica, generando ingresos para la economía del país.

EXECUTIVE SUMMARY

This work has been investigated to determine the feasibility of implementing a micro wash and oil change vehicle home located in the north of Quito in the parish San Juan Calderon in 2016 to support the productive matrix. By situational analysis to determine that I can parish has factors that favor the development of the project is analyzing how the economy in the country and whether the project will contribute positively to growth. With the market study it was determined that the service is widely used by all people who own vehicle that is has accepted considering that the service is home for customer convenience. The technical study the optimal location optimization being the Parish of San Juan Calderon at which to initiate economic activity was determined. To start operation an investment of $ 15,347.63 which will be financed through a bank loan is needed, financial indices which will show whether it is viable or not the creation of microenterprises are also analyzed. The results of the impact assessment is half as with handling lubricants will have affected the environment, but proper treatment will work together with the Ministry of Environment. Thus demonstrating that the expected results are positive for Cars Solutions can begin its economic activity, generating income for the country's economy.

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación

Esta propuesta de iniciar en la implementación de una empresa dedicada a brindar estos servicios a domicilio con el propósito que los clientes noten como el servicio es de calidad y para su comodidad. La microempresa va encaminado hacia el plan del buen vivir, generando fuentes de trabajo para la ciudadanía con salarios dignos. Va hacer parte del incremento en el PIB ya que se considera en la contabilidad nacional del país.

Esta microempresa surge con la finalidad de brindar servicios de cambio de aceite y lavado de autos a domicilio, cubriendo las necesidades que busca asistir el usuario a su vehículo, va a lograr que los clientes optimicen tiempo ya que con solo una llamada el personal ira a sus domicilios a realizar el trabajo respectivo.

La microempresa se relacionara con el desarrollo económico-social para aportar así a la matriz productiva.

Es importante para la ciudadanía buscar opciones más beneficiosas para el ahorro del tiempo, considerando que el tiempo de cada persona es muy valioso ya sea que se va por el trabajo, familia. Amigos, etc., muchas veces no hay tiempo para llevar el vehículo a realizar el cambio de aceite correspondiente.

Aporta de manera positiva a la comunidad y sectores aledaños ya que este servicio no hay en la parroquia.

1.2. Antecedentes

Historia del Automóvil

Dice (Condori M., 2004, pág. s/p)"1769 El primer vehículo propulsado a vapor fue creado por Nicholas-Joseph Cugnot 9. Se trataba de un verdadero triciclo con ruedas de madera, llantas de hierro y pesaba 4,5 toneladas."

Según (Rueda Santander, 2003, pág. 83) que:

> La palabra automóvil significa "que se mueve por sí mismo", se aplica para designar a los vehículos que se desplazan sobre o en un medio. En sus comienzos la locomoción del automóvil recurrió a la única fuente de energía realmente conocida (el vapor). Exceptuando algunos automóviles de vapor y vehículos experimentales para usos especiales, la gran mayoría de automóviles utilizan una fuerza suministrada por una torre, donde se hace explotar una mezcla comprimida de gasolina y aire, utilizándose la energía que se desarrolla para el desplazamiento del automóvil.

El mismo autor sigue mencionando:

"Existen igualmente muchos automóviles que en lugar de utilizar gasolina emplean otro tipo de combustible tales como Diésel, Gas butano o alcohol."

"Dentro del motor de combustión interna la mezcla combustible – aire es introducida en un cilindro en cuyo interior hay un Pistón (Embolo), que retiene los gases y adicionalmente se mueven hacia arriba o hacia abajo dentro del cilindro."

> El pistón o embolo se conecta por medio de la biela al cigüeñal, que transforma en rotación y movimiento reciprocante del pistón. El movimiento del cigüeñal es transmitido por medio de engranajes y transmisiones al puente posterior o barra metálica que une las ruedas posteriores (transmisión trasera).
>
> El automóvil ha llegado a ser un símbolo del siglo XX, superando a cualquier invención. Henry Ford puede ser considerado como el creador de la industria del

automóvil moderna. En 1908 inicio la producción del modelo T (Tin Lizzie), en donde la mayor innovación fue el principio de la producción en cadena.

"PEUGEOT 1894"

"RENAULT 1899"

"MODELO T FORD 1908"

Lubricantes

Confirma (Terradillos & Ciria, 2014, pág. s/p) que:

> En 1989 la producción fue de 40.0 millones de toneladas. En 1998, la demanda mundial de lubricantes fue de 37.8 millones de toneladas. Comparado con 1997 se observó una disminución en 1.3%. Esta tendencia se observa a lo largo de toda la década de los 90.

Bogotá "Oil Filter's" (Cambio de Aceite)

Comenta (Oilfilter's, 2016, pág. s/p) que:

> Somos contamos con más de 41 puntos distribuidos a lo largo del territorio Colombiano. Ofrecemos asesoría y venta de lubricantes, filtros y llantas entre otros. Contamos con más de 190 empleados, atendemos un estimado de 40.000 clientes al año y realizamos alrededor de 150.000 cambios de aceite al año, utilizando siempre insumos originales, garantizados y de las mejores marcas como Mobil, Valvoline, Shell y Chevron.

El mismo autor sigue mencionando:

> OIL FILTER'S Inició sus actividades el 13 de enero de 1998 en donde:
> 1998 comenzamos nuestra actividad contando con 8 asesores comerciales, 4 puntos de ventas con locales en arriendo para la prestación del servicio de cambio de aceite, 4 furgones y una casa lote que se adaptó como Bodega y oficina ubicada en el barrio Restrepo.

Guayaquil "Oil Check S.A." (Cambio de Aceite a Domicilio)

Afirma (Oilchecksa, 2016, pág. s/p) que:

> En la actualidad los negocios están evolucionando, llevando soluciones de forma personalizada a sus clientes y es así como nace la idea de crear oilcheck.ec con la visión de cubrir una necesidad que como cliente vivimos día a día, dado que el mundo globalizado conlleva a que tengamos más responsabilidades para ser competitivos en el mundo laboral, teniendo que atender varios frentes importantes en la vida como es la familia, puesto de trabajo, estudios, mantenimiento al vehículo, etc… vemos que todo marcha a una gran velocidad, solo basta llegar a nuestros trabajos y en una apreciación corta del tiempo ya es hora de partir a nuestros hogares u otras responsabilidades adquiridas, siendo así que llegamos a decir que ya no alcanza el tiempo para nada.

El mismo autor sigue mencionando:

> Oil check te da la opción de liberarte de una responsabilidad como es el mantenimiento preventivo de tu vehículo, donde el cliente se encuentre o indique (Hogar, Lugar de trabajo, etc.) y que la difícil tarea de llevar el vehículo a la lubricadora o no alcance a realizar el mantenimiento por motivos de tiempo ya no sea una excusa para tener siempre listo su vehículo y en óptimas condiciones.

Quito "Spaike Lubri-Car" (Cambio de Aceite a Domicilio)

Visto que (Lubri-Car, 2016, pág. s/p) que:

> Si últimamente te das cuenta que en cada cambio de aceite, tu vehículo pierde cada vez más su rendimiento y dicho aceite en poco tiempo está totalmente negro, sin llegar a su tiempo de vida útil, es porque te están estafando en cada cambio, el aceite que usan no es el óptimo para tu vehículo, estos son envasados en los galones de las presentaciones del mercado pero no es el mismo, es un aceite de pipa que lo hacen pasar por el que te anuncian. Por eso es el costo tan bajo en el anuncio del mismo, además los filtros son reutilizados, se los lavan y se ponen en las perchas.

CAPITULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

En cuanto a (Matus, 2002, pág. 43)"Es la única que fundamenta la acción. La apreciación situacional puede tener como fundamento un diagnóstico. La calidad de la apreciación situacional depende del diagnóstico pero jamás existe la relación que establece la planificación tradicional."

2.1. Ambiente Externo

Según (Koontz & Weihrich, Elementos de Administración, 1991, pág. 95)"El ambiente externo actual y futuro se tiene que evaluar en términos de amenazas y oportunidades. Dicha evaluación se centra en los factores económicos, sociales, políticos, legales, demográficos y geográficos."

2.1.1. Factor Económico

Por otra parte (Viteri Posso, 1978, págs. 672,673)"Las actividades económicas que constituyen el proceso económico son ejercidas generalmente no por individuos sino por grupos de individuos que denominamos unidades económicas."

2.1.1.1. Inflación

Asegura (Samuelson & Nordhaus, 2010, pág. 632) que:

> La inflación ocurre cuando sube el nivel general de precios. En la actualidad se calcula mediante índices de precios, promedios ponderados de los precios de miles de productos individuales. El índice de precios al consumidor (IPC) mide el costo de una canasta de bienes y servicios de consumo a precios de mercado en relación con el costo de dicha canasta en un año base dado.

TABLA N.- 1 Inflación

Inflación Mayo 2012 – 2016	
Año	**Porcentaje**
2012	6,12%
2013	3,01%
2014	3,11%
2015	3,76%
2016	2,32%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

La inflación en el año 2012 tuvo un porcentaje excesivo del 6,12% en el año 2013,2014,2015 y hasta marzo del 2016 hay un decrecimiento del 3,05% lo cual la población económicamente activa busca las maneras de mejorar su economía a través de inversiones en negocios propios donde genere ganancia para así poder activar el flujo monetario en el país, donde es una oportunidad para el proyecto ya que así se puede hacer una inversión donde se genere una utilidad ,la inflación ha afectado a la economía del país donde cada día los precios van aumentado pero el proyecto está enfocado a un servicio que todo vehículo necesita para tener un correcto funcionamiento para que el proyecto sea realizable.

2.1.1.2. PIB

En Efecto (Samuelson & Nordhaus, 2010, pág. 393) que:

> El PIB es el nombre que se le da al valor total de mercado de los bienes y servicios finales producidos en un país durante un año dado. Es la cifra que uno obtiene cuando aplica la vara de medición del dinero a los diversos bienes y servicios que un país produce con sus recursos de tierra, trabajo y capital. El PIB es igual a la producción total de los bienes de consumo e inversión, gasto del gobierno y exportaciones netas a otras tierras.

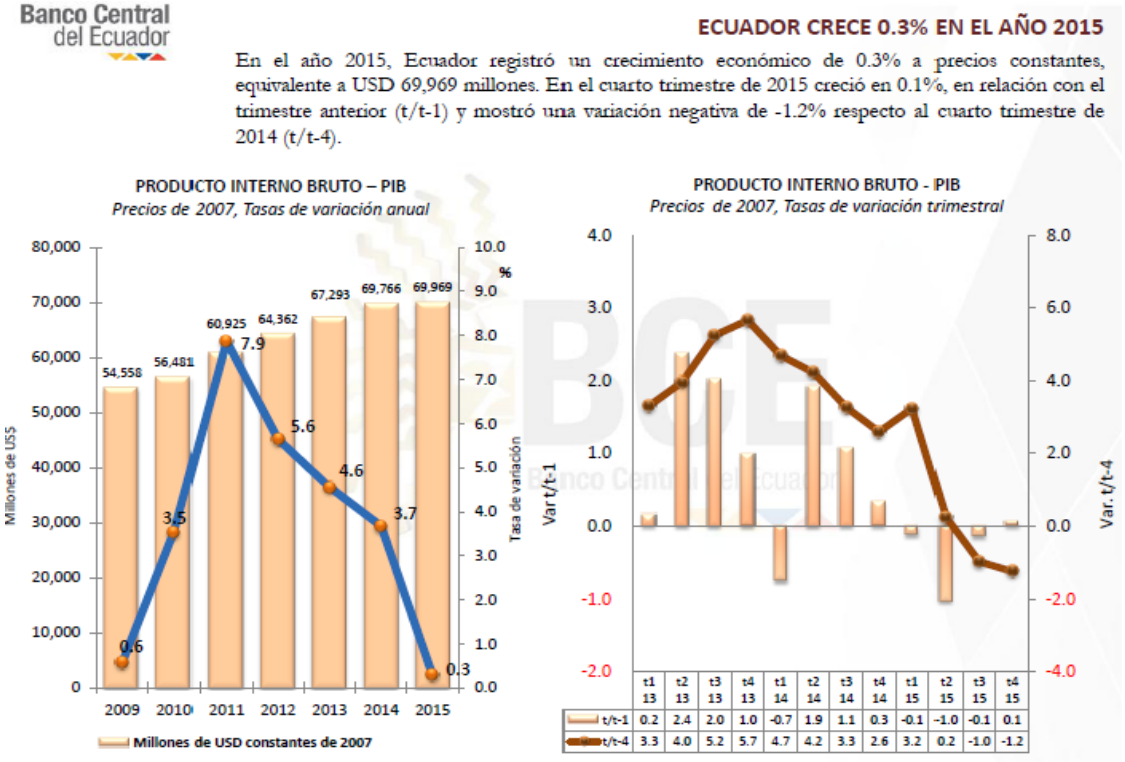


Figura N.- 1 PIB
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

En el 2015 el PIB del Ecuador mostro un crecimiento económico de 0,3% con respecto a los precios constantes y en el cuarto trimestre creció el =,1% lo cual se reflejaría una mejora. Sin embargo la resiente restricción de las importaciones ha frenado el crecimiento del PIB ya que no existe un capital circulante donde las salvaguardias a

importaciones se ven afectadas por el alto valor de aranceles los cuales disminuyen la cantidad de entradas de productos importados ya que afecta a las industrias al no pueden ofertar productos con valores accesibles a la población donde tienen que sustituir los productos importados por nacionales.

TABLA N.- 2 PIB Sectorial

PIB Sectorial 2014 – 2015		
Actividades	**2014**	**2015**
Petróleo y minas	0,81	-0,23
Construcción	0,55	-0,07
Actividades profesionales, técnicas y adm.	0,49	0,32
Comercio	0,47	0,07
Manufactura (sin refinación petróleo)	0,46	0,19
Transporte	0,30	0,11
Administración pública y defensa	0,26	0,06
Suministro de electricidad y agua	0,20	0,18
Otros Servicios	0,17	0,00
Agricultura	0,17	0,15
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	0,16	0,00
Alojamiento y servicios de comida	0,12	-0,08
Actividades de servicios financieros	0,10	-0,06
Acuicultura y pesca de camarón	0,08	0,08
Correo y Comunicaciones	0,06	-0,07
Servicio doméstico	0,01	0.00
Pesca (excepto camarón)	-0,01	0,01
Refinación de Petróleo	-0,47	0,05

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Las contribuciones que muestra el PIB presenta una mayor variación anual del =,3% fueron profesionales técnicas donde se muestran contundentemente que no se depende del auge petrolero si no de nuevas maneras de buscar el flote monetario como las nuevas industrias o servicios que se encuentran en el 0,17% Cars Solutions va a contribuir con el crecimiento de este sector donde la principal meta es consolidarse en el mercado y así contribuir con la matriz productiva del país generando plazas de empleo.

2.1.1.3. Balanza Comercial

Es decir (Banco Central Del Ecuador, 2012, pág. 50) que:

> Es el resultado entre importaciones y exportaciones de mercancías o bienes. Se utiliza para conocer el equilibrio o desequilibrio en el que se encuentran estas transacciones respecto al exterior y se expresan en déficit o superávit; el primero cuando son mayores las importaciones y el segundo cuando son mayores las exportaciones. Es el cálculo que resulta de la diferencia entre las exportaciones y las importaciones de mercancías durante un período determinado, valorados en millones de dólares FOB.

BALANZA COMERCIAL (1)

Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones

	Ene - Dic 2012		Ene - Dic 2013		Ene - Dic 2014		Ene - Dic 2015		Variación 2015 - 2014 USD FOB	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	Absoluta	Relativa
Exportaciones totales	**27,922**	**23,764.8**	**29,441**	**24,847.8**	**31,402**	**25,732.3**	**31,786**	**18,365.9**	**-7,366.4**	**-28.6%**
Petroleras	*19,637.6*	*13,792.0*	*20,651.9*	*14,107.7*	*22,092.3*	*13,302.5*	*22,263.1*	*6,697.5*	*-6,604.9*	*-49.7%*
No petroleras	*8,284.1*	*9,972.8*	*8,788.8*	*10,740.1*	*9,310.0*	*12,429.8*	*9,522.7*	*11,668.4*	*-761.4*	*-6.1%*
Importaciones totales	**14,283**	**24,205.4**	**15,625**	**25,888.8**	**17,304**	**26,444.8**	**15,530**	**20,458.3**	**-5,986.5**	**-22.6%**
Bienes de consumo	*1,053*	*4,825.8*	*998*	*5,002.1*	*1,111*	*5,020.1*	*886*	*4,097.0*	*-923.0*	*-18.4%*
Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)	*n.d.*	*163.3*	*5*	*228.3*	*4.0*	*197.7*	*2.8*	*122.7*	*-75.1*	*-38.0%*
Materias primas	*7,381*	*7,290.9*	*8,028*	*7,829.2*	*8,619*	*8,079.7*	*7,312*	*6,880.1*	*-1,199.7*	*-14.8%*
Bienes de capital	*543*	*6,418.1*	*579*	*6,778.0*	*581*	*6,648.1*	*484*	*5,342.7*	*-1,305.4*	*-19.6%*
Combustibles y Lubricantes	*5,301*	*5,441.3*	*6,009*	*5,927.4*	*6,985*	*6,417.4*	*6,839*	*3,944.8*	*-2,472.6*	*-38.5%*
Diversos	*4.4*	*42.2*	*6.4*	*61.7*	*5.3*	*55.7*	*6.5*	*57.5*	*1.9*	*3.4%*
Ajustes (3)		*23.8*		*62.1*		*26.1*		*13.4*	*-12.7*	*-48.6%*
Balanza Comercial - Total		**-440.6**		**-1,041.0**		**-712.5**		**-2,092.4**	**-1,379.9**	**-193.7%**
Bal. Comercial - Petrolera		*8,350.7*		*8,180.3*		*6,885.1*		*2,752.7*	*-4,132.4*	*-60.0%*
Bal. Comercial - No petrolera		*-8,791.3*		*-9,221.3*		*-7,597.6*		*-4,845.1*	*2,752.5*	*36.2%*

Figura N.- 2 Balanza Comercial
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

El país se encuentra en declive económico dado por la baja del precio del petróleo y por la pérdida de acuerdos comerciales con otras naciones, en el cual se encuentran las exportaciones petroleras con el -60% y no petroleras con el -36,2% y la deuda externa sigue creciendo donde ya no hay inversión para nuevas industrias donde inversionistas tengan capacidad de inversión y así generar una balanza comercial positiva a favor de la población.

2.1.1.4. Riesgo País

También (Banco Central Del Ecuador, 2012, pág. 23) que:

> Es la percepción de los mercados internacionales respecto del riesgo de otorgar préstamos a los distintos países. Dicho riesgo está dado básicamente por la capacidad o incapacidad de un país de cumplir con los pagos del capital o de los intereses, al momento de su vencimiento. Es un índice que pretende exteriorizar la evolución del riego que implica la inversión en instrumentos representativos de la Deuda Externa emitidos por gobiernos de países emergentes.

TABLA N.- 3 Riesgo País

Riesgo País Mayo 2012 – 2016		
Año	**Valor**	**Variación**
may-12	948	0,21%
may-13	626	-0,32%
may-14	372	-0,27%
may-15	735	-0,41%
may-16	855	-0,70%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

El cuadro estadístico muestra como en el año 2012 la capacidad de endeudamiento era confiable por tener un porcentaje del 0,21% dado a la baja de la economía el Riesgo País fue afectado notoriamente hasta llegar al -0,70% donde no tiene capacidad de endeudamiento para pagar en un futuro o cual no existe inversión extranjera para poder aumentar capital a las empresas y fomentar el empleo.

2.1.1.5. Tasa de Interés

Dice (Mochón & Carreon, 2011, pág. 301)"La tasa de interés suele determinarse como un porcentaje de la cantidad prestada. En cualquier caso, puede ser confuso habla de

tasa de interés como algo único, ya que en un momento dado hay diferentes tasas de interés."

2.1.1.6. Tasa Activa

Con relación a (Aguirre, 2009, pág. 64) que:

> Corresponde a la tasa de interés activa efectiva referencial para el segmento comercial corporativo calculada con el promedio ponderado por monto de las tasas de interés efectivas pactadas en todas las operaciones de crédito concedidas en el sistema financiero realizadas en las cuatro semanas procedentes a la semana de publicación. Tiene una vigencia mensual.

Análisis:

La tasa de interés se mantiene en un porcentaje del 11,82% donde los pequeños empresarios buscan financiamiento para implantar un nuevo negocio en el cual buscan las mejores opciones de préstamo ya sea en el capital o el interés para que así su negocio produzca para crecer y lograr la meta deseada.

Tasas de Interés

julio - 2016

1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES

Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	9.30	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	10.12	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.82	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	9.43	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.67	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.98	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.16	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.44	**Consumo Ordinario***	**17.30**
Consumo Prioritario	16.30	**Consumo Prioritario ******	**17.30**
Educativo	9.43	**Educativo ******	**9.50**
Inmobiliario	10.78	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	24.96	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	23.80	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	20.87	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.23	Inversión Pública	9.33

Figura N.- 3 Tasa Activa
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Jennifer Vega

2.1.1.7. Tasa Pasiva

Con relación a (Aguirre, 2009, pág. 64) que:

> Corresponde al promedio ponderado por monto de las tasas de interés efectivas pasivas proporcionadas por las instituciones financieras al Banco Central, que incluye todos los rangos de plazos, operaciones realizadas en las cuatro semanas precedentes a la semana de publicación. Tiene una vigencia mensual.

Análisis:

La tasa de interés es del 5,10% anual con lo que es posible depositar el dinero en la cuenta bancaria donde al término de un tiempo se genera un interés acumulado y se convierte en un capital para la empresa el mismo que sirve para la compra de equipo o para seguir expandiendo sus actividades para seguir creciendo en el mercado automotriz.

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	6.01	Depósitos de Ahorro	1.28
Depósitos monetarios	0.62	Depósitos de Tarjetahabientes	1.10
Operaciones de Reporto	0.08		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	5.10	Plazo 121-180	6.55
Plazo 61-90	5.17	Plazo 181-360	7.01
Plazo 91-120	6.05	Plazo 361 y más	7.88

Figura N.- 4 Tasa Pasiva
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Jennifer Vega

2.1.2. Factor Social

Es decir (Hurtado Larrea, 1996, pág. 24)"El nuevo paradigma asumió que, una vez logrado el crecimiento por medio de mercados trabajando eficientemente gracias a economías estabilizadas, se alcanzarían automáticamente los objetivos de generación de empleo, disminución de la inequidad y reducción de la pobreza."

2.1.2.1. Crecimiento Poblacional

Acerca de (Desarrollo C. N., 1987, pág. 1)"El tamaño de la población es aun reducido, su composición y distribución presionan en forma excesiva sobre la capacidad de generación de empleo y las posibilidades de provisión de servicios públicos por parte del Estado."

TABLA N.-4 Crecimiento Poblacional

Sector Calderón (Carapungo)		
Hombres	**Mujeres**	**Total**
74.682	77.560	152.242

Fuente: INEC
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Dado al crecimiento demográfico en la ciudad de Quito es una gran oportunidad para el proyecto ya que la población sigue creciendo la demanda de servicio de cambio de aceite ,lavado de auto y lubricación en general va en aumento la empresa ganaría la captación de clientes.

2.1.2.2. Tasa de Desempleo

Esto es (Krugman, Wells, & Olney, 2010, pág. 359)"La tasa de desempleo refleja el número de personas sin empleo como porcentaje de la población activa."

TABLA N.- 5 Tasa de Desempleo

Desempleo Quito	
Período	**Porcentaje**
jun-07	6,0%
jun-08	5,9%
jun-09	5,3%
jun-10	6,7%
jun-11	3,8%
jun-12	4,4%
jun-13	4,4%
jun-14	4,2%
jun-15	4,8%
jun-16	7,1%

Fuente: INEC
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

La tasa de desempleo se encuentra en el 7.1% es decir hay un crecimiento notable de desempleo lo cual no genera una base económica fija para tener oportunidades de sobre salir económicamente y tener un mejor estilo de vida.

2.1.2.3. PEA (Población Económicamente Activa)

Por tanto (Banco Central Del Ecuador, 2012, pág. 23) que:

> La PEA incluye a las personas que actualmente laboran y aquellas que están dispuestas a hacerlo y no consiguen trabajo. Corresponde a todas las personas de 10 años y más que trabajaron al menos una hora en la semana de referencia; o aquellas personas que aún no trabajaron, tuvieron trabajo (ocupados), o aquellas personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar (desocupados).

TABLA N.- 6 Población Económicamente Activa

PEA Calderón (Carapungo)	
Edades	**Cantidad**
Menor de 1 año	2.674
De 1 a 4 años	12.208
De 5 a 9 años	15.080
De 10 a 14 años	14.933
De 15 a 19 años	14.360
De 20 a 24 años	15.354
De 25 a 29 años	14.359
De 30 a 34 años	12.472
De 35 a 39 años	10.805
De 40 a 44 años	9.306
De 45 a 49 años	8.776
De 50 a 54 años	6.625
De 55 a 59 años	4.967
De 60 a 64 años	3.410
De 65 a 69 años	2.605
De 70 a 74 años	1.738
De 75 a 79 años	1.144
De 80 a 84 años	772
De 85 a 89 años	405
De 90 a 94 años	188
De 95 a 99 años	39
De 100 años y mas	22
TOTAL	**152.242**

Fuente: INEC
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

La población activa económicamente en el Ecuador se basa con las personas que tienen su edad comprendida entre 20-69 años con la cantidad de 88.679 personas donde el país se encuentra con una población joven y productiva que están en la capacidad de trabajar para obtener un ingreso monetario y a cambio brindar sus conocimientos, considerando que existe una población baja de adultos.

2.1.3. Factor Legal

2.1.3.1. Requisitos para la inscripción de personas naturales

Registro Único de Contribuyentes (RUC)

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo. **Anexo 1**

Requisitos para la obtención de la Patente

- Formulario de inscripción de patente. **Anexo 2**
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC en el caso que lo posea.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o represéntate legal en el caso de ser persona jurídica.

Requisitos adicionales:

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

Requisitos para el Permiso de Funcionamiento

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Copia RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión).
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

Requisitos para el Permiso de los Bomberos

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección.
- Copia del RUC; y
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).

Requisitos para la Licencia Ambiental

- Certificado de Intersección con el SNAP,BP y PFE.
- Solicitud de la aprobación de los TdR.
- Solicitud de la aprobación del EIA y PMA.
- Solicitud de la emisión de la Licencia Ambiental para la realización del proyecto.

2.1.4. Factor Tecnológico

Por otra parte (Rojas, Izurieta, & Sierra, 1994, pág. 13) que:

> La tecnología no es una cosa en el sentido ordinario del término, sino un "ambivalente" proceso de desarrollo suspendido entre diferentes posibilidades. La transformación de rol social de la ciencia y la técnica ha llevado a que la mostrar que "la tecnología no es un escenario de lucha.

Análisis:

En la actualidad es muy importante este factor para estar en contacto directo con el mundo ya que con herramientas industriales las cuales van a permitir disminuir el tiempo de trabajo y con esto se puede brindar un mejor servicio al cliente.

2.2. Entorno Local

En cuanto (Astudillo Ordóñez, 2014, pág. 61)"Para diseñar nuestra política de marketing debemos considerar los factores más representativos del entorno de un país. Así tenemos: demográfico, institucional, económico y social, científico, cultural, ecológico."

2.2.1. Clientes

Dice (Astudillo Ordóñez, 2014, pág. 60)"Todo profesional de marketing desea que en el mercado se dé la concurrencia perfecta para poder así desarrollar las diferentes estrategias qu8e hagan posicionar al producto y a la empresa en un lugar privilegiado."

2.2.1.1. Clientes Internos

El cliente interno es un miembro de la misma organización es decir colaboradores, que por medio de ellos vamos a cumplir con las expectativas del cliente, demostrando un trabajo de calidad y para su beneficio.

2.2.1.2. Clientes Externos

Son clientes potenciales que necesitan mi servicio que son las personas que poseen un vehículo que buscan satisfacer una necesidad y que el servicio sea de calidad, lo cual va a genera rentabilidad para la organización.

Análisis:

La microempresa se enfocara tanto en los clientes internos y externos ya que los dos van a generar ganancia y crecimiento, demostrando que el servicio es eficiente y de calidad para que se recomendado con los demás.

2.2.2. Proveedores

En concreto (Cordova Román, 2011, pág. 42)"Se genera por la actividad de compra de bienes o servicios a crédito generándose una obligación que deberá ser pagada en una fecha determinada."

TABLA N.- 7 Proveedores

Proveedores	Ubicación	Producto
Radial Tire Center	Cayambe	Lubricantes Petroecuador
Importadora Ferremundo	Quito	Filtros de Aceite
Importadora Tomebamba	Quito	Refrigerantes
Infrisa	Quito	Líquido de Frenos – Aceites
Fox Motors	Quito	Desengrasante
Comercial Lubrimotors	Quito	Detergentes - Guantes de Seguridad

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

El cuadro estadístico muestra los diferentes proveedores de insumos que se utilizara en la microempresa donde los insumos son entregados en las instalaciones de la misma, para así tener una bodega variada de mercadería y a elección de los diferentes clientes, generando acuerdos de pago a plazos y obtener descuentos de temporada.

2.2.3. Competidores

Dice (Nacional, 2004, pág. s/n) que:

> Un mercado es perfectamente competitivo cuando hay muchos vendedores pequeños en relación con el mercado; el producto es homogéneo; los compradores están bien informados, existe libre entrada y salida de empresas y decisiones independientes, tanto de los ofertantes como de los demandantes.

TABLA N.- 8 Competidores Directos

Competidores Directos		
	Establecimiento	**Servicio**
1	Llantamatic	Cambio de aceite
2	Off Road Tires	Lubricación Automotriz
3	Lubricadora Carapungo	Cambio de aceite
4	Erco Tires	Chequeo De Aceite
5	Lubri San Juan	Cambio de aceite
6	Tecni-Repuestos	Aceites

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Los competidores directos brindan el servicio en un lugar específico en cambio la microempresa lo brinda a domicilio o donde el cliente lo solicite y así se ahorra el tiempo de cada uno de ellos, y a diferentes horarios de acuerdo al tiempo del cliente.

2.3. Análisis Interno

En efecto (Koontz & Weihrich, Elementos de Administración, 1991, pág. 97) dice que:

> Se debe hacer una auditoria y evaluar al ambiente interno de la empresa en relación a sus recursos y sus fuerzas y debilidades, puntos en la investigación y el desarrollo, la producción, las operaciones, las compras, la mercadotecnia y los productos y servicios.

2.3.1. Propuesta Estratégica

La propuesta de la empresa es impactar a los clientes con un servicio de calidad, con equipos adecuados y de trabajo en equipo, con precios cómodos y accesibles para los clientes, generando en el sector automotriz la facilidad de realizarlo a domicilio o en el lugar que estime el cliente.

2.3.1.1. Misión

Afirma (Chiavenato, 2001, pág. 49) que:

> En el fondo toda organización se crea para cumplir la finalidad de ofrecer un producto o un servicio a la sociedad. La misión representa esta finalidad o propósito. En otras palabras, la misión es la razón esencial de ser y existir de la organización y de su papel en la sociedad.

2.3.1.1.1. Formulación de la misión

TABLA N.-9 Formulación de la Misión

Formulación de la Misión	
PRINCIPIOS	
Calidad del Servicio	Satisfacer las necesidades del cliente.
Trabajo en Equipo	Cada miembro será valorado por su trabajo y así fomentar un buen clima laboral.
VALORES	
Confiabilidad	Brindando al cliente un servicio de calidad.
Respeto	Valor fundamental de la empresa aplicado entre trabajador y cliente.
Responsabilidad	Puntualidad y compromiso con los clientes sabiendo cumplir con la tarea encomendada.
Lealtad	Fidelidad al valor principal de la empresa que es el respeto.
Honestidad	Ética profesional de trabajadores hacia los clientes.
Compromiso	Cumplir a cabalidad el trabajo encomendado del cliente.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.-10 Elementos para definir la Misión

Elementos para definir la Misión	
Naturaleza del Negocio	Atención a nivel local.
Mercado al que Sirve	Atención al sector automotriz liviano.
Características del Servicio	Comercialización de lubricantes y aditivos de calidad y listos para su uso.
Principios y Valores	Puntualidad .honestidad y compromiso.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jennifer Vega

Cars Solutions se dedica a prestar servicios de lavado y cambio de aceite de vehículos a domicilio, buscando proveer a los clientes dar un mejor servicio de la más alta calidad, satisfaciendo la necesidad del cliente en el sector automotriz, demostrando la responsabilidad y lealtad para la calidad del servicio en su trabajo.

2.3.1.2. Visión

Dice (Chiavenato, 2001, pág. 50) que:

> Se refiere a la filosofía básica de las organizaciones la visión sirve para mirar el futuro que se desea alcanzar. La visión es la imagen que la organización define respecto a su futuro, es decir de la que pretende ser. Muchas organizaciones exponen la visión como el proyecto que les gustaría ser dentro de cierto periodo; por ejemplo; cinco años.

2.3.1.2.1. Formulación de la Visión

TABLA N.-11 Formulación de la Visión

Formulación de la Visión	
PRINCIPIOS	
Calidad del Servicio	Satisfacer las necesidades del cliente.
Trabajo en Equipo	Cada miembro será valorado por su trabajo y así fomentar un buen clima laboral.
VALORES	
Confiabilidad	Brindando al cliente un servicio de calidad.
Respeto	Valor fundamental de la empresa aplicado entre trabajador y clientes.
Responsabilidad	Puntualidad y compromiso con los clientes sabiendo cumplir con la tarea encomendada.
Lealtad	Fidelidad al valor principal de la empresa que es el respeto.
Honestidad	Ética profesional de trabajadores hacia los clientes.
Compromiso	Cumplir a cabalidad el trabajo encomendado del cliente.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.-12 Elementos para definir la Visión

Elementos para definir la Visión	
Posición deseada en el Mercado	Líderes en el servicio a domicilio de lubricación.
Tiempo	5 años
Mercado de la empresa	Sector automotriz.
Productos o Servicios	Aceites .aditivos y servicio de cambio.
Principios y Valores	Liderazgo y dinamismo al servicio del cliente.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jennifer Vega

Car Solutions quiere llegar a ser una empresa líder para el año de 2021 en la prestación de servicios de lavado y cambio de aceite a domicilio ofreciendo un servicio innovador, ajustándonos a las exigencias del cliente, con trabajo en equipo y sobre todo con compromiso a la hora de dar el servicio.

2.3.1.3. Objetivos

2.3.1.3.1. Objetivo General

Cars Solutions una microempresa emprendedora en el mercado automotriz, fomentando el buen servicio a domicilio, demostrando así la rentabilidad monetaria y así poder seguir creciendo para aumentar fuentes de trabajo.

2.3.1.3.2. Objetivos Específicos

- ✓ Contar con equipos especializados para realizar los cambios de aceitas y lavado de vehículos.
- ✓ Llevar un registro de cada vehículo para poder brindar el servicio periódicamente.
- ✓ Realizar un estudio de mercado para saber la aceptación de nuestro servicio.

2.3.1.4. Principios o Valores

2.3.1.4.1. Principios

- **Servicio de excelencia.-**Ofrecer al cliente un servicio de calidad a través de la satisfacción en el servicio.
- **Compromiso con el cliente.-**Demostrar que el cliente es muy importante para la microempresa.
- **Calidad humana.-**Compromiso personal por ser mejores y cada día ser mejor como trabajadores.

- **Ahorro.-** Demostrar el cuidado del agua sin desperdiciarla, usando lo necesario y así cuidar el ecosistema.
- **Liderazgo.-** Ser un líder positivo comprometido a colaborar con sus compañeros de trabajo dirigiendo y coordinando en las actividades que se realicen.

2.3.1.4.2. Valores

- **Respeto.-** Es el principal valor difundido en la microempresa para llevar un excelente ambiente de trabajo.
- **Sinceridad.-**Sinceridad con el cliente tanto externo como interno, informando sobre los aspectos ya sean positivos o negativos que se presente.
- **Responsabilidad.-** Tener la plena satisfacción que el trabajo realizado se encuentre bien hecho y asa tener la confianza del cliente.
- **Honestidad.-** Ser claro y conciso con el cliente y no engañarlo para obtener beneficio personal.
- **Compromiso.-** Cumplir con todos los trabajos encomendados a cualquier miembro de la organización.

2.3.2. Gestión Administrativa

Según ((IRFEYAL), 2008, pág. 4)"La administración es aplicada para cualquier tipo de actividad organizacional, pues se preocupa que la organización alcance los objetivos propuestos. La administración tiene un sistema que debe cumplir así será eficiente."

2.3.2.1. Planeación

Con respecto a ((IRFEYAL), 2008, pág. 7)"La palabra planeación proviene de la voz griega PLATEARUM que significa iniciar, comenzar. Es por eso que constituye la actividad de proveer una serie de actividades ha realizarse, y proveer los obstáculos que se puedan presentar."

Análisis:

Mediante este paso se realizara reuniones con todo el personal en donde se darán a conocer cuáles son las metas a alcanzar de Cars Solutions mediante su trabajo, conocimientos y sobre todo la dedicación de cada uno de ellos al momento de brindar el servicio.

2.3.2.2. Organización

También ((IRFEYAL), 2008, pág. 15)"La organización es la reunión de recursos ya sean estos humanos, materiales o financieros que son seleccionados y coordinados para el logro de objetivos de la misma."

2.3.2.2.1. Organigrama Estructural

Acerca de (Viteri Posso, 1978, pág. 471)"Su propósito entonces, el determinar y comprobar los diferentes dominios orgánicos de la futura empresa y a los cuales deberán ajustarse las funciones de gestión."

Figura N.- 5 Organigrama Estructural
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

2.3.2.2.2. Perfil de Puesto o Cargo

TABLA N.- 13 Descripción del Cargo

Descripción del Cargo	
Se encarga de la toma de decisiones para el correcto funcionamiento.	
Cargo	Propietaria
Número de personas en el cargo	5
Sueldo	400,00
FUNCIONES	
Función Principal	
Coordinar el correcto funcionamiento de todas las funciones y empleados de la empresa.	
Funciones Secundarias	
Se encarga de la representación de la empresa a nivel exterior.	
Preside las gestiones administrativas y económicas.	
Supervisa el cumplimiento de las tareas de las diferentes funciones de microempresa.	
Delega funciones a las demás dependencias de la organización.	
Responsabilidades	
Tomar las mejores decisiones para el mejoramiento de la organización.	
Coordina el cumplimiento del reglamento interno de trabajo.	
Requisitos de Educación	Nivel Superior.
Requisitos de Experiencia	Minino un año de experiencia.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.- 14 Descripción del Cargo

Descripción del Cargo	
Se encarga de receptar llamadas, enviar y recibir mail, manejo de archivo, tareas varias.	
Cargo	Recepcionista-Secretaria
Número de personas en el cargo	0
Sueldo	366,00
FUNCIONES	
Función Principal	
Atención al cliente.	
Funciones Secundarias	
Mensajería interna en la microempresa.	
Ayuda al área administrativa.	
Revisión de productos en mal estado.	
Coordinación de citas con los clientes y proveedores.	
Cobranza.	
Responsabilidades	
Entrega de documentación a tiempo en la empresa.	
Cumplir con todas las tareas estipuladas en su contrato.	
Requisitos de Educación	Bachillerato
Requisitos de Experiencia	Sin experiencia

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.- 15 Descripción del Cargo

Descripción del Cargo	
Se encarga de cambiar, revisar el lubricante de cada vehículo para proceder a lavarlo.	
Cargo	Operario 1 / Operario 2
Número de personas en el cargo	0
Sueldo	366,00
FUNCIONES	
Función Principal	
Cambio de aceite y lavado del vehículo.	
Funciones Secundarias	
Limpieza de su área de trabajo.	
Registro y control de los lubricantes a su cargo.	
Elaborar la ficha de ingreso del vehículo.	
Realizar un inventario sistemático de cada uno de los lubricantes.	
Responsabilidades	
Entrega del vehículo en tiempo estipulado.	
Realizar un chequeo general antes de la entrega del vehículo.	
Requisitos de Educación	Bachillerato
Requisitos de Experiencia	Mínimo un año de experiencia

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.- 16 Descripción del Cargo

Descripción del Cargo	
Se encarga de coordinar pagos y el control de la contabilidad.	
Cargo	Contador Externo
Número de personas en el cargo	1
Sueldo	130,00
FUNCIONES	
Función Principal	
Estar al día en todas las obligaciones económicas de la microempresa como son: SRI, Superintendencia de Compañías, Superintendencia de Bancos.	
Funciones Secundarias	
Realización de trámites en los organismos pertinentes.	
Dar a conocer a los empleados los nuevos reglamentos que se estipulen de la microempresa.	
Verificar el correcto funcionamiento de los equipos.	
Controlar que los proveedores entreguen a tiempo las facturas emitidas.	
Control de horarios de los empleados.	
Responsabilidades	
Cumplir con las obligaciones tributarias en los plazos establecidos.	
Presentar estados financieros semestralmente.	
Requisitos de Educación	Contador publico
Requisitos de Experiencia	Mínimo tres años

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.- 17 Descripción del Cargo

Descripción del Cargo	
Elaborar las promociones y controlar medios de publicidad.	
Cargo	Publicidad / Ventas
Número de personas en el cargo	0
Sueldo	366,00
FUNCIONES	
Función Principal	
Dar a conocer las promociones del servicio a ofertarse de la microempresa.	
Funciones Secundarias	
Usar los medios necesarios para la publicidad.	
Verificar que cuente con material necesario para la publicidad.	
Regular las ventas al público.	
Responsabilidades	
Publicitar el servicio con todos los materiales entregados.	
Sacar nuevas promociones cada dos meses.	
Requisitos de Educación	Estudios en curso a carreras afines
Requisitos de Experiencia	Sin experiencia

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jennifer Vega

2.3.2.3. Dirección

Comenta (Koontz & Weihrich, Administración una perspectiva Global, 2004, pág. 494)que:

> Es el proceso consistente en influir en las personas para que contribuyan al cumplimiento de las metas organizacionales y grupales. Tal como quedara en manifiesto en las exposiciones sobre esta función, las ciencias de la conducta realizan su mayor contribución a la administración justamente en esta área.

Análisis:

Mediante este paso se trabajara con personas que sean líderes, que mantengan una buena comunicación con sus colaboradores en donde haya trabajo en equipo en donde serán un aporte esencial para beneficiar a la microempresa.

2.3.2.4. Controlar

Asegura (Anzola Rojas, 2002, pág. 150)"Consiste en la medición y corrección del rendimiento de los componentes dela empresa, con el fin de asegurar que se alcancen los objetivos y los planes ideados para su logro."

Análisis:

Mediante el control hay que verificar y comprobar si se ha llegado al objetivo propuesto o si se necesita una capacitación, se realizaran charlas de motivación para todo el personal con el fin de llegar al objetivo propuesto.

2.3.3. Gestión Operativa

Dice (Arnoletto & Dìaz, 2009, pág. 54)"Se entiende por gestión operativa o "gestión hacia abajo" la que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas."

2.3.3.1. Flujograma de Procesos o de Servicios

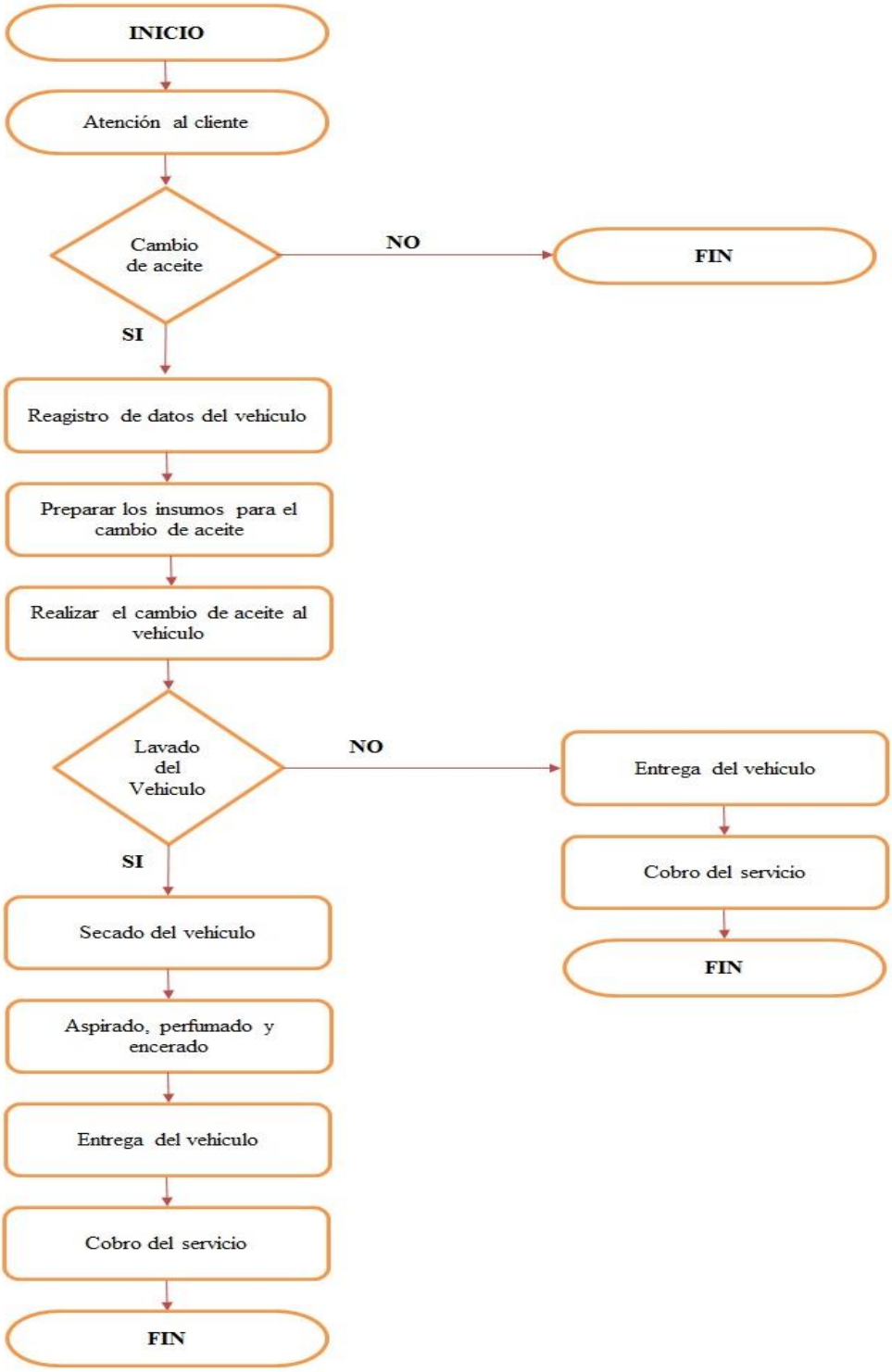


Figura N.- 6 Flujograma de Procesos
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

2.3.4. Gestión Comercial

Con relación a (Astudillo Ordóñez, 2014, pág. 50)"Las pruebas de mercado proporcionan la información necesaria para tomar la decisión final sobre el lanzamiento de un nuevo producto."

2.3.4.1. Producto o Servicio

Servicio de cambio de aceite y lavado de vehículos a domicilio, contando con lubricantes de marca nacional y extranjera.

Figura N.- 7 Servicio
Fuente: Internet (google imágenes)
Elaborado por: Jennifer Vega

2.3.4.2. Precio

El precio será variable de acuerdo al servicio que solicite el cliente, como puede ser la elección del lubricante, si solo desea cambio de aceite o si desea solo el lavado del vehículo y sobre todo el lugar para el servicio.

2.3.4.3. Plaza

Cars Solution tiene sus oficinas en San Juan de Calderón, para la recepción de llamadas y sus plazas serán varias de acuerdo a las direcciones o domicilios de los clientes en donde se va a brindar el servicio solicitado.

2.3.4.4. Promoción

Este servicio se va a dar conocer ante la población mediante la publicidad con material P.O.P por medio de la página web ya que en la actualidad es el medio más utilizado para buscar servicios automotrices, también se realizaran promociones:

- Cada fin de mes por el cambio de aceite entregar un kit de limpieza diario (Almoral, perfume, brillo de neumáticos).
- Al tener tres cambios de aceites el lavado del vehículo será gratis.
- Al quinto cambio de aceite se realizara una revisión de frenos.

2.3.4.4.1. Logotipo

CONCIENTE A TU AUTO CON CARS SOLUTION POR QUE YA ES PARTE DE TU FAMILIA

- **Negro.-** Representa la elegancia con la que trabajamos y también el misterio al momento de la entrega del vehículo.
- **Amarillo.-** Representa la alegría, la energía y sobre todo la luz del sol con la cual cada día brindaremos un servicio de excelencia.

2.3.4.4.2. Papelería Corporativa

- Tarjetas de presentación

Figura N.- 8 Tarjetas de Presentación
Elaborado por: Jennifer Vega

- Sobres de la empresa

Figura N.- 9 Sobres
Elaborado por: Jennifer Vega

- Carpeta de cartón

Figura N.- 10 Carpeta de Cartón
Elaborado por: Jennifer Vega

2.3.4.4.3. Material P.O.P.

- Gorras

Figura N.- 11 Gorras
Elaborado por: Jennifer Vega

- Llaveros

Figura N.- 12 Llaveros
Elaborado por: Jennifer Vega

- Sticker

Figura N.- 13 Sticker
Elaborado por: Jennifer Vega

2.4. Análisis FODA

Por lo que se refiere a (Pilay Toala, 2010, pág. 93)"Es una herramienta que permite al investigador encontrar los insumos y la información necesaria para la implementación de acciones tendientes a tomar correctivos o generar mejoras en el entorno empresarial, institucional o de cualquier organización."

TABLA N.-18 Análisis FODA

FODA	
FORTALEZAS	**DEBILIDADES**
• Abiertos al cambio. • Autonomía de gestión. • Buen clima organizacional. • Especialización de personal. • Equipo en buen estado. • Servicio personalizado.	• Falta de personal. • Falta de publicidad. • Falta de reconocimiento en el mercado por ser nueva. • Capital limitado. • Falta de capacitación.
OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**
• Crecimiento en el mercado. • Servicio innovador. • Última tecnología. • Establecer alianzas. • Precios cómodos.	• Nuevos competidores. • Elevación de precios. • Baja de producción de aceites. • Competencia consolidada en el mercado. • Inestabilidad económica del país.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Mediante esta tabla en donde ya está determinado cuales son las fortalezas y oportunidades de Cars Solution es ser competitivo y ganar espacio en el mercado automotriz contando con metas fijas, para mejorar las debilidades y amenazas de Cars Solutions, buscara estrategias de publicidad para darse a conocer de mejor manera y así poder competir en el mercado automotriz, de esta manera se llegara a brindar un servicio de calidad.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

Comenta (Consejo Nacional de Desarrollo & Direccion Nacional de Personal, 1981, pág. II1)"Siendo el estudio del proyecto la definición de una estructura de producción especifica capaz de satisfacer una necesidad, su estudio debe empezar por la determinación cuantificada de esta necesidad."

3.1. Análisis del Consumidor

También (Equipo Técnico Pedagógico de IRFEYAL, 2009, pág. 18)"El ser humano como consumidor puede ser descrito como persona que necesita satisfacer sus necesidades mediante el uso de bienes y servicios creados por medio de un proceso de producción."

Objetivo del Estudio de Mercado

Conocer si va a tener aceptación el servicio de lavado y cambio de aceite a domicilio que brinda Cars Solutions en el sector de San Juan de Calderón.

Objetivos Específicos del Estudio de Mercado

- Determinar la aceptación del servicio.

- Conocer cuáles son las exigencias del cliente.
- Conocer la situación actual de la oferta y demanda.

Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado consiste en saber dividir a la población en grupos pequeños para conocer el mercado al que se dirige el servicio de Cars Solutions, para de esta manera conocer el consumo de la población.

TABLA N.- 19 Segmentación de Mercado

Segmentación de Mercado		
Características Geográficas	**Características Demográficas**	**Características Conductuales**
Provincia: Pichincha	**Género:** Indistintos	Lealtad.
Cantón: Quito	**Población:** 88.679	Beneficios esperados.
Parroquia: Calderón	**Nacionalidad:** Indistinta	Buen servicio.
Localidad: Calle Madrid y Santander	**Nivel socio económico:** Medio	Cumplimiento de obligaciones diarias.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jennifer Vega

3.1.1. Determinación de la Población y Muestra

3.1.1.1. Población

Esto es (Tamayo Tamayo, 1997, pág. 114)"La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación."

3.1.1.2. Tamaño del Universo

TABLA N.- 20 Tamaño de la Población

Población	
Población	**Número**
Población de Quito	2.576.287
Población de la Parroquia	152.242
Población PEA	88.679

Fuente: INEC
Elaborado por: Jennifer Vega

3.1.1.3. Muestra

Piensa (Costales Gavilanes, 1996, pág. 108)"Es la ciencia y el arte de captar datos provenientes de encuestas, de analizarlos y después de generalizar los resultados, a la población de la cual se extrajeron."

3.1.1.4. Formulación de la Muestra

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

Nomenclatura:

n= Tamaño de la muestra.

N= Población o universo

P= Posibilidad de éxito (50%)

Q= Posibilidad de fracaso (50%)

E^2= Margen de error $(5\%)^2$

Z^2= Nivel de confianza $(1.96)^2$

Desarrollo de la Muestra

$$\mathbf{n}= \frac{(88.679)(0,50)(0,50)(1,96)^2}{(88.679-1)(0,05)^2+(0,50)(0,50)(1,96)^2} = 383$$

3.1.2. Técnicas de la Obtención de la Información

Cuestionario

Comenta (Costales Gavilanes, 1996, pág. 119) que:

> Constituye el instrumento básico para recolección de información por parte de los investigadores y está conformado por un conjunto de preguntas debidamente preparadas y ordenadas a base de un formulario en el que se recogen las respuestas que deben ser procesadas para el análisis posterior.

Entrevista

Con relación a (Vargas Jiménez, 2012, pág. 123)"La entrevista permite la recopilación de información detallada en vista de que la persona que informa comparte oralmente con el investigador aquello concerniente a un tema específico o evento acaecido en su vida."

Observación

Afirma (Díaz, 2008, pág. 73)"A través de formularios, los cuales tienen aplicación a aquellos problemas que se pueden investigar por métodos de observación, análisis de fuentes documentales y demás sistemas de conocimiento."

Encuesta

Esto es (Costales Gavilanes, 1996, pág. 119)"A las encuestas hay que entenderlas como una investigación de tipo esporádico y ocasional, aunque también se reserva el término para investigación realizada por muestreo."

3.1.2.1. Modelo de la Encuesta

ENCUESTA

Buen día,

Yo, estudiante del Instituto Tecnológico Superior cordillera me encuentro recopilando información, para determinar la aceptación del servicio de lavado y cambio de aceite a domicilio que está brindando Cars Solutions, el cual es el tema de mi proyecto de factibilidad que estoy realizando para obtener mi título de tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera.

Datos Generales:

Nombre y Apellido:……**Genero: M**…. **F**…. **Edad**:…….

Actividad Económica: Si…. No….

1. **Usted posee vehículo.**

   SI NO

2. **Utilizaría usted el servicio que brinda Cars Solutions para el cambio de aceite y lavado de autos a la dirección que se requiere.**

   SI NO

3. **Cuanto está dispuesto a pagar por el cambio de aceite de su auto.**

   $25…… $35…… $40…… $45……

4. **De los siguientes lubricantes cual es el que utiliza.**

   PETROECUADOR….. HAVOLINE….. AMALIE….. GOLDEN BEAR….

5. **Usted donde realiza el cambio de aceite de su vehículo.**

   CONSESIONARIA LUBRICADORAS MECANICA

6. **Realiza usted el cambio de aceite en el lugar anteriormente mencionado.**

   SIEMPRE….. CASI SIEMPRE….. NUNCA…..

7. **Con que frecuencia usted realiza los cambios de aceite a su vehículo.**

   3000 KM 5000KM 7000KM 10000KM

8. **Está usted dispuesto a pagar los siguientes valores por el lavado de su auto si se encuentra en una de las siguientes categorías (vehículos livianos).**

   Sail-Vitara Vitara-Ford Explorer For Explores-Vehículo 4x4

   $5.00 $8.00 $10.00

9. **Le gustaría que Cars Solution le llamara para hacerle acuerdo del próximo cambio de aceite.**

   SI NO

10. **Esta usted conforme con los servicios que dan otras lubricadoras y lavadoras de vehículos.**

    SI NO

11. **Con que frecuencia usted lava su auto.**

    UNA VEZ POR SEMANA…..

    UNA VEZ CADA QUINCE DIAS…..

    UNA VEZ CADA TRES SEMANAS…..

    UNA VEZ AL MES…..

3.1.3. Análisis de la Información

Datos Generales

TABLA N.- 21 Datos Generales

Género		
Detalle	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Masculino	277	72%
Femenino	106	28%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

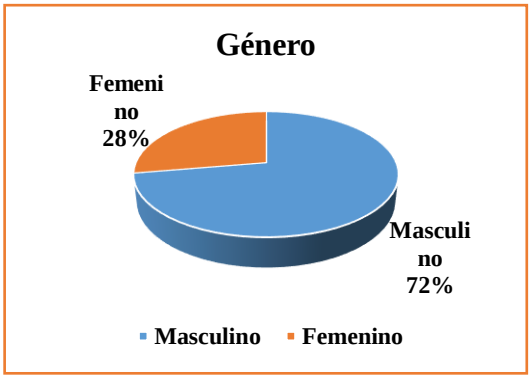


Figura N.- 14 Género
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

De las 383 personas encuestadas con un porcentaje del 72% fueron de género masculino, mientras que el 28% fueron de género femenino demostrando que los hombres son los que están pendiente de su auto para el cambio de aceite.

1. **Usted posee vehículo.**

TABLA N.- 22 Pregunta N.- 1

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	280	73%
No	103	27%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

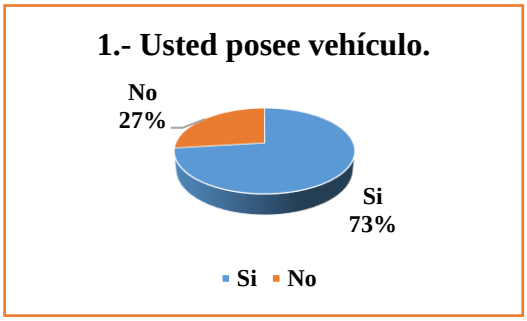


Figura N.- 15 Pregunta N.- 1
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

De la muestra seleccionada con un porcentaje del 73% respondieron que si poseen vehículo lo cual son las personas que necesitan que se realice lavado y cambio de aceite a su vehículo, mientras que el 27% respondieron que no poseen vehículo lo que significa que no se preocupan por las necesidades de un vehículo.

2. **Utilizaría usted el servicio que brinda Cars Solutions para el cambio de aceite y lavado de autos a la dirección que se requiere.**

TABLA N.- 23 Pregunta N.- 2

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	298	78%
No	85	22%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

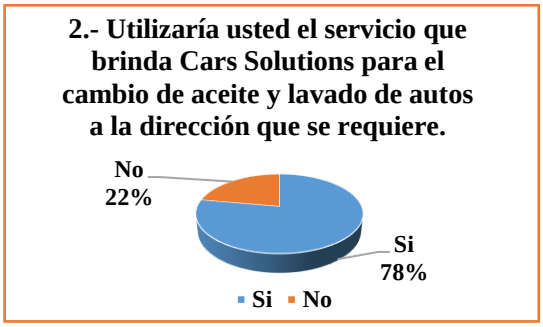


Figura N.- 16 Pregunta N.- 2
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

De las personas encuestadas con un porcentaje del 78% respondieron que si utilizaría el servicio que brinda Cars Solutions para el cambio de aceite y lavado de autos a la dirección que se requiera, mientras que el 22% no utilizaría el servicio que brinda Cars Solutions motivo que se aprovecha para realizar campañas para dar a conocer el servicio que se brinda.

3. Cuanto está dispuesto a pagar por el cambio de aceite de su auto.

TABLA N.- 24 Pregunta N.- 3

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
$25,00	299	78%
$35,00	38	10%
$40,00	36	9%
$45,00	10	3%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

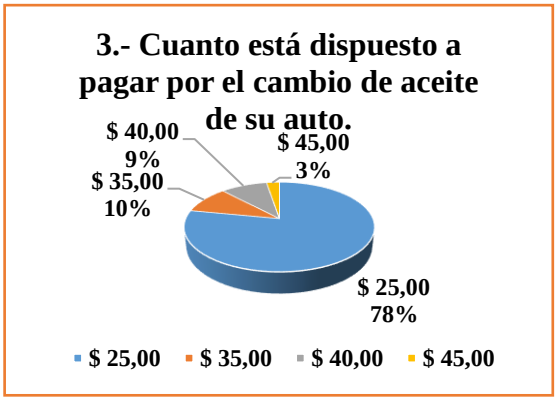


Figura N.- 17 Pregunta N.- 3
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

De acuerdo a los resultados de las encuestas con un porcentaje del 78% respondieron que si están dispuestos a pagar $25,00 por el cambio de aceite, mientras que el 10% están dispuesto a pagar $35,00 por el cambio de aceite, el 9% están dispuesto a pagar $40,00 por el cambio de aceite, el 3% están dispuesto a pagar $45,00 por el cambio de aceite, lo cual es notable que la mayor aceptación es a $30,00 que genera un ingreso a la microempresa.

4. De los siguientes lubricantes cual es el que utiliza.

TABLA N.- 25 Pregunta N.- 4

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Petroecuador	81	21%
Havoline	83	22%
Amalie	84	22%
Golden Bear	135	35%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

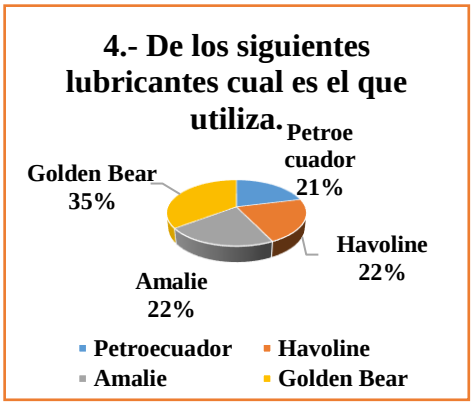


Figura N.- 18 Pregunta N.- 4
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

En la utilización de lubricantes se encontró con un porcentaje del 35% que respondieron que utiliza lubricante Golden Bear, mientras que el 22% utiliza lubricante Havoline, el 22% utiliza lubricante Amalie, el 21% utiliza lubricante Petroecuador, lo cual demuestra que la variedad de aceites es aceptable ya que la diferencia en porcentajes no es lejano.

5. Usted donde realiza el cambio de aceite de su vehículo.

TABLA N.- 26 Pregunta N.- 5

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Concesionaria	89	23%
Lubricadora	196	51%
Mecánica	98	26%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

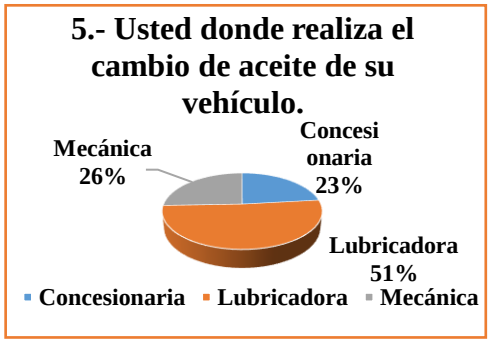


Figura N.- 19 Pregunta N.- 5
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

La mayor parte de los encuestados con un porcentaje del 51% respondieron que realiza el cambio de aceite en Lubricadora, mientras que el 26% realiza el cambio de aceite en Mecánicas, el 23% realiza el cambio de aceite en concesionarias, demostrando que Cars Solution tiene una competencia notable pero hay que aprovechar esta debilidad realizando publicidad en diferentes medios.

6. Realiza usted el cambio de aceite en el lugar anteriormente mencionado.

TABLA N.- 27 Pregunta N.- 6

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	227	59%
Casi siempre	104	27%
Nunca	52	14%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

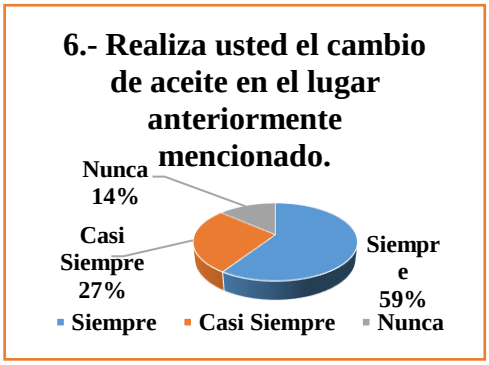


Figura N.- 20 Pregunta N.- 6
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

El tamaño de la muestra arroja un porcentaje del 59% que respondieron que siempre realizan el cambio de aceite en el mismo lugar, mientras que el 27% respondieron que casi siempre es decir que buscan otros lugar donde solicitan este servicio, el 14% respondieron que nunca realizan el cambio de aceite en el mismo lugar demostrando que con la publicidad adecuada para el acogimiento de los clientes.

7. Con que frecuencia usted realiza los cambios de aceite a su vehículo.

TABLA N.- 28 Pregunta N.- 7

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
3000Km	95	25%
5000Km	138	36%
7000Km	70	18%
10000Km	80	21%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Investigación de mercado

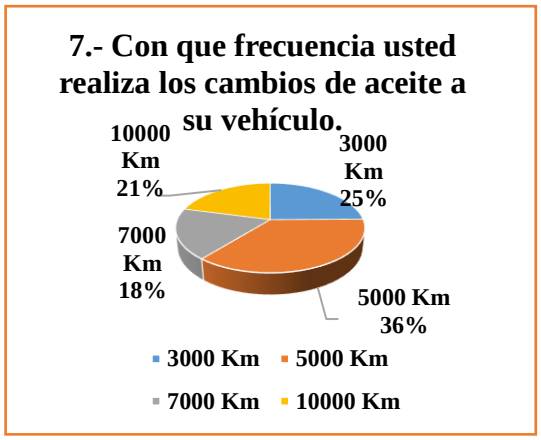


Figura N.- 21 Pregunta N.- 7
Elaborado por: Jennifer Vega
Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Del total de los encuestados con un porcentaje del 25% respondieron que cada 3000km realiza los cambios de aceite a su vehículo, mientras que el 36% respondieron que cada 5000km realiza los cambios de aceite a su vehículo, el 18% respondieron que cada 7000km realiza los cambios de aceite a su vehículo, el 21% respondieron que cada 10000km realiza los cambios de aceite a su vehículo lo cual dan a conocer que es de acuerdo a la necesidad de su auto y del cliente de acuerdo al kilometraje que lo requieran.

8. **Está usted dispuesto a pagar los siguientes valores por el lavado de su auto si se encuentra en una de las siguientes categorías (vehículos livianos).**

TABLA N.- 29 Pregunta N.- 8

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sail-Vitara $5,00	289	76%
Vitara-Ford Explorer $8,00	77	20%
For Explorer-Vehículo 4x4 $10,00	17	4%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

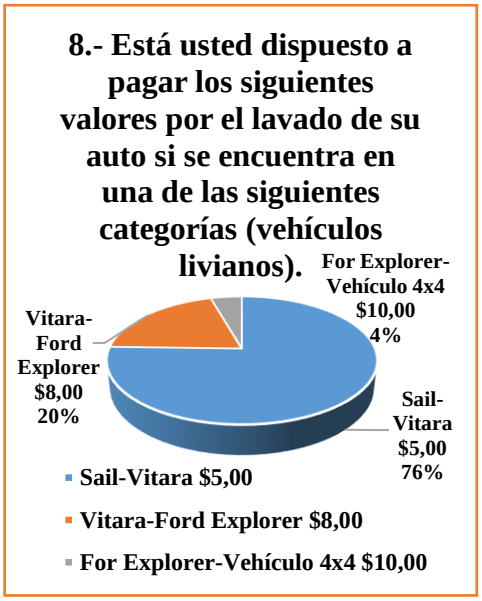


Figura N.- 22 Pregunta N.- 8
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

En términos de categorías las personas encuestadas con un porcentaje del 76% respondieron que están dispuesto a pagar $5,00 en la categoría Sail-Vitara, mientras que el 20% están dispuesto a pagar $8,00 en la categoría Vitara-For Explorer, el 4% están dispuesto a pagar $10,00 en la categoría For Explorer-Vehículo 4x4 demostrando que los autos pequeño son lo que van a solicitar el servicio tomando en cuenta que es el precio más económico.

9. Le gustaría que Cars Solution le llamara para hacerle acuerdo del próximo cambio de aceite.

TABLA N.- 30 Pregunta N.- 9

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	276	72%
No	107	28%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

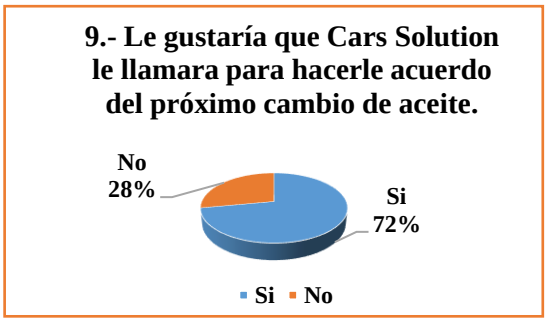


Figura N.- 23 Pregunta N.- 9
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

La población encuestadas con un porcentaje del 72% respondieron que si le gustaría que Cars Solutions le llamara para hacerle acuerdo del próximo cambio de aceite, mientras que el 28% no les gustaría que Car Solutions le llamara para hacerle acuerdo del próximo cambio de aceite es decir que los clientes serian fijos y están satisfechos con el servicio brindado.

10. Esta usted conforme con los servicios que dan otras lubricadoras y lavadoras de vehículos.

TABLA N.- 31 Pregunta N.- 10

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
No	287	75%
Si	96	25%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

Figura N.- 24 Pregunta N.- 10
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

De acuerdo a las personas encuestadas con un porcentaje del 75% respondieron que no están conforme con los servicios que dan otras lubricadoras y lavadoras de vehículo, mientras que el 25% si están conforme con los servicios que dan otras lubricadoras y lavadoras es decir que mi proyecto es factible considerando que nuestro valor agregado es el servicio a domicilio.

11. Con que frecuencia usted lava su auto.

TABLA N.- 32 Pregunta N.- 11

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Una vez por semana	114	30%
Una vez cada quince días	108	28%
Una vez cada tres semanas	93	24%
Una vez al mes	68	18%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

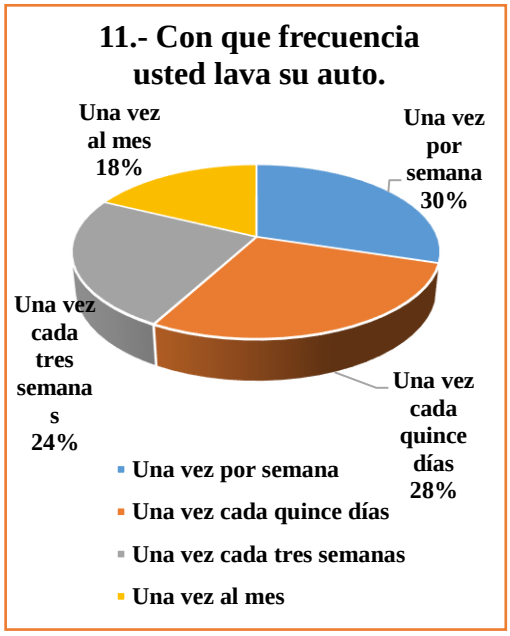


Figura N.- 25 Pregunta N.- 11
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Finalmente de las personas encuestadas con un porcentaje del 30% respondieron que lavan su auto una vez por semana, mientras que el 28% lavan su auto una vez cada quince días, el 24% lavan su auto una vez cada tres semanas, el 18% lavan su auto una vez al mes, es decir que el servicio de lavado de autos de Cars Solution tiene una

aceptación notable con la población de San Juan de Calderón, para el inicio de sus actividades.

3.2. Oferta

Con relación a (Guayaquil, 2003, pág. 18) que:

> Oferta es cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado. En otras palabras la oferta corresponde a la competencia, es decir todas aquellas empresas o personas naturales que ofrecen o venden lo mismo que nosotros esperamos vender.

3.2.1. Oferta Histórica

Acerca de (Flores Laime, 2013, pág. 31)"Determinar los recursos físicos y humanos disponibles en cada establecimiento o unidad productiva. Identificación de la competencia."

Por ser un proyecto nuevo no hay datos estadísticos.

TABLA N.- 33 Oferta Histórica

Oferta Histórica			
	Establecimiento	**Servicio**	**Año**
1	Llantamatic	Cambio de aceite	1996
2	Off Road Tires	Lubricación Automotriz	2009
3	Lubricadora Carapungo	Cambio de aceite	2007
4	Erco Tires	Chequeo De Aceite	2003
5	Lubri San Juan	Cambio de aceite	2010
6	Tecni-Repuestos	Aceites	2014

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

3.2.2. Oferta Actual

Por otra parte (Muñoz Guerrero, s.f, pág. 21)"Es necesario hacer una investigación de la capacidad instalada y de la utilizada; en muchos casos puede aparecer una demanda insatisfecha a pesar de existir suficiente capacidad instalada."

3.2.2.1. Calculo de la Oferta Actual

TABLA N.- 34 Oferta Actual de Lavado de Auto

Oferta Actual de Lavado de Auto			
Año	**Demanda Proyectada**	**Aceptación de la Competencia (%)**	**Oferta Proyectada**
2016	$ 15.770,67	0,25	$ 3.942,67

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.- 35 Oferta Actual de Cambio de Aceite

Oferta Actual de Cambio de Aceite			
Año	**Demanda Proyectada**	**Aceptación de la Competencia (%)**	**Oferta Proyectada**
2016	$ 19.422,83	0,25	$ 4.855,71

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

3.2.3. Oferta Proyectada

TABLA N.- 36 Oferta Proyectada de Lavado de Auto

Oferta Proyecta de Lavado de Auto			
Año	**Demanda Proyectada**	**Aceptación de la Competencia (%)**	**Oferta Proyectada**
2017	$ 16.795,77	0,25	$ 4.198,94
2018	$ 17.887,49	0,25	$ 4.471,87
2019	$ 19.050,18	0,25	$ 4.762,54
2020	$ 20.288,44	0,25	$ 5.072,11
2021	$ 21.607,19	0,25	$ 5.401,80

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.- 37 Oferta Proyectada de Cambio de Aceite

Oferta Proyectada de Cambio de Aceite			
Año	**Demanda Proyectada**	**Aceptación de la Competencia (%)**	**Oferta Proyectada**
2017	$ 20.685,31	0,25	$ 5.171,33
2018	$ 22.029,86	0,25	$ 5.507,46
2019	$ 23.461,80	0,25	$ 5.865,45
2020	$ 24.986,82	0,25	$ 6.246,70
2021	$ 26.610,96	0,25	$ 6.652,74

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Para realizar la oferta proyectada se toma en cuenta el porcentaje de aceptación de la competencia que es el (0,25%), para proyectarla a cinco años y tener la idea de la aceptación del servicio por año y de la rentabilidad que se van a generar para el

crecimiento de Cars Solutions considerando que la competencia siempre va a estar presente y con estrategias de publicidad vamos a generar más acogida.

3.3. Demanda

En relación con (Desarrollo F. N., 1981, pág. 9)"Es el volumen total de transacciones de un bien o servicio a un precio determinado dentro de cierta área. Puede diferir de la demanda relativa al proyecto en estudio."

3.3.1. Demanda Histórica

Dice (Desarrollo F. N., 1981, pág. 21) que:

> Supone que cada actividad económica sigue una ley de crecimiento que se representa con una curva asintótica con el tiempo o que los hechos que determinaron el crecimiento de la demanda del producto en el pasado, continuara actuando en igual forma en el futuro.

Análisis:

De acuerdo a datos de la oferta histórica podemos decir que la demanda histórica se basa a que el servicio de lavado y cambio de aceite es una necesidad diaria para los dueños de los vehículos ya que cada cierto kilometraje necesitan un cambio de aceite y el lavado del vehículo hay personas que lo hacen diariamente por lo que ha generado a que sea un mercado muy competitivo y con buena aceptación en el mercado automotriz.

3.3.2. Demanda Actual

Afirma (Desarrollo F. N., 1981, pág. 17)"El análisis de los antecedentes y el conocimientos de los conceptos de elasticidad permitirán estimar la cuantía de la demanda en un momento dado."

3.3.2.1. Calculo de la Demanda Actual

TABLA N.- 38 Demanda Actual de Lavado de Auto

Demanda Actual de Lavado de Auto			
Año	**Demanda**	**Tasa de Crecimiento Poblacional**	**Demanda Proyectada**
2016	$ 15.770,67	1	$ 15.770,67

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.- 39 Demanda Actual de Cambio de Aceite

Demanda Actual de Cambio de Aceite			
Año	**Demanda**	**Tasa de Crecimiento Poblacional**	**Demanda Proyectada**
2016	$ 19.422,83	1	$ 19.422,83

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

3.3.3. Demanda Proyectada

TABLA N.- 40 Demanda Proyectada de Lavado de Auto

Demanda Proyectada de Lavado de Auto			
Año	**Demanda**	**Tasa de Crecimiento Poblacional**	**Demanda Proyectada**
2017	$ 15.770,67	1,065	$ 16.795,77
2018	$ 16.795,77	1,065	$ 17.887,49
2019	$ 17.887,49	1,065	$ 19.050,18
2020	$ 19.050,18	1,065	$ 20.288,44
2021	$ 20.288,44	1,065	$ 21.607,19

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.- 41 Demanda Proyectada de Cambio de Aceite

Demanda Proyectada de Cambio de Aceite			
Año	**Demanda**	**Tasa de Crecimiento Poblacional**	**Demanda Proyectada**
2017	$ 19.422,83	1,065	$ 20.685,31
2018	$ 20.685,31	1,065	$ 22.029,86
2019	$ 22.029,86	1,065	$ 23.461,80
2020	$ 23.461,80	1,065	$ 24.986,82
2021	$ 24.986,82	1,065	$ 26.610,96

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Para realizar el análisis de la demanda proyectada se toma en cuenta el porcentaje de crecimiento poblacional que es el (6,5%) para proyectarla a cinco años y saber el nivel de consumo de los consumidores con el beneficio de crecimiento de la población en la Parroquia de Calderón.

3.4. Balance Oferta – Demanda

3.4.1. Balance Actual

TABLA N.- 42 Balance Oferta – Demanda de Lavado de Auto

Balance Oferta – Demanda de Lavado de Auto			
Año	**Demanda Proyectada**	**Oferta Proyectada**	**Demanda Insatisfecha (DP-OP)**
2016	$ 15.770,67	$ 3.942,67	$ 11.828,01

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.- 43 Balance Oferta – Demanda de Cambio de Aceite

Balance Oferta – Demanda de Cambio de Aceite			
Año	**Demanda Proyectada**	**Oferta Proyectada**	**Demanda Insatisfecha (DP-OP)**
2016	$ 19.422,83	$ 4.855,71	$ 14.567,12

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

3.4.2. Balance Proyectado

TABLA N.- 44 Balance Oferta – Demanda de Lavado de Auto

Balance Oferta – Demanda de Lavado de Auto			
Año	**Demanda proyectada**	**Oferta Proyectada**	**Demanda Insatisfecha (DP-OP)**
2017	16.795,77	4.198,94	12.596,83
2018	17.887,49	4.471,87	13.415,62
2019	19.050,18	4.762,54	14.287,63
2020	20.288,44	5.072,11	15.216,33
2021	21.607,19	5.401,80	16.205,39

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.- 45 Balance Oferta – Demanda de Cambio de Aceite

Balance Oferta – Demanda de Cambio de Aceite			
Año	**Demanda proyectada**	**Oferta Proyectada**	**Demanda Insatisfecha (DP-OP)**
2017	20.685,31	5.171,33	15.513,98
2018	22.029,86	5.507,46	16.522,39
2019	23.461,80	5.865,45	17.596,35
2020	24.986,82	6.246,70	18.740,11
2021	26.610,96	6.652,74	19.958,22

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Para analizar del balance proyectado hay que considerar la oferta proyectada y la demanda proyectada para saber la demanda insatisfecha, considerando los servicios que se va a prestar que serán las fuentes de ingreso para Cars Solutions y de esta manera proyectarlas a cinco años y tener la idea de los ingresos anuales que se van a obtener.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

Comenta (Barreno, 2004, pág. 56) que:

> Fijar el tamaño óptimo desde el punto de vista físico y financiero, la localización correcta, identificar el proceso productivo más adecuado, determinar el requerimiento de maquinarias y equipos, las instalaciones físicas y la organización requeridos para el funcionamiento operativo del proyecto.

4.1. Tamaño del Proyecto

También (Barreno, 2004, pág. 56) que:

> La capacidad de producción de los bienes o servicios en un periodo de operación definido, es lo que se conoce como tamaño de un proyecto. Siempre que se analice la capacidad de producción de los bienes y servicios, es indispensable diferenciar entre la capacidad teórica y la capacidad real del proyecto.

4.1.1. Capacidad Instalada

Por otra parte (Consejo Nacional de Desarrollo & Direccion Nacional de Personal, 1981, pág. III14)"Se concibe como el máximo aprovechamiento que puede darse a una planta, lo cual obviamente varia con el tipo de industria."

TABLA N.- 46 Capacidad Instalada

Capacidad Instalada		
Área	**Dimensiones**	**Total m^2**
Administrativa	3m de largo ; 4m de ancho	$12m^2$
Baño Administrativo	1,5m de largo ; 1,5m de ancho	$2,25m^2$
Recepción	2m de largo ; 2m de ancho	$4m^2$
Bodega	6m de largo ; 2,5m de ancho	$15m^2$
Parqueadero	5m de largo ; 2,5m de ancho	$12,5m^2$
Total Capacidad Instalada		**$45,75m^2$**

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Cars Solutions tendrá una capacidad instalada de $45,75m^2$ en donde será distribuida para las áreas administrativas, baño administrativo, recepción, bodega y parqueadero para el cumplimiento de las actividades diarias.

4.1.2. Capacidad Optima

También (Guayaquil, 2003) que:

> La mejor localización para una determinada empresa o negocio depende del tipo de actividad al que se dedica. La localización por ejemplo de plantas industriales se centra en minimizar costos, mientras que los detallistas y servicios profesionales típicamente se concentran en la maximización de ingresos.

TABLA N.- 47 Capacidad Óptima

Capacidad Optima		
Área	**Dimensiones**	**Total m^2**
Administrativa	3m de largo ; 4m de ancho	$12m^2$
Recepción	2m de largo ; 2m de ancho	$4m^2$
Bodega	6m de largo ; 2,5m de ancho	$15m^2$
Total Capacidad Optima		**$31m^2$**

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Cars Solutions tendrá una capacidad instalada de 31m^2 en donde será distribuida para las áreas administrativas, recepción y bodega, para el cumplimiento de las obligaciones de cada empleado en su área respectiva para que el servicio cumpla con las expectativas del cliente.

4.2. Localización

Según (Barreno, 2004, pág. 64)"Siendo la localización de un proyecto una decisión de largo plazo, necesario que la misma tenga un profundo nivel de investigación para localizarlo con la mayor exactitud posible."

4.2.1. Macro Localización

TABLA N.- 48 Macro Localización

Macro Localización	
País:	Ecuador
Provincia:	Pichincha
Cantón:	Quito
Parroquia:	Calderón
Sector:	San Juan de Calderón

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

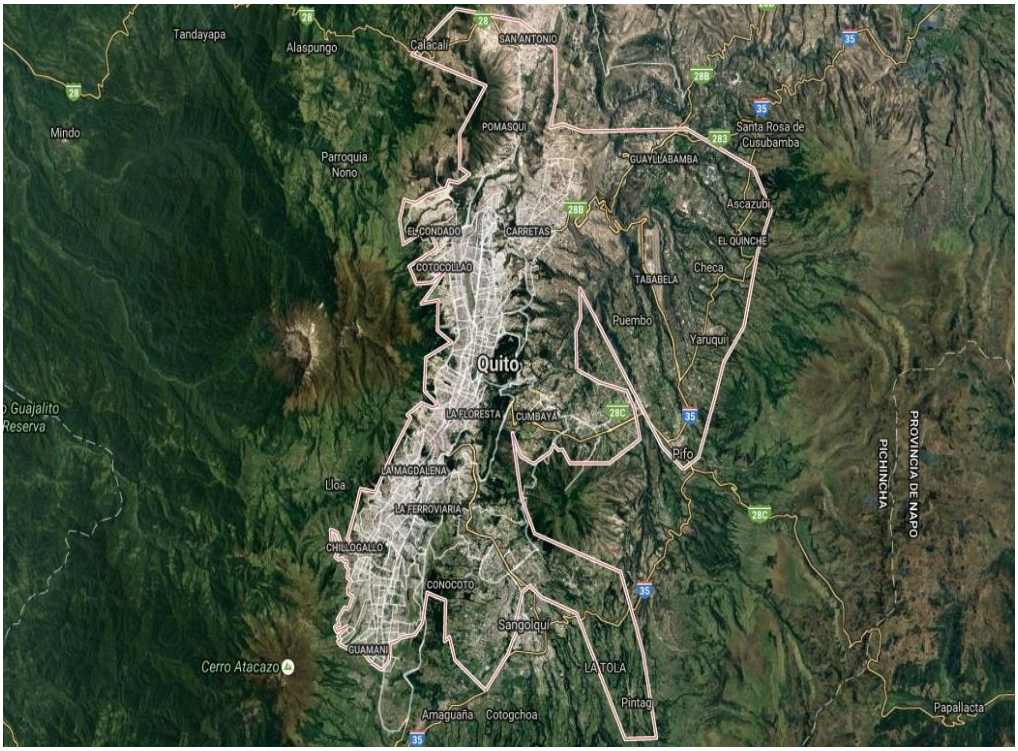


Figura N.- 26 Macro Localización
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Jennifer Vega

4.2.2. Micro Localización

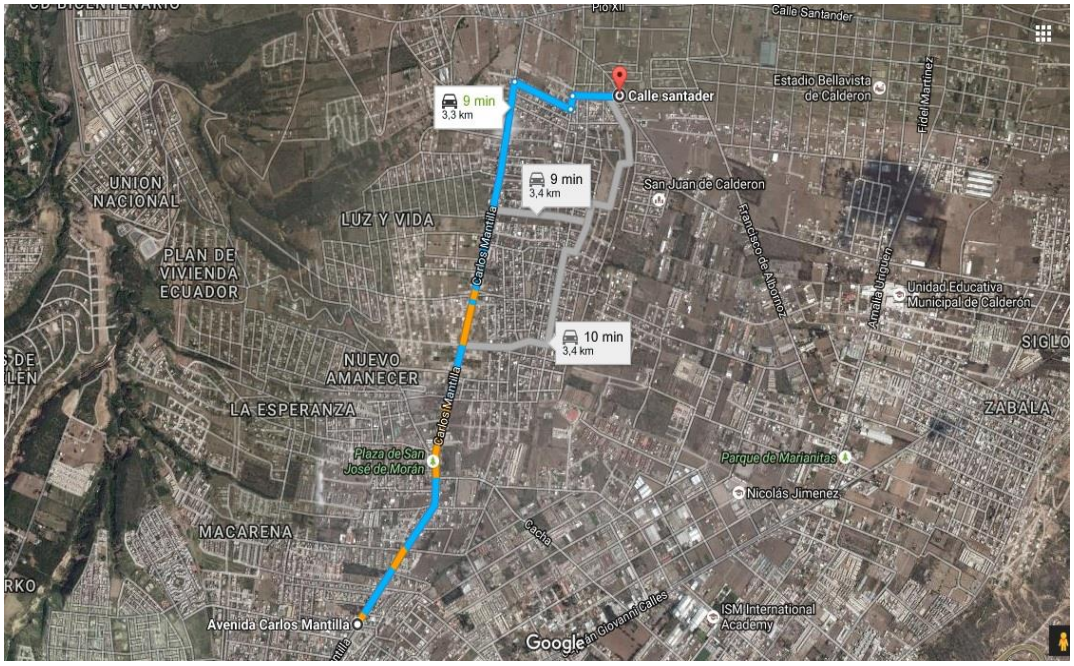


Figura N.- 27 Micro Localización
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Jennifer Vega

4.2.3. Localización Optima

TABLA N.- 49 Localización Óptima

Localización Optima							
Factores	**Ponderación**	**Carlos Mantilla y Pio XII**		**Madrid y Santander**		**Carlos Mantilla y Palermo**	
		Calificación	**Total**	**Calificación**	**Total**	**Calificación**	**Total**
Transporte	0,20	10	2,00	10	2,00	10	2,00
Costo de arriendo	0,15	5	0,75	9	1,35	7	1,05
Vías de acceso	0,15	8	1,20	9	1,35	7	1,05
Costo de mano de obra	0,20	8	1,60	8	1,60	8	1,60
Competencia	0,15	5	0,75	7	1,05	5	0,75
Servicios básicos	0,15	10	1,50	10	1,50	10	1,50
TOTAL	**1,00**	**7,80**		**8,85**		**7,95**	

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

De acuerdo a los datos recopilados puedo decir que mi mayor competencia es en las calles de Carlos Mantilla y Palermo por el costo de la mano de obra, acceso al lugar, servicios básicos, pero no nos vemos tan afectados ya que el valor de agregado de Cars Solutions es que es el servicio a domicilio.

4.3. Ingeniería del Servicio

En efecto (Guayaquil, 2003, pág. 25)"Consiste en el estudio que permita determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado."

4.3.1. Definición del Servicio

Por tanto (Equipo Técnico Pedagógico de IRFEYAL, 2009, pág. 65)"Los servicios son acciones, beneficios o satisfacciones que una parte ofrece a la otra. Son intangibles, y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa."

4.3.2. Distribución de la Planta

TABLA N.- 50 Capacidad Instalada

Capacidad Instalada		
Área	**Dimensiones**	**Total m^2**
Administrativa	3m de largo ; 4m de ancho	$12m^2$
Baño Administrativo	1,5m de largo ; 1,5m de ancho	$2,25m^2$
Recepción	2m de largo ; 2m de ancho	$4m^2$
Bodega	6m de largo ; 2,5m de ancho	$15m^2$
Parqueadero	5m de largo ; 2,5m de ancho	$12,5m^2$
Total Capacidad Instalada		**$45,75m^2$**

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

4.3.2.1. Código de Cercanía

TABLA N.- 51 Código de Cercanía

Código de Cercanía	
1	Por procesos
2	Por gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene
6	Seguridad

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

4.3.2.2. Razones de Cercanía

TABLA N.- 52 Razones de Cercanía

Razones de Cercanía	
A	Absolutamente necesario que este cerca
E	Especialmente necesario que este cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía indiferente
X	Cercanía indeseable

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

4.3.2.3. Matriz Triangular

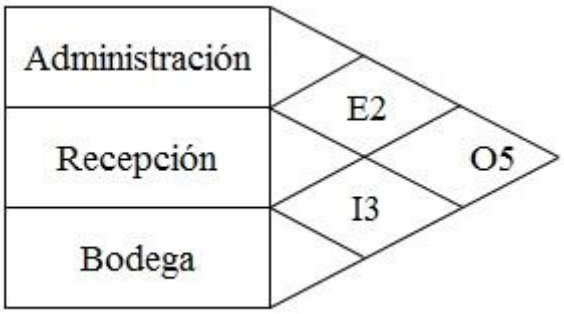


Figura N.- 28 Matriz Triangular
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

Distribución de la Planta

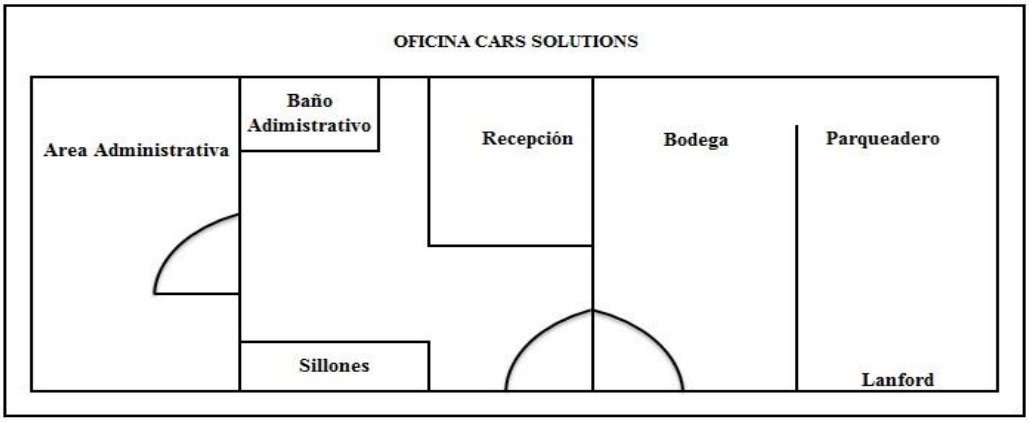


Figura N.- 29 Plano Cars Solutions
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

Tabulación de la Matriz Triangular

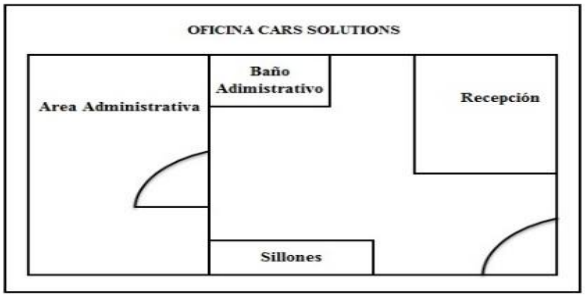


Figura N.- 30 Tabulación Matriz
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

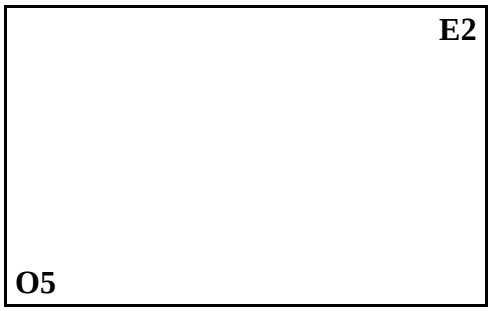


Figura N.-31 Tabulación Matriz
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

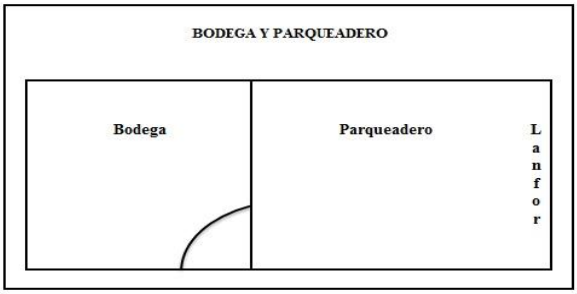


Figura N.- 32 Tabulación Matriz
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

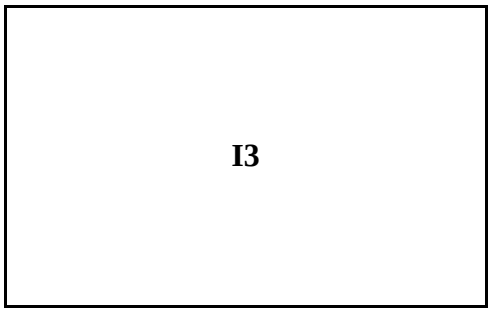


Figura N.- 33 Tabulación Matriz
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

4.3.3. Proceso Productivo del Servicio

(Consejo Nacional de Desarrollo & Direccion Nacional de Personal, 1981, pág. III15)"Es aquel en el cual todas las operaciones están perfectamente sincronizadas y cualquier dificultad puede bajar el ritmo de producción. La capacidad de producción se determina durante el periodo en marcha."

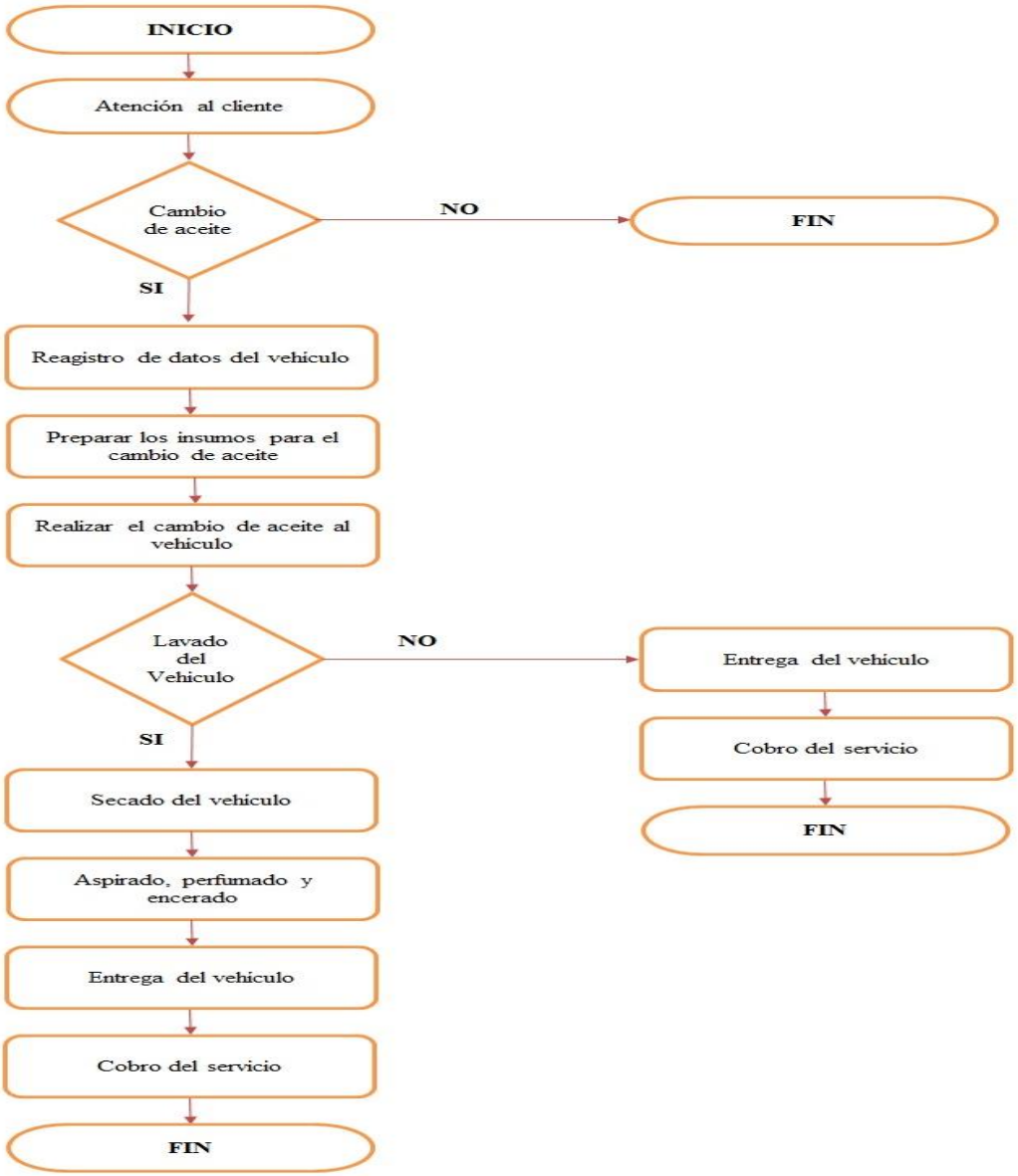


Figura N.- 34 Flujograma de Procesos
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.- 53 Descripción del Proceso del Flujograma

Descripción del Proceso		
Área	**Descripción**	**Tiempo**
Atención al cliente	Saludo y toma del pedido.	3 minutos
Realizar una ficha de ingreso del vehículo	Datos: marca, placa, tipo, último cambio de aceite, etc.	3 minutos
Preparar los insumos para el cambio de aceite	Tanque recolector, aceite.	5 minutos
Realizar el cambio de aceite del vehículo	Retiro del aceite y colocación del nuevo aceite.	20 minutos
Servicio de lavado al vehículo	Detergente, franelas, agua.	10 minutos
Secado del vehículo	Franelas limpias.	5 minutos
Aspirado, perfumado y encerado	Aspiradora, perfume, almoral, brillo.	5 minutos

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

4.3.4. Maquinaria y Equipo

Afirma (Flores Cisneros, 2010, pág. 28) que:

> Está formado por los medios destinados a asegurar la vida de la empresa, son bienes que no se destinan a la venta y se consumen en largo tiempo por su uso. Constituido por elementos patrimoniales tangibles que tiene sustancia física.

TABLA N.- 54 Maquinaria

Maquinaria			
Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Hidrolavadora	1	330,00	330,00
Aspiradora	1	80,00	80,00
Abrillantadora	1	75,00	75,00
Planta eléctrica	1	350,00	350,00
Tanque de almacenamiento de agua de 600 litros	1	225,00	225,00
TOTAL			**1060,00**

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.- 55 Equipo

Equipo			
Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Gata Hidráulica	1	55,00	55,00
Juego de llaves estándar	1	40,00	40,00
Juego de llaves milimétricas	1	45,00	45,00
Alicate	1	30,00	30,00
Juego de rachas	1	30,00	30,00
Recogedor de aceite usado 70 litros	1	140,00	140,00
Embudo para cambio de aceite	1	20,00	20,00
Llave de filtro de aceite de tres garras	1	15,00	15,00
Juego de llaves para Carter	1	40,00	40,00
Juego de reparación de rosca para Carter	1	40,00	40,00
TOTAL			**455,00**

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.- 56 Equipo de Computación

Equipo de Computación			
Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Computadora	1	520,00	520,00
Lapto	1	550,00	550,00
Impresora	1	140,00	140,00
TOTAL			**1.210,00**

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.- 57 Equipo de Oficina

Equipo de Oficina			
Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Teléfono	1	30,00	30,00
Calculadoras	2	15,00	30,00
TOTAL			**60,00**

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.- 58 Muebles y Enseres

Muebles y Enseres			
Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Escritorio con sillas	2	100,00	200,00
Sillas	4	20,00	80,00
Archivadores	1	125,00	125,00
TOTAL			**405,00**

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.- 59 Vehículo

Vehículo			
Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Furgoneta Hyundai HI	1	12.000,00	12.000,00
TOTAL			**12.000,00**

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

La maquinaria, equipo, equipo de computación, equipo de oficina, muebles y enseres y vehículo que va adquirir Cars Solutions es para iniciar su actividad económica considerando que análisis de precios se lo realizo de acuerdo a la oferta del mercado. Los activos de Cars Solutions son para brindar un servicio de calidad y así pueda ser recomendado.

CAPITULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

Según (Vidal, 2009, pág. 79) que:

> Tiene por finalidad hacer posible el cumplimiento de los objetivos del Estado. Diferenciándose de la actividad privada por los fines y por los medios. Es obvia la vinculación con el d. Administrativo por la entidad del sujeto de ambas disciplinas.

5.1. Ingresos Operacionales y No Operacionales

Indica (Chiriboga Rosales, 2014, pág. 186) "Representan los valores en efectivo recibidos por la institución por concepto de ingresos por servicios y ordinarios por operaciones propias de la actividad."

5.2. Costos

Dice (Polimeni, Fabozzi, Adelberg, & Kole , 1989, pág. 11)"El costo se define como el "valor" sacrificado para adquirir bienes y servicios, que se mide en dólares mediante la reducción de activos o al incurrir en pasivos en el momentos en que se obtiene los beneficios."

5.2.1. Costo Directo

Comenta (Horngren, Datar, & Foster, 2007, pág. 27)"Los costos directos de un objeto del costos están relacionados con el objeto del costos en particular y pueda rastrearse de manera económica y factible; es decir, efectiva en cuanto a costos se refiere."

Análisis:

Al ser una microempresa de servicio está exento de la utilización de costos directos ya que se basa al servicio de lavado y cambio de aceite a domicilio.

5.2.2. Costos Indirectos

Afirma (Blocher, Stout, Cokins, & Chen, 2008, pág. 91) "Es el proceso de asignación de los costos indirectos a los objetos de costo. La asignación es necesaria porque los costos indirectos no se rastrean de manera indirecta a cada orden en lo individual."

TABLA N.- 60 Costos Indirectos

Costos Indirectos						
Descripción	**Costo Mensual**	**Costo Anual**	**Porcentaje Consumo en Servicio**	**Consumo en dólares**	**Porcentaje Consumo Administrativo**	**Consumo en dólares**
Agua Potable	35,00	420,00	80%	336,00	20%	84,00
Luz Eléctrica	30,00	360,00	20%	72,00	80%	288,00
Teléfono	27,00	324,00	10%	32,40	90%	291,60
Internet	22,00	264,00	10%	26,40	90%	237,60
TOTAL	**114,00**	**1368,00**		**466,80**		**901,20**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

En la tabla se ve la manera de consumo de los servicios básicos con el 80% agua potable para el servicio y el 20% en el área administrativa, el 20% luz eléctrica para el servicio y el 80% en el área administrativa, el 10% teléfono e internet para el servicio y el 90% para el área administrativa, obteniendo un costo anual de 1368,00.

5.2.3. Gastos Administrativos

Señala (Flores Cisneros, 2010, pág. 102) que:

Son los que se incurren en la gestión administrativa de la empresa y por consiguiente no tiene relación directa con el movimiento del servicios o ventas, estos gastos de administración en cuanto a su valor tiende a ser fijos en comparación con los gastos de ventas ya que estos varían en los servicios o ventas.

TABLAN.- 61 Gastos Administrativos

Gastos Administrativos				
Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Total Mensual**	**Total Anual**
Sueldo Personal Administración			2.631,31	31.575,71
Suministros de Oficina	1	57,50	57,50	305,00
Arriendos	1	300,00	300,00	3.600,00
Suministros de Limpieza	1	22,82	22,82	194,09
Agua Potable	1	35,00	35,00	420,00
Luz Eléctrica	1	30,00	30,00	360,00
Teléfono	1	27,00	27,00	324,00
Internet	1	22,00	22,00	264,00
Honorarios Profesionales (Contador)	1	130,00	130,00	1.560,00
Uniforme	1	92,00	92,00	92,00
TOTAL		**716,32**	**3.347,63**	**38.694,80**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Los gastos administrativos son determinados por los sueldos administrativos, arriendo, suministros de oficina y limpieza, servicios básicos y honorarios profesionales, cuales gastos anuales son $38694,80 para correcto funcionamiento de Cars Solutions.

5.2.4. Costo de Ventas

Con relación a (Flores Cisneros, 2010, pág. 102)"Son los que se incurren en la acción de prestar servicios o de vender los productos de la empresa."

TABLA N.- 62 Costo de Ventas

Costo de Ventas				
Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Total Mensual**	**Total Anual**
Página web	1	150,00	150,00	150,00
Volantes	500	0,05	25,00	75,00
Tarjetas de presentación	500	0,04	20,00	60,00
Llaveros	50	0,50	25,00	75,00
Gorras	50	2,00	100,00	300,00
TOTAL			**320,00**	**660,00**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

El costo de ventas se ve reflejado a los gastos que se utilizaran para la promocionar a Cars Solutions y así tenga acogida de clientes, con un costo de ventas anual de $660,00.

5.2.5. Costos Financieros

Con respecto a (Flores Cisneros, 2010, pág. 102)"Se registran todos los valores devengados por interés y comisiones de los préstamos concedidos a la empresa, por parte de las entidades financiera de crédito."

TABLA N.- 63 Costos Financieros

Costos Financieros	
Descripción	**Valor**
Entidad	Banco Pichincha
Tipo de Crédito	Consumo
Monto de Financiamiento	15.347,63
Tasa de Interés Anual	16,06%

Tiempo	2 Años
Intereses a Corto Plazo	965,20
Intereses a Largo Plazo	351,37
TOTAL	1.316,57

Fuente: Banco Pichincha
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

El costo de financiamiento se determinó de acuerdo a la tasa de interés vigente del Banco Pichincha que va a determinar los intereses que se tienen que pagar a corto plazo por $965,20 y a largo plazo por $351,37 generando un interés anual de $1316,57.

5.2.6. Costos Fijos y Variables

Por otra parte (Horngren, Datar, & Foster, 2007, pág. 36) que:

> Un costo fijo permanece sin cambios en total por un periodo dado, pese a grandes cambios en el nivel relacionado con la actividad o volumen totales. Un costo variable cambia en total en proporción a los cambios en el nivel relacionados del volumen o actividad total.

TABLA N.- 64 Costos Fijos y Variables

Costos Fijos y Variables					
Descripción	**Año Actual**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Sueldo Personal Administración	31575,71	32870,32	34218,00	35620,94	37081,40
Suministros de Oficina	305,00	317,51	330,52	344,07	358,18
Arriendos	3600,00	3747,60	3901,25	4061,20	4227,71
Suministros de Limpieza	194,09	202,05	210,33	218,96	227,93
Agua Potable	420,00	437,22	455,15	473,81	493,23
Luz Eléctrica	360,00	374,76	390,13	406,12	422,77
Teléfono	324,00	337,28	351,11	365,51	380,49
Internet	264,00	274,82	286,09	297,82	310,03

Honorarios Profesionales (Contador)	1560,00	1623,96	1690,54	1759,85	1832,01
Uniforme	92,00	95,77	99,70	103,79	108,04
TOTAL	**38.694,80**	**40.281,29**	**41.932,82**	**43652,07**	**45441,80**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Se ha determinado los costos fijos y variables que se van a utilizar para las operaciones de Cars Solutions los cuales se han proyectado a cinco años y el valor que arroja al quinto año es de $45441,80.

5.3. Inversiones

Acerca de (Flores Cisneros, 2010, pág. 127)"Son la adquisición y enajenación de activos de largo plazo y otras inversiones no incluidos en los equivalentes de efectivos."

5.3.1. Inversión Fija

Declara que (Meneses Alvarez, 1999, pág. 86)"Las inversiones de naturaleza permanente y estable, se denominan inversiones de largo plazo y se refiere a las adquisiciones de cierto bienes y tienen un carácter operativo para la empresa."

Análisis:

La inversión Fija consiste en la adquisición de activos fijos para el cumplimiento de las actividades diarias de la microempresa tomando en cuenta que la vida útil de los activos debe ser mayor a un año para que sea considerada una inversión fija.

5.3.1.1. Activos Fijos

Dice (Flores Cisneros, 2010, pág. 28) que:

> Está formado por los medios destinados a asegurar la vida de la empresa, son bienes que no se destina a la venta y se consume en largo tiempo por su uso. El activo fijo tiene su clasificación en: Material, Inmaterial.

TABLA N.- 65 Activos Fijos

Activos Fijos	
Concepto	**Valor**
Inversiones en Activos Fijos	
Maquinaria y Equipo	1.515,00
Equipo de Computación	1.210,00
Equipo de Oficina	60,00
Muebles y Enseres	405,00
Vehículo	12.000,00
TOTAL	**15.190,00**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Los activos que va adquirir Cars Solutions son para el correcto funcionamiento en donde la inversión es de $15190,00 el cual va hacer financiado y con capital propio para dar inicio a su actividad económica.

5.3.1.2. Activos Nominales (Diferidos)

Sostiene que (Meneses Alvarez, 1999, pág. 89)"Son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta y marcha del proyecto. Constituye inversiones intangibles susceptibles de amortizar."

TABLA N.- 66 Activos Nominales

Activos Diferidos	
Activos Diferidos	**Valor**
Gasto de Constitución	100,00
Estudio de Factibilidad	300,00
TOTAL	**400,00**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Los activos nominales es la inversión que se necesita para la constitución de la microempresa y así dar inicio a su actividad económica considerando que este gasto se va amortizar en su debido tiempo.

5.3.2. Capital de Trabajo

Opina (Meneses Alvarez, 1999, pág. 111) que:

> Se puede entender como la parte del activo corriente que no ha sido financiada por los acreedores de corto plazo. El capital de trabajo evalúa la posibilidad o no de una empresa de crecer en sus operaciones y necesidad de cambiar sus hábitos financieros.

TABLA N.- 67 Capital de Trabajo

Capital de Trabajo				
Descripción	**1 Mes**	**1 Mes**	**1 Mes**	**Total**
Gastos Administración	3659,91	3659,91	3659,91	10979,73
Gasto Ventas	360,00	360,00	360,00	1080,00
Gasto Interés	159,57	153,41	147,22	460,20
TOTAL	**4179,48**	**4173,32**	**4167,13**	**12519,93**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

El capital de trabajo está constituido por los gastos administrativos, los gastos de ventas y gasto interés, es decir Cars Solutions debe poseer recursos propios para cumplir con sus obligación hasta que la microempresa genere sus recursos propios el valor a los tres meses es de $12519,93.

5.3.3. Fuente de Financiamiento y Usos de Fondos

Comenta (Flores Cisneros, 2010, pág. 127)"Son actividades que dan por resultados cambios en el tamaño y composición del capital contable y los préstamos de la empresa."

TABLA N.- 68 Fuentes de Financiamiento y Usos de Fondos

Fuentes de Financiamiento y Usos de Fondos			
Concepto	**Uso de Fondos**	**Recursos Propios**	**Recursos Financieros**
Inversiones en Activos Fijos			
Maquinaria y Equipo	1.515,00	1.515,00	
Equipo de Computación	1.210,00	1.210,00	
Equipo de Oficina	60,00	60,00	
Muebles y Enseres	405,00	405,00	
Vehículo	12.000,00		12.000,00
Total de Activos Fijos	**15.190,00**	**3.190,00**	**12.000,00**
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	100,00	100,00	
Estudio de Factibilidad	300,00	300,00	
Total de Activos Diferidos	**400,00**	**400,00**	**0,00**
Capital de Trabajo			
Gastos de Administración	3.347,63		3.347,63

Gastos de Ventas	320,00	320,00	
Gastos Financieros	376,95	376,95	
Total Capital de Trabajo	**4.044,58**	**696,95**	**3.347,63**
Total de Inversión	**19.634,58**	**4.286,95**	**15.347,63**
Participación	**100%**	**22%**	**78%**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Las fuentes de financiamiento hacen referencia a todos los recursos que Cars Solutions necesita para consolidarse, cumpliendo las expectativas de los clientes y del personal administrativo, el total de la inversión es de $19634,58 el cual el 22% se va a financiar con capital propio y el 78% se va a financiar con el Banco Pichincha mediante un préstamo.

5.3.4. Amortización de Financiamiento

Con relación a (Sánchez Guerrero, 2005, pág. 162) que:

> Financieramente seria extinguir un capital, una deuda mediante pagos graduales. La amortización se produce en casos de los préstamos, gastos de constitución, instalación y organización de la empresa; costos de patentes y derechos de propiedad; amortización de gastos de exploración de las perdidas en un ejercicio financiero.

TABLA N.- 69 Amortización

Amortización				
Inversión	**:**	100%	19.634,58	
Cap. Propio	**:**	22%	4.286,95	
Financiamiento	**:**	78%	15.347,63	
Plazo	**:**		24	MESES
Interés	**:**		16,06%	0,67%
Pagos	**:**		MENSUAL	

Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	15.347,63	0,00	0,00	0,00	15.347,63
1	15.347,63	102,70	694,34	591,64	14.755,99
2	14.755,99	98,74	694,34	595,60	14.160,39
3	14.160,39	94,76	694,34	599,59	13.560,80
4	13.560,80	90,74	694,34	603,60	12.957,21
5	12.957,21	86,71	694,34	607,64	12.349,57
6	12.349,57	82,64	694,34	611,70	11.737,87
7	11.737,87	78,55	694,34	615,80	11.122,07
8	11.122,07	74,43	694,34	619,92	10.502,16
9	10.502,16	70,28	694,34	624,06	9.878,09
10	9.878,09	66,10	694,34	628,24	9.249,85
11	9.249,85	61,90	694,34	632,44	8.617,41
12	8.617,41	57,66	694,34	636,68	7.980,73
13	7.980,73	53,40	694,34	640,94	7.339,79
14	7.339,79	49,12	694,34	645,23	6.694,56
15	6.694,56	44,80	694,34	649,54	6.045,02
16	6.045,02	40,45	694,34	653,89	5.391,13
17	5.391,13	36,08	694,34	658,27	4.732,86
18	4.732,86	31,67	694,34	662,67	4.070,19
19	4.070,19	27,24	694,34	667,11	3.403,09
20	3.403,09	22,77	694,34	671,57	2.731,52
21	2.731,52	18,28	694,34	676,06	2.055,46
22	2.055,46	13,75	694,34	680,59	1.374,87
23	1.374,87	9,20	694,34	685,14	689,73
24	689,73	4,62	694,34	689,73	0,00

Fuente: Banco Pichincha
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

La presente amortización se da por el préstamo que se va a solicitar al Banco Pichincha por el valor del $15347,63 con un interés del 16,06% anual por un periodo de 2 años para la constitución de Cars Solutions.

5.3.5. Depreciaciones

Por otra parte (Sánchez Guerrero, 2005, pág. 165)"Significa la distribución del costo de un activo de planta contra los periodos durante los cuales se recibe servicios del activo en cuestión."

TABLA N.- 70 Depreciaciones

Depreciaciones							
Descripción	**Año 0**	**V/U**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Maquinaria y Equipo	1.515,00	10	151,50	151,50	151,50	151,50	151,50
Equipo de Computación	1.210,00	3	403,33	403,33	403,33	0,00	0,00
Equipo de Oficina	60,00	10	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Muebles y Enseres	405,00	10	40,50	40,50	40,50	40,50	40,50
Vehículo	12.000,00	5	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
TOTAL			**3.001,33**	**3.001,33**	**3.001,33**	**2.598,00**	**2.598,00**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

La depreciación es el desgaste fisco que sufren los activos fijos por el uso que se les da, cada activo fijo tiene una vida útil la cual se considera para su devaluación, en el primer año el valor depreciado es por $3001,33.

5.3.6. Estado de Situación Inicial

Afirma (Zapata Sánchez, 2011, pág. 76)"Entendida como la identificación de las fuentes y montos de financiamiento (patrimonio y pasivos) y la aplicación de estos recursos en activos, entendidos como inversiones realizadas en el tiempo por la gerencia."

TABLA N.- 71 Estado de Situación Inicial

Estado de Situación Inicial		
Empresa "Cars Solutions" **Estado de Situación Inicial** **al 31 de diciembre del 2016**		
Activos		
Activo Corriente		**4.044,58**
Bancos	4.044,58	
Activo no Corriente		**15.490,00**
Maquinaria y Equipo	1.515,00	
Equipo de Computación	1.210,00	
Equipo de Oficina	60,00	
Muebles y Enseres	405,00	
Vehículo	12.000,00	
Estudio de Factibilidad	300,00	
Otros Activos		**100,00**
Gasto de Constitución	100,00	
Total Activos		**19.634,58**
Pasivos		
Pasivos no Corrientes		**15.347,63**
Préstamo Bancario por pagar	15.347,63	
Patrimonio		**4.286,95**
Capital	**4.286,95**	
Total Pasivo más Patrimonio		**19.634,58**
Firma Gerente	**Firma Contador**	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

El estado de situación inicial refleja los valores del activo, pasivo y patrimonio es decir de q manera va a dar inicio a sus operaciones, contando con un patrimonio del $19634,58.

5.3.7. Estado de Resultados Proyectado

Quizás (Flores Cisneros, 2010, pág. 34)"Es el estado que presenta el cuadro de actividades comerciales o de servicios emprendidas con la finalidad de logar los beneficios. El estado de resultado es dinámico ya que un determinado periodo presenta progresos o cambios."

TABLA N.- 72 Estado de Resultados

Estado de Resultados						
Empresa "Cars Solutions" **Estado de Situación Inicial** **al 31 de diciembre del 2016**						
Estado de Resultados Preformado						
Crecimiento Poblacional San Juan de Calderón				4,10%		
Porcentaje de Inflación				1,30%	**Anual**	
	Descripción	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
	Servicios Prestados	51.211,53	53.311,20	55.496,96	57.772,33	60.141,00
(-)	**Gastos Operacionales**	**40.320,00**	**40.844,16**	**40.384,68**	**40.909,68**	**41.441,50**
	Gastos Administrativos	38.694,80	39.197,83	39.707,41	40.223,60	40.746,51
	Gastos de Ventas	660,00	668,58	677,27	686,08	695,00
	Gastos Financieras	965,20	977,75	0,00	0,00	0,00
(=)	**Utilidad Operacional**	**10.891,53**	**12.467,04**	**15.112,28**	**16.862,65**	**18.699,49**
(+)	Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)	Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	**Utilidad Antes de Participación Empleados**	**10.891,53**	**12.467,04**	**15.112,28**	**16.862,65**	**18.699,49**
(-)	15 % Participación Laboral	1.633,73	1.870,06	2.266,84	2.529,40	2.804,92
(=)	**Utilidad Antes de Impuesto Renta**	**9.257,80**	**10.596,98**	**12.845,44**	**14.333,26**	**15.894,57**
(-)	Impuesto a la Renta PNOC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	**Utilidad Neta**	**9.257,80**	**10.596,98**	**12.845,44**	**14.333,26**	**15.894,57**
Firma Gerente			**Firma Contador**			

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

El estado de resultado refleja si en el ejercicio fiscal ha existido pérdida y ganancia y se ve que el proyecto es factible ya que hay una utilidad en el primer año y si se lo proyecta a cinco años demuestra que si hay utilidad neta de $15894,57 el cual puede ir variando de acuerdo a los ingresos o gastos que posee la microempresa.

5.3.8. Flujo de Caja

En relación con (García de Cabezas, 2010, pág. 181)"Es un resumen de las entradas y salidas en efectivo esperadas por la ejecución de las actividades de la empresa."

TABLA N.- 73 Flujo de Caja

Flujo de Caja						
	Descripción	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
	Servicios Prestados	51.211,53	53.311,20	55.496,96	57.772,33	60.141,00
(=)	**Gastos Operacionales**	**40.320,00**	**40.844,16**	**40.384,68**	**40.909,68**	**41.441,50**
(+)	Gastos Administrativos	38.694,80	39.197,83	39.707,41	40.223,60	40.746,51
(-)	Gastos de Ventas	660,00	668,58	677,27	686,08	695,00
(=)	Gastos Financieras	965,20	977,75	0,00	0,00	0,00
(-)	**Utilidad Operacional**	**10.891,53**	**12.467,04**	**15.112,28**	**16.862,65**	**18.699,49**
(=)	Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)	Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	**Utilidad Antes de Participación Empleados**	**10.891,53**	**12.467,04**	**15.112,28**	**16.862,65**	**18.699,49**
(=)	15 % Participación Laboral	1.633,73	1.870,06	2.266,84	2.529,40	2.804,92
(+)	**Utilidad Antes de Impuesto Renta**	**9.257,80**	**10.596,98**	**12.845,44**	**14.333,26**	**15.894,57**
(-)	Impuesto a la Renta PNOC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	**Utilidad Neta**	**9.257,80**	**10.596,98**	**12.845,44**	**14.333,26**	**15.894,57**
(+)	Depreciaciones	3.001,33	3.001,33	3.001,33	2.598,00	2.598,00
(+)	Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	**Excedente Operacional**	**12.259,13**	**13.598,32**	**15.846,77**	**16.931,26**	**18.492,57**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

El flujo de caja considera el estado de resultados con las depreciaciones y amortizaciones los cuales son parte del capital de trabajo es decir son parte para l funcionamiento de la microempresa.

5.4. Evaluación

Asegura (Meneses Alvarez, 1999, pág. 145)"La evaluación comprende una etapa de tipo comprobativa y se preocupa de verificar la información y la viabilidad de los datos consignados en cada proyecto."

5.4.1. Tasa de Descuento

Acerca de (Sánchez Guerrero, 2005, pág. 166)"Tasa de interés o precio del capital que se cobra en las operaciones de descuento."

TABLA N.- 74 Tasa de Descuento

TMAR o Tasa de Descuento	
Concepto	**Porcentaje**
Tasa Activa	11,83%
(+) Tasa Pasiva	4,72%
TMAR	**16,55%**
TMAR	**0,1655%**

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

La tasa de descuento está relacionada con la tasa activa que se encuentra con el 11,83% y tasa pasiva que se encuentra con el 4,71% lo cual suma al 16,55% vigentes en el sistema financiero que se toman en cuenta para los indicadores financieros.

5.4.2. Valor Actual Neto (VAN)

Opina (Sánchez, 2007, pág. 93)"Valor que se obtiene de restar los flujos de caja netos del proyecto actualizados y sumados del valor de la inversión inicial o flujo de caja en el periodo cero o preoperativo."

TABLA N.- 75 Flujos Netos de Efectivo

Flujos Netos de Efectivo						
Descripción	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Inversión Total	-19.634,58			-1.210,00		635,83
Excedente Operacional		12.259,13	13.598,32	15.846,77	16.931,26	18.492,57
FLUJOS DE EFECTIVO	**-19.634,58**	**12.259,13**	**13.598,32**	**14.636,77**	**16.931,26**	**19.128,40**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

TABLA N.- 76 Tasas Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Tasas Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)											
VAN =	- P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			(1 + i)^1		(1 + i)^2		(1 + i)^3		(1 + i)^4		(1 + i)^5
VAN =	-19.634,58	+	12.259,13	+	13.598,32	+	14.636,77	+	16.931,26	+	19.128,40
			1,1655		1,35839025		1,583203836		1,845224071		2,150608655
VAN =	-19.634,58	+	10.518,34	+	10.010,61	+	9.245,03	+	9.175,72	+	8.894,41
VAN =	-19.634,58	+	47.844,12								
VAN =	28.209,54										

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

El valor actual neto que refleja Cars Solution es de $28209,54 con una inversión de $19634,58 lo que significa que el proyecto es rentable y lo más importante es qué es aceptable por los clientes.

5.4.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

En cuanto a (Sánchez Guerrero, 2005, pág. 155)"La tasa interna de retorno es la tasa de interés operacional, es el valor porcentual de beneficio, es la tasa de interés ganada sobre saldos de capital."

TABLA N.- 77 Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno	
TMAR	0,1655
VAFE	47.844,12
VAN	28.209,54
TIR	**64,62%**

TIR	
INVERSION	-19.634,58
AÑO 2016	12.259,13
AÑO 2017	13.598,32
AÑO 2018	14.636,77
AÑO 2019	16.931,26
AÑO 2020	19.128,40
TIR	**64,62%**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

La tasa interna de retorno permite evaluar la rentabilidad del proyecto buscando la tasa de interés de descuento del 64,62%.

5.4.4. Periodo de Recuperación de la Inversión PRI

Piensa (Sánchez, 2007, pág. 94)"Periodo estimado en que se espera recuperar por completo toda la inversión inicial. Se aceptara un proyecto si su periodo de recuperación

es menor o igual a un periodo aceptable que usualmente se obtiene de experiencia con proyectos similares."

TABLA N.- 78 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)					
Periodo	**FNE**	**Acumulado**	**Factor**	**FNE Actualizado**	**Acumulado**
0	-19.634,58	-19.634,58	1,00	-19.634,58	-19.634,58
1	12.259,13	-7.375,45	0,85	10.468,19	-9.166,39
2	13.598,32	6.222,87	0,73	9.915,38	748,99
3	14.636,77	20.859,64	0,62	9.113,42	9.862,41
4	16.931,26	37.790,89	0,53	9.001,97	18.864,38
5	19.128,40	56.919,30	0,45	8.684,38	27.548,76

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

El periodo de recuperación de la inversión permite evidenciar que en 2 años 7 meses se va a recuperar toda la inversión realizada en Cars Solutions para su financiamiento demostrando que es rentable.

5.4.5. Relación Costo Beneficio (RBC)

En efecto (Horngren, Datar, & Foster, 2007, pág. 11)"Los recursos tienen que gastarse si con ellos se van a alcanzar las metas de la compañía en relación con los costos esperados de esos recursos. Los beneficios que se esperan del gasto deberían exceder a los costos esperados."

TABLA N.- 79 Relación Costo Beneficio

Relación Costo Beneficio	
Año	**FNE Actualizado**
2017	10.451,72
2018	9.911,14
2019	9.115,49
2020	9.003,70
2021	8.683,24
TOTAL	**47.165,29**
INVENTARIO	19.634,58
RCB	**2,40**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

La relación costo beneficio que refleja Cars Solution es de 2,40 lo que quiere decir es que cada dólar invertido se recupera $1,40 por lo que se determina que es un proyecto rentable y genera fuetes de ingreso.

5.4.6. Punto de Equilibrio

Comenta (Horngren, Datar, & Foster, 2007, pág. 63) que:

> El punto de equilibrio es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos es igual al total de costos; es decir, la utilidad operativa es cero. A los gerentes les interesa el punto de equilibrio porque desea evitar las pérdidas operativas.

TABLA N.- 80 Punto de Equilibrio Cambio de Aceite

Punto de Equilibrio Cambio de Aceite						
P.E. =	CF					
	p - Cvu					

Costos Fijos:	**Anual**	**Cambio de Aceite**
Gastos Administrativos	38.694,80	19347,40
Gastos de Ventas	660,00	330,00
Gasto Financiero	965,20	482,60
TOTAL COSTO FIJO	**40.320,00**	**20160,00**

Precio de Venta	**25,00**
Costo Variable Unitario	0,00

P.E. =	CF	=	20.160,00	=	**806**	
	p - Cvu		25			
P.E. =	806	**X**	25,00	=	**20.160,00**	**Ventas**

Comprobación	
VENTAS	**20.160,00**
Costo Variable	-
Margen de Contribución	20.160,00
Costos Fijos	20.160,00
Utilidad / Pérdida	-

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

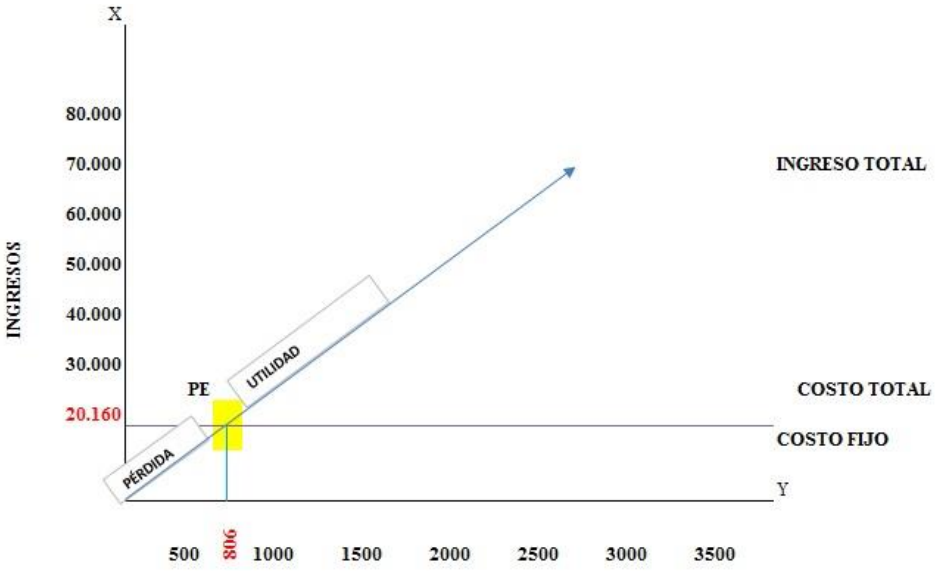


Figura N.- 35 Punto de Equilibrio Cambio de Aceite
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Cars Solutions de acuerdo al punto de equilibrio deberá tener 806 cambios de aceite para tener un ingreso de $20160,00, y poder obtener una estabilidad.

TABLA N.- 81 Punto de Equilibrio Lavado

Punto de Equilibrio Lavado						
P.E. =	CF					
	p - Cvu					

Costos Fijos:	**Anual**	**Lavado**
Gastos Administrativos	38.694,80	19347,40
Gastos de Ventas	660,00	330,00
Gasto Financiero	965,20	482,60
TOTAL COSTO FIJO	**40.320,00**	**20160,00**

Precio de Venta	**5,00**
Costo Variable Unitario	0,00

P.E. =	CF	=	20.160,00	=	**4032**		
	p - Cvu		5				
P.E. =	4032	**X**	5,00	=	**20.160,00**	**Ventas**	

Comprobación	
VENTAS	**20.160,00**
Costo Variable	-
Margen de Contribución	20.160,00
Costos Fijos	20.160,00
Utilidad / Pérdida	-

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

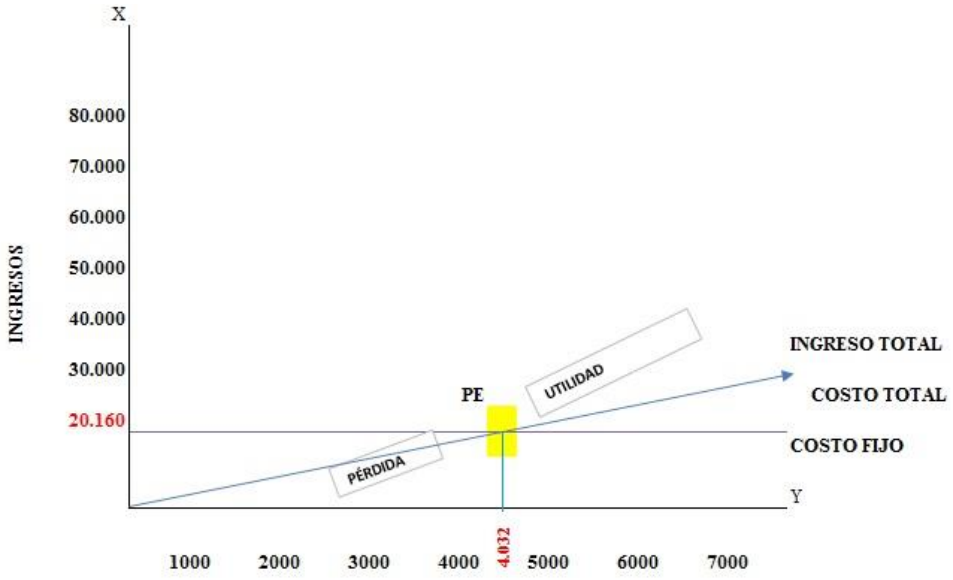


Figura N.- 36 Punto de Equilibrio Lavado
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Cars Solutions de acuerdo al punto de equilibrio deberá tener 4032 lavados de vehículos para tener un ingreso de $20160,00, y poder obtener una estabilidad.

5.4.7. Análisis de Índices Financieros

Dijo lo siguiente (Sánchez, 2007, pág. 97) que:

> Hasta este punto la decisión básica de aceptar o no el proyecto ya está tomada al haber evaluado la rentabilidad económica del mismo. En todo caso con los estados financieros proyectados se puede evaluar las condiciones financieras operacionales de la empresa.

5.4.7.1. R.O.E

Tiene la idea que (Sánchez, 2007, pág. 100)"Entre más alta sea esta razón, mayor probabilidad de aumentar el capital contable después de pagar dividendos, vía utilidades retenidas."

TABLA N.- 82 R.O.E

R.O.E		
R.O.E	=	Utilidad Neta
		Patrimonio
R.O.E	=	9.257,80
		4.286,95
R.O.E	=	0,022

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

Cars Solutions con el cálculo del R.O.E obtendrá 0,022 es decir hay la probabilidad de aumentar el capital.

5.4.7.2. R.O.A

Expreso que (Sánchez, 2007, pág. 100)"Entre más alto sea este porcentaje, mayor será la productividad de los activos de la empresa para generar venta en el negocio."

TABLA N.- 83 R.O.A

R.O.A		
R.O.A	=	Utilidad Neta
		Activos Fijos
R.O.A	=	9.257,80
		15.190,00
R.O.A	=	0,61

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

El ROA mide el rendimiento que ha tenido sobre los activos fijos que se encuentran en el 0,61 es decir es un proyecto rentable y va a generar mayor ventas es decir más ingresos.

5.4.7.3. R.O.I

Partía de que (Sánchez, 2007, pág. 101)"Es un indicador financiero que mide la rentabilidad de una inversión, es decir, la relación que existe entre la utilidad neta o la ganancia obtenida, y la inversión."

TABLA N.- 84 R.O.I

R.O.I		
R.O.I	=	Utilidad Neta
		Inversión
R.O.I	=	9.257,80
		19.634,58
R.O.I	=	0,47

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jennifer Vega

Análisis:

El ROI mide el rendimiento en la inversión obteniendo el 0,47 es decir es aceptable ya que hay un crecimiento notable.

CAPITULO VI

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

Dijo lo siguiente ((IADAP), 1999, pág. 44) que:

> Puede ser evaluado en función de la cobertura geográfica del proyecto, el tipo y cantidad de organizaciones participantes, el número de beneficios y, en especial la naturaleza de los beneficios expresada en mejoramiento de las condiciones y la calidad de vida.

6.1. Impacto Ambiental

El impacto ambiental que tendrá Cars Solutions es medio ya que la contaminación que ocasiona la microempresa por el uso de los aceites lubricantes consumidos será recogida y reciclados para evitar la contaminación del medio ambiente, serán tratados con las entidades pertinentes, trabajando de la mano con el Ministerio del Ambiente para dar el trato y uso adecuado de los aceites lubricantes consumidos. Para el lavado del vehículo se utilizara una bomba de agua donde solo se va a utilizar el agua necesaria para el lavado y enjuague del vehículo para que no exista desperdicio y así cuidar el medio ambiente.

6.2. Impacto Económico

Cars Solution tendrá un impacto positivo ya que va aportar a la matriz productiva contribuyendo a que se utilicen los lubricantes que se produce en el Ecuador aportando a que el PIB aumente, se va a contar con mano de obra ecuatoriana es decir se va a

contribuir a que los colaboradores puedan mejorar su estilo de vida, Cars Solutions va a favorecer a que la comunidad pueda crecer económicamente en el sector.

6.3. Impacto Productivo

El servicio de lavado y cambio de aceite de vehículos a domicilio que ofrece Cars Solutions es un servicio que se basa en el ahorro del tiempo de cada persona ya que muchas veces por falta de tiempo no se lleva a realizar el cambio respectivo de aceite del vehículo y eso trae como consecuencias a que el motor del vehículo se dañe. Adicionalmente Cars Solutions tiene la facilidad del lavado de vehículo ya que este servicio es muy requerido por los clientes ya que desean que su vehículo este presentable para cualquier evento que al cliente se le presenta, considerando que el servicio se brinda donde el cliente lo requiera para su mayor comodidad.

6.4. Impacto Social

El impacto social se va a ver reflejado en las fuentes de empleo que va a generar al momento que de inicios su actividad económica la microempresa, aportando al plan nacional del buen vivir con empleos dignos y bien remunerados, para que los empleados puedan dar su 100% en sus horarios de trabajo. La comunidad también se ve favorecida ya que la microempresa va a aumenta el crecimiento económico y social.

CAPITULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- En el Ecuador la implementación de una microempresa significa que es un aporte positivo hacia el Plan Nacional del Buen Vivir y sobre todo hacia la Matriz Productiva generando más ingresos en la economía.
- Se realizó un análisis en cuanto a los porcentajes de la inflación, producto interno bruto, riesgo país, tasa activa y pasiva, crecimiento poblacional, población económicamente activa, para saber si el proyecto va a contribuir al mejora de la economía del país, lo cual se notó que si es viable la creación de la microempresa, es así como se realizó la investigación de los requisitos que se necesitan para la constitución de la misma, formulando la misión, visión, objetivos y sobre todo el análisis del FODA en donde nuestra fortaleza es que el servicio es personalizado y una de las amenazas es la competencia la cual se la vamos a mitigar realizando vallas publicitarias y generando precios cómodos para la acogida de clientes.
- Mediante el estudio de mercado se puedo elegir a una muestra para realizar una encuesta con preguntas referentes a que si el servicio va a tener aceptación y si la comunidad lo solicitaría, lo que dio por resultado a que el servicio va a ser

solicitado y así se pudo analizar la oferta y demanda del servicio de lavado y cambio de aceite a domicilio, se obtuvo una demanda insatisfecha de $11.828,01.

- Se realizó un estudio técnico en donde nuestra capacidad optima de 31m^2 para el servicio es decir para el área administrativa y una bodega para guardar los equipos y lubricantes, estudiando también la locación optima que será en el sector de San Juan de Calderón. Se analizó el proceso del servicio es decir el tiempo que llevara realizar cada paso del flujograma de procesos y analizando los activos fijos que se deben adquirir para el lavado y cambio de aceite a domicilio.
- Se realizó un análisis financiero en donde se va a ver si el proyecto es rentable o no de acuerdo a los índices financieros en donde da por resultado que el proyecto es viable y sobre todo tiene gran oportunidad de crecer en el mercado automotriz, es así como Cars Solutions va a estar financiado por el banco pichincha para dar inicio a su actividad económica.

7.2. Recomendaciones

- Mantener el buen servicio para obtener nuevos clientes y que el servicio sea recomendado.
- Motivar y capacitar constantemente al personal para que el servicio brindado cumpla con las expectativas del cliente contando con personal calificado y competente.

- Obtener Equipo y Maquinaria de última tecnología para que al momento de brindar el servicio sea más rápido y eficaz.
- Cumplir con todos los requerimientos establecidos en la ley para el correcto funcionamiento de la microempresa.
- Brindar promociones a los clientes más frecuentes y contar con publicidad para que la Cars Solutions sea conocido en el mercado automotriz.

7.3. Bibliografía y Web Grafica

(IADAP), I. A. (1999). Diseñar un proyecto. Quito: Instituto Andino de Artes Populares.

(IRFEYAL), I. R. (2008). Administración 2 : niveles 15-16. Quito: IRFEYAL.

ACE, E. (s.f.). 2.0.

acuña, J. a. (s.f.).

Aguirre, L. (2009). Productos y servicios financieros y de seguros basicos. Guayaquil: Ediciones Holguin S.A.

Alegre, B. y. (s.f.).

Alfaro, Y. (2012). 1-2.

Anzola Rojas, S. (2002). Administracion de la pequeña empresa. México: MC Graw Hill.

Arnoletto, E. J., & Dìaz, A. C. (2009). Un aporte a la gestiòn pùblica. Còrdoba, Argentina: Editorial Triunfar.

Astudillo Ordóñez, N. (2014). Principios de administración / Nelly Astudillo Ordóñez. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Banco Central Del Ecuador. (2012). ABC DEL BCE / Banco Central del Ecuador. Ecuador: Banco Central Del Ecuador (BCE).

Banco Central del Ecuador. (2015).

Barreno, L. (2004). Manual de Formulacion y Evaluacion de Proyectos. Quito: Edicion del autor.

Beltrán, G. (2012). ¿Qué Se Entiende Por Direccionamiento Estratégico? Recuperado el 20 de 06 de 2014, de http://gustavobeltran.com/%C2%BFque-se-entiende-por-direccionamiento-estrategico/

Blocher, E. J., Stout, D. E., Cokins, G., & Chen, K. H. (2008). Administracion de Costos. Mexico: McGraw-Hill.

Cenzo, R. y. (s.f.).

Chiavenato, I. (2001). Administración teoria, proceso y practica. Bogota: MC Graw Hill.

Chiriboga Rosales, L. A. (2014). Diccionario Financiero y de Economía Popular y Solidaria. Quito: Imprefepp.

Condori M., M. A. (22 de Junio de 2004). Historia del Automóvil. Recuperado el 26 de Julio de 2016, de Historia del Automóvil: http://www.monografias.com/usuario/perfiles/micom6/monografias

Consejo Nacional de Desarrollo, & Direccion Nacional de Personal. (1981). Cursos de Planificacion, Elementos para la Preparacion y Evaluacion de Proyectos. Quito: Consejo Nacional de Desarrollo; Direccion Nacional de Personal.

Cordova Román, C. R. (2011). Contabilidada General II. Loja: Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja.

Costales Gavilanes, B. (1996). Diseño y elaboración de proyectos de inversión. Quito: Politécnica.

Cuerpo de Bomberos de Quito. (s.f.).

Desarrollo, C. N. (1987). Consulta sobre temas fundamentales del desarrollo nacional : Crecimiento y distribución poblacional. Quito: s.

Desarrollo, F. N. (1981). Temas sobre preparación y evaluación de proyectos : preparación de proyectos. Quito: FonapreBID.

Díaz, A. M. (2008). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD EN LA PROMOCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE. Naguanagua: UNIVERSIDAD DE CARABOBO DECANATO DE POSTGRADO DE CIENCIAS POLÍTICAS Y JURÍDICAS.

Dongo, A. (2009).

Equipo Técnico Pedagógico de IRFEYAL. (2009). Mercadotecnia 1. Quito: Equipo Técnico Pedagógico de IRFEYAL.

Finch, F. y. (s.f.).

Flores Cisneros, J. (2010). Contabilidad General. Ecuador: Editorial JF.

Flores Laime, H. (2013). Mercado Demanda - Oferta. Peru: Universidad Nacional de Moquegua.

Forexpros.es. (s.f.). Producto Interno Bruto. Recuperado el 4 de Junio de 2014, de http://www.productointernobruto.com/

García de Cabezas, C. (2010). Contabilidad general y tesorería por competencias, estándares y desempeños 2do. año de bachillerato. Guayaquil: Edición del autor.

Guayaquil, C. d. (2003). Manual para Elaboracion de Proyectos. Guayaquil: Camara de Comercio de Guayaquil.

Horngren, C. T., Datar, S. M., & Foster, G. (2007). Contabilidad de Costos un enfonque Gerencial. Mexico: PEARSON Educacion.

Hurtado Larrea, O. (1996). Factores económicos, políticos y sociales para el desarrollo ecuatoriano / Osvaldo Hurtado Larrea. Quito: Universidad San Francisco de Quito.

INEC. (2015).

Ing. Jimmy López C., M. (2008). Texto Guia De Administracion General.

Joseph, C. (s.f.).

Koontz, H., & Weihrich, H. (1991). Elementos de Administración. México: MC Graw Hill.

Koontz, H., & Weihrich, H. (2004). Administración una perspectiva Global. México: McGraw-Hill.

Krugman, P., Wells, R., & Olney, M. L. (2010). Fundamentos de Economía. Barcelona: Reverte.

Lideres, R. (2015).

Lubri-Car, S. (24 de Marzo de 2016). Spaike lubri-car. Recuperado el 26 de Julio de 2016, de Spaike lubri-car: http://quito.doplim.ec/cambio-de-aceite-a-domicilio-id-65230.html

Matus, C. (2002). Gobierno y Planificación. Quito: Universidad Central del Ecuador.

Meneses Alvarez, E. (1999). Preparación y evaluación de proyectos. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Ministerio del Ambiente. (s.f.).

Mochón, F., & Carreon, V. (2011). Microeconomía con aplicación a América Latina. Mexico, D. F.: Mc Graw Hill Educación.

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (s.f.).

Muñoz Guerrero, M. (s.f). Proyectos. Quito: Universida Central. Facultad de Ciencias Económicas.

Nacional, B. I. (2004). Vialidad técnica y comercial. Quito: Centro de investigaciones territoriales del Ecuador.

Nunes, P. (s.f.).

Oilchecksa, O. C. (11 de 07 de 2016). Oil Check. Recuperado el 12 de Julio de 2016, de Oil Check: http://www.oilcheck.ec/index.php?route=information/information&information_id=7

Oilfilter's. (12 de 07 de 2016). Oil Filter's. Recuperado el 12 de 07 de 2016, de Oil Filter's: http://oilfilters.com.co/

Pilay Toala, F. S. (2010). Presupuesto participativo. Quito: Dreams Magnet.

Polimeni, R. S., Fabozzi, F. J., Adelberg, A. H., & Kole , M. A. (1989). Contabilidad de Costos. Colombia: McGRAW-HILL.

Robbins. (s.f.).

Rojas, C., Izurieta, L., & Sierra, G. (1994). El Factor Humano en laas Universidades y Escuelas Politecnicas. Quito: CONUEP-EB-PRODEC.

Rueda Santander, J. (2003). Técnico en mecánica electrónica automotriz. Bogota: Diseli.

Ruiz, W. B. (26 de Mayo de 2011). Educándonos en el ámbito económico. Recuperado el 4 de Junio de 2014, de El desempleo: http://ambitoeconomico.blogspot.com/2011/05/el-desempleo.html

Ruiz, W. B. (10 de Julio de 2012). Educádonos en el ámbito económico. Recuperado el 4 de Junio de 2014, de La inflación en el Ecuador: http://ambitoeconomico.blogspot.com/2012/07/la-inflacion-en-el-ecuador.html

Salgado, J. G. (23 de Enero de 2014). Análisis Situacional. Recuperado el 26 de Julio de 2016, de Análisis Situacional: http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2301/4/T-ESPE-014520-2.pdf

Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). Economía 19ed con aplicaciones a Latinoamérica. Mexico, D.F.: Mc Graw Hill Educación.

Sánchez Guerrero, A. (2005). Matemáticas financieras. Quito: Manglareditores.

Sánchez, C. A. (2007). Administración de proyectos: preparación y evaluación. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial. Educación a distancia.

Schumpeter, J. ((1883-1950).).

Serrano, H. (1999). Mercadeo de Productos. Quito: Instituto Andino de Artes Populares.

Soto, B. (s.f.).

Soto, O. L. (2001). El dinero: la teoría, la politica y las instituciones. México: ISBN.

SRI. (3 de 8 de 2003). SRI informa. Recuperado el 05 de 08 de 2016, de RUC: file:///C:/Users/usuario/Downloads/Triptico%2003%20Obtener%20mi%20RUC_web.pdf

Tamayo Tamayo, M. (1997). El Proceso de la Investigacion Científica. México: Limusa S.A.

Terradillos, J., & Ciria, J. I. (03 de Julio de 2014). Pasado, presente y futuro de la lubricación. Recuperado el 26 de Julio de 2016, de Pasado, presente y futuro de la lubricación: http://lubrication-management.com/wp-

content/uploads/sites/3/2014/07/Evoluci%C3%B3n_Lubricaci%C3%B3n_ES.pdf

Valle, J. H. (s.f.).

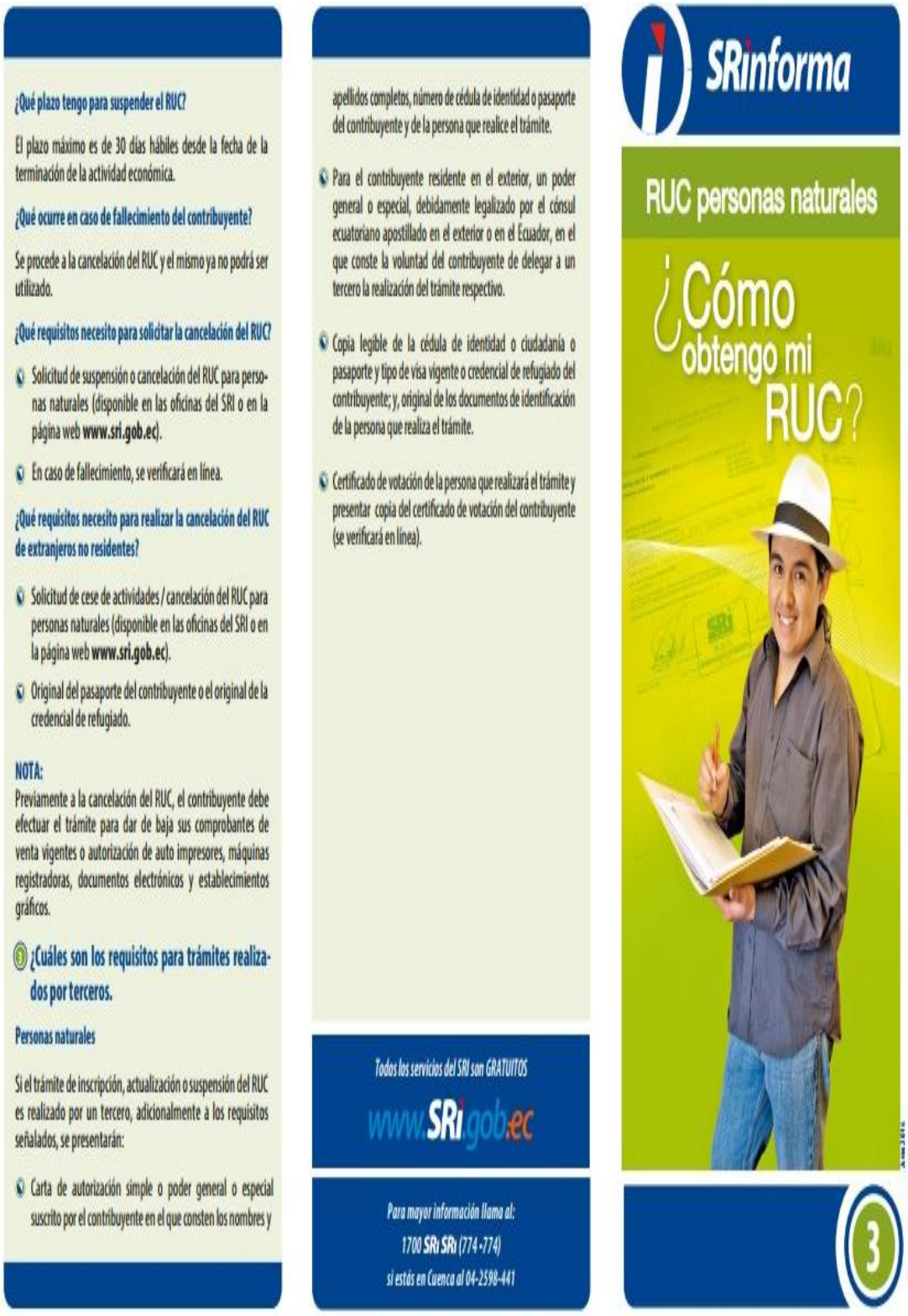
Vargas Jiménez, I. (2012). La Enrevista en la Investigación Cualitativa: Nuevas Tendencias y Retos. Costa Rica: Revista Calidad en la Educación Superior Programa de Autoevaluación Académica Universidad Estatal a Distancia.

Vidal, L. (2009). Derecho y finanzas publicas. Guayaquil: Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual.

Viteri Posso, M. R. (1978). Planeamiento de empresas. Quito: Ediciones CENPI.

Zapata Sánchez, P. (2011). Contabilidad General. Colombia: McGrawHill.

7.4. Anexos



¿Qué plazo tengo para suspender el RUC?

El plazo máximo es de 30 días hábiles desde la fecha de la terminación de la actividad económica.

¿Qué ocurre en caso de fallecimiento del contribuyente?

Se procede a la cancelación del RUC y el mismo ya no podrá ser utilizado.

¿Qué requisitos necesito para solicitar la cancelación del RUC?

- Solicitud de suspensión o cancelación del RUC para personas naturales (disponible en las oficinas del SRI o en la página web **www.sri.gob.ec**).
- En caso de fallecimiento, se verificará en línea.

¿Qué requisitos necesito para realizar la cancelación del RUC de extranjeros no residentes?

- Solicitud de cese de actividades / cancelación del RUC para personas naturales (disponible en las oficinas del SRI o en la página web **www.sri.gob.ec**).
- Original del pasaporte del contribuyente o el original de la credencial de refugiado.

NOTA:
Previamente a la cancelación del RUC, el contribuyente debe efectuar el trámite para dar de baja sus comprobantes de venta vigentes o autorización de auto impresores, máquinas registradoras, documentos electrónicos y establecimientos gráficos.

¿Cuáles son los requisitos para trámites realizados por terceros.

Personas naturales

Si el trámite de inscripción, actualización o suspensión del RUC es realizado por un tercero, adicionalmente a los requisitos señalados, se presentarán:

- Carta de autorización simple o poder general o especial suscrito por el contribuyente en el que consten los nombres y apellidos completos, número de cédula de identidad o pasaporte del contribuyente y de la persona que realice el trámite.
- Para el contribuyente residente en el exterior, un poder general o especial, debidamente legalizado por el cónsul ecuatoriano apostillado en el exterior o en el Ecuador, en el que conste la voluntad del contribuyente de delegar a un tercero la realización del trámite respectivo.
- Copia legible de la cédula de identidad o ciudadanía o pasaporte y tipo de visa vigente o credencial de refugiado del contribuyente; y, original de los documentos de identificación de la persona que realiza el trámite.
- Certificado de votación de la persona que realizará el trámite y presentar copia del certificado de votación del contribuyente (se verificará en línea).

Todos los servicios del SRI son GRATUITOS

www.SRi.gob.ec

Para mayor información llama al:
1700 SRi SRi (774 •774)
si estás en Cuenca al 04-2598-441

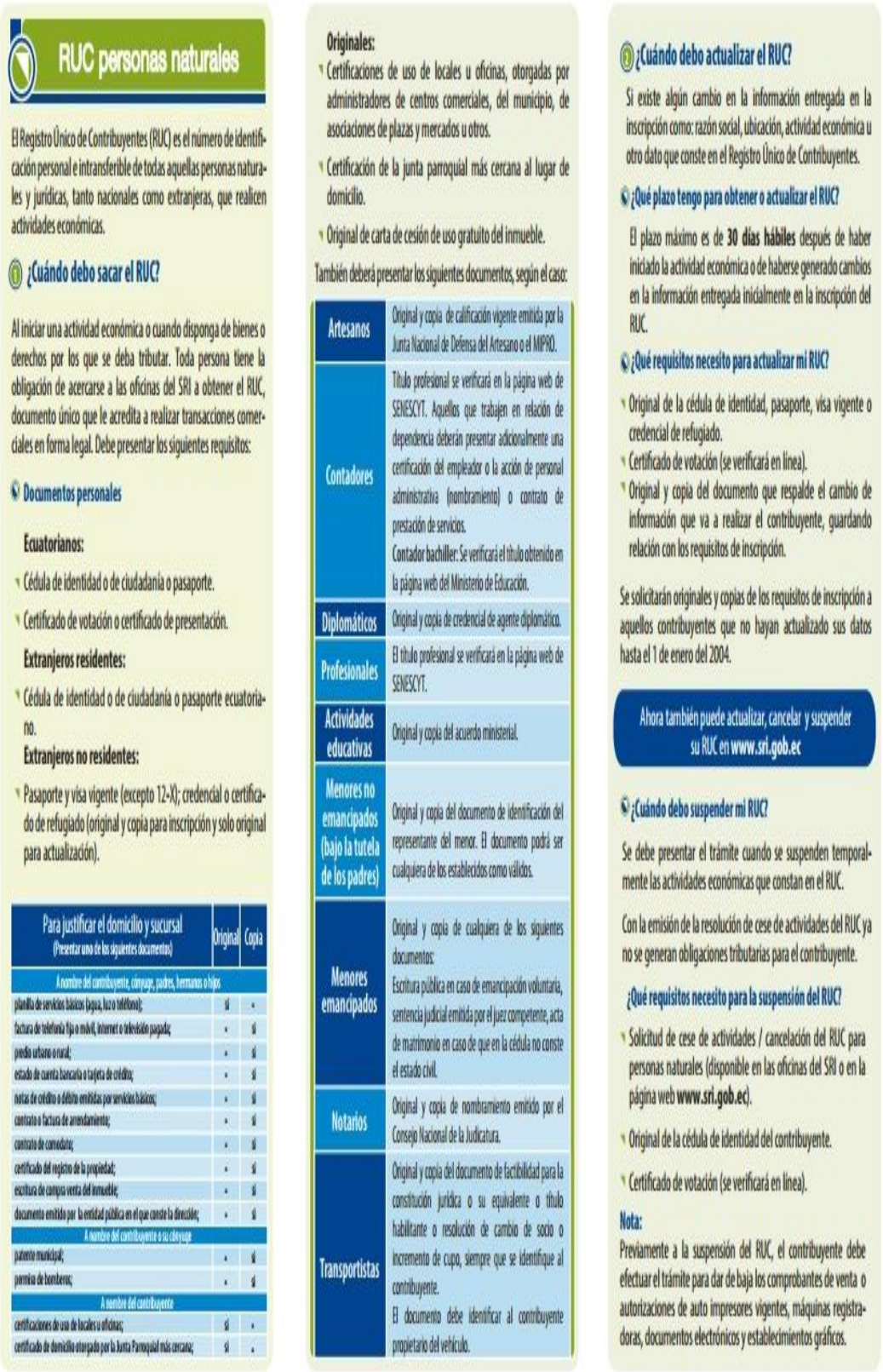
SRinforma

RUC personas naturales

¿Cómo obtengo mi RUC?

3

Anexo 1 Como obtener mi RUC
Fuente: SRI
Elaborado por: Jennifer Vega



RUC personas naturales

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el número de identificación personal e intransferible de todas aquellas personas naturales y jurídicas, tanto nacionales como extranjeras, que realicen actividades económicas.

¿Cuándo debo sacar el RUC?

Al iniciar una actividad económica o cuando disponga de bienes o derechos por los que se deba tributar. Toda persona tiene la obligación de acercarse a las oficinas del SRI a obtener el RUC, documento único que le acredita a realizar transacciones comerciales en forma legal. Debe presentar los siguientes requisitos:

Documentos personales

Ecuatorianos:

- Cédula de identidad o de ciudadanía o pasaporte.
- Certificado de votación o certificado de presentación.

Extranjeros residentes:

- Cédula de identidad o de ciudadanía o pasaporte ecuatoriano.

Extranjeros no residentes:

- Pasaporte y visa vigente (excepto 12-X); credencial o certificado de refugiado (original y copia para inscripción y solo original para actualización).

Para justificar el domicilio y sucursal (Presentar uno de los siguientes documentos)	Original	Copia
A nombre del contribuyente, cónyuge, padres, hermanos o hijos		
planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono);	sí	x
factura de telefonía fija o móvil, internet o televisión pagada;	x	sí
predio urbano o rural;	x	sí
estado de cuenta bancaria o tarjeta de crédito;	x	sí
notas de crédito o débito emitidas por servicios básicos;	x	sí
contrato o factura de arrendamiento;	x	sí
contrato de comodato;	x	sí
certificado del registro de la propiedad;	x	sí
escritura de compra venta del inmueble;	x	sí
documento emitido por la entidad pública en el que conste la dirección;	x	sí
A nombre del contribuyente o su cónyuge		
patente municipal;	x	sí
permiso de bomberos;	x	sí
A nombre del contribuyente		
certificaciones de uso de locales u oficinas;	sí	x
certificado de domicilio otorgado por la Junta Parroquial más cercana;	sí	x

Originales:

- Certificaciones de uso de locales u oficinas, otorgadas por administradores de centros comerciales, del municipio, de asociaciones de plazas y mercados u otros.
- Certificación de la junta parroquial más cercana al lugar de domicilio.
- Original de carta de cesión de uso gratuito del inmueble.

También deberá presentar los siguientes documentos, según el caso:

Artesanos	Original y copia de calificación vigente emitida por la Junta Nacional de Defensa del Artesano o el MIPRO.
Contadores	Título profesional se verificará en la página web de SENESCYT. Aquellos que trabajen en relación de dependencia deberán presentar adicionalmente una certificación del empleador o la acción de personal administrativa (nombramiento) o contrato de prestación de servicios. Contador bachiller: Se verificará el título obtenido en la página web del Ministerio de Educación.
Diplomáticos	Original y copia de credencial de agente diplomático.
Profesionales	El título profesional se verificará en la página web de SENESCYT.
Actividades educativas	Original y copia del acuerdo ministerial.
Menores no emancipados (bajo la tutela de los padres)	Original y copia del documento de identificación del representante del menor. El documento podrá ser cualquiera de los establecidos como válidos.
Menores emancipados	Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos: Escritura pública en caso de emancipación voluntaria, sentencia judicial emitida por el juez competente, acta de matrimonio en caso de que en la cédula no conste el estado civil.
Notarios	Original y copia de nombramiento emitido por el Consejo Nacional de la Judicatura.
Transportistas	Original y copia del documento de factibilidad para la constitución jurídica o su equivalente o título habilitante o resolución de cambio de socio o incremento de cupo, siempre que se identifique al contribuyente. El documento debe identificar al contribuyente propietario del vehículo.

¿Cuándo debo actualizar el RUC?

Si existe algún cambio en la información entregada en la inscripción como: razón social, ubicación, actividad económica u otro dato que conste en el Registro Único de Contribuyentes.

¿Qué plazo tengo para obtener o actualizar el RUC?

El plazo máximo es de **30 días hábiles** después de haber iniciado la actividad económica o de haberse generado cambios en la información entregada inicialmente en la inscripción del RUC.

¿Qué requisitos necesito para actualizar mi RUC?

- Original de la cédula de identidad, pasaporte, visa vigente o credencial de refugiado.
- Certificado de votación (se verificará en línea).
- Original y copia del documento que respalde el cambio de información que va a realizar el contribuyente, guardando relación con los requisitos de inscripción.

Se solicitarán originales y copias de los requisitos de inscripción a aquellos contribuyentes que no hayan actualizado sus datos hasta el 1 de enero del 2004.

Ahora también puede actualizar, cancelar y suspender su RUC en **www.sri.gob.ec**

¿Cuándo debo suspender mi RUC?

Se debe presentar el trámite cuando se suspenden temporalmente las actividades económicas que constan en el RUC.

Con la emisión de la resolución de cese de actividades del RUC ya no se generan obligaciones tributarias para el contribuyente.

¿Qué requisitos necesito para la suspensión del RUC?

- Solicitud de cese de actividades / cancelación del RUC para personas naturales (disponible en las oficinas del SRI o en la página web **www.sri.gob.ec**).
- Original de la cédula de identidad del contribuyente.
- Certificado de votación (se verificará en línea).

Nota:

Previamente a la suspensión del RUC, el contribuyente debe efectuar el trámite para dar de baja los comprobantes de venta o autorizaciones de auto impresores vigentes, máquinas registradoras, documentos electrónicos y establecimientos gráficos.

Anexo 1 Como obtener mi RUC
Fuente: SRI
Elaborado por: Jennifer Vega

Apoyar a la matriz productiva mediante un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa de lavado y cambio de aceite de vehículos a domicilio ubicado en el norte de Quito en la Parroquia de San Juan de Calderón en el año 2017.

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Formulario de Inscripción y Actualización del Registro de Actividades Económicas

RAET – PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD

aaaa/mm/dd

Fecha:

A. IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE	
APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS:	
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN:	
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:	

B. DATOS DE UBICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE					
DOMICILIO TRIBUTARIO					
PROVINCIA:					
CANTÓN:					
PARROQUIA:					
BARRIO:					
CALLE PRINCIPAL:					
No.:					
CALLE SECUNDARIA:					
VÍA:					
KILÓMETRO:					
MANZANA:					
EDIFICIO:					
PISO:					
REFERENCIA DE UBICACIÓN:					
CORREO ELECTRÓNICO:					
TELÉFONO 1:		TELÉFONO 2:		CELULAR:	

C. EN CASO DE ARTESANOS CALIFICADOS POR LA JUNTA NACIONAL DE ARTESANOS	
No. DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE EXPEDICIÓN DE LA CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE CADUCIDAD DE LA CALIFICACIÓN ARTESANAL:	

D. EN CASO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD	
No. DE CARNÉ DE CONADIS O MINISTERIO DE SALUD	
FECHA DE CADUCIDAD:	
PORCENTAJE DE DISCAPACIDAD:	

E. EN CASO DE EJERCER LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN UN LOCAL COMERCIAL	
No. DE ESTABLECIMIENTO:	
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:	
No. DE PREDIO:	
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:	
No. DE ESTABLECIMIENTO:	
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:	
No. DE PREDIO:	
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:	

.....

Firma del Contribuyente

Nombres y Apellidos: .....

Cédula / RUC/ Pasaporte: .....

Anexo 2 Formulario para la Inscripción de la Patente
Fuente: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito
Elaborado por: Jennifer Vega

INSTRUCTIVO FORMULARIO DE INCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN REGISTRO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS RAET- PERSONAS NATURALES

El formulario se puede llenar directamente en Acrobat Reader o con letra imprenta y sin borrones cada uno de los campos de acuerdo al siguiente instructivo:

Fecha: Escribir la fecha en la que solicita la inscripción, año, mes y día.

A. IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE

Solicita información del propietario de la actividad económica para Personas Naturales.

Apellidos y Nombres Completos:	Escribir los apellidos y nombres completos del propietario de la actividad económica.
Número de Identificación:	Anotar el número de Cédula o RUC del propietario de la actividad económica o en caso de ser extranjero, el número de Pasaporte.
Fecha de Inicio de Actividades:	Registrar la fecha que inició actividades económicas en el Cantón, según el RUC

B. DATOS DE UBICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE

En esta sección deberá completar claramente la información solicitada correspondiente a la dirección para ubicación del propietario de la actividad económica, en caso de notificaciones.

Provincia:	Escribir la Provincia donde se encuentra ejecutando la actividad económica.
Cantón:	Escribir el Cantón donde se encuentra ejecutando la actividad económica.
Parroquia:	Escribir la Parroquia donde se encuentra ejecutando la actividad económica
Barrio:	Escribir el Barrio donde se encuentra ejecutando la actividad económica.
Calle Principal:	Anotar el nombre de la Calle Principal donde se encuentra ejecutando la actividad económica.
No.:	El número de casa, o local o lote donde se encuentra ejecutando la actividad económica.
Calle Secundaria:	Anotar el nombre de la Calle Secundaria o Intersección donde se encuentra ejecutando la actividad económica.
Vía:	Anotar la vía en donde se encuentra ejecutando la actividad económica, en caso de no existir nombre de calle.
Kilómetro:	Anotar el kilómetro de la vía en donde se encuentra ejecutando la actividad económica.
Manzana:	Anotar el número de manzana en donde se está ejecutando la actividad económica.
Edificio:	Anotar el edificio en donde se está ejecutando la actividad económica.
Piso:	Anotar el número de piso del edificio donde se está ejecutando la actividad económica.
Referencia de Ubicación:	Escribir una referencia de ubicación donde se encuentra ejecutando la actividad económica.
Correo Electrónico:	Escribir el correo electrónico, campo obligatorio ya que se enviará las claves respectivas al correo.
Teléfonos:	Escriba al menos un número de teléfono convencional y/o un número celular donde se le pueda ubicar.

C. EN CASO DE ARTESANOS

En esta sección se ingresará información en caso que la persona sea Artesano.

No. De Calificación Artesanal:	Registrar el número del carné de la Calificación Artesanal.
Fecha de Calificación Artesanal:	Indicar año, mes y día que fue calificado como artesano calificado.
Fecha de Expedición de la Calificación:	Indicar el año, mes y día de la caducidad de la Calificación
Fecha de Caducidad de la Calificación:	Indicar el año, mes y día que caduca la Calificación Artesanal.

D. EN CASO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

En esta sección se ingresará información en caso de personas con Discapacidad.

No. De Carné de CONADIS o Ministerio de Salud:	Registrar el número de carné dado por el CONADIS o el Ministerio de Salud.
Fecha de Caducidad:	Indicar el año, mes y día de la caducidad del documento.
Porcentaje de Discapacidad:	Registrar el porcentaje de discapacidad.

E. EN CASO DE EJERCER LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN UN LOCAL COMERCIAL

En esta sección se ingresará información en caso de que se ejerza la actividad económica dentro de un establecimiento:

No. DE ESTABLECIMIENTO:	Registrar el número del establecimiento del que se vaya a dar la información
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:	Registrar el Nombre del Establecimiento
No. DE PREDIO:	Registrar el número de predio en donde se encuentra el establecimiento
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:	Registrar la fecha de inicio de actividades del establecimiento.

FIRMA

El propietario de la actividad económica es responsable exclusivo del contenido de la información, que ha efectuado en la solicitud.

Anexo 2 Formulario para la Inscripción de la Patente
Fuente: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito
Elaborado por: Jennifer Vega

Apoyar a la matriz productiva mediante un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa de lavado y cambio de aceite de vehículos a domicilio ubicado en el norte de Quito en la Parroquia de San Juan de Calderón en el año 2017.

ENCUESTA

Buen día,

Yo, estudiante del Instituto Tecnológico Superior cordillera me encuentro recopilando información, para determinar la aceptación del servicio de lavado y cambio de aceite a domicilio que está brindando Cars Solutions, el cual es el tema de mi proyecto de factibilidad que estoy realizando para obtener mi título de tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera.

Datos Generales:

Nombre y Apellido:……**Genero: M**…. **F**…. **Edad**:…….

Actividad Económica: Si…. No….

1. **Usted posee vehículo.**

   SI NO

2. **Utilizaría usted el servicio que brinda Cars Solutions para el cambio de aceite y lavado de autos a la dirección que se requiere.**

   SI NO

Anexo 3 Encuesta
Elaborado por: Jennifer Vega

3. **Cuanto está dispuesto a pagar por el cambio de aceite de su auto.**

   $25…… $35…… $40…… $45……

4. **De los siguientes lubricantes cual es el que utiliza.**

   PETROECUADOR….. HAVOLINE….. AMALIE….. GOLDEN BEAR….

5. **Usted donde realiza el cambio de aceite de su vehículo.**

   CONSESIONARIA LUBRICADORAS MECANICA

6. **Realiza usted el cambio de aceite en el lugar anteriormente mencionado.**

   SIEMPRE….. CASI SIEMPRE….. NUNCA…..

7. **Con que frecuencia usted realiza los cambios de aceite a su vehículo.**

   3000 KM 5000KM 7000KM 10000KM

8. **Está usted dispuesto a pagar los siguientes valores por el lavado de su auto si se encuentra en una de las siguientes categorías (vehículos livianos).**

Sail-Vitara	Vitara-Ford Explorer	For Explores-Vehículo 4x4
$5.00	$8.00	$10.00

Anexo 3 Encuesta
Elaborado por: Jennifer Vega

9. **Le gustaría que Cars Solution le llamara para hacerle acuerdo del próximo cambio de aceite.**

   SI NO

10. **Esta usted conforme con los servicios que dan otras lubricadoras y lavadoras de vehículos.**

    SI NO

11. **Con que frecuencia usted lava su auto.**

    UNA VEZ POR SEMANA…..

    UNA VEZ CADA QUINCE DIAS…..

    UNA VEZ CADA TRES SEMANAS…..

    UNA VEZ AL MES…..

Anexo 3 Encuesta
Elaborado por: Jennifer Vega