



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING
CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de Investigación

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA FORTALECER LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA “PROVEEDOR INDUSTRIAL” EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA.

AUTORA:

LUISA MARÍA SÁNCHEZ LUNA

RIOBAMBA- ECUADOR

2019

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por la Srta. Luisa María Sánchez Luna, quien han cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Milton Eduardo Guillín Núñez
DIRECTOR DEL TRIBUNAL

Ing. Ángel Bolívar Burbano Pérez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Luisa María Sánchez Luna, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 28 de Enero 2019

Luisa María Sánchez Luna

C.C: 060432059-8

DEDICATORIA

Con satisfacción del trabajo bien hecho y exponiendo un logro más en mi vida, con mucho orgullo y gratitud, se la dedico a Dios por guiarme en toda mi vida, dándome fortaleza y salud para seguir adelante, principalmente a mi hijo y mi esposo los cuales han sido mi mayor motivación en la culminación de esta etapa de mi vida conjuntamente a mis padres, abuelos y hermanos, que son también parte de este logro, gracias por el apoyo incondicional brindado, por sus consejos, sus valores y sobre todo su amor, me han hecho crecer en el aspecto personal y profesional, formándome en una persona capaz de tomar mis propias decisiones y exitosa en todas las metas que me proponga.

Luisa Sánchez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, mi hijo Iann Zambrano mi esposo Jheisson Zambrano por su apoyo incondicional en la culminación de este gran logro en mi vida y por ser mi motor en mi vida, gracias por apoyarme en todos mis sueños. A mi padre y mi madre Juan Sánchez y María Luna gracias por su crianza y por su apoyo brindado en el transcurso de mi vida, a mi segunda madre Teresa Sánchez gracias por tu paciencia por siempre creer en mis capacidades me faltará una vida para agradecerte todo. A mis abuelitos Sergio Torres y Angélica Boada, gracias por su inmenso amor y crianza a su nieto. A mis hermanas Evelyn mi pequeña esto va para ti gracias por apoyarme desde el primer momento, Jossy por los buenos y malos momentos este es el comienzo de muchas más metas culminadas, gracias a todos y cada uno de ustedes mi sueño de convertirme en profesional se cumplió.

Al Ing. Milton Eduardo Guillín Núñez director de Tesis y al Ing. Ángel Bolívar Burbano Pérez miembro de tribunal por ser mis guías en esta etapa final de mi vida estudiantil. Al Ing. Milton Sanmartín, y la Ing. Denisse Pazmiño por siempre motivarme para seguir adelante en toda mi etapa estudiantil y finalmente a todos mis amigos en especial a Jocelyne León quien más que una amiga se ha convertido en mi hermana gracias por sus consejos, risas y mutuo apoyo. Mi gratitud eterna por formar parte de mi historia de vida, los llevaré siempre en mi corazón.

Luisa Sánchez

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido	vi
Índice de tablas	ix
Índice de gráficos.....	x
Índice de figuras.....	x
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii
Introducción	1
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1 Formulación del problema	4
1.2 OBJETIVOS	5
1.2.1 Objetivo General.....	5
1.2.2 Objetivos Específicos	5
1.3 JUSTIFICACIÓN	5
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL	8
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	8
2.2 MARCO TEÓRICO	10
2.2.1 Plan de negocio.....	10
2.2.2 Importancia del plan de negocio	11
2.2.3 Estructura	11
2.2.4 Gestión Administrativa	18
2.3 MARCO CONCEPTUAL	21
2.4 IDEA A DEFENDER	22
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	23
3.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	23
3.1.1 Método Cualitativo	23

3.1.2	Método Cuantitativo	23
3.2	NIVEL DE INVESTIGACIÓN	23
3.2.1	Alcance Descriptivo.....	23
3.3	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	23
3.3.1	Método Deductivo	24
3.3.2	Método Analítico	24
3.3.3	Método Inductivo.....	24
3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	24
3.4.1	Población	24
3.4.2	Muestra	24
3.5	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	25
3.6	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
3.6.1	Cuestionario	27
3.6.2	Guía de Entrevista.....	41
3.6.3	Tabulación de las preguntas.....	43
3.7	COMPROBACIÓN DE LAS INTERROGANTES DE LA IDEA A DEFENDER.....	44
3.7.1	Análisis Situacional	44
3.7.2	Ponderación del FODA.....	46
3.7.3	Análisis de la matriz MEFI.....	46
3.7.4	Análisis de la matriz MEFÉ.....	47
3.7.5	Tabla Matriz de perfil Competitivo	48
3.7.6	Matriz Estratégica	49
	CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....	50
4.1	NATURALEZA DEL PROYECTO.....	50
4.1.1	Descripción de la empresa	50
4.1.2	Objetivos de la empresa	52
4.1.3	Análisis de la industria.....	53
4.2	PLAN ORGANIZACIONAL.....	53
4.2.1	Objetivo:	53
4.2.2	Perfil empresarial	53
4.2.3	Proceso administrativo.....	54
4.2.4	Estructura Legal	54
4.2.5	Organigrama funcional-organizacional	61

4.2.6	Manual de descripción de funciones.....	64
4.2.7	Tabulador de sueldos	73
4.3	PLAN TECNICO.....	74
4.3.1	Producto	74
4.3.2	La ubicación de la planta	74
4.3.3	Infraestructura.....	74
4.3.4	Tecnología	76
4.4	PLAN DE MARKETING.....	80
4.4.1	Estrategias Internas	80
4.4.2	Estrategias externas.....	83
4.4.3	PROGRAMAS DE ACCIÓN	85
4.5	PLAN FINANCIERO	90
4.5.1	Inversión Fija	90
4.5.2	Capital de trabajo	93
4.5.3	Inversión inicial	95
4.5.4	Presupuesto de ventas, costos y gastos	96
4.5.5	Formas de financiamiento.....	100
4.5.6	Punto de equilibrio proyectado	101
4.5.7	Estados financieros proyectados	104
4.5.8	Evaluaciones financieras.....	108
	CONCLUSIONES	113
	RECOMENDACIONES.....	114
	BIBLIOGRAFÍA	115
	ANEXOS	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución del personal	25
Tabla 2: Descripción de técnicas e instrumentos a utilizar.....	26
Tabla 3: Antigüedad.....	29
Tabla 4: Estructura Organizacional y Funcional	30
Tabla 5: Producto.....	31
Tabla 6: Precio	32
Tabla 7: Plaza.....	33
Tabla 8: Promoción.....	34
Tabla 9: Situación Económica-Financiera.....	35
Tabla 10: Análisis Técnico	36
Tabla 11: Gestión Administrativa.....	37
Tabla 12: Manejo de la Gestión Administrativa.....	38
Tabla 13: Manejo de un Plan de Negocios	39
Tabla 14: Mejora de la Gestión Administrativa.....	40
Tabla 15: FODA	45
Tabla 16: Matriz de evaluación de factores internos (MEFI).....	46
Tabla 17: Matriz de evaluación de factores externos (MEFE).....	47
Tabla 18: Matriz de perfil Competitivo	48
Tabla 19: Proceso para constituir una empresa	56
Tabla 20: Requisitos del Cuerpo de Bomberos	56
Tabla 21: Requisitos del Servicio de Rentas Internas.....	57
Tabla 22: Requisitos del Municipio de Riobamba.....	57
Tabla 23: Requisitos de la Superintendencia de Compañías	58
Tabla 24: Requisitos de la Superintendencia de Compañías	59
Tabla 25: Objetivos del Área Funcional	62
Tabla 26: Descripción de Funciones del Gerente	64
Tabla 27: Descripción de Funciones del Administrador	65
Tabla 28: Descripción de Funciones del Administrador Financiero	66
Tabla 29: Descripción de Funciones del Coordinador de Mercadotecnia	67
Tabla 30: Descripción de Funciones de la Secretaria	68
Tabla 31: Descripción de Funciones del Mecánico	69

Tabla 32: Descripción de Funciones del Tornero	70
Tabla 33: Descripción de Funciones del Bodeguero	71
Tabla 34: Descripción de Funciones del Asesor de Ventas	72
Tabla 35: Tabulador de Sueldos	73
Tabla 36: Inversión fija y capital de trabajo	90

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Antigüedad	29
Gráfico 2: Estructura Organizacional y Funcional	30
Gráfico 3: Producto.....	31
Gráfico 4: Precio	32
Gráfico 5: Plaza	33
Gráfico 6: Promoción.....	34
Gráfico 7: Situación Económica-Financiera.....	35
Gráfico 8: Análisis Técnico	36
Gráfico 9: Gestión Administrativa	37
Gráfico 10: Manejo de la Gestión Administrativa.....	38
Gráfico 11: Manejo de la Gestión Administrativa.....	39
Gráfico 12: Mejora de la Gestión Administrativa	40
Gráfico 13: Diseño de la imagen PROVEEDOR INDUSTRIAL	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Pasos para crear un Plan de Negocios	10
Figura 2: Estructura de un Plan de Negocios.....	12
Figura 3: Estructura del entorno	13
Figura 4: Factores del Plan de Marketing.....	14
Figura 5: Formas de obtener capital para la empresa	15
Figura 6: Organigrama Organizacional	61

RESUMEN

El presente proyecto de investigación que corresponde a la creación de un plan de negocios realizado para la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL” comercializadora de repuestos automotrices, con la finalidad de mejorar su gestión administrativa. Se elaboró a partir de una previa investigación y análisis de la situación actual de la empresa, vinculando toda la información en un análisis interno elaborando la matriz FODA que permitió conocer en qué situación se encuentra la empresa, la metodología utilizada fue a través de encuestas a todos sus empleados y una entrevista al gerente de la empresa de lo cual se observó la falta de estructura organizacional, procesos de comercialización, estrategias de marketing y manejo de estados financieros. La propuesta se basa en la estructura organizativa de la empresa, definiendo las funciones y cargos necesarios para el proyecto, además diferentes estrategias tanto de marketing enfocados a la integración del personal y mejora interna, también apoyado del estudio técnico se explora un proceso de comercialización que pretenda mejorar los tiempos, movimientos y recursos conforme a las actividades que intervengan en el proceso, además del manejo de estados financieros, Al concluir la investigación se determina un estudio financiero proyectado a 5 años con un TIR de 43,35% y un VAN de \$101.100,81. Para lo cual se recomienda la aplicación de todas las estrategias planteadas para mejorar la gestión administrativa y competir en el mercado.

Palabras Clave: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, < PLAN DE NEGOCIOS>, <REPUESTOS AUTOMOTRICES>, <GESTIÓN ADMINISTRATIVA>, <ESTRATEGIAS>, <RIOBAMBA (CANTÓN)>.

Ing. Milton Eduardo Guillín Núñez
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

The present research work is about the creation of a business plan performed for the Company “PROVEEDOR INDUSTRIAL” trader of auto parts, aiming to improve its administrative management. It was created based on a prior research and analysis of the company’s current situation, entailing all the information in an internal analysis to develop a SWOT analysis which allowed to know the situation the company is at the moment. The methodology used applied surveys to all the personnel and an interview to the manager from which it was evidenced the lack of organizational structure, trading processes, marketing strategies and management of financial statements. The proposal is based on the organizational structure of the company, defining duties and necessary positions for the project, as well as different marketing strategies focused on the integration of the personnel and internal improvement, also supported by the technical study it was explored a trading process designed to improve the times, moves and resources according to the activities involved in the process, as well as the management of the financial statements. At the end of the research it was determined a financial study projected to 5 years with an IRR of 43.35% and NPV of \$ 101.100,81. In those terms it is recommended the application of all the strategies stated in order to improve de administrative management and so be competitive in the market.

Key words: <ECONOMICAL AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <BUSINESS PLAN>, <AUTO PARTS>, < ADMINISTRATIVE MANAGEMENT>, < STRATEGIES>, <RIOBAMBA (CANTON)>.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el sector mecánico automotriz se ha dinamizado, por ello el apoyo e impulso al progreso de nuevos emprendedores, es de gran índole para el crecimiento y desarrollo de la economía del Ecuador. Cabe recalcar que el aumento de las fuentes de empleo generan un notorio incremento de la transportación pública y privada en la provincia, ya que los trabajadores al tener que trasladarse de un lugar a otro, buscan medios de transportación rápidos tratando de evitar a toda costa aglomeraciones y retrasos, es por este motivo que en la actualidad los concesionarios automotrices brindan facilidades de crédito para que los ciudadanos accedan a estos sin tantos impedimentos. Es muy notorio que la afluencia vehicular ha aumentado considerablemente durante los últimos cinco años en la provincia, ocasionando que el parque automotriz cope los lugares de comercialización de repuestos mecánicos dejando insatisfecho al sector transportista e industrial. El sector comercial es el mayor beneficiario, ya que las industrias emplean una variedad de maquinarias para su producción y por ende estas maquinarias necesitan estar en constante mantenimiento para un mejor desempeño, las empresas comercializadoras de repuestos mecánicos son quienes más han sentido este positivo cambio y son estas las que buscan suplir a toda costa sus necesidades ofreciendo productos y servicio de calidad.

A diario transportes públicos y privados transitan dentro y fuera de la ciudad encontrándose con carreteras en constante deterioro que maltratan los automóviles a tal punto que los mecánicos y almacenes de repuestos de vehículos son los principales beneficiarios de esta triste realidad.

Esta investigación permite diseñar un proyecto que ayudará a hacer un análisis de la realidad del parque mecánico automotriz y de las principales necesidades de este sector, no solo para satisfacer las necesidades de los usuarios en materia preventiva mecánica sino más bien para suplir en un mayor porcentaje esta necesidad.

A partir de la estructura presentada en el plan de negocios, parte del capítulo I, justificando y definiendo el problema que integra la empresa internamente, para delimitar el sector en el que se determinará la investigación y cumplir con los objetivos propuestos a corto, mediano y largo plazo.

En la investigación es necesario conocer y definir los puntos y áreas importantes de un plan de negocios, de tal modo que se brinde un seguimiento continuo, tal cual se expone en el capítulo II del marco referencial en donde, a más de conocer la estructura del plan de negocios, integre los antecedentes legales y políticos que se cumplirán conforme a los reglamentos.

El capítulo IV del marco propositivo presenta la propuesta de la investigación en donde se muestra el estudio de 4 planes, partiendo de la naturaleza del proyecto donde se determinó el perfil de la empresa, seguido del plan de marketing que brinda los resultados de los datos obtenidos por la empresa, clientes actuales, competencia, conforme a la maquinaria adquirida y los procesos de producción a seguir, tal cual lo muestra en el estudio técnico. En la estructura organizativa, define las funciones y cargos necesarios para la producción y administración de la organización.

Finalmente se proponen conclusiones y recomendaciones que se permiten aplicar en el proyecto.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para los países en vías de desarrollo, como Ecuador, mejorar la calidad de la organización es requisito indispensable, porque se necesita coordinar todos los elementos que intervienen en esta para poder crear las bases esenciales del desarrollo como son: la capitalización, la calificación de sus trabajadores. Actualmente existen muchas organizaciones dedicadas a la distribución y comercialización de repuestos automotrices, rulinanes e insumos industriales además de la prestación de servicios para maquinas industriales, su debilidad mas grande como empresas es la falta de un plan de negocios el mismo que les ayude a mantener una planeación y un seguimiento tanto administrativo, técnico, comercial y financiero el mismo que ha ocasionado que muchas de estas empresas se mantengan en el mercado pero no que sean altamente competitivas.

Actualmente en la provincia en sí muchos de los negocios han quebrado debido a diversas razones y una de ellas es la mala administración o la falta de esta, viendo así al mercado riobambeño como un mercado inestable en donde muchas empresas logran entrar pero muy pocas pueden mantenerse, incluyendo en estas empresas muchas dedicadas justamente la comercialización y distribución de repuestos automotrices sin embargo estas organizaciones a falta de un plan de negocios que ayude a mantener un seguimiento adecuado para su correcto desarrollo y funcionamiento.

En la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”, se han determinado una serie de debilidades en sus diferentes áreas funcionales, las cuales están totalmente relacionadas con un deficiente manejo organizacional al no poseer ni misión, visión, objetivos ni correcta distribución de responsabilidades siendo estos la base para un negocio que maneje de manera eficiente y eficaz todos sus procedimientos. Entre otros problemas tenemos el deficiente manejo y distribución de la planta ocasionando varios problemas como el deficiente manejo de espacios.

Otro problema que encontramos el mal manejo de la comercialización viendo la falta de logos de una imagen como organización esto ocasionando que la empresa no logre un buen posicionamiento y no sea competitiva en el mercado y uno de los problemas más comunes en toda organización pero tan necesario para la correcta administración y posicionamiento de una empresa el tomar en cuenta el marketing mix el mismo que está relacionado tanto en producto, precio, plaza y promoción siendo estas cuatro el mayor problema para que una empresa sea competitiva en el mercado.

En cuanto a la parte financiera vemos la falta de un manejo contable y financiero, incluyendo en esto los puntos de equilibrio, manejo de estados financieros lo cual ha ocasionado un deficiente manejo financiero y un posible problema grave futuro al no mantener una correcta administración de estos estados.

Los efectos de los problemas anteriormente detectados se reflejan en las compras, en el flujo de caja diario y como también en la falta de cubrimiento de clientes potenciales, lo que con el tiempo será tal vez una empresa más que tendrá que salir del mercado debido a la falta de administración lo que conjuntamente traerá la falta de eficiencia y efectividad en sus actividades.

Estos problemas se pueden solucionar mediante el análisis de las causas con el propósito de dar soluciones a las debilidades mencionadas que conforman el proceso administrativo.

1.1.1 Formulación del problema

¿De qué manera incide la usencia de un plan de negocios en la empresa PROVEEDOR INDUSTRIAL, ubicada en el cantón Riobamba que permite el correcto desarrollo y funcionamiento de la organización?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para fortalecer la gestión administrativa y financiera de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL” en la ciudad de Riobamba, periodo 2018.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Realizar la investigación científica y teórica para determinar los estudios realizados sobre el Plan de Negocios.
- Determinar un diagnostico administrativo y financiero mediante un análisis FODA para desarrollar estrategias para la organización.
- Elaborar un plan de negocios mediante estrategias que permitan fortalecer la gestión administrativa y financiera de la empresa

1.3 JUSTIFICACIÓN

Toda organización que perciba ingresos, independientemente de cuál sea la actividad a la que se dedique, requiere el incremento de su inversión como medida para dar agilidad a sus operaciones, a través de activos que produzcan al ritmo que el mercado exige, de tal manera que las operaciones efectuadas lleven a alcanzar los niveles de retorno sobre la inversión que garanticen el crecimiento empresarial y la permanencia exitosa del negocio en el mercado.

Es necesario para las empresas contar con un conjunto de normas, principios, reglas y procedimientos que determinen un proceso administrativo eficiente. Es fundamental para toda empresa realizar un análisis profundo de la gestión administrativa para poder garantizar el logro de sus metas y objetivos, tomar correctivos en caso de ser necesarios y hacer uso eficiente de los recursos, llegando a generar niveles de productividad que permitan un correcto manejo de costes y unos márgenes de utilidad que satisfagan los esfuerzos administrativos.

En la actualidad “PROVEEDOR INDUSTRIAL”, como las demás empresas debe poseer uno o varios elementos diferenciadores frente a la competencia, para satisfacer las necesidades de sus clientes actuales y potenciales pensando en el mejoramiento continuo y en estar a la vanguardia de un mercado cambiante como el de hoy.

Hoy en día los clientes y colaboradores son prácticamente excluidos a la hora de la toma de decisiones importantes, aun siendo su razón de existir. Es por esto que una correcta administración y una inclusión de todos en ella son de valiosa importancia para la vida de una organización

Se justifica porque surge de un interés que tiene el gerente de “PROVEEDOR INDUSTRIAL” en formalizar el negocio, mejorar la calificación en las centrales de riesgo y posicionar su marca, para así tener mayor cobertura del mercado de influencia. Además esto le servirá al gerente como una herramienta a la hora de tomar decisiones y solucionar problemas de gestión administrativa, operativa y contable; además de la problemática que tiene frente a la recuperación de cartera. Para conllevar esto, se puede apoyar en las herramientas de diagnóstico que se presentara en el estudio. En cuanto a la parte administrativa a través del plan de negocios incrementaremos un orden y una delimitación correcta de las actividades una correcta distribución e responsabilidades además de tener bases esenciales como son la misión, visión y objetivos de la empresa a través de un FODA para analizar conjuntamente tanto fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización, otro beneficio también será la correcta distribución de la planta a través de un análisis en cuanto a planta y distribución según espacio localización y variables que incluyen en la parte técnica de un plan de negocios.

Entre otro fin del plan de negocios tenemos el de incluir distintas estrategias basadas en el marketing mix que son producto, precio, plaza y promoción el mismo que ayudará al posicionamiento de la marca así como también a ser competitiva frente al mercado en donde se desarrolla, entre otras funcionalidades, ayudaremos con la parte financiera en el cual incluiremos y empezaremos a realizar los respectivos estados financieros y flujo de caja que nos ayude a detectar el punto de equilibrio esto con el fin de ayuda en la toma de decisiones de la empresa, y como beneficio más grande será el de encontrar un negocio más organizado y a la vez que todos los que la conformen se encuentren

informados de las metas a las que quiere llegar para que así todos sus integrantes busquen el mismo fin para la organización.

La oportunidad de realizar este trabajo de investigación constituye en análisis de mercadeo estratégico soportado en una administración eficaz a un negocio existente en el mercado como “PROVEEDOR INDUSTRIAL” a través de la aplicación de conocimientos adquiridos a través de mi trayectoria universitaria y ponerlos en práctica en esta organización.

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Las fuentes de información que sientan las bases para esta investigación, son las siguientes:

Martínez López, G. M. en su tesis AUDITORÍA DE GESTIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA COMPAÑÍA ITARFETI CORPORATION S.A. (Tesis de pregrado). UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, Ambato, concluyo que:

A pesar de estar definidos los objetivos empresariales, no son practicados por los participantes de la compañía, de la misma manera la rotación de personal especialmente de los gerentes, ha entorpecido el avance con una línea definida de dirección de proyectos anteriormente establecidos, a pesar de que la organización es una firma reconocida de auditoría externa, nunca se ha evaluado internamente, esto ha originado que los procesos aplicados en la prestación de servicios no sean los más oportunos y adecuados, tanto en el control y supervisión.

- La Administración de la firma no se sujeta a las disposiciones que emite la Junta General de Accionistas, ocasionando que la toma de decisiones no sea las mejor, afectando por ende a su rentabilidad.
- Debido a la falta de una evaluación de la gestión administrativa, se ocasiona que los procesos, operaciones y técnicas utilizadas para la prestación de los servicios no sean los más apropiados, por lo que se ha tenido que incurrir en costos adicionales, afectando su rentabilidad.
- Los colaboradores de la organización no asumen sus responsabilidades de la manera necesaria por lo que el resultado de sus servicios no son los que se esperan, y al no mantener un manual de procesos actualizado, es necesario realizar una reingeniería a los procesos del área de Recursos Humanos.

En consecuencia a esto, se redactaron recomendaciones a fin de lograr que la compañía alcance sus objetivos planteados y sus actividades sean realizadas adecuadamente y que estén acorde a los requerimientos de las necesidades de sus clientes.

Según Esthela Verónica Rodríguez Pacha (2011) en su tesis “Gestión Administrativa Financiera y su incidencia en la liquidez de la empresa IMPOARSA de la ciudad de Ambato, durante el año 2010” UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, Ambato, se vio la necesidad de implementar documentos contables y administrativos mediante los cuales se registrarán todas las actividades.

Los procedimientos de control permiten a la empresa administrar, controlar recursos involucrando a todo el personal, a los administradores que tengan una visión rápida y completa de la empresa que les va a permitir tomar medidas de control durante los procesos internos y la capacidad de la organización para aprender a mejorar y lograr el rendimiento óptimo de sus recursos.

Concluye que es necesario aplicar herramientas de control en la gestión administrativa, control interno para vigilar todos los recursos tratando de mejorar su estabilidad económica, establecer proyecciones del flujo de efectivo lo que le permita efectuar estrategias y políticas tanto de los ingresos como de los egresos con el propósito de mejorar la liquidez de la empresa. Además de un manual de funciones que le permita a todo el personal contar con funciones, labores, responsabilidades en cada puesto de trabajo.

Según Cabrera Narváez Verónica del Consuelo y Mena Chávez Miriam Germania (2011) en su tesis “Modelo de Gestión Administrativo y Financiero para el reposicionamiento y mejora de la Rentabilidad de la fábrica de bolos ROGI de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”, UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, Ibarra, concluyeron que:

- En la fábrica existen necesidades de tipo organizacional, financiero; así como también existen ciertas debilidades en el campo comercial.
- Ha existido un crecimiento en los diez años de operaciones. Por lo que se ha observado mejora en infraestructura y maquinaria.

- Existen problemas en la aplicación del proceso administrativo, sobre todo en la fase de planificación, ya que no se conoce la misión, visión, las metas, procedimientos y objetivos empresariales.
- Ha existido una limitada innovación en las actividades del marketing.
- A pesar que el flujo de caja de Bolos ROGI presenta saldos positivos en el horizonte del proyecto, sin embargo el VAN es negativo.

Ellas recomendaron: Aplicar herramientas de gestión administrativa, comercial y financiera con el fin de solucionar los problemas de la empresa, transformando las actividades en su totalidad, innovando los procesos, sobre todo que el gerente pueda cumplir con sus con sus metas y propósitos y lograr mantener una microempresa sólida.

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 Plan de negocio.

Según (Borello A. , 1994, pág. 62) afirma que el plan de negocios es un documento escrito donde se detalla toda la información relacionada con la empresa, tales como sus objetivos, las estrategias que se van a utilizar para alcanzar dichos objetivos, el proceso productivo, la inversión requerida y la rentabilidad esperada, de manera clara, precisa y sencilla

Los pasos para crear el plan de negocios son: (figura N° 1)



Figura 1: Pasos para crear un Plan de Negocios

Fuente: (Borello, 1994)
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

2.2.2 Importancia del plan de negocio

La importancia de desarrollar el plan de negocios radica en que permite conocer los gastos y costos y ayuda analizar el mercado los clientes potenciales, a definir el producto o servicio trazando una línea estratégica que nos ayudará a medir los resultados. En el mercado se mueven los negocios, las compañías se ven obligadas a visualizar su comportamiento del mismo a través del tiempo por lo q es importante la elaboración de un plan de negocios. (Borello, 1994, pág. 33)

La importancia de un plan d negocios es de vital importancia para el correcto funcionamiento de una organización, así como también la base perfecta para los cimientos y el correcto orden de la misma así como también poder medir a nuestro mercado meta y entender los resultados de todo tipo de estrategia que empleemos en el mismo.

2.2.3 Estructura

En el libro escrito por (Lloreda & Huarte, 2013, pág. 16), Una estructura de un plan de negocios en sectores muy consolidados y estudiados, debe trabajar muy detenidamente sobre la idea y la competencia. Es importante que la estructura del plan de negocios debe apoyarse en la idea y en el análisis de la competencia. No para ofrecer lo que otros no ofrecen, si para ofrecerlo de una manera que podamos entender que pueda generar una solución al usuario, comprador o consumidor. (Figura N°2).

Una estructura de un plan de negocios nos ayuda a dividir a una empresa en 6 partes principales en donde la empresa debe desempeñarse de la mejor manera y en donde más se ubican aquellos cuellos de botella es por esto que su división hace de este una planificación determinada en 6 partes en donde cada estrategia adecuada en cada uno de ellos hará de este plan uno con éxito.

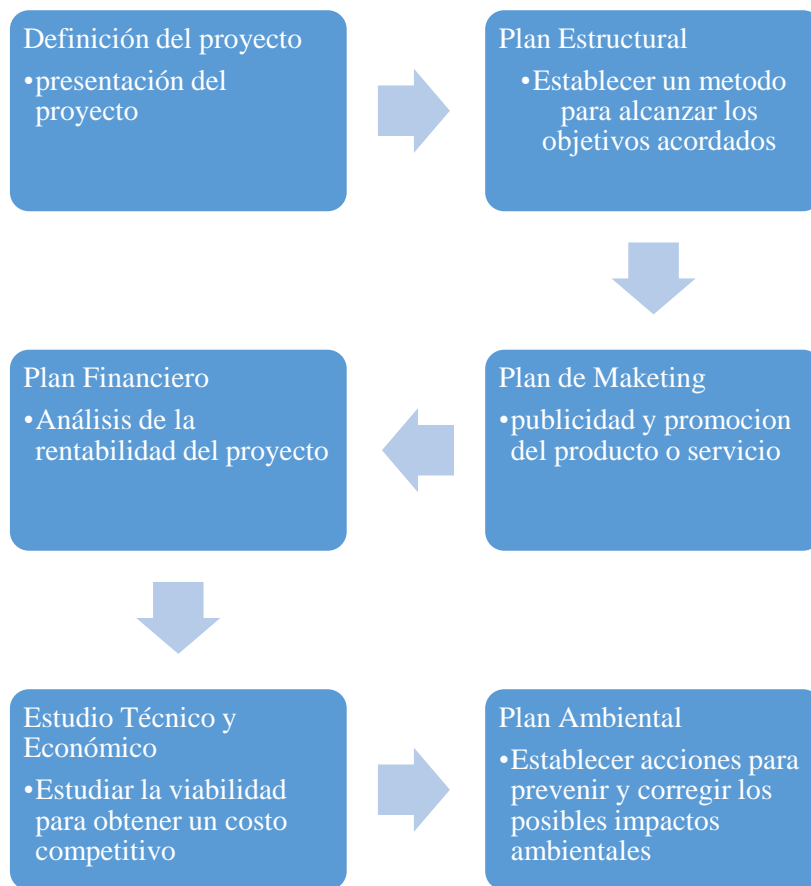


Figura 2: Estructura de un Plan de Negocios

Fuente: (Lloreda & Huarte, 2013, pág. 17)

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

2.2.3.1 Plan estructural

1) Estructura ideología

En este punto se detalla la idea de negocio que tenemos y los objetivos como empresa que queremos alcanzar, además esta es una carta de presentación ante el mercado.

La estructura ideológica se complementa de los siguientes puntos:

- **Nombre de la empresa:** Refleja a que se dedica el negocio.
- **Misión:** Propósito de la empresa, la descripción del negocio, ha quien está dirigido el producto o servicio que ofrece y hace diferencia con la competencia.
- **Visión:** Es la imagen de la compañía a futuro, se caracteriza por ser realista con objetivos viables y alcanzables.

- **Valores:** Reglas que guiaran a la organización con los proveedores inversionistas y colaboradores.
- **Ventajas competitivas:** Refleja los motivos por los que el producto o servicio tendrá éxito en el mercado
- **Competencia:** Experiencia en el mercado, esto dependerá de su valor agregado. (Lloreda E. , 2015).

2) Estructura del entorno

Entender la manera en que se comporta en el mercado es lo más importante dentro de un estudio ya que permite saber si la idea que vamos a estudiar es viable o no esto permite conocer a la empresa internamente y entender las fuerza externas que intervienen en el comportamiento de la misma.

(Figura N° 3)

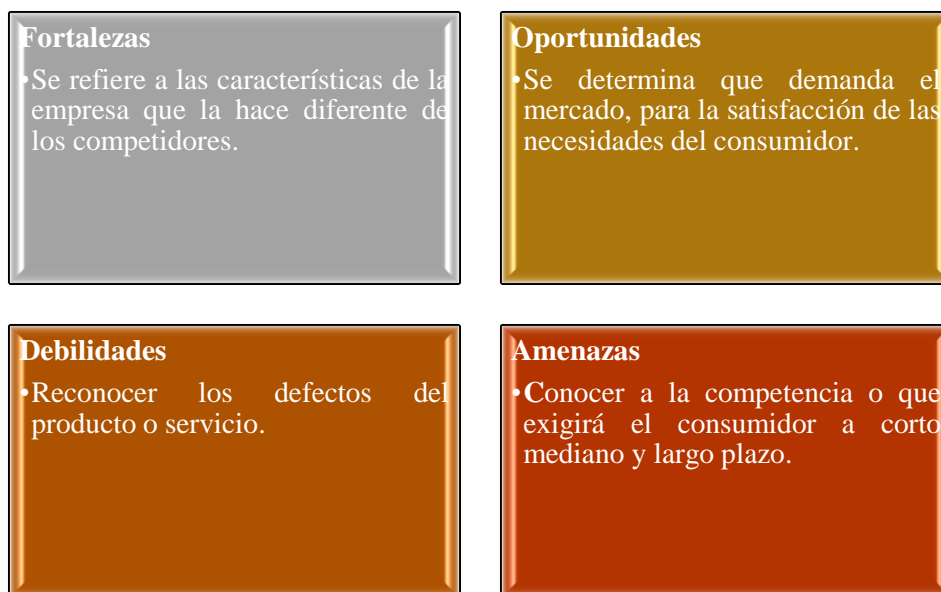


Figura 3: Estructura del entorno

Fuente: (Robles, C., 2015)

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

3) Resumen ejecutivo

En el resumen ejecutivo se debe detallar la historia, misión, visión, sistema del negocio, financiamiento y estructura, esta es la ventana que venderá la empresa ante el mercado y ante los inversionistas

4) Estudio de mercado

Se desarrolla el análisis del mercado objetivo y los elementos que se relacionan con el mercado donde se va a operar (Tokan, 2016)

2.2.3.2 Plan de Marketing

El plan de marketing abarca un conjunto de estrategias que analizan de manera general al consumidor, este plan tiene como fin comunicar y administrar la relación con el consumidor de manera que posicione a la empresa ante el mercado.

Para el Plan de marketing se debe tener en cuenta los siguientes factores mencionados en la (figura N° 4):



Figura 4: Factores del Plan de Marketing

Fuente: (Naveros. J., Cabrerizo. M., 2017)

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

2.2.3.3 Plan Financiero

El estudio financiero permite ver la capacidad de la empresa en ser viable y rentable es la parte más importante para los socios o inversionistas ya que a través de este se puede evaluar la inversión tomando valores de las ventas, costos, estudios de mercado costos de constitución y los costos administrativos

El financiamiento de una empresa es el pilar fundamental, ya que analiza la viabilidad y rentabilidad de la empresa (Figura N° 5).

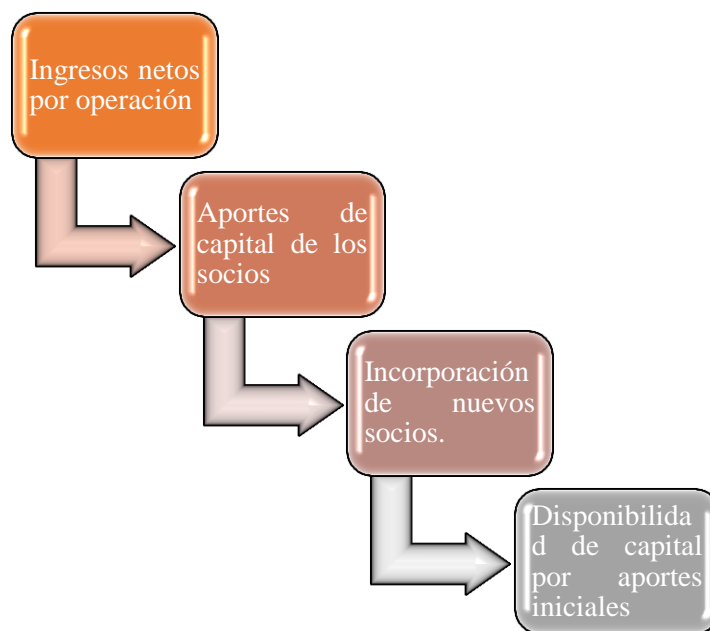


Figura 5: Formas de obtener capital para la empresa

Fuente: (Prado, E., 2014)

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Características del plan financiero

El plan financiero es importante pues debe cumplir con las siguientes características:

- Se debe estar claro y bien estructurado
- Debe contar datos ajustados a la realidad (Prado, E., 2014).

2.2.3.4 Estudio Técnico

El estudio técnico permite analizar el sistema de producción, estudia las variables de los procesos que se desea implementar, apoyándose en la descripción detallada de los requerimientos, es importante analizar otras variables en el estudio técnico como: tamaño de la planta la cual debe justificar la producción y el número de consumidores al que está dirigido, la localización permitirá definir los lugares estratégicos.

En el estudio técnico se puede conocer las diferentes alternativas de producción, de tal manera que se identifique los procesos que se utilizan, así como la mano de obra calificada, para lograr los objetivos de operación del producto, la organización de los espacios para su implementación, identificación de proveedores, que proporcionan la materia prima para el desarrollo del producto de manera óptima administrando la capacidad del proceso para satisfacer la demanda.

Estructura del estudio técnico

Según Rendón, O. (2014), el estudio técnico está dividido por 7 puntos importantes mencionados a continuación:

- **Tamaño.**

Mediante la investigación del tamaño se puede determinar cuál es la capacidad de producción en unidades.

- **Localización**

Mediante el estudio de la localización se puede determinar exactamente donde va a ubicarse la empresa, para logara las ventajas competitivas, es decir la localización óptima para el inicio del negocio.

- **Macro localización**

La macro localización es la selección dela área adecuada donde se ubicará la empresa, tomando a consideración la disponibilidad de la mano de obra, materia prima, infraestructura, y servicios básicos creando ventajas competitivas dentro del mercado.

- **Micro localización**

La micro localización determina donde se ubicará la empresa considerando las variables geográficas, demográficas del mercado.

- **Ingeniería del negocio**

Es todo lo que concierne a la instalación y el funcionamiento de la planta, determina la distribución óptima de la planta, define estructura jurídica y la organización de la planta productiva.

- **Proceso de producción**

Sirve para elegir determinada tecnología de fabricación, procesos técnicos para la obtención del bien o servicio.

- **Distribución de la planta**

La distribución de la planta proporciona las condiciones de trabajo óptimas, manteniendo entornos de seguridad y bienestar para los trabajadores.

2.2.3.5 Fases del plan de negocios

a) Determinar el plan de acción

En la primera fase debemos la razón por la que a las organizaciones a desarrollar un plan de negocios definiendo la misión del plan de negocios, la cual cuenta con tres elementos que se vende, a quien vendemos y que hace la diferencia de nuestra empresa con el mercado.

b) Planeación del negocio

Debemos definir los objetivos del plan de negocios e identificar cuáles son los hechos relevantes asociados con los objetivos del plan de negocios.

Se debe tener en cuenta la estructura organizacional para poder ejecutar correctamente el plan de negocios, se debe revisar el organigrama, para que cimientos sirvan de base para la correcta ejecución del plan de negocios y amalgamarlo en su totalidad.

c) Preparación

Se debe hacer un análisis de la industria para poder determinar el crecimiento futuro y el rumbo de la industria. Esto lo podemos hacer a través de internet, con un estudio de investigación de mercado, a través de cámaras de comercio o por medio del Gobierno.

d) Activación

Aquí es donde tiene mucha relevancia el departamento de finanzas, pues tendrá que validar el presupuesto contemplado para el plan de negocios, obtener estados de resultados de por lo menos tres años donde el resultado final obtenido sean únicamente utilidades, pues es el objetivo principal del plan de negocios.

Es muy importante que cada fase del plan de negocios sea documentada de manera adecuada, pues servirá para consolidar la historia de la organización, compartir sus valores, cómo deben ser tratados los clientes, que trato debe existir entre el personal y la gerencia y para identificar cada fase por la que atravesará la organización.

2.2.4 Gestión Administrativa

2.2.4.1 Gestión

Según (Ruiz, 2009, pág. 14), Gestión “Es la acción de gestionar y administrar una actividad profesional destinado a establecer los objetivos y medios para su realización, a precisar la organización de sistemas, con el fin de elaborar la estrategia del desarrollo y a ejecutar la gestión del personal. Asimismo en la gestión es muy importante la acción, porque es la expresión de interés capaz de influir en una situación dada”.

Gestión denominamos al conjunto de pasos inmersos en una administración sólida que muy comúnmente es realizada por aquellos altos mandos o jefes o aquellos que estén inmersos en la administración de la organización

2.2.4.2 Administración

La administración; “Consiste en coordinar las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas”.

La administración en un concepto o una opinión fácil de especificar se refiere al conjunto de procesos de planeación, organización, dirección y control los mismos que ayudaran al alcance de los objetivos de la organización. (Robbins & Culter, 2005, pág. 7)

2.2.4.3 Gestión administrativa

Si se fusionan las definiciones de gestión y administración se obtiene que, la gestión administrativa es el proceso de diseñar y mantener un conjunto de actividades debidamente estructuradas y un entorno en el que, trabajando en grupo, permiten una efectiva y eficiente utilización de los recursos disponibles (humanos, materiales, financieros, informáticos y tecnológicos) de una organización, con el fin de alcanzar sus metas y objetivos establecidos, mediante las funciones de planificación, organización, dirección, y control, como elementos básicos de todo el proceso administrativo.

La gestión administrativa es uno de los asuntos de mayor importancia que se debe tener en cuenta en el momento de empezar con cualquier tipo de negocio o empresa, ya que depende de ella el éxito o fracaso de la organización. Hablar de la gestión y administración se refiere a una ciencia social que estudia, de qué forma se organiza y gestiona una empresa; cómo se gestionan sus recursos escasos con los que cuenta, los procesos por los que atraviesa y los resultados finales de sus actividades Actualmente, grandes ejecutivos, emplean de manera obsesiva, rigurosa, estable, y disciplinada los cuatro principios fundamentales de la administración: planeación, organización, dirección y control. Haciendo referencia a las funciones administrativas que desarrollan los gerentes, es preciso conceptualizar cada una de estas.

2.2.4.4 Importancia de la Gestión Administrativa

Se entiende por ADAG al examen de la estructura administrativa o de sus componentes, para evaluar el grado de eficiencia y de eficacia con el cual se están cumpliendo la

planificación, la organización, la dirección, la coordinación, la ejecución y el control de los objetivos trazados por la empresa, para corregir las deficiencias que pudieran existir, tendiendo al mejoramiento continuo de la misma.

La gestión administrativa en resumen tiene un objetivo específico el cual es optimizar la productividad hasta lograr la calidad total y su control, mediante la mejor utilización de los recursos disponibles, conforme a procedimientos encuadrados dentro de las normas y políticas de la verdadera administración. Esta definición abarca todo lo referente a la función y objetivos del análisis de gestión administrativa, de lo cual se deriva su importancia a nivel mundial en las organizaciones. Por esta razón, la elaboración de un AGAD involucra:

- Examen Preliminar: Es la obtención de información que se considera necesaria y conveniente, que no requiere de un análisis profundo, pero que es imprescindible para el conocimiento adecuado de una organización a la cual se le aplicara un Análisis de gestión Administrativa.
- Examen de Control Interno: Es la verificación del comportamiento real de controles, para la detección de áreas en dificultad, al igual que la verificación de la efectividad de los controles financieros y administrativos, relacionado con la gestión de la organización.
- Examen Profundo: Es el proceso definitivo para detectar las áreas que presentan dificultad, independientemente del grado de dificultad que las afecte, para luego determinar observaciones, en relación a la problemática difícil que presenta toda la operatividad de una organización, sacar conclusiones y proceder a las recomendaciones que posiblemente solucionen las dificultades encontradas.
- Informe: Es la evidencia del trabajo profesional del analista de gestión administrativa, como resultado de su examen, contenido de sus observaciones en cuanto a los aspectos encontrados y de las recomendaciones convincentes con la finalidad de superar las debilidades existentes en la organización examinada.

A pesar de que, básicamente el AGAD está encaminado a la evaluación de los procesos administrativos en las organizaciones, tiene elementos muy parecidos a los contenidos en cualquier trabajo de investigación, ya que tiene las reglamentaciones, metodologías y sistemas de la administración científica como fundamento, en la elaboración del examen y análisis de los procesos para conocer con precisión el eficiente o deficiente desarrollo de las actividades de la organización, teniendo en cuenta que el AGAD, es una técnica que se utiliza para la medición de resultados y proponer recomendaciones para la corrección de deficiencias o sostenimiento de los controles. (Ruiz, 1995, pág.32)

En relación a esto, la intención de este estudio se enfoca en efectuar una investigación apoyada en los elementos de un Análisis de Gestión Administrativa, para lo cual se necesita especificar y analizar un sistema de variables apropiado y concerniente a los objetivos y aspectos administrativos mencionados en el marco teórico, a fin de adquirir efectiva información para la fase de análisis y evaluación de las variables y sus dimensiones, que produzcan conclusiones y recomendaciones acertadas que ayuden al mejoramiento de la situación de la empresa PROVEEDOR INDUSTRIAL.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Capacitación: El autor, (CHIAVENATO, 2007, pág. 386) define la capacitación como el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos.

Capital de trabajo: Según (Gitman, 2003, pág. 317)El Capital de Trabajo bruto se refiere simplemente a los Activos Circulantes, el Capital de Trabajo Neto se define como los Activos Circulantes menos los Pasivos Circulantes. El Capital de Trabajo es la inversión de una empresa en Activos a Corto Plazo (Efectivo, Valores Negociables, Cuentas por Cobrar e Inventario).

Desempeño laboral: según (CHIAVENATO, 2007, pág. 359) “Es el comportamiento del trabajador en la búsqueda de los objetivos fijados, este constituye la estrategia individual para lograr los objetivos”.

Eficiencia: Según (Chiavenato, 2004, pág. 52), eficiencia significa “utilización correcta de los recursos (medios de producción) disponibles. Puede definirse mediante la ecuación $E=P/R$, donde P son los productos resultantes y R los recursos utilizado”.

Eficacia: (Andrade, 2005, pág. 253) define la eficacia de la siguiente manera: "actuación para cumplir los objetivos previstos. Es la manifestación administrativa de la eficiencia, por lo cual también se conoce como eficiencia directiva.”

Estrategias: según (Stoner, 2003) “Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada”. H. Koontz. Estrategia, planificación y control”.

Gestión Administrativa: según (Zorita, E., 2015) Conjuntos de acciones que permiten al directivo de la organización la utilización eficiente y efectiva de los recursos disponibles en ella, con el fin de alcanzar los objetivos establecidos.

2.4 IDEA A DEFENDER

El Plan de Negocios mejorará la gestión administrativa de la empresa PROVEEDOR INDUSTRIAL en la Provincia de Chimborazo en el cantón Riobamba para el año 2018.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

Para la realización de la investigación se aplicó por el método cualitativo y el método cuantitativo:

3.1.1 Método Cualitativo

El método cualitativo contribuirá a determinar el problema organizativo de la PROVEEDOR INDUSTRIAL, mediante entrevistas al Gerente Sr. Carlos Solorzano para obtener información que determiné el estado actual

3.1.2 Método Cuantitativo

A través del presente método se podrá generar el plan financiero y el estudio técnico al realizar mediciones de la empresa PROVEEDOR INDUSTRIAL

3.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel de investigación será de alcance:

3.2.1 Alcance Descriptivo

Debido a observar y descubrir el comportamiento de todo el personal que interfiere en la organización entre los trabajadores y el gerente de PROVEEDOR INDUSTRIAL para lo cual haremos un levantamiento de datos.

3.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación se aplicó de manera transversal, a través del presente trabajo de investigación vamos hacer un arduo levantamiento de datos a través de las encuestas realizadas a los trabajadores y la entrevista dirigida al gerente de la organización para su respectivo análisis e incorporación de herramientas estratégicas

3.3.1 Método Deductivo

En el presente trabajo de investigación vamos a recoger teorías realizadas por diferentes autores para tener teorías ya hechas por diferentes autores para las diferentes estrategias y herramientas a utilizar.

3.3.2 Método Analítico

En el presente trabajo de investigación vamos a analizar datos recogidos a través de la encuesta y de la entrevista realizada a nuestra población

3.3.3 Método Inductivo

En el presente trabajo de investigación vamos a traer una revisión de antecedentes históricos de tesis realizadas para tener una base de estudio.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 Población

En la presente investigación, la población sujeto a estudio estuvo conformada por todo el personal que labora en la organización, tomando como base el total del talento humano, el mismo que asciende a 6 personas y que está compuesto por el Gerente propietario, una secretaria, un mecánico, dos vendedores y un tornero.

3.4.2 Muestra

En el presente trabajo de investigación no fue necesario calcular la muestra debido a que la el universo es de 6 personas y contamos con una población muy baja para la necesaria para un cálculo muestral.

Tabla 1: Distribución del personal

TIPO	NOMBRE	PUESTO	
ENTREVISTA	CARLOS SOLORZANO	GERENTE PROPIETARIO	1
ENCUESTA	GABRIELA RAMIREZ	SECRETARIA	1
ENCUESTA	EDISON TIERRA	VENDEDOR	2
ENCUESTA	DAVID SELA		
ENCUESTA	BENITO DELGADO	MECANICO	1
ENCUESTA	JUAN CARLOS PEÑAFIEL	TORNERO	1

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

ENTREVISTA

La entrevista se va a realizar al Señor Carlos Solorzano GERENTE PROPIETARIO de la empresa PROVEEDOR INDUSTRIAL

ENCUESTA

La encuesta se realizará a las 6 personas que está compuesto por el Gerente propietario, una secretaria, un mecánico, dos vendedores y un tornero.

3.5 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Se seleccionó la encuesta, dirigida a los empleados, la cual nos proporcionó la oportunidad de obtener valiosa información, la misma que estuvo acompañada de un instrumento, que es el cuestionario, el cual está compuesto por preguntas con múltiples opciones de respuestas. Además se presentó una entrevista estructurada, con su correspondiente guía de preguntas, dirigida al gerente de la microempresa PROVEEDOR INDUSTRIAL.

Tabla 2: Descripción de técnicas e instrumentos a utilizar

TECNICA	DIRIGIDO	OBJETIVO
ENTREVISTA	GERENTE GENERAL	A través de la entrevista queremos determinar la situación actual de la empresa PROVEEDOR INDUSTRIAL para conocer desde que punto partiremos en la investigación
ENCUESTA	GERENTE PROPIETARIO SECRETARIA VENDEDORES MECANICO TORNERO	A través de la encuesta queremos determinar el nivel de capacitación eficiencia y efectividad se encuentra actualmente cada una de las personas que conforman la empresa PROVEEDOR INDUSTRIAL

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

3.6 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.6.1 Cuestionario



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA PROVEEDOR INDUSTRIAL

Formulario No.: _____ **Ciudad:** _____
Fecha de la encuesta: ___/___/___

OBJETIVO: El propósito de la presente encuesta realizar un análisis que permita identificar las falencias que está teniendo la empresa PROVEEDOR INDUSTRIAL en la gestión administrativa de la microempresa.

INSTRUCCIONES GENERALES:

- Conteste con la mayor honestidad todas las preguntas.
- Marque con una (X) el cuadro que indique su respuesta.
- Sus criterios serán de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo.

ANTIGUEDAD EN LA EMPRESA

Menos de 5 años	
De 5 a menos de 10	
De 10 a menos de 15	

1. ¿Considero que la empresa tiene bien definido su estructura organizacional y funcional relacionada a mis competencias?

SI		NO	
----	--	----	--

2. ¿Considero que la empresa maneja su marketing mix (producto, precio, plaza y promoción) de manera?

	PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	PROMOCIÓN
EXCELENTE				
BUENO				
REGULAR				
MALO				

3. **¿Ciento que el desarrollo en la parte económica- financiera de la empresa es adecuada?**

Definitivamente sí	
Probablemente sí	
Indeciso	
Probablemente no	
Definitivamente no	

4. **¿Como empleado de esta empresa he encontrado que la distribución técnica de la empresa está bien definida en cuanto a localización, tamaño, tecnología, y distribución de planta?**

Definitivamente sí	
Probablemente sí	
Indeciso	
Probablemente no	
Definitivamente no	

5. **¿Qué tan importante ve usted como empleado que exista una correcta gestión administrativa y formar parte de esta?**

Muy importante	
Importante	
No tan importante	
No es interesante	

6. **¿Piensa usted que la empresa maneja una buena gestión administrativa?**

SI		NO	
----	--	----	--

7. **¿Usted conoce si la empresa cuenta con un plan de negocios?**

SI		NO	
----	--	----	--

8. **¿Usted considera que la empresa al contar con un plan de negocios mejorará la gestión administrativa, técnica, marketing y financiera?**

Definitivamente sí	
Probablemente sí	
Indeciso	
Probablemente no	
Definitivamente no	

Gracias por su Colaboración...!

3.6.1.1 Análisis e Interpretación

Los resultados de la encuesta realizada a la muestra de la población objetivo están representados mediante datos estadísticos

A continuación se detalla de forma cuantitativa los resultados arrojados por las encuestas practicadas

ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA

Tabla 3: Antigüedad

OPCIONES	PERSONAS	%
menos de 5 años	7	100%
De 5 a menos de 10	0	0%
De 10 a menos de 15	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

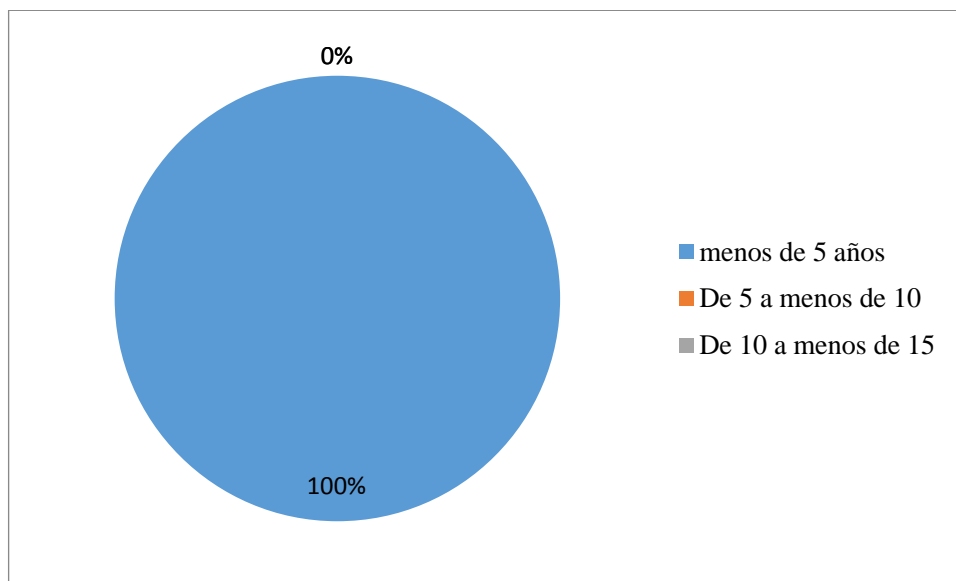


Gráfico 1: Antigüedad

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Análisis e Interpretación de datos

Determinamos que el 100% de los encuestados tienen menos de 5 años de trabajar en la empresa.

Pregunta 1. ¿Considero que la empresa tiene bien definido su estructura organizacional y funcional relacionada a mis competencias?

Tabla 4: Estructura Organizacional y Funcional

OPCIONES	RESPUESTAS	%
SI	2	29%
NO	5	71%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

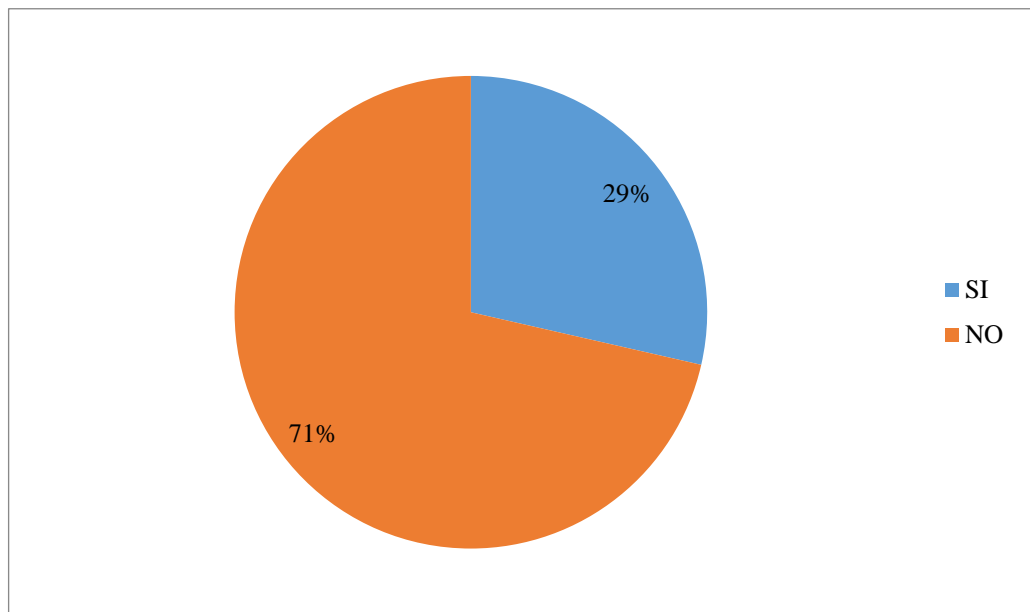


Gráfico 2: Estructura Organizacional y Funcional

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Análisis e Interpretación de datos

Determinamos que en un 71% consideran que la empresa no mantiene una buena estructura organizacional ni funcional y en un 29% consideran que si, por lo mismo podemos concluir que varios de ellos se encuentran insatisfechos con la parte organizacional de la empresa para lo cual vemos la necesidad de la creación de un plan de negocios en donde se especifique muy bien la estructura organizacional de la empresa con estrategias aplicables a la misma.

Pregunta 2. ¿Considero que la empresa maneja su marketing mix (producto, precio, plaza y promoción) de manera?

Tabla 5: Producto

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Excelente	3	43%
Bueno	3	43%
Regular	1	14%
Malo	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

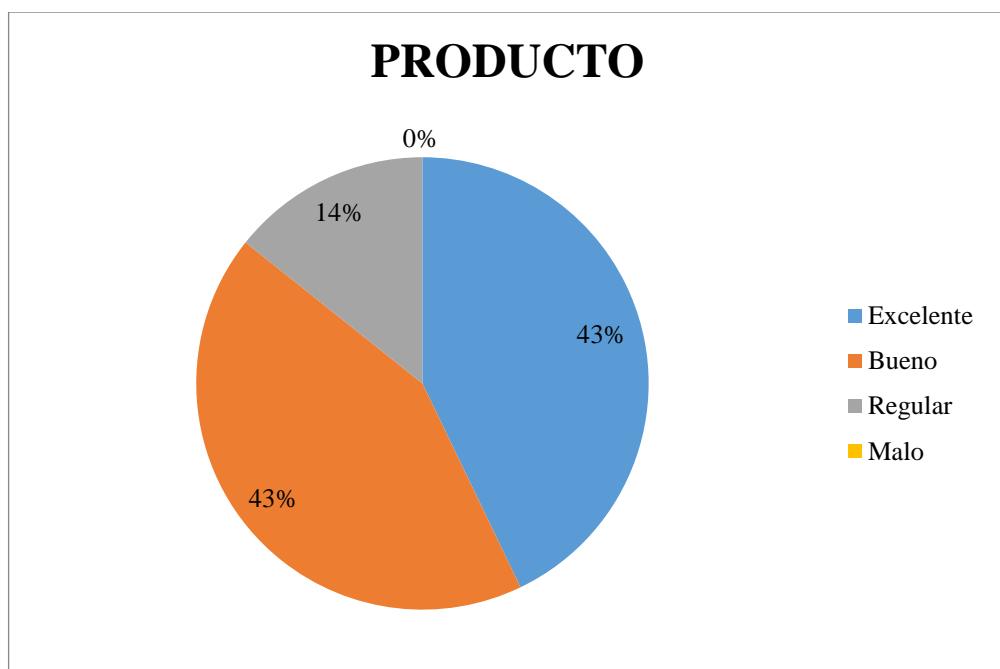


Gráfico 3: Producto

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Análisis e Interpretación de datos

Se determinó que de los encuestados un 43% mantienen que el producto es bueno y excelente y en un 14% mantienen que es regular para lo cual podemos concluir que esta bien definido el producto en cuanto a la empresa sin embargo no mantienen una opinión de excelente todos para lo cual deberíamos aplicar estrategias aplicables y guiadas en el marketing mix.

Tabla 6: Precio

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Excelente	1	14%
Bueno	3	43%
Regular	2	29%
Malo	1	14%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

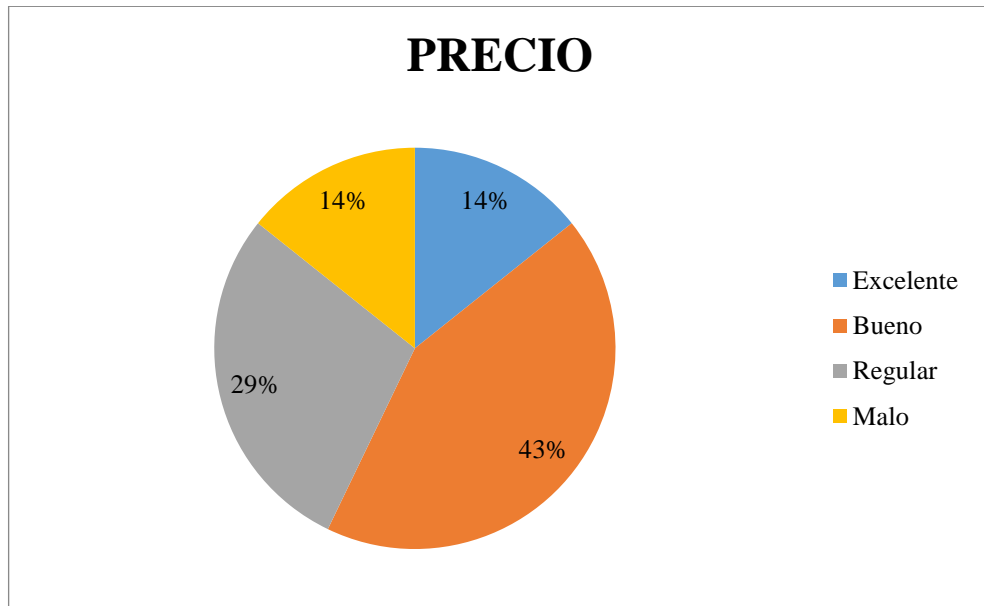


Gráfico 4: Precio

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Análisis e Interpretación de datos

Determinamos que en un 14% consideran el precio malo un 29% consideran regular un 43% considera el precio es bueno y en un 14% consideran que es excelente, por lo mismo concluimos que no están bien definidas las estrategias de precios en la empresa para lo cual se aplicara las estrategias necesarias con precios basados en la competencia o más bien en la calidad del producto incluyendo todos los factores que determinan el precio final del producto

Tabla 7: Plaza

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Excelente	1	14%
Bueno	1	14%
Regular	5	72%
Malo	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

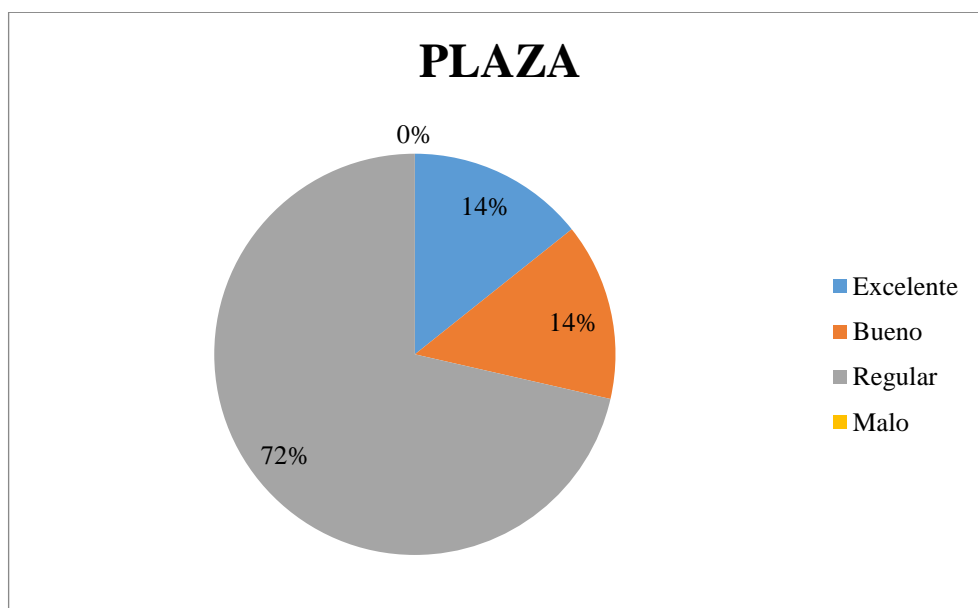


Gráfico 5: Plaza

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Análisis e Interpretación de datos

En cuanto a la plaza determinamos que en un 72% la plaza es regular y un 14% considera entre bueno y excelente, con lo cual podemos concluir que en cuanto a los canales de distribución es decir la manera en que los clientes tienen acceso al producto se encuentra bajo esto debido a que solo cuenta con un local comercial en el cual se maneja, se produce y se almacena. Para esto deberíamos aplicar diferentes estrategias de distribución que nos ayuden a mejorar la plaza de la empresa.

Tabla 8: Promoción

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Excelente	0	0
Bueno	0	0
Regular	3	43%
Malo	4	57%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

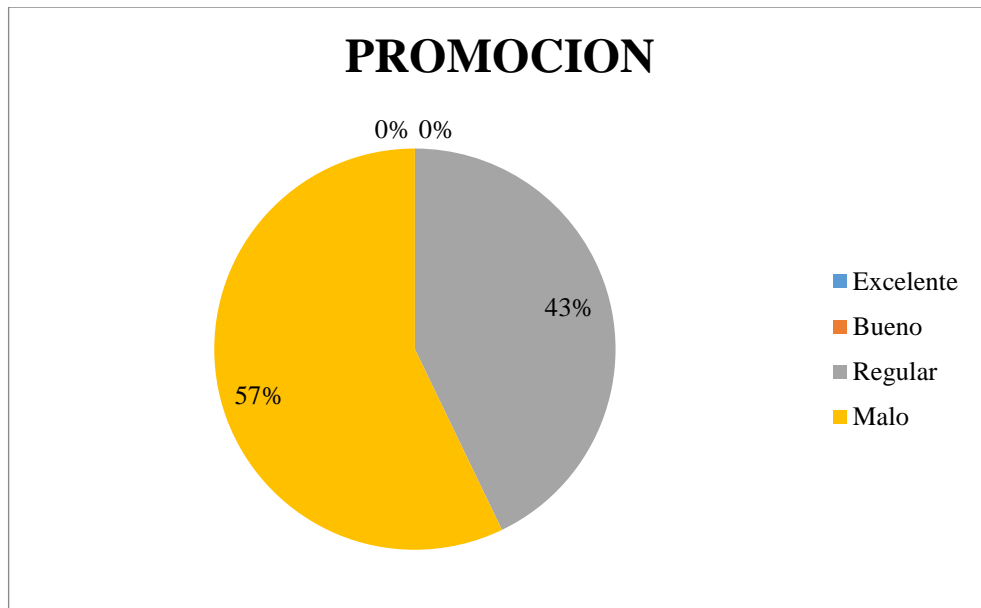


Gráfico 6: Promoción

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Análisis e Interpretación de datos

A través de la encuesta determinamos que en cuanto a la promoción tienen una opinión del 57% de malo y 43% regular, esto como punto importante para dar inicio a buenas estrategias, esto se debe a que la empresa no ha implementado nada de marketing ni promoción en la empresa, con esto podemos tomar como base para implementar las mejores estrategias para implementar e la empresa.

Pregunta 3. ¿Ciento que el desarrollo en la parte económica- financiera de la empresa es adecuada?

Tabla 9: Situación Económica-Financiera

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Definitivamente sí	0	0%
Probablemente sí	2	29%
indeciso	4	57%
Probablemente no	1	14%
Definitivamente no	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

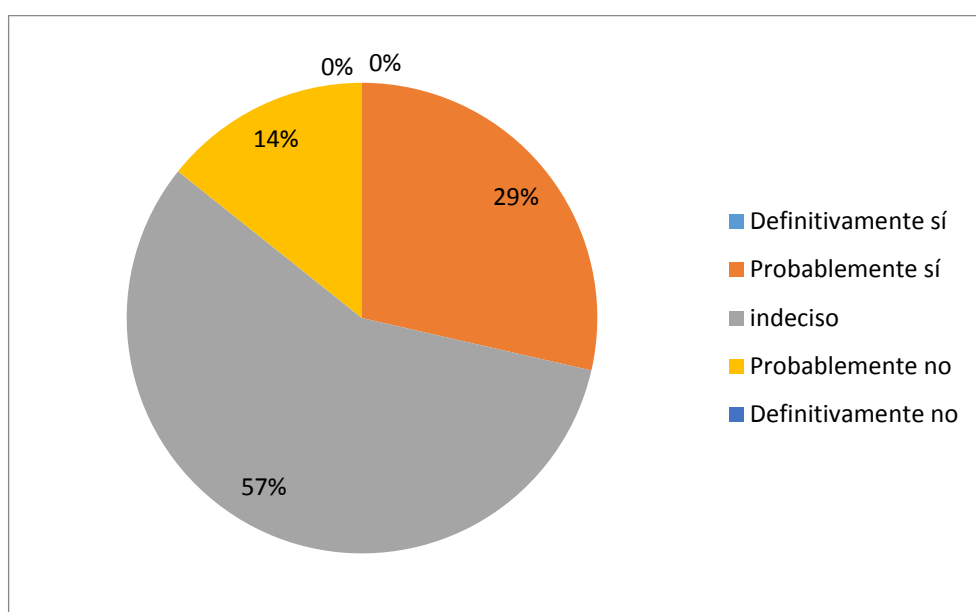


Gráfico 7: Situación Económica-Financiera

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Análisis e Interpretación de datos

Determinamos que en cuanto a la parte financiera de la empresa muchos de sus trabajadores se mantienen en un 57% de indecisión en un 29% probablemente sí y en un 14% probablemente no con lo cual podemos concluir la falta de conocimiento de cómo se maneja financieramente la empresa, para lo cual se deberían implementar estrategias y la aplicación de una contabilidad para conocer tanto ganancia y puntos de equilibrio de los proyectos que manejan y en cuanto a las ventas también que mantienen dentro.

Pregunta 4. ¿Cómo empleado de esta empresa he encontrado que la distribución técnica de la empresa está bien definida en cuanto a localización, tamaño, tecnología, y distribución de planta?

Tabla 10: Análisis Técnico

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Definitivamente sí	0	0%
Probablemente sí	0	0%
indeciso	5	71%
Probablemente no	2	29%
Definitivamente no	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

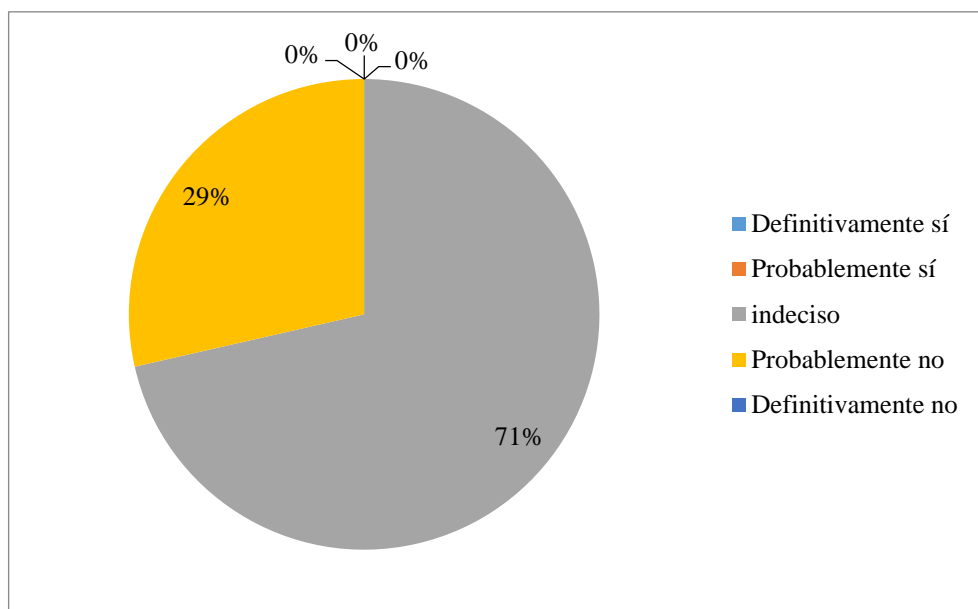


Gráfico 8: Análisis Técnico

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Análisis e Interpretación de datos

Determinamos que en cuanto a la parte financiera de la empresa muchos de sus trabajadores se mantienen en un 71% de indecisión en un 29% probablemente no, con lo cual podemos concluir la falta de conocimiento de la distribución de la empresa esto debido a un conocimiento previo de la misma problema que muchas empresas manejan sin embargo se puede implementar un manejo de su distribución de planta y tecnología.

Pregunta 5. ¿Qué tan importante ve usted como empleado que exista una correcta gestión administrativa y formar parte de esta?

Tabla 11: Gestión Administrativa

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Muy importante	7	100%
Importante	0	0%
No tan importante	0	0%
No es interesante	0	0%
TOTAL	0	100%

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

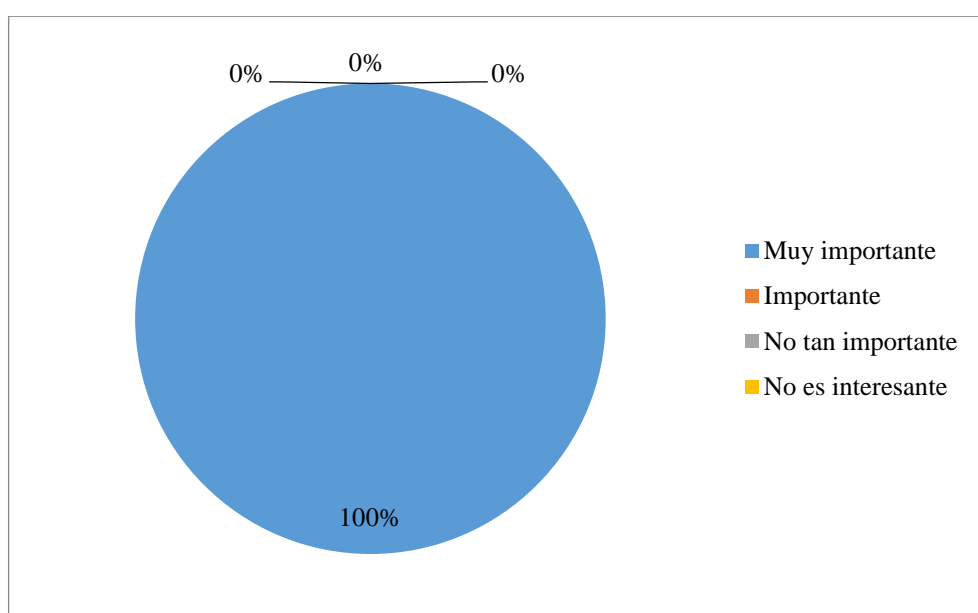


Gráfico 9: Gestión Administrativa

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Análisis e Interpretación de datos

En cuanto a esta pregunta se puede concluir que el 100% de sus empleados considera muy importante que exista una correcta gestión administración que como se pudo observar no cuentan con una base que estipule esta, sin embargo con la aplicación del plan de negocios mejorara esta gestión que ayudara a la empresa en global.

Pregunta 6. ¿Piensa usted que la empresa maneja una buena gestión administrativa?

Tabla 12: Manejo de la Gestión Administrativa

OPCIONES	RESPUESTAS	%
SI	2	29%
NO	5	71%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

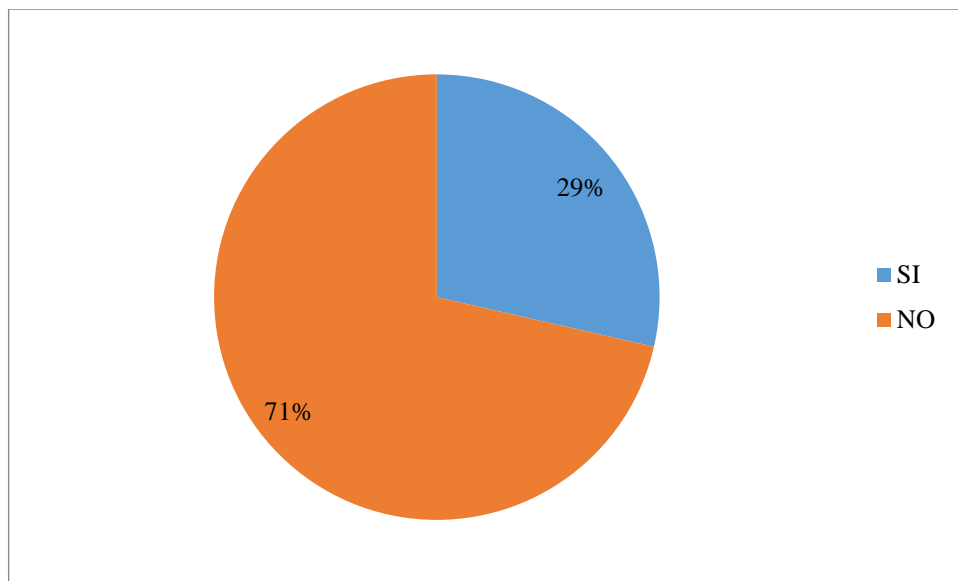


Gráfico 10: Manejo de la Gestión Administrativa

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Análisis e Interpretación de datos

Se pudo concluir que en un 71% considera que la empresa no maneja una buena gestión administrativa y un 29% creen que si por lo mismo al ser la mayoría en opinar lo contrario concluimos la necesidad totalmente de la empresa de implementar un plan de negocios que ayude a mejorar la gestión administrativa y conjunto ayude a convertirla en una empresa reconocida en el mercado y competitiva en el mismo.

Pregunta 7. ¿Usted conoce si la empresa cuenta con un plan de negocios?

Tabla 13: Manejo de un Plan de Negocios

OPCIONES	RESPUESTAS	%
SI	0	0%
NO	7	100%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

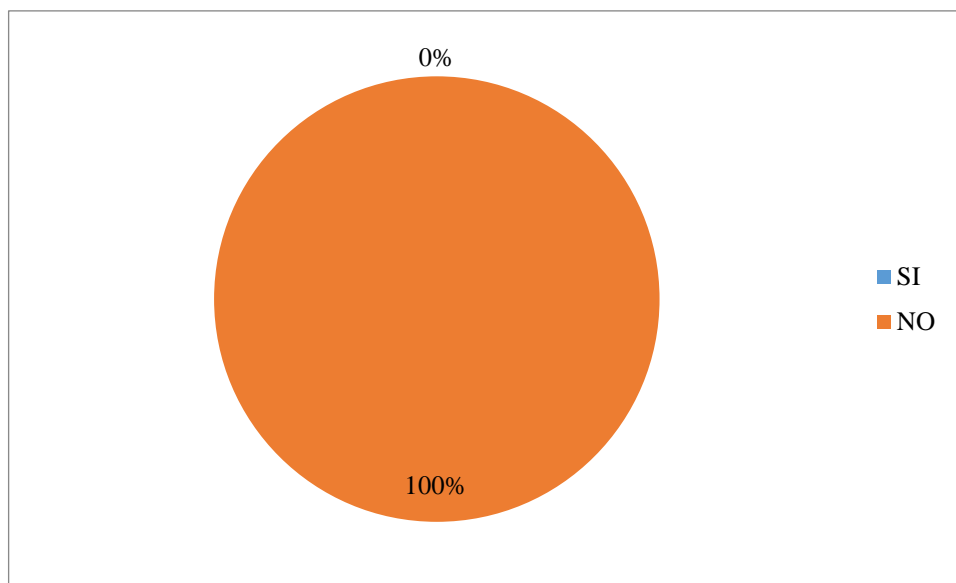


Gráfico 11: Manejo de la Gestión Administrativa

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Análisis e Interpretación de datos

Se puede determinar que en un 100% desconocen la existencia de un plan de negocios, por lo cual se ve la necesidad de la empresa de implementar uno para que dé a conocer a sus empleados y ellos puedan ser parte de este progreso y crecimiento de la empresa.

Pregunta 8. ¿Usted considera que la empresa al contar con un plan de negocios mejorará la gestión administrativa, técnica, marketing y financiera?

Tabla 14: Mejora de la Gestión Administrativa

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Definitivamente sí	2	29%
Probablemente sí	5	71%
indeciso	0	0%
Probablemente no	0	0%
Definitivamente no	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

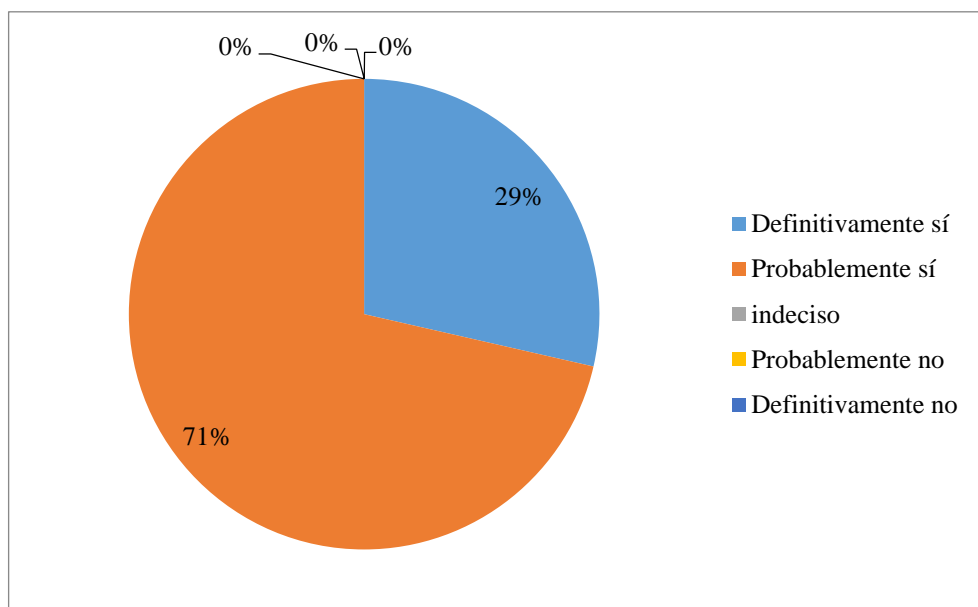


Gráfico 12: Mejora de la Gestión Administrativa

Fuente: Encuesta elaborado a los empleados de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Análisis e Interpretación de datos

Se puede determinar que en un 71% está de acuerdo con que un plan de negocios mejorará totalmente la gestión administrativa, técnica, marketing, financiera lo cual a diferencia del 29% con lo cual podemos concluir que la aplicación de este plan de negocios traerá buenos resultados para todos los que forman parte de la empresa y creará una buena imagen de la misma al involucrarlos a todos.

3.6.2 Guía de Entrevista

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

OBJETIVO: El propósito de la presente encuesta realizar un análisis que permita identificar las falencias que está teniendo la empresa PROVEEDOR INDUSTRIAL en la gestión administrativa de la microempresa.

DATOS GENERALES:

EMPRESA:	
NOMBRES Y APELLIDOS:	
CARGO:	
CIUDAD:	

A. PREGUNTAS GENERALES

1. ¿Cómo cree que influye la gestión administrativa aplicada en la empresa en los resultados económicos y funcionales de la misma?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. ¿Qué opinión me daría acerca del actual manejo administrativo y organizacional de la empresa?

.....
.....
.....
.....
.....

3. ¿Cómo explicaría la actual gestión financiera de la empresa, y cuales beneficios e inconvenientes ha tenido?

.....
.....
.....
.....

.....
.....
4. ¿Cómo describiría el nivel de competitividad de su empresa en cuanto al marketing mix (producto, precio, plaza y promoción)?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
5. ¿Qué medidas aplicó la empresa para determinar la parte técnica previo a su funcionamiento y actualmente?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

6. ¿Qué opina usted de la importancia de difundir funciones, capacitaciones, y metas de la empresa?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

7. ¿Qué técnicas ha tomado como gerente de la empresa para mejorar su competitividad en el mercado?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

8. ¿Cómo definiría usted a una buena gestión administrativa basada en un plan empresarial o más conocido como plan de negocios?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

9. ¿Cómo haría usted para mejorar la gestión y posicionamiento de la empresa?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3.6.3 Tabulación de las preguntas

3.6.3.1 Análisis general de la entrevista al cliente

La entrevista realizada en la ciudad de Riobamba, el día sábado 12 de Junio de 2018 a las 11h30, al Ing. Carlos Solórzano, gerente general de la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL” se obtiene los siguientes datos, mediante la guía de entrevista pre elaborada y expuesta en el anexo N° 1 Y 2:

- El Gerente considera la importancia de una buena gestión administrativa y es vital para la estancia de una empresa, la buena gestión administrativa ayuda a que la empresa sea más eficiente y eficaz en todos sus procesos.
- La empresa PROVEEDOR INDUSTRIAL no cuenta con bases administrativas u organizacionales, hoy en día considera la importancia de la implementación de estos para mejorar su competitividad
- No mantienen algún manejo financiero actualmente, sin embargo sería bueno aplicar una estrategia o medio para poder mejorar la gestión financiera de la empresa
- La empresa PROVEEDOR INDUSTRIAL considera la gran importancia y prioridad al incrementar un plan de marketing que ayude a tomar los cuatro puntos del marketing mix (producto, precio, plaza y promoción) ya que consideran que en cuanto a la competencia ven la necesidad de implementar este plan
- La empresa necesita aplicar nuevas estrategias de capacitaciones a sus empleados
- La empresa cuenta con un edificio propio sin embargo no han realizado una buena distribución y localización de la planta.
- La empresa no cuenta con ningún plan de negocios que pueda mejorar la parte administrativa de la empresa, por un momento creyeron que no sería necesario, sin embargo hoy en día ven la necesidad.

3.7 COMPROBACIÓN DE LAS INTERROGANTES DE LA IDEA A DEFENDER

Con la aplicación de la investigación al gerente y personal de la empresa PROVEEDOR INDUSTRIAL actuales, se puede determinar lo siguiente:

- En la investigación al gerente se evidenció la situación actual de la empresa y las mejoras que debía tener en cada área además, se ve la necesidad de una organización administrativa que fomente el crecimiento de la empresa, así como también hacerla más competitiva en el mercado, además vemos la preocupación del mismo ante la alta competitividad tanto directa como indirecta que la empresa está teniendo
- En la investigación al personal de la empresa se determinó la falta de capacitación de los mismos así como también no conocían mucho de la parte administrativa y no estaban bien definidas sus funciones, lo mismo que se evidencia la falta de ellos como empleados mejorar como empresa tanto internamente como externamente.

Dando a conocer los resultados de la investigación en general se puede verificar que el plan de negocios, ayudará en la mejora de su Gestión Administrativa.

3.7.1 Análisis Situacional

Al estudiar el entorno externo e interno en relación a investigaciones bibliográficas y de campo, se ha obtenido variables en el aspecto social, tecnológico, político, económico, ambiental y demográfico que determinen la situación actual de la empresa, aspectos que se exponen a continuación:

Tabla 15: FODA

FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1. Infraestructura propia	O1. Crecimiento a mediano plazo del mercado local
F2. Empresa no obligados a llevar contabilidad	O2. Ferias y programas inclusivos para nuevos emprendimientos por parte del estado
F3. Atención rápida y personalizada	O3. Auge en las redes sociales
F4. Muy buena calidad de productos y del servicio	O4. Alta demanda en el sector industrial
F5. Infraestructura adecuada a través de la inclusión de todos los parámetros y estándares que rigen en la ley	O5. Proveedores Nacionales
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1. Falta de experiencia por el corto tiempo que tiene en el mercado frente a la competencia	A1. Impuestos elevados
D2. Falta de capacitación en medidas de seguridad	A2. Políticas fiscales cambiantes
D3. Limitantes de presupuesto	A3. Competencia directa extranjera
D4. Desconocimiento de programas o cámaras de apoyo	A4. Precios muy bajos por parte de la competencia
D5. Poco personal especializado capacitado	A5. Tecnología cambiante

3.7.2 Ponderación del FODA

Para la ponderación del FODA se realizó por medio de la matriz de evaluación de factores internos (MEFI) y la matriz de evaluación de factores externos (MEFE), considerando para la calificación en 3 rangos (Bajo=1, Medio=2, Alto=3) y el queso según el grado de importancia dando un total de 1:

Tabla 16: Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)

FACTORES INTERNOS			
	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			
F1	0,06	3	0,18
F2	0,11	2	0,22
F3	0,10	3	0,30
F4	0,05	2	0,10
F5	0,10	3	0,30
SUBTOTAL	0,42		1,10
DEBILIDADES			
D1	0,13	3	0,39
D2	0,13	3	0,39
D3	0,12	2	0,24
D4	0,11	1	0,11
D5	0,09	2	0,18
SUBTOTAL	0,58		1,31
TOTAL	1		2,41

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

3.7.3 Análisis de la matriz MEFI

Al elaborar la matriz de evaluación de factores internos, proporciona un total de 2,41, pero se considera que el subtotal de las fortalezas es de 1,10, de tal manera que es una cantidad inferior al subtotal de las debilidades que es de 1,31. Se concluye que las fuerzas internas de la empresa son desfavorables, es necesario aplicar estrategias que sustituyan las debilidades existentes en la empresa.

Tabla 17: Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

FACTORES EXTERNOS			
	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
O1	0,08	2	0,16
O2	0,05	2	0,1
O3	0,10	3	0,3
O4	0,11	3	0,33
O5	0,12	3	0,36
SUBTOTAL	0,46		1,25
AMENAZAS			
A1	0,12	3	0,36
A2	0,07	1	0,07
A3	0,08	2	0,16
A4	0,13	3	0,39
A5	0,14	3	0,42
SUBTOTAL	0,54		1,40
TOTAL	1		2,65

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

3.7.4 Análisis de la matriz MEFE

Al elaborar la matriz de evaluación de factores externos, genera un total de 2,65, se considera el subtotal de las oportunidades es de 1,25, siendo una cantidad inferior al subtotal de las amenazas que es de 1,40. Se concluye que las fuerzas externas de la empresa son desfavorables, es necesario aplicar estrategias que sustituyan las amenazas existentes en la empresa.

A continuación se realizó un análisis interno y externo en cuanto tomando en cuanto los cuatro factores más importantes que debe cada empresa tener, tanto área administrativa, área de marketing, área financiera, y el área técnica, tomando en cuenta estos factores se realizó el análisis de perfil competitivo, para lo cual ocupamos datos de las dos principales empresas de competencia directa para lo cual se utilizó métodos de observación y analizamos cada una de ellas en referencia a los cuatro factores ya nombrados.

Nota: Para la ponderación de la MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO se consideró para la calificación en 3 rangos (Bajo=1, Medio=2, Alto=3) y el queso según el grado de importancia dando un total de 1:

3.7.5 Tabla Matriz de perfil Competitivo

18: Matriz de perfil Competitivo

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO							
FACTORES	PESO	EMPRESA PROVEEDOR INDUSTRIAL		PROTMEC- PROVEEDORES INDUSTRIALES		PROVEEDOR DE RULIMANES & INDUSTRIAL (SKF)	
		CALIFICACION	PESO PONDERADO	CALIFICACION	PESO PONDERADO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
Publicidad	0,20	2	0,40	3	0,60	1	0,20
Calidad de los productos	0,10	2	0,20	3	0,30	3	0,30
Competitividad de precios	0,10	1	0,10	2	0,20	2	0,20
Dirección	0,20	1	0,20	2	0,40	3	0,60
Posición Financiera	0,15	2	0,30	2	0,30	3	0,45
Lealtad de los clientes	0,10	1	0,10	3	0,30	3	0,30
Infraestructura	0,10	3	0,30	1	0,10	3	0,30
Participación en el mercado	0,05	2	0,10	3	0,15	1	0,05
TOTAL	1,00		1,70		2,35		2,40

Fuente: Observación en campo de la Competencia
Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Con esta matriz se logró determinar las fallas específicas en cuanto a la empresa PROVEEDOR INDUSTRIAL delante de la competencia, vemos que existe una gran diferencia en cuanto a la dirección, se detecta como principal problema la parte interna de la empresa, con esto podemos dirigir todas nuestras estrategias enfocadas a la parte interna de la misma así como también en mejorar la Gestión Administrativa para poder lograr cambios internos.

3.7.6 Matriz Estratégica

Tabla N° 20: Matriz Estratégica

MATRIZ ESTRATÉGICA	FORTALEZAS	DEBILIDADES	
	F1. Infraestructura propia	D1. Falta de experiencia por el corto tiempo que tiene en el mercado frente a la competencia	
	F2. Empresa no obligados a llevar contabilidad	D2. Falta de capacitación en medidas de seguridad	
	F3. Atención rápida y personalizada	D3. Limitantes de presupuesto	
	F4. Muy buena calidad de productos y del servicio	D4. Desconocimiento de programas o cámaras de apoyo	
	F5. Infraestructura adecuada a través de la inclusión de todos los parámetros y estándares que rigen en la ley	D5. Poco personal especializado capacitado	
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA F-O	ESTRATEGIA D-O	
O1. Crecimiento a mediano plazo del mercado local	A través de la participación en ferias y programas inclusivos, esto analizando estrategias de marketing que puedan abrir nuestras ventanas en el mercado	A través de la inclusión en ferias y programas inclusivos, acceder a nuevas capacitaciones tanto internas como externas	
O2. Ferias y programas inclusivos para nuevos emprendimientos por parte del estado			
O3. Auge en las redes sociales			
O4. Alta demanda en el sector industrial			Con el auge de las redes sociales incrementar los nuevos clientes, a través de estrategias de marketing que ayuden al reconocimiento de la empresa en el mercado Riobambeño
O5. Proveedores Nacionales			
AMENAZAS	ESTRATEGIA F-A	ESTRATEGIA D-A	
A1. Impuestos elevados	Incrementar estrategias mejora financiera para mejorar la contabilidad y el desarrollo anual de la empresa	Realizar una campaña agresiva a través de redes sociales promocionando los productos y servicios que ofertamos para dar a conocer a los clientes actuales y potenciales acerca de la calidad en productos y servicio que ofertamos	
A2. Políticas fiscales cambiantes	Incrementar estrategias de organización, a través de la inclusión de manuales de funciones así como también la descripción de los puestos que ayuden a sus empleados a direccionarse y mejorar en su gestión		
A3. Competencia directa extranjera			
A4. Precios muy bajos por parte de la competencia			
A5. Tecnología cambiante			

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

A través de la implementación de la matriz estratégica coordinado con la matriz de perfil competitivo podemos ver cada debilidad de la empresa y de esta manera implementar las estrategias más adecuadas para mejorar la Gestión Administrativa de la empresa.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 NATURALEZA DEL PROYECTO

4.1.1 Descripción de la empresa

HISTORIA DE “PROVEEDOR INDUSTRIAL”

PROVEEDOR INDUSTRIAL, se inicia en el año 2013 con el objetivo de proveer a la industria regional y nacional en lo que respecta a comercializar e importar: Repuestos de Ingeniería, Electrónica, Automatización, Instrumentación, Control, Herramientas.

Su objetivo principal es dar a conocer su servicio de excelencia, comercializando productos de primer nivel a escala nacional, cumpliendo así con los requerimientos de sus clientes.

La empresa cuenta con 7 empleados y se encuentra ubicada en calle 1ra Constituyente 35-36 y Diego de Ibarra (Riobamba). Posee una infraestructura acorde al mercado, y con el fin de ofrecer un mayor acercamiento, tiene un equipo de profesionales altamente calificados en el ámbito de mecánica industrial y electrónica y con vendedores en terreno, capaces de asesorar y brindar el apoyo adecuado y adaptado a las necesidades de sus clientes.

DISEÑO DE LA IMAGEN



Gráfico 13: Diseño de la imagen PROVEEDOR INDUSTRIAL

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

ESLOGAN

“LO MEJOR EN REPUESTOS INDUSTRIALES LO TIENES AQUÍ”

GIRO DE LA EMPRESA

La empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL” es una PYMES dedicada a la comercialización de repuestos industriales con personal altamente calificado y capacitado para resolver cualquier inconveniente que los clientes tengan.

TAMAÑO DE LA EMPRESA

Es una microempresa ya que posee una cantidad de 7 empleados. Se ubica en la ciudad de Riobamba, en una colonia de fácil acceso para hacer llegar al consumidor, sobre todo, que haga factible una buena atención y con los espacios necesarios para brindar el apoyo adecuado y adaptado a las necesidades de nuestros clientes.

MISIÓN

“Satisfacer las necesidades tanto en el sector industrial como en el sector automotriz, con profesionales altamente calificados en su materia, con herramientas y una línea de productos amplia para influenciar el desarrollo del sector”

VISIÓN

“Ser el Centro líder local en la comercialización buscando la implementación de la importación para agrandar la línea de productos y lograr el liderato regional”

VALORES DE LA EMPRESA

- **Puntualidad:** exigir a los empleados el respeto de los tiempos de llegada y salida, pero sobre todo para con los clientes.
- **Calidad:** los productos o servicios ofrecidos sean de excelencia.

- **Comunicación:** las relaciones y conexiones dentro de los miembros de la empresa y con los clientes sea fluida y sincera.
- **Responsabilidad:** con referencia a los trabajadores, la empresa se compromete a la estabilidad y buenas condiciones laborales. En cuanto a los clientes, la empresa se compromete a entregar bienes y servicios de calidad.
- **Originalidad:** innovaciones, cambios y creaciones tanto en los bienes y servicios, en las metodologías laborales y estratégicas.
- **Seguridad:** vínculo de confianza que los clientes crean que serán satisfechos en sus necesidades y deseos.
- **Trabajo en equipo:** la integración de cada uno de miembros de la empresa al grupo laboral, obteniendo mejores resultados gracias a un ambiente positivo.
- **Honestidad:** orientado tanto para los miembros de la empresa entre sí, como con los clientes. }

4.1.2 Objetivos de la empresa

CORTO PLAZO

Entregar un servicio integral, personalizado, de rápida atención y eficaz, a través de la capacitación permanente de los empleados para lograr un posicionamiento en el mercado automotriz e industrial.

MEDIANO PLAZO

Otorgar las herramientas necesarias a los clientes para mantener un contacto fluido y directo, a través de visitas personalizadas, para crear fidelización de nuestros clientes actuales y potenciales.

LARGO PLAZO

En un lapso de 5 años, adquirir un reconociendo con el mejor sistema de calidad en los productos y servicios que ofrecemos para posicionarnos en el área local y regional.

VENTAJA COMPETITIVA

- Atención rápida personalizada
- Muy buena calidad de productos y del servicio, dándoles el plus al servicio a través de personal totalmente capacitado
- Infraestructura adecuada a través de la inclusión de todos los parámetros y estándares que rigen en la ley

4.1.3 Análisis de la industria

Actualmente nos encontramos en un mercado altamente competitivo pero contamos con la gran ventaja del mercado Riobambeño en crecimiento y no muy copada el mercado de proveedores industriales sin embargo la competencia sea directa o indirecta llega afectar en rubros a la empresa, por lo mismo el plus que ofrecemos es altamente calificado, en cuanto a la industria nuestra mayor competencia solo produce los repuestos a diferencia de PROVEEDOR INDUSTRIAL, que ofertamos un plus en la calidad del servicio que ofertamos

4.2 PLAN ORGANIZACIONAL

4.2.1 Objetivo:

Conformar por varios departamentos necesarios a la empresa “PROVEEDOR INDUSTRIAL” para la comercialización de repuestos industriales, a través del establecimiento de una guía de cargos, la misma que servirá como apoyo al momento de ejecutar las diferentes tareas.

4.2.2 Perfil empresarial

PROVEEDOR INDUSTRIAL, se inicia en el año 2013 con el objetivo de proveer a la industria regional y nacional en lo que respecta a comercializar e importar: Repuestos de Ingeniería, Electrónica, Automatización, Instrumentación, Control, Herramientas

Su objetivo principal es dar a conocer su servicio de excelencia, comercializando productos de primer nivel a escala nacional, cumpliendo así con los requerimientos de sus clientes.

La empresa cuenta con 7 empleados y se encuentra ubicada en calle 1ra Constituyente 35-36 y Diego de Ibarra (Riobamba). Posee una infraestructura acorde al mercado, y con el fin de ofrecer un mayor acercamiento, tiene un equipo de profesionales altamente calificados en el ámbito de mecánica industrial, naval y electrónica y con vendedores en terreno, capaces de asesorar y brindar el apoyo adecuado y adaptado a las necesidades de sus clientes.

4.2.3 Proceso administrativo

PLANIFICACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Se indica la organización funcional de la empresa, la descripción de las funciones y responsabilidades de los profesionales y directivos claves, además de la política de recursos humanos de la empresa

4.2.4 Estructura Legal

CONSTITUCIÓN

Esta organización se creará como personería jurídica de Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada así como lo establece la (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, 2006) la cual se constituirá por un único socio, con un capital inicial constituido por el monto total del dinero que se haya destinado para dicha actividad.

LEY DE EMPRESAS UNIPERSONALES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
LEY 27 REGISTRO OFICIAL 196

Artículo 1.- Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando

su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.

Artículo 7.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, tiene siempre carácter mercantil cualquiera que sea su objeto empresarial, considerando como comerciante a su gerente propietario.

Artículo 8.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá ser designada con una denominación específica que la identifique como tal. La antedicha denominación específica deberá estar integrada, por lo menos, por el nombre y/o iniciales del gerente-propietario, al que en todo caso se agregará la expresión "Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada" o sus iniciales E.U.R.L. Dicha denominación podrá contener, además, la mención del género de la actividad económica de la empresa. Por nombre del "gerente-propietario" se entiende sus nombres y apellidos completos, o simplemente su primer nombre y su apellido paterno

Artículo 19.- Toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá constituirse por un plazo determinado. Dicho plazo deberá constar en el acto constitutivo en forma expresa y de manera clara. El plazo de la empresa puede restringirse o prorrogarse de manera expresa de conformidad con esta Ley. Una vez vencido el plazo de duración de la empresa, ésta deberá disolverse y liquidarse, a no ser que con anterioridad se hubiere otorgado ya la correspondiente escritura pública que contuviere la prórroga respectiva; pero, si dicha escritura no se inscribiere en el Registro Mercantil dentro de los doce meses posteriores a su otorgamiento, la empresa deberá necesariamente liquidarse sin más dilación.

Artículo 20.- El capital inicial de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará constituido por el monto total del dinero que el gerente-propietario hubiere destinado para la actividad de la misma, según el artículo 1 de esta Ley.

La razón social o nombre de la empresa irá siempre acompañada de la expresión "Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada" o sus iniciales "E.U.R.L."

PROCESO DE LEGALIZACIÓN PARA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA

A continuación se detallan cada uno de los procesos necesarios para legalizar y constituir empresas de acuerdo a cada uno de los organismos correspondientes:

PROCESO PARA CONSTITUIR EMPRESA

Tabla 19: Proceso para constituir una empresa

PROCESO	ENTIDAD	DOCUMENTO
1. Obtener el RUC	SRI	RUC
2. Adquirir el permiso de funcionamiento	Cuerpo de bomberos	de Permiso
3. Adquirir la patente municipal	Municipio	Patente
4. Legalizar la empresa	Superintendencia de compañías	Legalización

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

CUERPO DE BOMBEROS

Tabla 20: Requisitos del Cuerpo de Bomberos

TRAMITE: Adquirir el permiso de funcionamiento

Proceso

Original y 2 copias de la cédula de ciudadanía del representante legal.

Original y copia de papeleta de votación del representante legal.

Original y 2 copias del RUC

Original y 2 copias del RUC

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS, (SRI)

Tabla 21: Requisitos del Servicio de Rentas Internas

TRAMITE: Obtener el RUC

Proceso

Original y una copia de cédula de ciudadanía del representante legal inscrito en el Registro Mercantil

Original de papeleta de votación.

Planilla de uno de los servicios básicos de uno de los 3 últimos meses.

Original y copia certificada de la escritura pública de constitución.

Original y copia del pago predial a nombre del sujeto pasivo donde ejercerá su actividad económica.

Original y copia del contrato de arrendamiento.

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

MUNICIPIO DE RIOBAMBA

Tabla 22: Requisitos del Municipio de Riobamba

TRAMITE: Adquirir la patente municipal

Proceso

Comprar y llenar hoja de solicitud para el permiso.

Copia a colores de cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.

Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos.

Contrato de arriendo en caso de no poseer local propio.

Certificado de no adeudar al municipio.

Informe de inspección otorgado por la Unidad de Gestión

Pago de valor a confirmar por cálculo.

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

Tabla 23: Requisitos de la Superintendencia de Compañías

TRAMITE: Legalización de empresa

Proceso

Realizar la Escritura pública con la aprobación de un Juez de lo Civil quien ordenará la publicación de un extracto en uno de los periódicos de mayor circulación de la ciudad.

Presentar dos testimonios originales de la constitución

Inscripción de la empresa en el Registro Mercantil lo cual surtirá los efectos de la matrícula de comercio.

Dos copias certificadas de la providencia judicial aprobada

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

MODALIDAD CONTRACTUAL

Las relaciones que mantienen los patronos y trabajadores son de estricto carácter laboral donde el patrono está obligado a pagar por los servicios recibidos y el trabajador está obligado a laborar por una remuneración. El tipo de modalidad contractual que se usará para el personal que labore en esta entidad es el Contrato por Tiempo Indefinido de acuerdo al CODIGO DE TRABAJO DEL ECUADOR P.2, P.3:

Art. 14.- Contrato tipo y excepciones.- (Sustituido por el Art. 2 de la Ley s/n, R.O. 4833S, 20IV2015).- El contrato individual de trabajo a tiempo indefinido es la modalidad típica de la contratación laboral estable o permanente, su extinción se producirá únicamente por las causas y los procedimientos establecidos en este Código. En todo contrato de plazo indefinido, cuando se celebre por primera vez, podrá señaladas en un tiempo de prueba, de duración máxima de noventa días. Única mente para el caso de los contratos de servicio doméstico o trabajo remunerado del hogar, el período de prueba será de hasta quince días. No podrá establecerse más de un período de prueba entre el mismo trabajador y empleador, sea cual sea la modalidad de contratación. Durante el período de prueba, cualquier a de las partes lo puede dar por terminado libremente. El empleador no podrá mantener simultáneamente trabajadores con período a prueba por un número que exceda al quince por ciento del total de sus trabajadores. Sin embargo, los empleado res que inicien sus operaciones en el país, o los

existentes que amplíen o diversifiquen su industria, actividad o negocio, no se sujetarán al porcentaje del quince por ciento durante los seis meses posteriores al inicio de operaciones, ampliación o diversificación de la actividad, industria o negocio. Para el caso de ampliación o diversificación, la exoneración del porcentaje no se aplicará con respecto a todos los trabajadores de la empresa sino exclusivamente sobre el incremento en el número de trabajadores de las nuevas actividades comerciales o industriales. La violación de esta disposición dará lugar a las sanciones previstas en este Código, sin perjuicio de que el excedente de trabajadores del porcentaje antes indicado, pasen a ser trabajadores permanentes, en orden de antigüedad en el ingreso a labores. (EDICIONES LEGALES, 2015)

REGISTRO DE MARCA Y PATENTE

Con el objetivo de ayudar al cliente a identificar este servi - repuestos y ponerlo como prioridad de entre la competencia; se procederá a registrar en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual el logo, nombre y eslogan de la empresa. “El titular de un invento tiene la potestad de explotar de forma exclusiva su invento. Este tendrá una vigencia de 10 años y podrá renovarse indefinidamente en períodos de 10 años.” (I.E.P.I., 2014)

COSTOS DE REGISTRO DE MARCA

Tabla 24: Requisitos de la Superintendencia de Compañías

Suplemento -- Registro Oficial N° 326
PROPIEDAD INDUSTRIAL
Signos Distintivos
SOLICITUDES
Trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas \$ 208,00
Trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Nombre \$208,00
Trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Lema \$208,00
Trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Apariencias \$208,00
Trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas \$400,00
Trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas de \$400,00
Trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marca \$1.002,00
Trámite de solicitudes de reconocimiento de marca notoria (\$3.270 - \$10.800)

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

AREAS Y DEPARTAMENTOS

Se considera dividir la empresa según los siguientes niveles jerárquicos y operacionales:

- **Nivel 1:** Nivel Directivo
- **Nivel 2:** Nivel de Dirección Media
- **Nivel 3:** Nivel Operativo

4.2.5 Organigrama funcional-organizacional

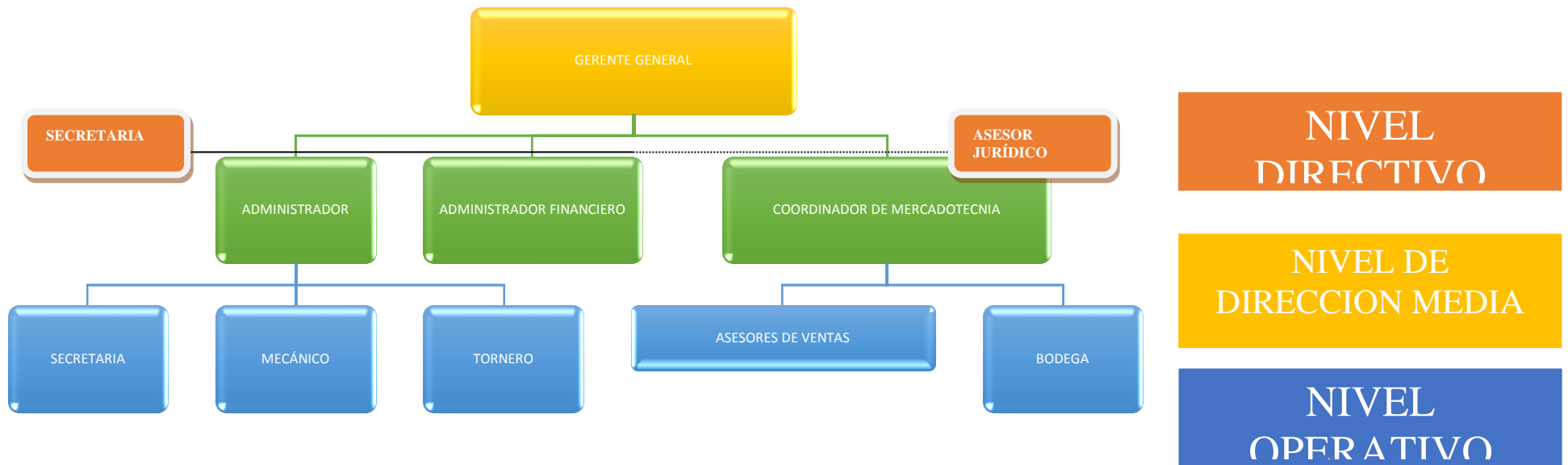


Figura 6: Organigrama Organizacional

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS POR ÁREA FUNCIONAL

Tabla 25: Objetivos del Área Funcional


AREA	PLAZO	OBJETIVO
COORPORATIVOS	CORTO PLAZO	cumplir con las obligaciones ya establecidas a través de la medición mensual de objetivos para progreso de la empresa proveedor industrial
	MEDIANO PLAZO	establecer partidas de cumplimiento a largo plazo establecidas en base a la misión de la empresa para el crecimiento de la empresa proveedor industrial
	LARGO PLAZO	establecer visiones de la parte directiva basadas en la visión de la empresa para el establecimiento de la empresa proveedor industrial
MERCADOTECNIA	CORTO PLAZO	cumplir con las obligaciones en la parte de mercadotecnia a través de la creación de partidas de cumplimiento de metas para el desarrollo dela empresa proveedor industrial
	MEDIANO PLAZO	establecer partidas basadas en la misión de la empresa a través del cumplimiento de metas establecidas a mediano plazo para el desarrollo y progreso continuo de la empresa proveedor industrial
	LARGO PLAZO	crear una nueva red de mercadeo basada en la visión de la empresa con el fin de constituir y posicionar a la empresa proveedor industrial
ADMINISTRATIVO	CORTO PLAZO	constituir la buena administración y cumplimiento de los objetivos a través de la medición de cumplimiento de metas para el progreso administrativo de la empresa proveedor industrial
	MEDIANO PLAZO	establecer un vínculo de administración en base a las nuevas correcciones que amerite en base a la misión de la empresa para el crecimiento de la empresa proveedor industrial
	LARGO PLAZO	instaurar nuevos métodos de administración

FINANCIERO	PLAZO	basados en la visión de la empresa con el fin de mejorar y posicionar a la empresa
	CORTO PLAZO	coordinar todas las obligaciones financieras a través de cuadros de cumplimiento para el progreso financiero de la empresa
	MEDIANO PLAZO	establecer nuevas formas de coordinación basados en la misión de la empresa para el crecimiento de la misma
	LARGO PLAZO	crear una tabla de cumplimientos en el ámbito financiero basados en la visión de la empresa para el posicionamiento de la empresa proveedor industrial
BODEGA	CORTO PLAZO	Establecer márgenes de rotación de productos con el fin de lograr sacar todos los productos y establecer estrategias para aquellos que no están rotando con el fin de lograr un margen de estabilidad en la empresa.
	MEDIANO PLAZO	crear una tabla de cumplimiento de manejo de productos por parte del supervisor de bodega para el desarrollo y progreso de la empresa proveedor industrial
	LARGO PLAZO	crear una tabla de cumplimiento de objetivos por parte de bodega a través de ratios de rotación de activos con el fin de garantizar un desenvolvimiento rápido y ordenado de la empresa proveedor industrial

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)


4.2.6 Manual de descripción de funciones

Tabla 26: Descripción de Funciones del Gerente

 <p>PROVEEDOR INDUSTRIAL Suministros & Servicios</p>	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES
CARGO:	GERENTE GENERAL
REQUISITOS DEL PUESTO	
Preparación Académica:	Conocimientos en administración o afines
Experiencia Laboral:	Mínimo 2 años de experiencia en actividades afines
Género:	Masculino o femenino
Habilidades técnicas:	Uso de tecnología
OBJETIVO	
<p style="text-align: center;">Elaborar la Planificación Estratégica organizacional, analizar y aprobar las políticas, estrategias y reglamentos institucionales que regirán en la organización, propendiendo a su desarrollo, para atender a los requerimientos de los usuarios con un servicio de calidad</p>	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente a la empresa • Autorizar contratación de persona • Dirigir el desempeño de actividades comerciales y financieras • Autorizar pagos a proveedores • Buscar nuevas carteras de clientes • Buscar estrategias de venta 	


Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Tabla 27: Descripción de Funciones del Administrador

 <p>PROVEEDOR INDUSTRIAL Suministros & Servicios</p>	<p>MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</p>
<p>CARGO:</p>	<p>ADMINISTRADOR</p>
<p>REQUISITOS DEL PUESTO</p>	
<p>Preparación Académica:</p>	<p>Título Universitario en Ciencias Administrativa, Comercial o áreas afines con conocimiento contable, mercadeo y recursos humanos.</p>
<p>Experiencia Laboral:</p>	<p>Mínimo 2 años de experiencia en actividades afines</p>
<p>Género:</p>	<p>Masculino o femenino</p>
<p>Habilidades técnicas:</p>	<p>Uso de tecnología</p>
<p>OBJETIVO</p>	
<p>Planificar, coordinar, proveer, ejecutar y controlar las actividades en el ámbito administrativo de la organización para garantizar el cumplimiento de los objetivos institucionales</p>	
<p>FUNCIONES ESPECÍFICAS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Asistir y dirigir las reuniones Administrativas • Presentar, elaborar, revisar y coordinar la entrega de los estados financieros al gerente general • Planificar, coordinar, ejecutar y controlar todas las actividades administrativas tanto para el área de mecánica y tornería • Elaborar y vigilar el cumplimiento del cronograma de ejecución del proyecto a realizar • Elaborar con el Asesor Contable el presupuesto anual • Dirigir y Administrar todas las actividades del área de Recursos Humanos • Planificar el plan de mercadeo anual y Controlar el buen desempeño funcional • Presentar proyectos de mejoramiento 	


Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Tabla 28: Descripción de Funciones del Administrador Financiero

 <p>PROVEEDOR INDUSTRIAL Suministros & Servicios</p>	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES
CARGO:	ADMINISTRADOR FINANCIERO
REQUISITOS DEL PUESTO	
Preparación Académica:	Título Universitario en Economía, Finanzas o áreas afines con conocimientos tributario, contable y administrativo, con título de CPA.
Experiencia Laboral:	2 años de experiencia en funciones contables, en el ámbito privado
Género:	Masculino o femenino
Habilidades técnicas:	Uso de tecnología
OBJETIVO	
<p>Brindar asesoría contable, establecer, implementar y supervisar los sistemas contables de la organización</p>	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Implantar el sistema de contabilidad y sus respectivos registros, de acuerdo a los ordenamientos legales y normativos contables del sector privado en el país • Establecer los métodos y medidas respectivas para un adecuado control interno financiero y contable • Elaborar los estados financieros y cualquier otra información financiera necesaria • Reportar en forma periódica todos los informes financieros contables • Mantener en forma actualizada todos los archivos de la documentación sustentada de los registros contables • Será el responsable de todos los trámites contables ante las diferentes entidades financieras de control y servicio del país • Cumplir con todas las disposiciones legales, reglamentarias, normas técnicas y demás regulaciones establecidas por el sistema administrativo contable del país. • Ejercer la representación legal contable ante las entidades financieras de control del país. 	


Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Tabla 29: Descripción de Funciones del Coordinador de Mercadotecnia

 <p>PROVEEDOR INDUSTRIAL Suministros & Servicios</p>	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES
CARGO:	COORDINADOR DE MERCADOTECNIA
REQUISITOS DEL PUESTO	
Preparación Académica:	Ingeniero en Marketing o Ingeniero Comercial
Experiencia Laboral:	Mínimo 2 años de experiencia en actividades afines
Género:	Masculino o femenino
Habilidades técnicas:	Uso de tecnología
OBJETIVO	
<p>Su gestión es el diseño de estrategias de mercado, publicidad, promoción y venta, contribuyendo a posicionar de manera rápida y efectiva el producto en el mercado y por ende logrando mayores ventas.</p>	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar pronósticos de venta • Elaborar estrategias de Venta • Elaborar estrategias de Publicidad • Elaborar estrategias de Promoción en ventas • Evaluar el mercado potencial y determinar su crecimiento. • Planear el sistema de distribución. • Establecer el mercado meta. • Definir la cuota de venta. • Establecer un punto de contacto con la empresa para medir el grado de percepciones del cliente. 	


Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Tabla 30: Descripción de Funciones de la Secretaria

 PROVEEDOR INDUSTRIAL Suministros & Servicios	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES
CARGO:	SECRETARIA
REQUISITOS DEL PUESTO	
Preparación Académica:	bachiller en ciencias contables y/o administrativas
Experiencia Laboral:	Mínimo 1 año de experiencia en actividades afines
Género:	Masculino o femenino
Habilidades técnicas:	Uso de tecnología
OBJETIVO	
Coordinar, ejecutar las actividades del servicio al cliente del ámbito administrativo para garantizar la eficiencia y eficacia del servicio	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Brindar y ejecutar las acciones apropiadas de recepción a los cliente • Coordinar y absorber en forma apropiada todas la inquietudes de los clientes • Ejecutar las acciones de recepción y distribución de trámites administrativos dentro y fuera • Atención de llamadas telefónicas entrantes y salientes • Coordinar y brindar el apoyo respectivo al Administrador en la ejecución y control de actividades inherentes al proyecto • Recibir y Distribuir en forma adecuada todos los insumos de oficina a las diferentes áreas de trabajo. 	


Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Tabla 31: Descripción de Funciones del Mecánico

 <p>PROVEEDOR INDUSTRIAL Suministros & Servicios</p>	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES
CARGO:	MECÁNICO
REQUISITOS DEL PUESTO	
Preparación Académica:	Técnico superior en mecánica automotriz
Experiencia Laboral:	Mínimo 2 años de experiencia en actividades afines
Género:	Masculino o femenino
Habilidades técnicas:	realizar mantenimiento automotriz
OBJETIVO	
Prestar el servicio ayudando y orientando al cliente a tomar decisiones con respecto al manejo y reparación automotriz	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • inspeccionar diariamente los equipos y herramientas de trabajo • Ejecutar trabajos orientados según su experiencia • Emitir comprobantes por los repuestos empleados en la orientación • Emitir egresos de bodega por repuestos utilizados • Trabajar con sistema contable módulos de compras e inventario 	


Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Tabla 32: Descripción de Funciones del Tornero

 <p>PROVEEDOR INDUSTRIAL Suministros & Servicios</p>	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES
CARGO:	TORNERO
REQUISITOS DEL PUESTO	
Preparación Académica:	Técnico superior en mecánica automotriz
Experiencia Laboral:	Mínimo 2 años de experiencia en actividades afines
Género:	Masculino o femenino
Habilidades técnicas:	realizar mantenimiento automotriz
OBJETIVO	
<p>Prestar el servicio ayudando y orientando al cliente a tomar decisiones con respecto al manejo y reparación automotriz y realizar los respectivos pedidos en tornería</p>	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • inspeccionar diariamente los equipos y herramientas de trabajo • Ejecutar trabajos orientados según su experiencia • Emitir comprobantes por los repuestos empleados en la orientación • Emitir egresos de bodega por repuestos utilizados • Trabajar con sistema contable módulos de compras e inventario 	


Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Tabla 33: Descripción de Funciones del Bodeguero

 <p>PROVEEDOR INDUSTRIAL Suministros & Servicios</p>	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES
CARGO:	BODEGUERO
REQUISITOS DEL PUESTO	
Preparación Académica:	Técnico de Inventarios
Experiencia Laboral:	2-4 años
Género:	Masculino o femenino
Habilidades técnicas:	Deseable que tenga conocimientos en costos y logística de distribución.
OBJETIVO	
<p>Mantener el buen funcionamiento de la distribución, almacenaje y adquisición de materia prima de la empresa.</p>	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la revisión diaria de las facturas de despacho y de ingreso que hayan quedado pendientes del día anterior. • Coordinar los despachos de pedidos diarios. • Digitar en los sistemas, las entradas y salidas de producto diariamente. • Revisar diariamente el inventario de producto para informar sobre las faltas o excesos de producto al departamento de Compras. • Supervisar que se realice la rotación de producto y mantener el inventario vigente. • Digitar en el sistema los cambios de producto o las devoluciones y pasar la información al departamento de Costos e Inventario. • Emitir los reportes semanales y mensuales de los movimientos de producto al igual que realizar la cuenta física de inventario mensual 	

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

Tabla 34: Descripción de Funciones del Asesor de Ventas

 <p>PROVEEDOR INDUSTRIAL Suministros & Servicios</p>	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES
CARGO:	ASESOR DE VENTAS
REQUISITOS DEL PUESTO	
Preparación Académica:	Bachiller, Técnico ventas o Tecnólogo en Marketing
Experiencia Laboral:	Mínimo 1 años de experiencia en actividades afines
Género:	Masculino o femenino
Habilidades técnicas:	Uso de tecnología y herramientas
OBJETIVO	
<p>Proporcionar el servicio y atención que los detallistas y clientes finales requieren para conseguir la excelencia en el servicio.</p>	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Disponer de Información adecuada y oportuna • Receptar reclamos y agilizar la solución efectiva. • Dar solución a los requerimientos del cliente a través de la coordinación con las áreas implicadas. • Realizar el servicio posventa. • Receptar pedidos urgentes. • Receptar información de pedidos por diferentes causas 	

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

4.2.7 Tabulador de sueldos

Tabla 35: Tabulador de Sueldos
TABULADOR DE SUELDOS

NIVEL	CARGO	SUELDO
Nivel de Dirección	Gerente o accionistas	\$ 800,00
Nivel de Dirección Media	administrador	pago por servicios profesionales
	administrador financiero	\$ 800,00
	coordinador de bodega	\$ 478,00
	coordinador de mercadotecnia	\$ 478,00
Nivel Operativo	asesores de ventas	\$ 478,00
	personal de limpieza	\$ 354,00
	SECRETARIA	\$ 354,00

Elaborado por: Luisa Sánchez (2018)

ANALISIS ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Como principal objetivo de la tesis se pretende a través de este estudio y la propuesta tanto en la parte organizacional como en la funcional se propone la inclusión de manuales de descripción de puestos que permitan a los empleados a estar informados de sus funciones de igual manera que exista una mejor administración y ejecución de sus funciones a través de una buena comunicación en el que ellos sepan a cual jefe inmediato deben recurrir, con este estudio se pretende que mejore la gestión administrativa la cual permita que tanto talento humano como el cliente queden totalmente satisfechos con el servicio y en la parte interna todos tengan un fin en común de la empresa

4.3 PLAN TECNICO

4.3.1 Producto

Este centro de comercialización ofrecerá productos y servicios con calidad garantizada así como también serán asesorados por nuestros capacitados vendedores quienes ayudarán a despejar dudas y a suplir las necesidades existentes

Los productos son destinados para vehículos a gasolina y diesel ya sean repuestos, kit de reparación y todo lo necesario para reparar cualquier parte industrial

LINEA DE REPUESTOS				
FRENO Y EMBRAGUE	RUEDAS	DIRECCION	SUSPENSION	MOTOR
PASTILLAS DE FRENO	RETENEDORES	CREMAYERAS	ROTULAS	EMPAQUETADURA
ZAPATAS DE FRENO	RULIMANES	CAJETIN DE DIRECCION	TERMINALES	PINES
BOMBAS DE FRENO Y EMBRAGUE	PUNTAS DE EJE	BOMBAS HIDRAULICAS	AMORTIGUADORES	PISTONES
RULIMAN DE EMBRAGUE	LUBRICANTES		ESPIRALES	CHAPAS DE VIELA
KIT DE FRENO Y EMBRAGUE			PLATO DE SUSPENSION	BANDAS DE AIRE ACONDICIONADO
DISCOS Y PLATOS DE FRENO			HOJAS DE RESORTE	BANDAS DEL ALTERNADOR
DISCOS Y PLATOS DE EMBRAGUE				RULIMAN DEL TEMPLADOR
				FILTROS Y BUJÍAS

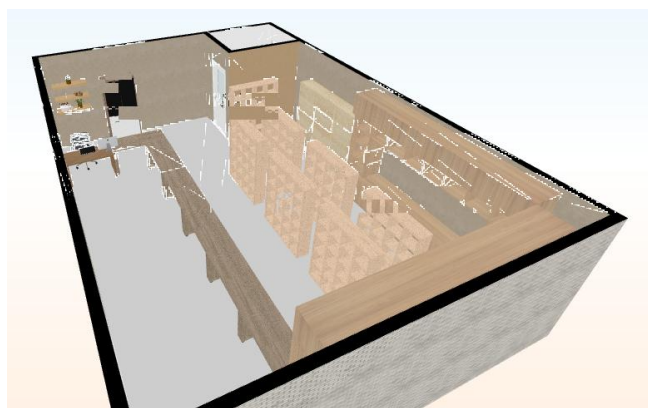
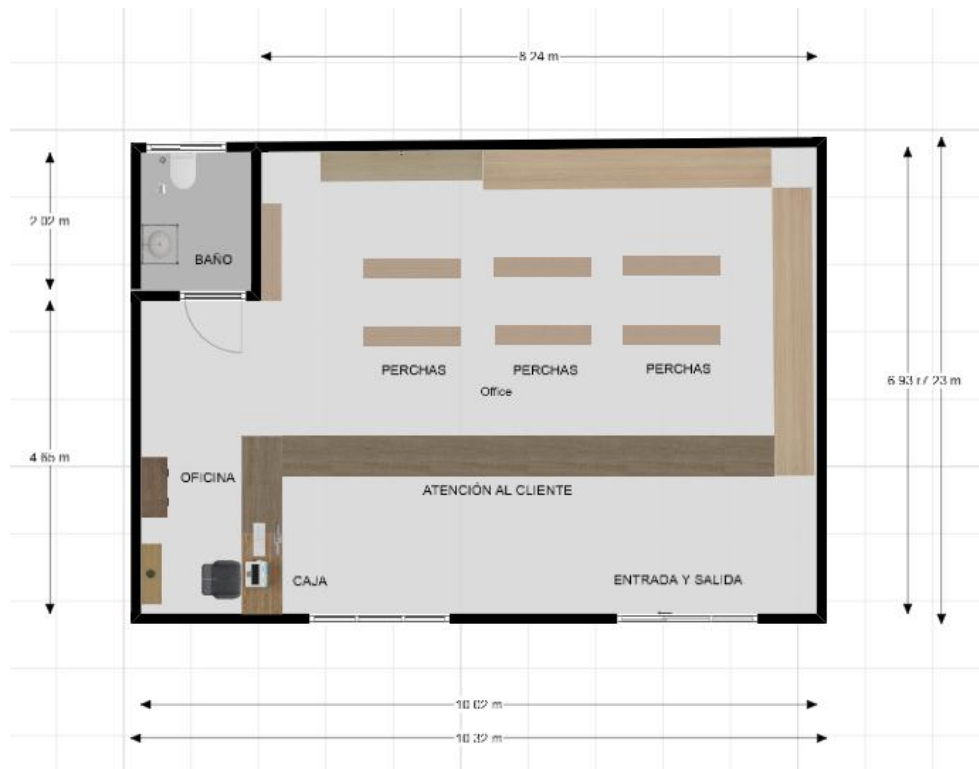
4.3.2 La ubicación de la planta

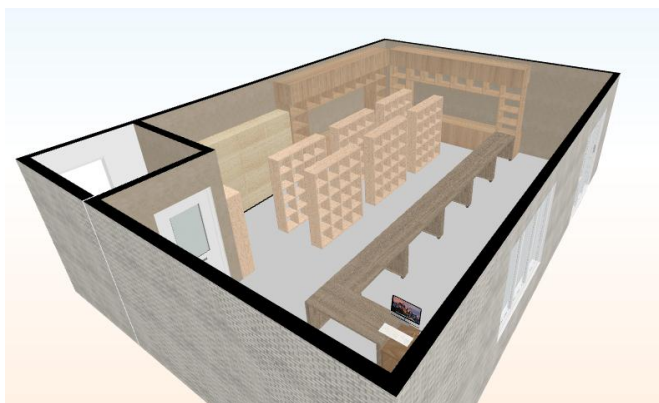
La empresa se encuentra ubicada en la parte céntrica de la ciudad de Riobamba una parte que está en constante crecimiento y la más comercial lo cual ayudaría al mayor movimiento y accesibilidad para los clientes de repuestos industriales, actualmente se ubica en la Primera Constituyente y Uruguay.

4.3.3 Infraestructura

El local comercial está distribuido en una planta donde se ubicará la bodega y el local para ventas y atención al cliente y en los exteriores se prestarán los servicios en caso de necesidad.

PLANO DE LA INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA





4.3.4 Tecnología

De acuerdo a esta definición es necesario adquirir la tecnología acorde al servicio y productos que comercializaremos ya que en la actualidad, los recursos tecnológicos son parte imprescindible de las empresas, por lo que una empresa que cuenta con computadoras modernas, acceso a Internet, teléfonos inteligentes y equipos multifunción estarán en condiciones de competir con éxito en el mercado, por lo que se va a estimar algunos productos tecnológicos los mismos que van a servir para ofrecer un servicio de calidad en esta área, las cuales también se convertirán como herramientas de trabajo para el área administrativa.

En el siguiente cuadro se podrá observar algunos de los aparatos tecnológicos necesarios para el funcionamiento del Centro.

En el cuadro anterior se expusieron los equipos tecnológicos necesarios para iniciar el funcionamiento, estos equipos se los puede renovar, incrementar o adquirir otros equipos tecnológicos transcurridos un tiempo.

4.3.4.1 Definición del proceso

Por ser una empresa dedicada a la comercialización de productos, este almacén no realizará ningún proceso de producción ni remodelación ó reparación de piezas. El proceso de comercialización se realizará en el mismo local comercial donde los clientes se acerquen a realizar sus pedidos y estos sean despachados de manera instantánea. El único motivo por el que los productos solicitados no sean entregados al instante será porque este no estuviere en stock.

4.3.4.2 Descripción del proceso

El proceso de comercialización empieza desde la compra a proveedores. Los proveedores visitan el establecimiento para ofrecer sus productos por medio de catálogos físicos o virtuales indicando precios y confirmando si existe la cantidad solicitada. Una vez que se ha realizado el pedido al proveedor, ellos la despachan y la envían por un transporte terrestre (depende del lugar de donde va a ser enviada la mercadería). La mercadería es recibida en la puerta del negocio (área de recepción de mercadería) para ser ingresada a bodega. Una vez que el bodeguero ha ingresado la mercadería al sistema, es colocada en las perchas para poder ser despachada a los compradores. Para que cualquier persona que ingrese al local comercial pueda adquirir los productos que necesite debe acercarse al mostrador donde estarán vendedores a los cuales podrán solicitar el producto necesario y en caso de que hubiere una muestra enseñársela al vendedor. Cuando el vendedor ya haya encontrado el producto solicitado se lo mostrará al cliente y explicará el uso del mismo para conocer si el cliente se encuentra satisfecho con la muestra. En caso de que el cliente se encuentre satisfecho con el producto, el vendedor preguntará si existe algún otro producto que este necesite y si hubiere continuará despachando a ese cliente hasta finalizar el pedido.

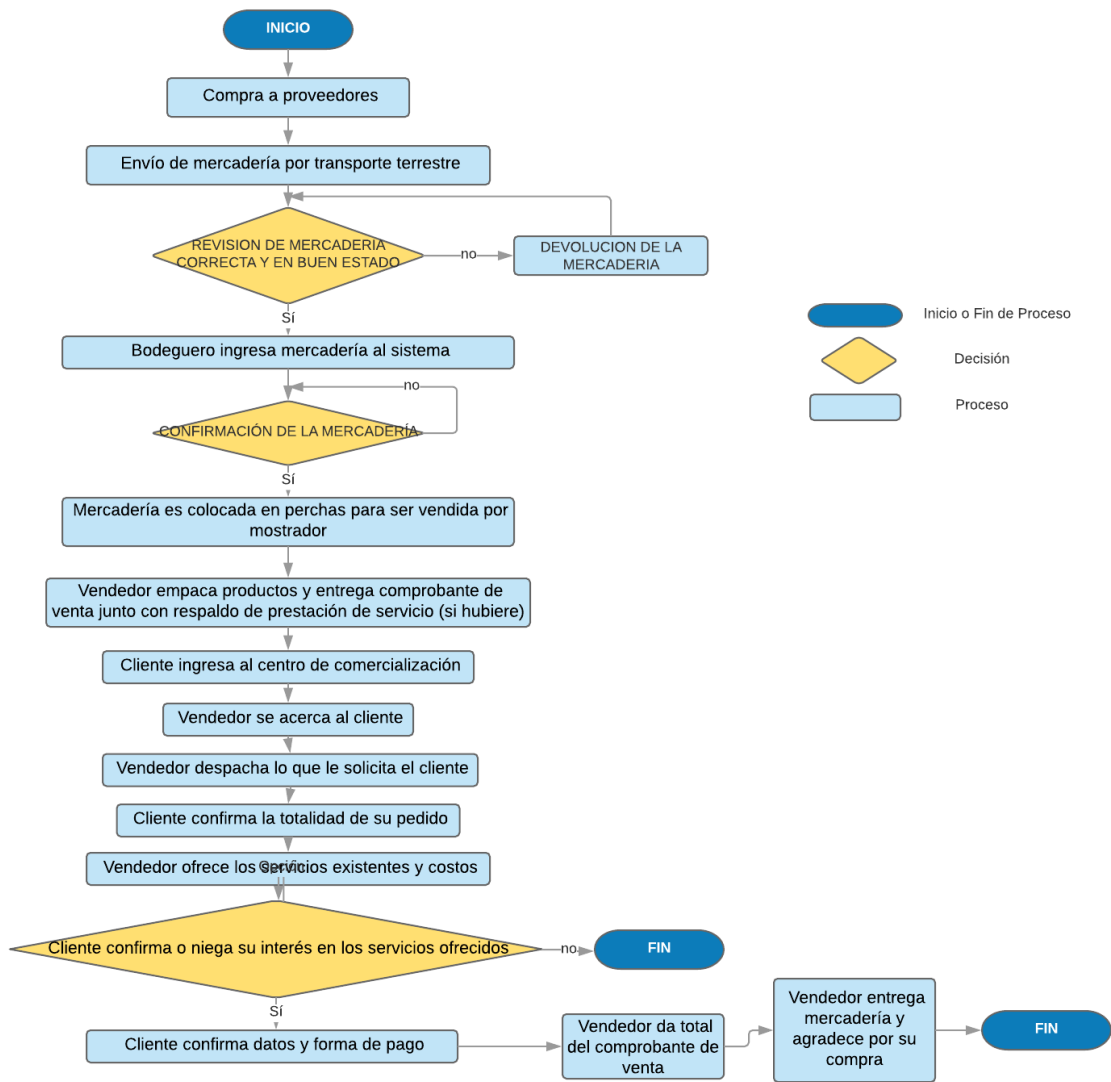
Cuando ya estén despachados todos los productos el vendedor procederá a preguntar si necesita o no el cliente usar los servicios del centro de comercialización. Después de que el cliente confirme que ha concluido su compra se procede a dar el total del comprobante de venta y preguntar la forma de pago del cliente. Una vez que el cliente confirme la aceptación total de la factura y la forma de pago, el vendedor procederá a preguntar los datos para llenar la factura correspondiente y llenar alguna retención que

el cliente necesite llenar. Luego el vendedor dará el valor total descontando retenciones y cualquier otro descuento que hubiere. Finalmente el vendedor recibirá el pago del total del comprobante y recibirá la mercadería junto con la factura comercial.

4.3.4.3 Sistema de comercialización

Para una óptima comercialización de los productos ofertados en función del mercado esmeraldeño, se realiza las ventas directas en almacén de contado y en caso de que se realicen negociaciones con empresas se enviarán cartas de crédito para ser llenadas y debidamente aprobadas ya que es un instrumento de pago independiente del contrato que dio origen a la relación entre las partes negociantes, es decir, el comúnmente llamado contrato de compra-venta, dicho documento tiene obligaciones de cumplimiento de legal.

4.3.4.4 Flujo de proceso



ANÁLISIS ESTUDIO TÉCNICO

A través del estudio aplicado a la empresa PROVEEDOR INDUSTRIAL tenemos como objetivo el incrementar flujos de procesos que pretendan mejorar una organización interna de la empresa y a través de esta incrementar la satisfacción tanto del recurso humano como de los clientes, además también se aplicó un estimado de la infraestructura de la empresa la misma que se diseñó para mejorar espacios y tiempos con el objetivo de optimizar recursos en la empresa que permitan mejorar la gestión administrativa en el ámbito técnico

4.4 PLAN DE MARKETING

4.4.1 Estrategias Internas

4.4.1.1 Estrategia de capacitación

OBJETIVOS: incrementar las ventas a través de un personal altamente calificado

ESTRATEGIA	CAPACÍTATE CON NOSOTROS
TACTICA	Realizar una capacitación semestral
ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none">• Elaborar capacitaciones semestrales para los empleados en diferentes temas tanto en lo profesional como en el servicio que prestan• elaborar un convenio entre empresas tanto la nuestra como las de capacitaciones que permitan hacernos descuentos por capacitación y que certifiquen los mismos
DEPARTAMENTO IMPLICADO	Marketing Comercial Gerencial
CUANTIFICACION	A través de encuestas virtuales a nuestros clientes
AUTORIZACIÓN	Dirección y alta gerencia
ALCANCE	Que las capacitaciones permitan la mejora en el servicio a los clientes
SEGUMIENTO	Revisar el índice de aceptación en las encuestas

4.4.1.2 Estrategia de integración

OBJETIVOS: Fidelizar a los empleados a través de estrategias de integración con la empresa

ESTRATEGIA	DIA DE LA FAMILIA “PROVEEDOR INDUSTRIAL”
TACTICA	Realizar un día de la familia con los empleados de la empresa pretendiendo conocer las necesidades de cada uno de ellos
ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none">• elaborar una planificación para el día de la familia• Publicar en la empresa y redes sociales la integración familiar
DEPARTAMENTO IMPLICADO	Financiero Comercial Administración Gerencial
CUANTIFICACION	Verificar el ambiente laboral después de realizar el día
AUTORIZACIÓN	Dirección y alta gerencia
ALCANCE	Mejorar las relaciones laborales
SEGUMIENTO	Revisar el progreso de cada empleado en relación a su trabajo

4.4.1.3 Estrategia de desarrollo personal

OBJETIVOS: Fidelizar a los clientes a través de la mejora continua del recurso humano

ESTRATEGIA	EMPLEADO DEL MES
TACTICA	Escoger mensualmente al empleado que mejor haya realizado sus funciones
ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none">• elaborar un cuadro de diagnostico de proceso y cumplimiento de actividades y funciones• Publicar en la empresa y redes sociales el empleado del mes
DEPARTAMENTO IMPLICADO	Financiero Comercial Administración Gerencial
CUANTIFICACION	Verificar el desarrollo de cada empleado a través de los cuadros de valoración
AUTORIZACIÓN	Dirección y alta gerencia
ALCANCE	Mejorar la atención al cliente así como la mejora de las habilidades y competencias de cada empleado
SEGUMIENTO	Revisar el progreso de cada empleado en relación a su trabajo

4.4.2 Estrategias externas

4.4.2.1 Estrategia de servicio

OBJETIVOS: incrementar las ventas a través de una imagen corporativa para introducción dentro del mercado y captación de nuestro mercado potencial.

ESTRATEGIA	PROVEEDOR INDUSTRIAL “Suministros & Servicios” Un servicio de calidad en tus manos
TACTICA	Realizar una imagen corporativa
ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none">• Diseño del logo de la empresa• Elaboración de la frase identitaria de la empresa
DEPARTAMENTO IMPLICADO	Marketing Comercial Gerencial
CUANTIFICACION	Encuestas de la imagen corporativa
AUTORIZACIÓN	Dirección y alta gerencia
ALCANCE	Que la imagen corporativa se inserte en la mente de todos los consumidores
SEGUMIENTO	Revisar el índice de aceptación en las encuestas

PROTOTIPO DE LA IMAGEN DE LA EMPRESA



PROVEEDOR INDUSTRIAL
Suministros & Servicios

“UN SERVICIO DE CALIDAD EN TUS MANOS”

4.4.2.2 Estrategia de precio

OBJETIVOS: aumentar el volumen de ventas a través de descuentos a través de la idealización de nuestros clientes actuales

ESTRATEGIA	DESCUENTOS EN SUMINISTROS
TACTICA	Realizar 5% de descuento a los compradores de mayor frecuencia
ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none">• Diseñar una tabla de clientes frecuentes• Publicar en la empresa y redes sociales las promociones
DEPARTAMENTO IMPLICADO	Financiero Comercial Administración Gerencial
CUANTIFICACION	Ratios de valoración de ventas
AUTORIZACIÓN	Dirección y alta gerencia
ALCANCE	Que el numero de ventas se incremente para obtener un ratio elevado de niños asistentes en el centro
SEGUMIENTO	Revisar las ventas del mes y comparar con el mes actual

4.4.2.3 Estrategia de promoción

OBJETIVOS: introducir la marca a través de lanzamiento de nuestra publicidad a través de herramientas de marketing virtual y comercio electrónico

ESTRATEGIA	“SOMOS TU SOLUCIÓN”
TACTICA	Diseñar nuestra pagina web, fanpage
ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar una pagina web • Diseñar una fan page en Facebook • Impresos • Realizar seguimiento a través de hashtags en la fanpage
DEPARTAMENTO IMPLICADO	Marketing Comercial Gerencial
CUANTIFICACION	Alcance de redes sociales
AUTORIZACIÓN	Dirección y alta gerencia
ALCANCE	Que el número de seguidores de la pagina los me gusta y medir a través del cuadro estadístico de la fanpage
SEGUMIENTO	Revisar el alcance e impacto en la fanpage

4.4.3 PROGRAMAS DE ACCIÓN

Tabla 36: Estrategia 1. ESTRATEGIA DE SERVICIO

ACTIVIDAD PRINCIPAL	TIEMPO	RESPONSABLE	COSTO
Diseño del logo de la empresa	3 días	Luisa Sánchez	\$0.00
Elaboración de la frase identitaria de la empresa	1 día	Luisa Sánchez	\$0.00

PRESUPUESTO

CANTIDAD	MATERIALES	FORMA DE PAGO	VALOR UNITARIO	VALOR FINAL
1	Computadora	Efectivo	\$0.00	\$0.00
1	Computadora	Efectivo	\$0.00	\$0.00

Tabla 37: Estrategia 2. ESTRATEGIA DE PRECIO

ACTIVIDAD PRINCIPAL	TIEMPO	RESPONSABLE	COSTO
Diseñar una tabla de control de clientes frecuentes	2 días	ADMINISTRADOR	\$7.30
Publicar en el centro y redes sociales las promociones	1 mes	MERCADOTECNIA	\$0.00

PRESUPUESTO

CANTIDAD	MATERIALES	FORMA DE PAGO	VALOR UNITARIO	VALOR FINAL
365	Copias	Efectivo	\$0.02	\$7.30
1	Computadora	Efectivo	\$0.00	\$0.00

Tabla 38: Estrategia 3: ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

ACTIVIDAD PRINCIPAL	TIEMPO	RESPONSABLE	COSTO
Diseñar una pagina web	2 días	MERCADOTECNIA	\$120.00
Diseñar una fan page en Facebook	1 día	MERCADOTECNIA	\$20.00
Impresos	1 día	MERCADOTECNIA	\$7.50
Realizar seguimiento a través de hashtags en la fanpage	1 mes	MERCADOTECNIA	\$0.00

PRESUPUESTO

CANTIDAD	MATERIALES	FORMA DE PAGO	VALOR UNITARIO	VALOR FINAL
375	Copias	Efectivo	\$0.02	\$7.50
1	Seguimiento en Facebook para promocionar	Efectivo	\$20.00	\$20.00
1	Computadora	Efectivo	\$0.00	\$0.00
60	Globos con el logo	Efectivo	\$0.20	\$12.00
50	Esferos	Efectivo	\$0.60	\$30.00
1	Hora loca	Efectivo	\$40.00	\$40.00

Tabla 39: Estrategia 4. ESTRATEGIA DE CAPACITACIÓN

ACTIVIDAD PRINCIPAL	TIEMPO	RESPONSABLE	COSTO
CAPACITACIONES	2 días	GERENTE GENERAL	\$400.00

PRESUPUESTO

CANTIDAD	MATERIALES	FORMA DE PAGO	VALOR UNITARIO	VALOR FINAL
2 CAPACITACIONES ANUALES	CAPACITACION	Efectivo	\$200.00	\$400.00

Tabla 40: Estrategia 5. ESTRATEGIA DE INTEGRACION

ACTIVIDAD PRINCIPAL	TIEMPO	RESPONSABLE	COSTO
DIA DE INTEGRACION	1 día	ADMINISTRADOR	\$7.30
Publicar redes sociales	1 día	MERCADOTECNIA	\$0.00

PRESUPUESTO

CANTIDAD	MATERIALES	FORMA DE PAGO	VALOR UNITARIO	VALOR FINAL
20	Reservaciones en hostería con todo incluido	Efectivo	\$10.00	\$200
1	Computadora	Efectivo	\$0.00	\$0.00

Tabla 41: Estrategia 6. ESTRATEGIA DE DESARROLLO PERSONAL

ACTIVIDAD PRINCIPAL	TIEMPO	RESPONSABLE	COSTO
PUBLICAR EN LA EMPRESA EL EMPLEADO DEL MES	1 mes	ADMINISTRADOR	\$7.30
Publicar redes sociales	1 día	MERCADOTECNIA	\$0.00

PRESUPUESTO

CANTIDAD	MATERIALES	FORMA DE PAGO	VALOR UNITARIO	VALOR FINAL
1	Cuadro con la foto del empleado del mes	Efectivo	\$8,00	\$8,00
1	Computadora	Efectivo	\$0.00	\$0.00

ANALISIS ESTUDIO DE MARKETING

A través de las estrategias propuestas el fin de las mismas es encontrar un mejor posicionamiento en el mercado a través de estrategias de productos, precios y promoción incluyendo en estas un objetivo como empresa que permitan reconocer la efectividad de las mismas, a través de este estudio se pretende encontrar un mejor desarrollo organizacional para con los clientes, además incluimos estrategias internas que permitan al talento humano a integrarse en la empresa y exista un vínculo extenso con la empresa para mejorar la atención siempre pensando en el cliente y la fidelización de los mismos.

4.5 PLAN FINANCIERO

4.5.1 Inversión Fija

Tabla 42: Inversión fija y capital de trabajo

EQUIPOS DE OFICINA				
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	UNIDAD	TELEFONO INALAMBRICO GENERAL ELECTRIL DE 4 BASES	\$ 250,00	\$ 250,00
5	UNIDAD	CALCULADORAS CON TICKET	\$ 28,00	\$ 140,00
		TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		\$ 390,00

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	UNIDAD	COMPUTADORES COMPLETOS (MONITOR,CPU,MOUSE,TECLADO)	\$ 763,82	\$ 1.527,64
1	UNIDAD	IMPRESORAS PUNTO DE VENTA EPSON TM-U220B	\$ 428,94	\$ 428,94
1	UNIDAD	DISCO DURO EXTERNO ADATA 1TB HD710 2.5 YELLOW USB 3.0	\$ 118,35	\$ 118,35
1	UNIDAD	TELEFONO INALAMBRICO GENERAL ELECTRIL DE 4 BASES	\$ 652,49	\$ 652,49
1	UNIDAD	IMPRESORA EPSON L565 MULTIFUNCION	\$ 395,90	\$ 395,90
		TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION		\$ 3.123,32

MUEBLES DE OFICINA				
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
5	UNIDAD	SILLA ISO NEW	\$ 35,00	\$ 175,00
2	UNIDAD	SILLA GERENTE MALLA	\$ 112,00	\$ 224,00
1	UNIDAD	ARCHIVADOR AEREO P MELANINA	\$ 107,93	\$ 107,93
1	UNIDAD	ARCHIVADOR VERTICAL METALICO DE 4 GABETAS	\$ 652,49	\$ 652,49
4	UNIDAD	TABURETES MILANESA FIJO	\$ 37,93	\$ 151,72
		TOTAL MUEBLES DE OFICINA		\$ 1.311,14

MAQUINARIA Y EQUIPO				
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	JUEGO	HERRAMIENTAS DE GATAS, LLAVES, MARTILLOS,ETC	\$ 450,00	\$ 450,00
		TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO		\$ 450,00

EDIFICIO				
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	UNIDAD	EDIFICIO	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00
TOTAL EDIFICIOS				\$ 50.000,00

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
PATENTE Y PERMISO DE FUNCIONAMIENTO MUNICIPIO	\$ 130,00
GASTOS DE MOVILIZACION	\$ 50,00
PERMISO CUERPO DE BOMBEROS	\$ 120,00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 300,00

TOTAL INVERSIÓN FIJA 55574,46

4.5.2 Capital de trabajo

PUBLICIDAD				
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	UNIDAD	MARKETIN DIGITAL	\$ 360,00	\$ 360,00
1	UNIDAD	TELEVISION	\$ 220,00	\$ 220,00
		TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		\$ 580,00

REPUESTOS				
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
3	UNIDAD	EMPAQUETADORAS	\$ 98,00	\$ 294,00
8	UNIDAD	ROTULAS	\$ 21,00	\$ 168,00
8	UNIDAD	TERMINALES	\$ 13,00	\$ 104,00
10	UNIDAD	PASTILLAS	\$ 15,00	\$ 150,00
30	UNIDAD	RETENEDORES	\$ 3,80	\$ 114,00
5	UNIDAD	CREMAYERAS	\$ 140,00	\$ 700,00
50	UNIDAD	RULIMANES	\$ 6,50	\$ 325,00
5	UNIDAD	AMORTIGUADORES	\$ 30,00	\$ 150,00
5	UNIDAD	ZAPATAS	\$ 23,00	\$ 115,00
100	UNIDAD	BANDAS	\$ 9,50	\$ 950,00
5	UNIDAD	BOMBAS	\$ 20,00	\$ 100,00
8	UNIDAD	PINES	\$ 42,00	\$ 336,00
10	UNIDAD	ESPIRALES	\$ 20,00	\$ 200,00
5	UNIDAD	KIT MORDAZA	\$ 8,00	\$ 40,00
5	UNIDAD	PISTONES	\$ 23,00	\$ 115,00
5	UNIDAD	CHAPAS	\$ 25,00	\$ 125,00
5	UNIDAD	RULIMANES PUNTA EJE	\$ 18,00	\$ 90,00
50	UNIDAD	LUBRICANTES PARA VENTA	\$ 5,00	\$ 250,00
1000	UNIDAD	GUAYPE EN BOLITAS	\$ 0,10	\$ 100,00
20	UNIDAD	GRASA POR LIBRAS	\$ 4,00	\$ 80,00
50	UNIDAD	ADITIVOS	\$ 5,30	\$ 265,00
5	UNIDAD	TANQUE DE ACEITE	\$ 100,00	\$ 500,00
100	UNIDAD	FILTROS (ACEITE Y AIRE)	\$ 7,00	\$ 700,00
5000	UNIDAD	PERNOS Y VARIOS	\$ 0,05	\$ 250,00
		TOTAL REPUESTOS		\$ 6.221,00

ÚTILES DE OFICINA				
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
3	UNIDAD	GRAPADORA	\$ 4,00	\$ 12,00
3	UNIDAD	PERFORADORA	\$ 5,00	\$ 15,00
3	UNIDAD	TIJERAS	\$ 1,30	\$ 3,90
3	UNIDAD	SACAGRAPA	\$ 0,75	\$ 2,25
		TOTAL ÚTILES DE OFICINA		\$ 33,15

ÚTILES DE LIMPIEZA				
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
5	UNIDAD	FUNDAS DE BASURA	\$ 1,00	\$ 5,00
10	UNIDAD	PAPEL HIGIENICO	\$ 0,50	\$ 5,00
10	UNIDAD	JABON DEJA	\$ 1,50	\$ 15,00
5	UNIDAD	PINOKLIN GRANDE	\$ 2,00	\$ 10,00
5	UNIDAD	CLORO MEDIANO	\$ 2,00	\$ 10,00
		TOTAL ÚTILES DE LIMPIEZA		\$ 45,00

SERVICIOS BÁSICOS				
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1500	KVA/H	ENERGÍA ELÉCTRICA	\$ 0,10	\$ 150,00
40	M3	AGUA	\$ 1,08	\$ 43,20
2500	MINUTO	TELEFONO FIJO	\$ 0,07	\$ 175,00
1	KPS	INTERNET FIJO	\$ 25,00	\$ 25,00
		TOTAL SERVICIOS BÁSICOS		\$ 393,20

SUMINISTROS DE OFICINA				
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	UNIDAD	RESMA DE PAPEL A4	\$ 5,00	\$ 5,00
1	CAJA	ESFEROS	\$ 3,00	\$ 3,00
2	CAJAS	CLIP	\$ 1,25	\$ 2,50
1	CAJA	MARCADOR RESALTADOR	\$ 5,00	\$ 5,00
1	CAJA	GRAPAS	\$ 1,50	\$ 1,50
3	UNIDAD	SELLOS	\$ 12,00	\$ 36,00
12	UNIDAD	CARPETA PLÁSTICAS	\$ 0,10	\$ 1,20
1	CAJA	LAPIZ PARA PAPEL	\$ 3,00	\$ 3,00
		TOTAL SERVICIOS BÁSICOS		\$ 57,20

4.5.3 Inversión inicial

RESUMEN DE LA INVERSIÓN	
Rubro	Valor
Inversión Fija	\$ 55.274,46
Inversión Diferida	\$ 325,00
Capital de Trabajo	\$ 35.806,55
INVERSIÓN TOTAL	\$ 91.406,01

4.5.4 Presupuesto de ventas, costos y gastos

4.5.4.1 Proyecciones de las ventas

REPUESTOS					
DESCRIPCIÓN	P/U	VENTAS DIARIAS	VALOR VENTAS DIARIAS	VALOR VENTA MENSUAL	VALOR VENTA ANUAL
EMPAQUETADURAS	\$ 98,00	3 mensuales		\$ 196,00	\$ 2.352,00
ROTULAS	\$ 21,00	2	\$ 42,00	\$ 1.008,00	\$ 12.096,00
TERMINALES	\$ 13,00	2 semanales		\$ 104,00	\$ 1.248,00
PASTILLAS	\$ 15,00	2 semanales		\$ 120,00	\$ 1.440,00
RETENEDORES	\$ 3,80	2	\$ 7,60	\$ 182,40	\$ 2.188,80
CREMAYERAS	\$ 140,00	2 mensuales		\$ 280,00	\$ 3.360,00
RULIMANES	\$ 6,50	5	\$ 32,50	\$ 780,00	\$ 9.360,00
AMORTIGUADORES	\$ 30,00	2 semanales		\$ 240,00	\$ 2.880,00
ZAPATAS	\$ 23,00	2 semanales		\$ 184,00	\$ 2.208,00
BANDAS	\$ 9,50	5	\$ 47,50	\$ 1.140,00	\$ 13.680,00
BOMBAS	\$ 20,00	1	\$ 20,00	\$ 480,00	\$ 5.760,00
PINES	\$ 42,00	2 semanales		\$ 336,00	\$ 4.032,00
ESPIRALES	\$ 20,00	3 semanales		\$ 240,00	\$ 2.880,00
KIT MORDAZA	\$ 8,00	2	\$ 16,00	\$ 384,00	\$ 4.608,00
PISTONES	\$ 23,00	3	\$ 69,00	\$ 1.656,00	\$ 19.872,00
CHAPAS	\$ 25,00	3	\$ 75,00	\$ 1.800,00	\$ 21.600,00
RULIMANES PUNTA DE EJE	\$ 18,00	3 semanales		\$ 216,00	\$ 2.592,00
LUBRICANTES PARA VENTA	\$ 5,00	5	\$ 25,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
GUAYPE EN BOLITAS	\$ 0,10	7	\$ 0,70	\$ 16,80	\$ 201,60
GRASA POR LIBRAS	\$ 4,00	7	\$ 28,00	\$ 672,00	\$ 8.064,00
ADITIVOS	\$ 5,30	7	\$ 37,10	\$ 890,40	\$ 10.684,80
TANQUE DE ACEITE	\$ 100,00	2 semanales		\$ 800,00	\$ 9.600,00
FILTROS	\$ 7,00	5	\$ 35,00	\$ 840,00	\$ 10.080,00
PERNOS Y VARIOS	\$ 0,05	100	\$ 5,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
TOTAL			\$ 440,40	\$ 13.285,60	\$ 159.427,20

VENTAS PROYECTADAS

INGRESOS (Anuales)						
Productos/Servicios	Precio Unitario	Proyección Ingresos (Demanda Insatisfecha)				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
REPUESTOS	\$ 1,00	159.427,20	163.825,43	166.069,84	168.344,99	170.651,32
		\$ 159.427,20	\$ 169.559,32	\$ 177.898,16	\$ 186.647,10	\$ 195.826,31
TOTAL		\$ 159.427,20	\$ 169.559,32	\$ 177.898,16	\$ 186.647,10	\$ 195.826,31

4.5.4.2 Costos y gastos

COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN (Anuales)

Cantidad	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	MOD	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	CIF	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	DEPRECIACIONES	\$ 3.795,22	\$ 3.795,22	\$ 3.795,22	\$ 2.754,11	\$ 2.754,11
	DEPRECIACIONES EQUIPOS	\$ 3.795,22	\$ 3.795,22	\$ 3.795,22	\$ 2.754,11	\$ 2.754,11
TOTAL		\$ 7.590,44	\$ 7.590,44	\$ 7.590,44	\$ 5.508,23	\$ 5.508,23

GASTOS ADMINISTRATIVOS (Anuales)

Cantidad	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Depreciaciones	\$ 3.795,22	\$ 3.795,22	\$ 3.795,22	\$ 2.754,11	\$ 2.754,11
1	Amortizaciones	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00
0	REPUESTOS	\$ 9.600,00	\$ 9.936,00	\$ 10.283,76	\$ 10.643,69	\$ 11.016,22
0	UTILES DE OFICINA	\$ 397,80	\$ 411,72	\$ 426,13	\$ 441,05	\$ 456,48
0	UTILES DE LIMPIEZA	\$ 540,00	\$ 558,90	\$ 578,46	\$ 598,71	\$ 619,66
0	SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 686,40	\$ 710,42	\$ 735,29	\$ 761,02	\$ 787,66
0	MANTENIMIENTO	\$ 360,00	\$ 372,60	\$ 385,64	\$ 399,14	\$ 413,11
0	REMUNERACIONES	\$ 73.780,35	\$ 76.362,66	\$ 79.035,35	\$ 81.801,59	\$ 84.664,64
TOTAL		\$ 89.224,77	\$ 92.212,53	\$ 95.304,86	\$ 97.464,31	\$ 100.776,89

GASTOS DE VENTAS (Anuales)

Cantidad	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Publicidad	\$ 772,00	\$ 799,02	\$ 826,99	\$ 855,93	\$ 885,89
	Servicio	\$ 1.000,00	\$ 1.035,00	\$ 1.071,23	\$ 1.108,72	\$ 1.147,52
TOTAL		\$ 1.772,00	\$ 1.834,02	\$ 1.898,21	\$ 1.964,65	\$ 2.033,41

GASTOS DE DISTRIBUCIÓN (Anuales)

Cantidad	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Total gastos de distribución	\$ 200,00	\$ 207,00	\$ 207,00	\$ 207,00	\$ 207,00
TOTAL		\$ 200,00	\$ 207,00	\$ 207,00	\$ 207,00	\$ 207,00

GASTOS FINANCIEROS (Anuales)

Cantidad	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Intereses del Préstamo	\$ 639,84	\$ 543,04	\$ 432,70	\$ 306,90	\$ 163,49
TOTAL		\$ 639,84	\$ 543,04	\$ 432,70	\$ 306,90	\$ 163,49

4.5.5 Formas de financiamiento

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
Capital Propio	\$ 86.835,71	95%
Capital de Terceros	\$ 4.570,30	5%
TOTAL	\$ 91.406,01	100%

Préstamo:	\$ 4.570,30			
Tasa Interés:	14%			
Plazo:	5			

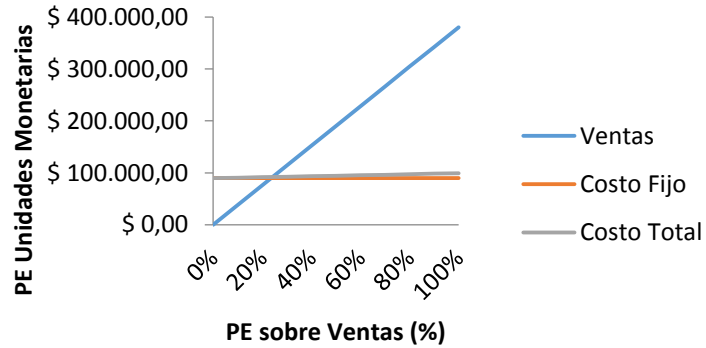
TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

<u>Período</u>	<u>Pago Capital</u>	<u>Pago Interés</u>	<u>Cuota</u>	<u>Saldo</u>
0				\$ 4.570,30
1	\$ 691,41	\$ 639,84	\$ 1.331,25	\$ 3.878,89
2	\$ 788,21	\$ 543,04	\$ 1.331,25	\$ 3.090,68
3	\$ 898,56	\$ 432,70	\$ 1.331,25	\$ 2.192,12
4	\$ 1.024,36	\$ 306,90	\$ 1.331,25	\$ 1.167,77
5	\$ 1.167,77	\$ 163,49	\$ 1.331,25	\$ 0,00

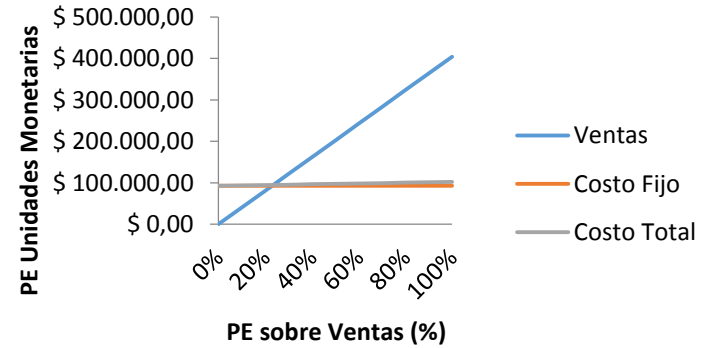
4.5.6 Punto de equilibrio proyectado

RUBROS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 7.590,44		\$ 7.590,44		\$ 7.590,44		\$ 5.508,23		\$ 5.508,23
Gastos Administrativos	\$ 89.224,77		\$ 92.212,53		\$ 95.304,86		\$ 97.464,31		\$ 100.776,89	
Gastos de Ventas		\$ 1.772,00		\$ 1.834,02		\$ 1.898,21		\$ 1.964,65		\$ 2.033,41
Gastos Financieros	\$ 639,84		\$ 543,04		\$ 432,70		\$ 306,90		\$ 163,49	
TOTALES	\$ 89.864,61	\$ 9.362,44	\$ 92.755,57	\$ 9.424,46	\$ 95.737,55	\$ 9.488,65	\$ 97.771,21	\$ 7.472,88	\$ 100.940,38	\$ 7.541,64
Ventas	\$ 159.427,20		\$ 169.559,32		\$ 177.898,16		\$ 186.647,10		\$ 195.826,31	
Punto de Equilibrio	\$ 95.471,20		\$ 98.214,54		\$ 101.131,67		\$ 101.848,98		\$ 104.983,49	
PE sobre Ventas (%)	60%		58%		57%		55%		54%	

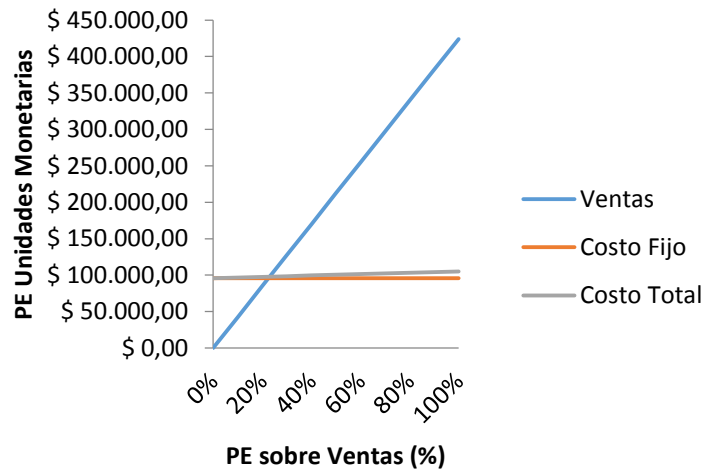
Punto de Equilibrio Año 1



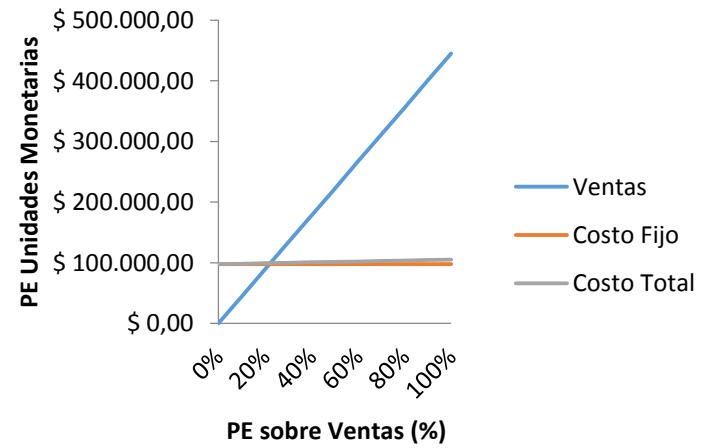
Punto de Equilibrio Año 2

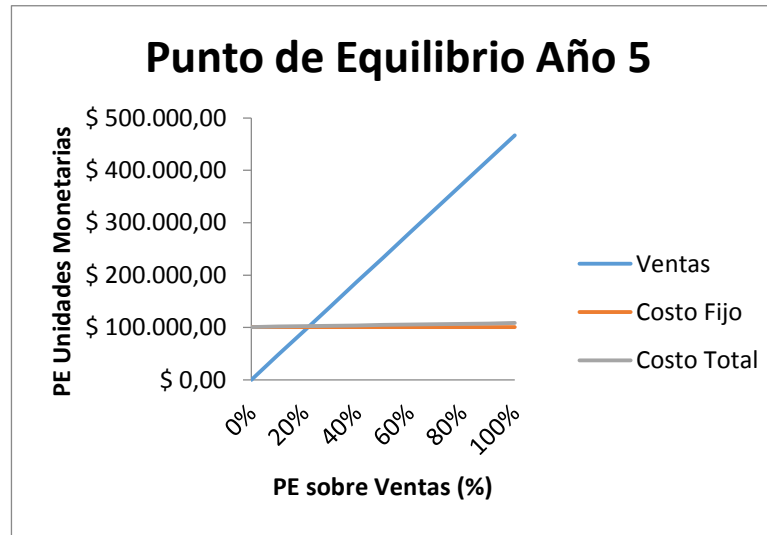


Punto de Equilibrio Año 3



Punto de Equilibrio Año 4





4.5.7 Estados financieros proyectados

4.5.7.1 Estado de pérdidas y ganancias proyectados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	\$ 159.427,20	\$ 169.559,32	\$ 177.898,16	\$ 186.647,10	\$ 195.826,31
- Costo de Producción	-\$ 7.590,44	-\$ 7.590,44	-\$ 7.590,44	-\$ 5.508,23	-\$ 5.508,23
= Utilidad Bruta	\$ 151.836,76	\$ 161.968,88	\$ 170.307,72	\$ 181.138,88	\$ 190.318,09
- Gastos de Administración	-\$ 89.224,77	-\$ 92.212,53	-\$ 95.304,86	-\$ 97.464,31	-\$ 100.776,89
- Gastos de Ventas	-\$ 1.772,00	-\$ 1.834,02	-\$ 1.898,21	-\$ 1.964,65	-\$ 2.033,41
- Gastos de distribución	-\$ 200,00	-\$ 207,00	-\$ 207,00	-\$ 207,00	-\$ 207,00
- Gastos Financieros	-\$ 639,84	-\$ 543,04	-\$ 432,70	-\$ 306,90	-\$ 163,49
= Utilidad antes de Impuestos	\$ 60.000,15	\$ 67.172,29	\$ 72.464,96	\$ 81.196,02	\$ 87.137,29
- 15% Participación Trabajadores	-\$ 9.000,02	-\$ 10.075,84	-\$ 10.869,74	-\$ 12.179,40	-\$ 13.070,59
- Impuesto a la Renta	-\$ 15.000,04	-\$ 16.793,07	-\$ 18.116,24	-\$ 20.299,00	-\$ 21.784,32
= Utilidad Neta	\$ 36.000,09	\$ 40.303,37	\$ 43.478,97	\$ 48.717,61	\$ 52.282,38

4.5.7.2 Balance general proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 91.081,01	\$ 74.975,45	\$ 118.350,84	\$ 164.791,47	\$ 215.303,84	\$ 269.237,57
BANCOS	\$ 35.806,55	\$ 74.975,45	\$ 118.350,84	\$ 164.791,47	\$ 215.303,84	\$ 269.237,57
ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 55.274,46	\$ 51.479,24	\$ 47.684,02	\$ 43.888,80	\$ 41.134,68	\$ 38.380,57
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1.311,14	\$ 1.311,14	\$ 1.311,14	\$ 1.311,14	\$ 1.311,14	\$ 1.311,14
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 3.123,32	\$ 3.123,32	\$ 3.123,32	\$ 3.123,32	\$ 3.123,32	\$ 3.123,32
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 390,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00
EDIFICIO	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00
- Depreciaciones	\$ 0,00	-\$ 3.795,22	-\$ 7.590,44	-\$ 11.385,66	-\$ 14.139,78	-\$ 16.893,89
ACTIVO DIFERIDO	\$ 325,00	\$ 260,00	\$ 195,00	\$ 130,00	\$ 65,00	\$ 0,00
Gastos diferidos	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 325,00
- Amortizaciones	\$ 0,00	-\$ 65,00	-\$ 130,00	-\$ 195,00	-\$ 260,00	-\$ 325,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 146.680,47	\$ 126.714,69	\$ 166.229,86	\$ 208.810,27	\$ 256.503,53	\$ 307.618,14
PASIVO	\$ 4.570,30	\$ 3.878,89	\$ 3.090,68	\$ 2.192,12	\$ 1.167,77	\$ 0,00
Corriente	\$ 691,41	\$ 788,21	\$ 898,56	\$ 1.024,36	\$ 1.167,77	\$ 0,00

No Corriente	\$ 3.878,89	\$ 3.090,68	\$ 2.192,12	\$ 1.167,77	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 86.835,71	\$ 122.835,80	\$ 163.139,17	\$ 206.618,15	\$ 255.335,76	\$ 307.618,14
Capital	\$ 86.835,71	\$ 86.835,71	\$ 86.835,71	\$ 86.835,71	\$ 86.835,71	\$ 86.835,71
Resultados del Ejercicio	\$ 0,00	\$ 36.000,09	\$ 40.303,37	\$ 43.478,97	\$ 48.717,61	\$ 52.282,38
Resultados Acumulados	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 36.000,09	\$ 76.303,46	\$ 119.782,44	\$ 168.500,05
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 91.406,01	\$ 126.714,69	\$ 166.229,86	\$ 208.810,27	\$ 256.503,53	\$ 307.618,14

4.5.7.3 Flujo de caja proyectado

FLUJO NETO DE EFECTIVO

RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas		\$ 159.427,20	\$ 169.559,32	\$ 177.898,16	\$ 186.647,10	\$ 195.826,31
- Costo de Comercializacion		-\$ 7.590,44	-\$ 7.590,44	-\$ 7.590,44	-\$ 5.508,23	-\$ 5.508,23
= Utilidad Bruta		\$ 151.836,76	\$ 161.968,88	\$ 170.307,72	\$ 181.138,88	\$ 190.318,09
- Gastos de Administración		-\$ 89.224,77	-\$ 92.212,53	-\$ 95.304,86	-\$ 97.464,31	-\$ 100.776,89
- Gastos de Ventas		-\$ 1.772,00	-\$ 1.834,02	-\$ 1.898,21	-\$ 1.964,65	-\$ 2.033,41
- Gastos de distribucion		-\$ 200,00	-\$ 207,00	-\$ 207,00	-\$ 207,00	-\$ 207,00
- Gastos Financieros (Intereses)		-\$ 639,84	-\$ 543,04	-\$ 432,70	-\$ 306,90	-\$ 163,49
= Utilidad antes de Impuestos		\$ 60.000,15	\$ 67.172,29	\$ 72.464,96	\$ 81.196,02	\$ 87.137,29

- 15% Participación Trabajadores	-\$ 9.000,02	-\$ 10.075,84	-\$ 10.869,74	-\$ 12.179,40	-\$ 13.070,59
- Impuesto a la Renta	-\$ 15.000,04	-\$ 16.793,07	-\$ 18.116,24	-\$ 20.299,00	-\$ 21.784,32
= Utilidad Neta	\$ 36.000,09	\$ 40.303,37	\$ 43.478,97	\$ 48.717,61	\$ 52.282,38
+ Depreciaciones	\$ 3.795,22	\$ 3.795,22	\$ 3.795,22	\$ 2.754,11	\$ 2.754,11
+ Amortizaciones	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00
- Pago Préstamo (Capital)	-\$ 691,41	-\$ 788,21	-\$ 898,56	-\$ 1.024,36	-\$ 1.167,77
+ Valor de Salvamento					\$ 38.380,57
- Inversiones					
Fija	-\$ 55.274,46				
Diferida	-\$ 325,00				
Capital de Trabajo	-\$ 35.806,55				
= Flujo Neto de Efectivo	-\$ 91.406,01	\$ 39.168,90	\$ 43.375,38	\$ 46.440,64	\$ 50.512,37
					\$ 92.314,29

4.5.8 Evaluaciones financieras

4.5.8.1 Cálculo del valor actual neto (VAN)

TASA DE DESCUENTO: 11,00%

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 91.406,01	1,000000	-\$ 91.406,01	-\$ 91.406,01
1	\$ 39.168,90	0,900901	\$ 35.287,30	-\$ 56.118,72
2	\$ 43.375,38	0,811622	\$ 35.204,43	-\$ 20.914,28
3	\$ 46.440,64	0,731191	\$ 33.956,99	\$ 13.042,71
4	\$ 50.512,37	0,658731	\$ 33.274,06	\$ 46.316,77
5	\$ 92.314,29	0,593451	\$ 54.784,04	\$ 101.100,81

INTERPRETACIÓN:

El Valor Actual Neto (VAN) obtenido en este proyecto es de:

\$ 101.100,81

4.5.8.2 Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR)

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

TIR= 43% 43,35%

INTERPRETACIÓN:

La Tasa Interna de Retorno (TIR) obtenida en este proyecto es de: 43,35%

Al obtener una TIR mayor que la Tasa de Descuento se concluye que el proyecto ES RENTABLE

4.5.8.3 Cálculo del periodo de recuperación de la inversión (PRI)

CÁLCULO DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 91.406,01	1,000000	-\$ 91.406,01	-\$ 91.406,01
1	\$ 39.168,90	0,900901	\$ 35.287,30	-\$ 56.118,72
2	\$ 43.375,38	0,811622	\$ 35.204,43	-\$ 20.914,28
3	\$ 46.440,64	0,731191	\$ 33.956,99	\$ 13.042,71
4	\$ 50.512,37	0,658731	\$ 33.274,06	\$ 46.316,77
5	\$ 92.314,29	0,593451	\$ 54.784,04	\$ 101.100,81

$$PRI = \text{Año Últ. Neg. FNE Act. y Acum.} \left\{ \frac{\text{Último Neg. FNE Act. y Acum.}}{\text{FNE Actualizado del Año Siguiente}} * 12 \right\}$$

$$= 2 \Delta \{-20.914,28/33.956,99\} * 12 \}$$

$$= 2 \Delta 0,62$$

$$= 2 \text{ años, } 7 \text{ mes(es)}$$

INTERPRETACIÓN:

El Período de Recuperación de Inversión (PRI) del Proyecto es de:

2 años, 7 mes(es)

4.5.8.4 Beneficio costo

CÁLCULO DE LA RELACIÓN BENEFICIO COSTO (RBC)

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	-\$ 91.406,01	\$ 0,00	-\$ 91.406,01
1	0,900901	\$ 39.168,90		\$ 35.287,30	\$ 0,00
2	0,811622	\$ 43.375,38		\$ 35.204,43	\$ 0,00
3	0,731191	\$ 46.440,64		\$ 33.956,99	\$ 0,00
4	0,658731	\$ 50.512,37		\$ 33.274,06	\$ 0,00
5	0,593451	\$ 92.314,29		\$ 54.784,04	\$ 0,00
				\$ 192.506,83	

$$R B/C = \frac{\text{SUMA DE INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{SUMA DE EGRESOS ACTUALIZADOS} + \text{INVERSION}}$$

$$= \frac{\$ 192.506,83}{0,00+91.406,01}$$

$$= 2,11$$

ANÁLISIS ESTUDIO FINANCIERO

A través de este estudio se pretende tener una organización financiera mejorando la contabilidad y el desarrollo anual de la empresa, también así proyectando los estados financieros que me permitan saber cuánto puedo llegar a tener en los próximos años además hacer el estudio económico que me permita conocer que tan viable es el proyecto que se propone y con las mejoras incluidos en el presente trabajo, además se proporcionó los puntos de equilibrio que permitan conocer a la empresa hasta qué punto puede lograr ingresos, esto siempre con el objetivo de generar una mejora en su gestión administrativa.

CONCLUSIONES

A través de la elaboración del plan de negocios para mejorar la Gestión Administrativa de la empresa PROVEEDOR INDUSTRIAL, se cumplieron los objetivos específicos, lo que permitió el logro del objetivo general.

- A través de la investigación realizada se logró obtener la información tanto en las encuestas como en la entrevista lo cual permitió conocer la situación actual de la empresa
- A través del diagnóstico de la situación actual se logró realizar tanto el análisis de los factores internos como externos de la empresa, lo cual permitió analizar también el perfil competitivo y a través de la matriz estratégica hacer las respectivas estrategias para mejorar la Gestión Administrativa
- Con la realización del Plan de Negocios se logró tomar los cuatro puntos clave de la empresa tanto en el área financiera, administrativa, técnica y de marketing, el mismo que dirige cada estrategia con referencia a las cuatro partes

RECOMENDACIONES

- Capacitar al personal de ventas en atención al cliente y conocer a fondo las piezas y partes de los vehículos .y servicios para brindar una atención especializada
- Capacitar al personal del área de servicios en las técnicas de mantenimiento de modo que puedan generar confianza en los clientes por el servicio recibido.
- Mantener un stock de productos para la venta y mantenimiento de maquinarias en servicios para asegurar satisfacer los requerimientos de los clientes y lograr afianzarnos en el mercado esmeraldeño.
- Las estrategias de mercadeo para lograr afianzarse en un mercado pequeño de modo que podamos ser reconocidos en todos los lugares de la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, S. (2005). *Diccionario de economía* (3ª ed.). México: Andrade.
- Banco Central del Ecuador. (2018). *Indicadores financieros. Revista Lideres*.
- Borello, A. (1994). *El Plan de negocios*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Borello, A. (2004). *Plan de negocios*. Madrid: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la teoría general de la administración* (7ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de los recursos humanos* (8ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Gitman, L. (2003). *Principios de la administración financiera* (10ª ed.). México: Pearson Educación.
- INEC. (2018, Enero). *Impuesto al Patrimonio Inmobiliario*. Recuperado el Junio 23, 2018, de: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/IPI-M/2018/Enero-2018/Boletin_Tecnico_IPI_M_%202018_01.pdf
- Lloreda, E. (2015). *Plan de negocio*. Madrid: ESIC.
- Lloreda, E. Z., & Huarte, S. (2013). *El plan de negocio*. Madrid: ESIC.
- Martínez, G. (2012) *Auditoria de Gestion y su Incidencia en la rentabilidad de la compañía ITARFETI CORPORATION S.A.*(Tesis de pregrado. Universidad Tecnica de ambato) Recuperado de: <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2040/1/TA0230.pdf>
- Ministerio de Trabajo. (2016, Mayo 28). *Código del trabajo*. Recuperado el Agosto 04, 2018, de: <http://www.contraloria.gob.ec/documentos/transparencia/2016/Codigo%20del%20Trabajo.pdf>
- Ministerio de Trabajo. (2018, 04 27). *Obligaciones del empleador*. Recuperado el 06 28, 2018, de: <http://www.trabajo.gob.ec/?s=obligaciones+empleador>
- Moyano, E. (2015). *Plan de negocios*. Barcelona:Marcombo.
- Naveros. J., Cabrerizo. M. (2017). *Plan de negocio* . Madrid: Editorial Elearning, S.L.
- Prado, E. (2014). *Marketing y plan de negocio de la microempresa*. Madrid:Paraninfo.

- Robbins, S., & Culter, M. (2005). *Administración* (8ª ed.). México: Pearson Educación.
- Stoner, J. (2003). *Administración* (5ª ed.). Madrid: McGraw-Hill.
- Tokan, B. (2016). *El plan de negocios perfecto: que se gana el corazón de los inversionistas*. Madrid: Babelcube Inc.
- Zorita, E. (2015). *Plan de Negocio*. Madrid: ESIC.

ANEXOS



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERIA EN MARKETING



Formulario N° _____

Fecha de la encuesta: ___/___/___

Ciudad: _____

El propósito de la presente encuesta realizar un análisis que permita identificar las falencias que está teniendo la empresa **PROVEEDOR INDUSTRIAL** en la gestión administrativa de la microempresa.

INSTRUCCIONES GENERALES:

- Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso. Conteste con la mayor honestidad todas las preguntas.
- Marque con una (X) el paréntesis que indique su respuesta

ANTIGUEDAD EN LA EMPRESA

Menos de 5 años

De 5 a menos de 10

De 10 a menos de 15

1. ¿CONSIDERO QUE LA EMPRESA TIENE BIEN DEFINIDO SU ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL RELACIONADA A MIS COMPETENCIAS?

SI

NO

2. ¿CONSIDERO QUE LA EMPRESA MANEJA SU MARKETING MIX (PRODUCTO, PRECIO, PLAZA Y PROMOCIÓN) DE MANERA?

	PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	PROMOCIÓN
EXCELENTE				
BUENO				
REGULAR				
MALO				

3. **¿Siento que el desarrollo en la parte económica- financiera de la empresa es adecuada?**
- Definitivamente sí
 - Probablemente sí
 - Indeciso
 - Probablemente no
 - Definitivamente no
4. **¿Como empleado de esta empresa he encontrado que la distribución técnica de la empresa está bien definida en cuanto a localización, tamaño, tecnología, y distribución de planta?**
- Definitivamente sí
 - Probablemente sí
 - Indeciso
 - Probablemente no
 - Definitivamente no
5. **¿Qué tan importante ve usted como empleado que exista una correcta gestión administrativa y formar parte de esta?**
- Muy importante
 - Importante
 - No tan importante
 - No es interesante
6. **¿Piensa usted que la empresa maneja una buena gestión administrativa?**
- SI NO
7. **¿Usted conoce si la empresa cuenta con un plan de negocios?**
- SI NO
8. **¿Usted considera que la empresa al contar con un plan de negocios mejorará la gestión administrativa, técnica, marketing y financiera?**
- Definitivamente sí
 - Probablemente sí
 - Indeciso
 - Probablemente no
 - Definitivamente no



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERIA EN MARKETING**



El propósito de la presente entrevista es realizar un análisis que permita identificar las falencias que está teniendo la empresa PROVEEDOR INDUSTRIAL en la gestión administrativa de la microempresa.

ENTREVISTA

ENTREVISTADO: Ing. Carlos Solórzano

CARGO: Gerente General

LUGAR: PROVEEDOR INDUSTRIAL

ENTREVISTA

1. ¿Cómo cree que influye la gestión administrativa aplicada en la empresa en los resultados económicos y funcionales de la misma?

En mi vida profesional tuve el agrado de mantener una educación pero simple y básica en cuanto administración por lo mismo considere en ese tiempo solo una materia más que aprobar, desde que inicie con el negocio al igual que mi familia siempre nos mantuvimos tradicionalmente y en base a una experiencia que al momento no vimos necesario aplicar varias técnicas administrativas. Desde un tiempo atrás la competencia creció al igual que la ciudad de Riobamba al ver esto vi que muchas empresas crecían pero no simplemente por mantener un buen estatus o buenos contactos sino bases administrativas que ayudaban a mantener un trabajo eficiente y eficaz en la empresa. Por lo mismo respondiendo a su respuesta creo que la administración influye mucho en el crecimiento económico y funcional ya que si una empresa no vende simplemente no genera ganancias y es una empresa dirigida a una pérdida total, la influencia de una gestión administrativa correcta es de gran importancia y vital para la estancia de una empresa.

2. ¿Qué opinión me daría acerca del actual manejo administrativo y organizacional de la empresa?

En cuanto a bases como estatutos, misión, visión, o un simple organigrama de inicio no creí indispensable hoy en día le veo muy indispensable por lo cual respondimos a su pedido para que de esta manera las cosas que a futuro queden planteadas en su tesis puedan ayudar para el crecimiento de la empresa, en cuanto a administración es muy básica cada quien empíricamente cuáles son sus funciones y sus responsabilidades.

3. ¿Cómo explicaría la actual gestión financiera de la empresa, y cuales beneficios e inconvenientes ha tenido?

En cuanto a la parte financiera no somos obligados a llevar contabilidad por lo que manejamos una administración básica de la cual no nos preocupamos mucho y como gerente creo ver ganancia sin embargo la secretaria es la que maneja la parte financiera y ella maneja solo reporte de ingresos y gastos no se mueve nada más allá de eso

4. ¿Cómo describiría el nivel de competitividad de su empresa en cuanto al marketing mix (producto, precio, plaza y promoción)?

Creo que en cuanto a producto manejamos dos clases en cuanto a prestación de servicios y creación de máquinas industriales que es muy escaso en el mercado Riobambeño pero en cuanto a pernos y repuestos creo que nos mantenemos en el mercado pero no hemos realizado ni etiquetado de nuestra marca ni nada por el estilo creo que hemos hecho lo básico en base a precios competimos de igual manera en el

mercado a pesar que deberíamos mejorar, en cuanto a plaza manejamos buena cartera de proveedores, solo que no se han hecho estudios administrativos que demuestren la buena cadena de distribución que tenemos ni nada que se relacione y en cuanto a promoción no manejamos mucho marketing sin embargo vemos la necesidad de implementar el mismo en la empresa.

5. ¿Qué medidas aplico la empresa para determinar la parte técnica previo a su funcionamiento y actualmente?

Simplemente en cuanto a localización contamos como propio el edificio en donde funcionamos no aplicamos nada técnico en cuanto a distribución, localización de la planta esto debido al desconocimiento en esa parte y vemos la necesidad debido a veces a la falta de espacio muchas veces y de acceso rápido también.

6. ¿Qué opina usted de la importancia de difundir funciones, capacitaciones, y metas de la empresa?

Creo que es muy importante sin embargo a veces creo que hemos dejado y también por no tener planteado como administración estos puntos no se ha hecho el conocimiento del mismo, creo que sería muy bueno plantearlo y dar a conocer a todos creo que como el talento humano se sintieran parte del mismo y su producción en la empresa sería alta.

7. ¿Qué técnicas ha tomado como gerente de la empresa para mejorar su competitividad en el mercado?

Como administración lo único que hemos hecho es presentar productos y servicios únicos en el mercado actualmente sin embargo no tenemos marca que nos identifique ni como meternos en la mente de consumidores como empresas del mismo índole presentan, en cuanto a técnicas no hemos aplicado como le nombre nada teórico administrativamente solo sea actuado empíricamente en base a experiencia.

8. ¿Cómo definiría usted a una buena gestión administrativa basada en un plan empresarial o más conocido como plan de negocios?

La definiría como un plan administrativo que ayuda a gestionar mantener y desarrollar una administración adecuada basada en cuatro puntos administrativo, financiero, técnico, marketing, el cual lo definiría de manera resumida como el eje de una administración excelente aplicadas a empresas.

9. ¿Cómo haría usted para mejorar la gestión y posicionamiento de la empresa?

En este caso como gerente creo que aplicaría los conocimientos de su misma índole no dejar su trabajo como un simple trabajo presentado en una universidad sino como un trabajo para aplicar en la empresa que nos ayude como empresa a gestionar de mejor manera a la empresa y más que nada crecer en el mercado y marcarnos en la mente de los consumidores, en mi posición de gerente estoy dispuesto a la aplicación de todas las sugerencias por parte de usted creo que en eso me centraría a aplicar como anteriormente explicado aplicar en los cuatro puntos tanto en la administración, financiero, marketing y técnico aplicar todas las acotaciones y recomendaciones de parte suya ya como una profesional

LOGO



PROVEEDOR INDUSTRIAL
Suministros & Servicios

ESTRATEGIAS



PROVEEDOR INDUSTRIAL
Suministros & Servicios

DÍA DE LA FAMILIA

*Porque significas mucho para la empresa y queremos formar parte de tu vida te invitamos al DÍA DE LA FAMILIA
PROVEEDOR INDUSTRIAL*



VEN Y PREPARATE PARA
GRANDES DESCUENTOS

**5% DE
DESCUENTO**

Si eres un cliente fiel a nuestra empresa el
desceento que querías esta aquí

TE ESPERAMOS



PROVEEDOR INDUSTRIAL



PROVEEDOR INDUSTRIAL
Suministros & Servicios

EMPLEADO DEL MES

Este presente se otorga a:

JOSEPH HENNINGS

Por ser el empleado más trabajador y apasionado del mes de Abril

CARLOS SOLORZANO
Gerente



**PROVEEDOR INDUSTRIAL
SUMINISTROS &
SERVICIOS**

**VEN Y CAPACÍTATE
CON NOSOTROS!**

**Provedora Industrial te invita a nuestra
capacitación y benefíciate con nuestra
empresa**

TE ESPERAMOS

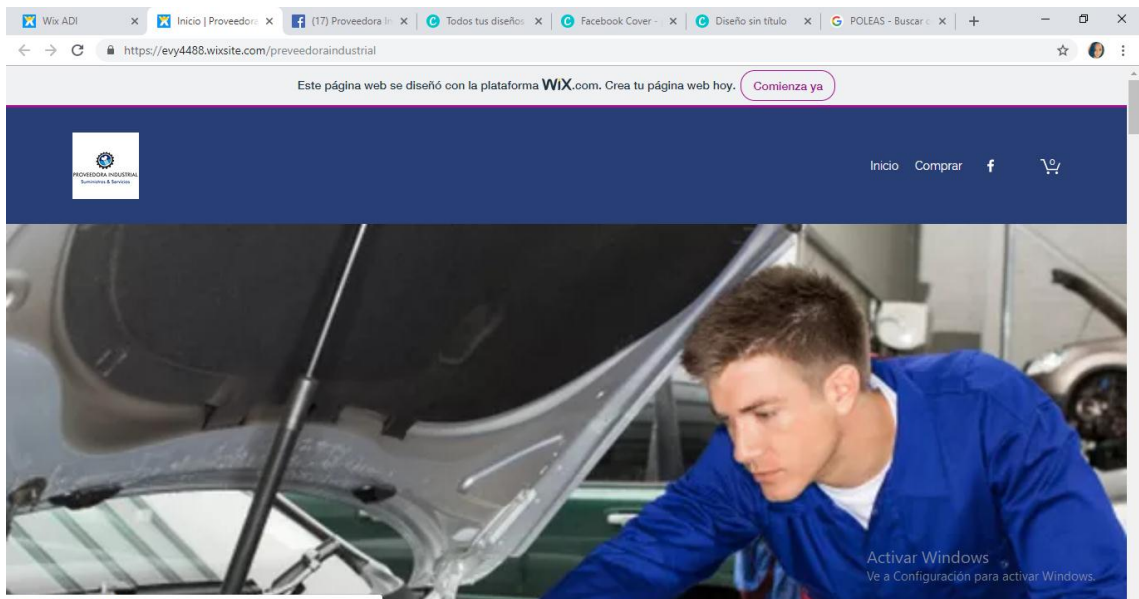


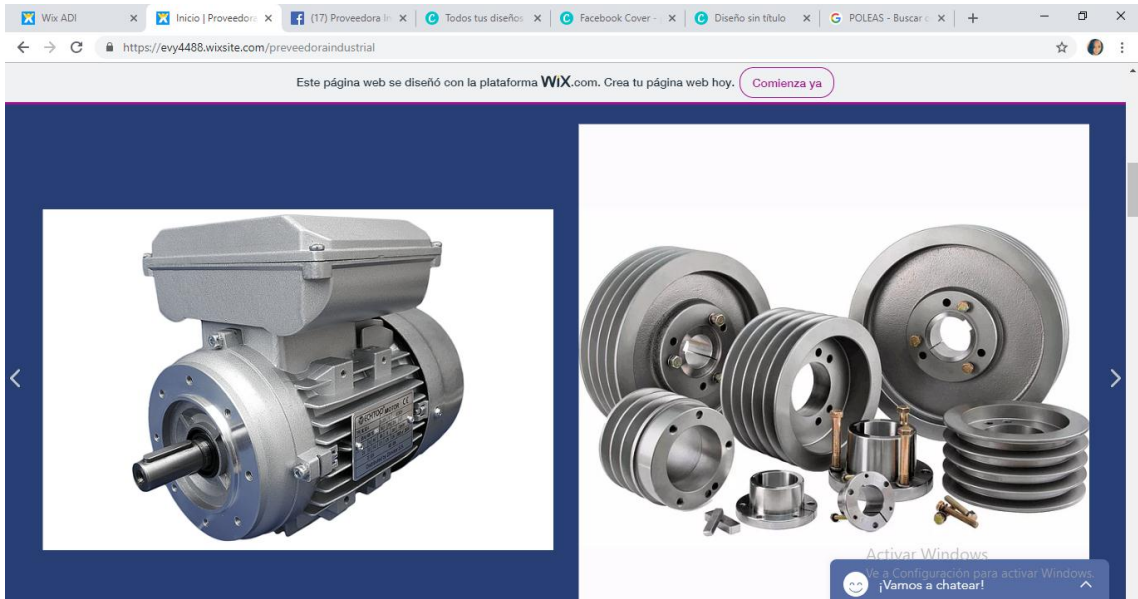
PROVEEDOR INDUSTRIAL
Suministros & Servicios

PAGINA EN FACEBOOK



SITIO WEB






Wix ADI x Inicio | Proveedor x (17) Proveedora l... x Todos tus diseños x Facebook Cover - x Diseño sin título x POLEAS - Buscar c x +

← → ↻ https://evy4488.wixsite.com/prevedoraindustrial ☆ 👤 ⋮

Este página web se diseñó con la plataforma **WIX**.com. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)



Suscribirse

Dirección de email

032940761

©2019 by Proveedora Industrial. Proudly created with Wix.com

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.
¡Vamos a chatear!

AUXILIAR DE COSTOS

Gastos administrativos

Cargo	N° de puestos	Remuneración		
		Unitario \$*	Total/mes \$	Total/año \$
SERVICIOS BÁSICOS	0	393,2	393,2	4718
REPUESTOS	0	800	800	9600
UTILES DE OFICINA	0	0	0	398
UTILES DE LIMPIEZA	0	45	45	540
SUMINISTROS DE OFICINA	0	57,2	57,2	686
MANTENIMIENTO	0	30	30	360
REMUNERACIONES	0	6148,362	6148,3621	73780
			7473,76	90082,95

Gastos generales de ventas

Detalle	Unidad de medida	Cantidad/mes*	Costo Unitario\$	Costo /mes	Costo /año
Publicidad				64,3333333	772
Gastos de servicios				83,3333333	1000
Total gastos generales de ventas				147,666667	1772

Gastos generales de distribución 200

Gastos generales de distribución /mes 16,66667

G. G. de Distribución	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
G. G. de Distribución	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00

Resumen de costos por año

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de materia prima	0	0	0	0	0
Costos indirectos	0	0	0	0	0
Costos de mano de obra	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos de administración	90082,95	90082,95	90082,95	90082,95	90082,95
Gastos de ventas	1772	1772	1772	1772	1772
TOTAL	91854,9456	91854,95	91854,946	91854,9456	91854,95

Resumen de costos por mes

Detalle	Costo/mes
Costo de materia prima	0
Costos indirectos	0
Costos de mano de obra	0,00
Gastos de administración	7473,76
Gastos de ventas	147,666667
TOTAL	7621,43