



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y**  
**RENTABILIDAD DE LA LAVADORA Y LUBRICADORA RALLY**  
**SPORT DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA**

**Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**INGENIERO EN FINANZAS**

**AUTOR:**

**JOSÉ JULIÁN CABEZAS CUENCA**

Riobamba-Ecuador

2021



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y  
RENTABILIDAD DE LA LAVADORA Y LUBRICADORA RALLY  
SPORT DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA**

**Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**INGENIERO EN FINANZAS**

**AUTOR: JOSÉ JULIÁN CABEZAS CUENCA**

**DIRECTOR: ING. MÓNICA ISABEL IZURIETA CASTELO**

Riobamba-Ecuador

2021

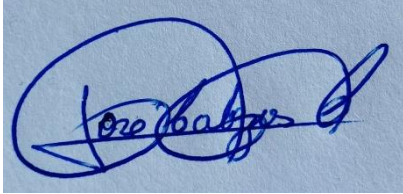
**©2021, José Julián Cabezas Cuenca**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho del Autor.

Yo, JOSÉ JULIÁN CABEZAS CUENCA, 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 autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 10 de Diciembre 2021



---

**José Julián Cabezas Cuenca**

**C.I. : 060431317-1**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

El tribunal del trabajo de titulación certifica que. El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de Investigación **PLAN DE NEGOCIOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD Y RENTABILIDAD DE LA LAVADORA Y LUBRICADORA RALLY SPORT DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA**, realizado por el señor. **JOSÉ JULIÁN CABEZAS CUENCA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

|  | <b>FIRMA</b>   | <b>FECHA</b>                           |
|--|--|--|
| <p>Ing. Jazmín Isabel García Guerra<br/> <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b></p>              | <p>JAZMIN<br/>           ISABEL<br/>           GARCIA<br/>           GUERRA<br/>           .....</p> <p style="font-size: small;">Firmado digitalmente por: JAZMIN ISABEL GARCIA GUERRA<br/>           DN: cn=JAZMIN ISABEL GARCIA GUERRA, o=ES, ou=SECURITY DATA S.A., 2 ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION<br/>           Motivo: He revisado este documento<br/>           Ubicación:</p> | <p>2021-12-10<br/>           .....</p> |
| <p>Ing. Mónica Isabel Izurieta Castelo<br/> <b>DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN</b></p> | <p> Firmado electrónicamente por:<br/> <b>MONICA ISABEL IZURIETA CASTELO</b><br/>           .....</p>   | <p>2021-12-10<br/>           .....</p> |
| <p>Ing. Ángel Gerardo Castelo Salazar<br/> <b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b></p>               | <p>ANGEL GERARDO CASTELO SALAZAR<br/>           .....</p> <p style="font-size: small;">Firmado digitalmente por ANGEL GERARDO CASTELO SALAZAR</p>  | <p>2021-12-10<br/>           .....</p> |

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo dedico con todo mi corazón en primer lugar a mi madre Hortencia Cuenca que ha sido mi apoyo incondicional en todas las cosas que he realizado en mi vida personal y estudiantil, a mi padre Jose Cabezas que gracias a sus palabras y consejos soy lo que soy ahora una persona que busca superación personal y profesional, a mis hermanos Jhonny, Valentín y Matthias.

José

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por todas las bendiciones que me ha brindado por darme salud, vida, por las ganas de seguir superándome personalmente por darme todas las virtudes y defectos que tengo. Agradezco a mis padres ya que gracias a su constante apoyo he podido cumplir una de mis metas, por estar siempre a mi lado acompañándome en mis proyectos, por darme sus consejos en los momentos que más lo he necesitado.

Agradezco también a todos mis profesores que han sido el pilar fundamental para mi aprendizaje ya que han sabido impartir su sabiduría en las aulas durante mucho tiempo.

Agradezco a la Corporación Nacional de Telecomunicaciones en especial al Lic. Iván Vargas por compartir su conocimiento al momento de desempeñarse en un ámbito laboral bajo presión, por compartir su experiencia y consejos de como desempeñarse de una manera excelente en las empresas.

José

## TABLA DE CONTENIDO

|                         |      |
|-------------------------|------|
| ÍNDICE DE TABLAS .....  | ix   |
| ÍNDICE DE FIGURAS.....  | xi   |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS..... | xii  |
| ÍNDICE DE ANEXOS .....  | xiii |
| RESUMEN.....            | xiv  |
| ABSTRACT.....           | xv   |
| INTRODUCCIÓN .....      | 1    |

### CAPITULO I

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. MARCO TEÓRICO.....</b>                          | <b>3</b>  |
| <b>1.1. Planear.....</b>                              | <b>3</b>  |
| <b>1.2. Plan .....</b>                                | <b>4</b>  |
| <b>1.3. Negocio.....</b>                              | <b>4</b>  |
| <b>1.4. Definición de plan de negocio .....</b>       | <b>4</b>  |
| <b>1.4.1. Beneficios de un plan de negocios .....</b> | <b>6</b>  |
| <b>1.4.2. Objetivos del plan de negocios.....</b>     | <b>6</b>  |
| <b>1.4.3. Ventajas del plan de negocios .....</b>     | <b>6</b>  |
| <b>1.4.4. Tipos de plan de negocio .....</b>          | <b>7</b>  |
| <b>1.5. Estructura del plan de negocios.....</b>      | <b>8</b>  |
| <b>1.5.1. Partes de un plan de negocios .....</b>     | <b>9</b>  |
| <b>1.6. Fases del plan de negocios.....</b>           | <b>11</b> |
| <b>1.7. Competitividad.....</b>                       | <b>12</b> |
| <b>1.7.1. Competitividad estratégica.....</b>         | <b>12</b> |
| <b>1.7.2. Estrategia .....</b>                        | <b>12</b> |
| <b>1.7.3. Ventaja competitiva .....</b>               | <b>13</b> |
| <b>1.8. Tipos de competitividad .....</b>             | <b>13</b> |
| <b>1.8.1. Competitividad interna .....</b>            | <b>13</b> |
| <b>1.8.2. Competitividad externa .....</b>            | <b>13</b> |
| <b>1.8.3. Productividad .....</b>                     | <b>14</b> |
| <b>1.9. Rentabilidad .....</b>                        | <b>14</b> |
| <b>1.9.1. Tipos de rentabilidad .....</b>             | <b>14</b> |
| <b>1.9.2. Razones de rentabilidad.....</b>            | <b>15</b> |
| <b>1.10. Marco Conceptual .....</b>                   | <b>16</b> |



## CAPITULO II

|               |  |    |
|---------------|--|----|
| <b>2.</b>     | <b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....                                      | 17 |
| <b>2.1.</b>   | <b>Enfoque de investigación</b> .....                                | 17 |
| <b>2.2.</b>   | <b>Nivel de investigación</b> .....                                  | 17 |
| <b>2.3.</b>   | <b>Diseño de investigación</b> .....                                 | 17 |
| <b>2.4.</b>   | <b>Tipo de estudio</b> .....   | 18 |
| <b>2.5.</b>   | <b>Métodos, técnicas e instrumentos de investigación</b> .....       | 18 |
| <b>2.5.1.</b> | <i>Técnicas</i> .....  | 18 |
| <b>2.5.2.</b> | <i>Instrumentos de investigación</i> .....                           | 19 |
| <b>2.6.</b>   | <b>Población. Selección y cálculo del tamaño de la muestra</b> ..... | 19 |
| <b>2.6.1.</b> | <i>Cálculo del tamaño de la muestra</i> .....                        | 19 |

## CAPITULO III

|                 |  |    |
|-----------------|--|----|
| <b>3.</b>       | <b>MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS</b> .....     | 21 |
| <b>3.1.</b>     | <b>Resultados</b> .....  | 21 |
| <b>3.1.1.</b>   | <i>Encuesta cliente interno propietario de la lavadora</i> .....   | 21 |
| <b>3.1.2.</b>   | <i>Encuesta clientes externos</i> .....                            | 23 |
| <b>3.1.3.</b>   | <i>Discusión de resultados</i> .....                               | 48 |
| <b>3.1.4.</b>   | <i>Idea a defender</i> .....                                       | 48 |
| <b>3.2.</b>     | <b>Propuesta</b> .....   | 49 |
| <b>3.2.1.</b>   | <i>Resumen ejecutivo</i> .....                                     | 49 |
| <b>3.2.2.</b>   | <b>Diagnóstico o análisis de la empresa</b> .....                  | 49 |
| <b>3.2.2.1.</b> | <i>Antecedentes de la lavadora y lubricadora Rally Sport</i> ..... | 49 |
| <b>3.2.2.2.</b> | <i>Visión</i> .....  | 50 |
| <b>3.2.2.3.</b> | <i>Misión</i> .....  | 51 |
| <b>3.2.2.4.</b> | <i>Análisis FODA</i> .....   | 51 |
| <b>3.2.2.5.</b> | <i>Matriz de evaluación de factores internos</i> .....             | 52 |
| <b>3.2.2.6.</b> | <i>Matriz de evaluación de factores externos</i> .....             | 53 |
| <b>3.2.3.</b>   | <b>Plan de producto</b> .....                                      | 54 |
| <b>3.2.3.1.</b> | <i>Lavado</i> .....  | 54 |
| <b>3.2.3.2.</b> | <i>Lubricado</i> .....   | 55 |
| <b>3.2.3.3.</b> | <i>Engrasado</i> .....   | 56 |
| <b>3.2.3.4.</b> | <i>Pulverizado</i> .....   | 56 |
| <b>3.2.4.</b>   | <b>Plan de marketing</b> .....                                     | 56 |
| <b>3.2.4.1.</b> | <i>Clientes</i> .....  | 56 |

|          |   |    |
|----------|---|----|
| 3.2.4.2. | <i>Competencia</i> .....  | 56 |
| 3.2.4.3. | <i>Políticas de precios</i> .....   | 57 |
| 3.2.4.4. | <i>Plaza</i> .....  | 57 |
| 3.2.4.5. | <i>Canales de distribución</i> .....  | 58 |
| 3.2.4.6. | <i>Promoción</i> .....  | 59 |
| 3.2.4.7. | <i>Publicidad</i> .....   | 61 |
| 3.2.5.   | <b><i>Plan de operaciones</i></b> .....                                     | 62 |
| 3.2.5.1. | <i>Distribución en planta</i> .....   | 62 |
| 3.2.5.2. | <i>Procesos de producción</i> .....   | 63 |
| 3.2.6.   | <b><i>Plan de organización o administración</i></b> .....                   | 68 |
| 3.2.6.1. | <i>Organigrama estructural lavadora y lubricadora Rally Sport</i> .....     | 69 |
| 3.2.6.2. | <i>Organigrama funcional de la lavadora y lubricadora Rally Sport</i> ..... | 69 |
| 3.2.6.3. | <i>Remuneraciones del personal</i> .....                                    | 76 |
| 3.2.6.4. | <i>Reglamento interno</i> .....   | 76 |
| 3.2.6.5. | <i>Marco legal</i> .....  | 79 |
| 3.2.7.   | <b><i>Plan financiero</i></b> .....   | 80 |
| 3.2.7.1. | <i>Ingresos</i> .....   | 80 |
| 3.2.7.2. | <i>Egresos</i> .....  | 81 |
| 3.2.7.3. | <i>Flujo de caja proyectado</i> .....                                       | 85 |
| 3.2.7.4. | <i>Flujo de caja actualizado</i> .....                                      | 86 |
| 3.2.7.5. | <i>Evaluaciones</i> .....   | 86 |
|          | <b>CONCLUSIONES</b> .....   | 88 |
|          | <b>RECOMENDACIONES</b> .....  | 89 |

## **GLOSARIO**

## **BIBLIOGRAFÍA**

## **ANEXOS**

## ÍNDICE DE TABLAS

|                    |   |    |
|--------------------|---|----|
| <b>Tabla 1-1:</b>  | Estructura del Marco teórico .....  | 3  |
| <b>Tabla 1-3:</b>  | Se encuentra satisfecho con la atención recibida.....                           | 23 |
| <b>Tabla 2-3:</b>  | Está conforme con el servicio que recibe de la lavadora.....                    | 24 |
| <b>Tabla 3-3:</b>  | Cumple los tiempos .....  | 25 |
| <b>Tabla 4-3:</b>  | Atención al cliente .....   | 26 |
| <b>Tabla 5-3:</b>  | Lavada del automotor .....  | 27 |
| <b>Tabla 6-3:</b>  | Limpieza de los interiores del utomotor .....                                   | 28 |
| <b>Tabla 7-3:</b>  | Conducta hacia el cliente.....  | 29 |
| <b>Tabla 8-3:</b>  | Mantenimiento de su automotor .....   | 30 |
| <b>Tabla 9-3:</b>  | La Infraestructura de la lavadora es adecuada.....                              | 31 |
| <b>Tabla 10-3:</b> | Dispone la lavadora de espacios de espera.....                                  | 32 |
| <b>Tabla 11-3:</b> | Recibe promociones .....  | 33 |
| <b>Tabla 12-3:</b> | Se cumple con la oferta de servicios.....                                       | 34 |
| <b>Tabla 13-3:</b> | Califique el servicio de lavada.....  | 35 |
| <b>Tabla 14-3:</b> | Califique el servicio de pulverizada .....                                      | 36 |
| <b>Tabla 15-3:</b> | Califique el servicio de cambio de aceite .....                                 | 37 |
| <b>Tabla 16-3:</b> | Califique el servicio de limpieza de interiores .....                           | 38 |
| <b>Tabla 17-3:</b> | Califique el servicio de lavada del motor .....                                 | 39 |
| <b>Tabla 18-3:</b> | Conoce si la lavadora presta algún servicio que no encuentra en otra lavadora.. | 40 |
| <b>Tabla 19-3:</b> | Desearía que se implemente un nuevo servicio en la lavadora.....                | 41 |
| <b>Tabla 20-3:</b> | Piensa usted que la lavadora está en un sitio estratégico.....                  | 42 |
| <b>Tabla 21-3:</b> | Es necesario expandir la lavadora para brindar un mejor servicio .....          | 43 |
| <b>Tabla 22-3:</b> | Considera usted que el personal es idóneo .....                                 | 44 |
| <b>Tabla 23-3:</b> | Le gustaría dar alguna sugerencia.....  | 45 |
| <b>Tabla 24-3:</b> | Es conveniente el costo por los servicios brindados.....                        | 46 |
| <b>Tabla 25-3:</b> | El plan de negocios mejorará la competitividad y rentabilidad.....              | 47 |
| <b>Tabla 26-3:</b> | Matriz de evaluación de factores internos EFI .....                             | 52 |
| <b>Tabla 27-3:</b> | Matriz de evaluación de factores externos EFE .....                             | 53 |
| <b>Tabla 28-3:</b> | Proceso de lavada exprés.....   | 64 |
| <b>Tabla 29-3:</b> | Proceso de lavada completa.....   | 65 |
| <b>Tabla 30-3:</b> | Proceso de cambio de aceite.....  | 66 |
| <b>Tabla 31-3:</b> | Proceso de engrasad de vehículos .....  | 67 |
| <b>Tabla 32-3:</b> | Proceso de pulverizada de vehículos .....                                       | 68 |
| <b>Tabla 33-3:</b> | Manual de funciones para el cargo de administrador .....                        | 70 |

|                    |  |    |
|--------------------|--|----|
| <b>Tabla 34-3:</b> | Manual de funciones para el cargo de secretaria .....                      | 71 |
| <b>Tabla 35-3:</b> | Manual de funciones para el cargo de trabajador 1 (secador de autos) ..... | 72 |
| <b>Tabla 36-3:</b> | Manual de funciones para el cargo de trabajador 2 (engrasador) .....       | 73 |
| <b>Tabla 37-3:</b> | Manual de funciones para el cargo de trabajador 3 (pulverizador) .....     | 74 |
| <b>Tabla 38-3:</b> | Manual de funciones para el cargo de trabajador 4 (lavador).....           | 75 |
| <b>Tabla 39-3:</b> | Remuneraciones del personal .....  | 76 |
| <b>Tabla 40-3:</b> | Ingresos.....  | 80 |
| <b>Tabla 41-3:</b> | Proyección de ingresos .....   | 81 |
| <b>Tabla 42-3:</b> | Costos de producción.....  | 81 |
| <b>Tabla 43-3:</b> | Depreciación de activos fijos.....   | 83 |
| <b>Tabla 44-3:</b> | Gastos administrativos.....  | 83 |
| <b>Tabla 45-3:</b> | Gastos de venta.....   | 84 |
| <b>Tabla 46-3:</b> | Inversiones.....   | 85 |
| <b>Tabla 47-3:</b> | Flujo de caja proyectado.....  | 85 |
| <b>Tabla 48-3:</b> | Flujo de caja actualizado .....  | 86 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|                     |  |    |
|---------------------|--|----|
| <b>Figura 1-3.</b>  | Zona de afluencia de la lavadora.....                                  | 57 |
| <b>Figura 2-3.</b>  | Ubicación de la lavadora .....   | 58 |
| <b>Figura 3-3.</b>  | Micro localización de la lavadora .....                                | 58 |
| <b>Figura 4-3.</b>  | Franela para promoción de la lavadora .....                            | 60 |
| <b>Figura 5-3.</b>  | Modelo de esfero 1 para promoción de la lavadora .....                 | 60 |
| <b>Figura 6-3.</b>  | Modelo de esfero 2 para promoción de la lavadora .....                 | 60 |
| <b>Figura 7-3.</b>  | Modelo de gorra para promoción de la lavadora.....                     | 60 |
| <b>Figura 8-3.</b>  | Modelo de volante para publicidad de la lavadora.....                  | 61 |
| <b>Figura 9-3.</b>  | Modelo de letrero para publicidad de la lavadora .....                 | 62 |
| <b>Figura 10-3.</b> | Modelo de tarjeta de presentación para publicidad de la lavadora ..... | 62 |
| <b>Figura 11-3.</b> | Modelo de distribución en planta para la lavadora.....                 | 63 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|                      |   |    |
|----------------------|---|----|
| <b>Gráfico 1-3.</b>  | Se encuentra satisfecho con la atención recibida .....                        | 23 |
| <b>Gráfico 2-3.</b>  | Está conforme con el servicio que recibe de la lavadora .....                 | 24 |
| <b>Gráfico 3-3.</b>  | Cumple con los tiempos.....   | 25 |
| <b>Gráfico 4-3.</b>  | Atención al cliente .....   | 26 |
| <b>Gráfico 5-3.</b>  | Lavada del automotor .....  | 27 |
| <b>Gráfico 6-3.</b>  | Limpieza de los interiores del automotor.....                                 | 28 |
| <b>Gráfico 7-3.</b>  | Conducta hacia el cliente .....   | 29 |
| <b>Gráfico 8-3.</b>  | Mantenimiento de su automotor .....   | 30 |
| <b>Gráfico 9-3.</b>  | La infraestructura de la lavadora es adecuada .....                           | 31 |
| <b>Gráfico 10-3.</b> | Dispone la lavadora de espacios de espera .....                               | 32 |
| <b>Gráfico 11-3.</b> | Recibe promociones.....   | 33 |
| <b>Gráfico 12-3.</b> | Se cumple con la oferta de servicios.....                                     | 34 |
| <b>Gráfico 13-3.</b> | Califique el servicio de lavada.....  | 35 |
| <b>Gráfico 14-3.</b> | Califique el servicio de pulverizada.....                                     | 36 |
| <b>Gráfico 15-3.</b> | Califique el servicio de cambio de aceite.....                                | 37 |
| <b>Gráfico 16-3.</b> | Califique el servicio de limpieza de interiores.....                          | 38 |
| <b>Gráfico 17-3.</b> | Califique el servicio de lavada del motor.....                                | 39 |
| <b>Gráfico 18-3.</b> | Conoce si la lavadora presta algún servicio que no encuentra en otra lavadora | 40 |
| <b>Gráfico 19-3.</b> | Desearía que se implemente un nuevo servicio en la lavadora.....              | 41 |
| <b>Gráfico 20-3.</b> | Piensa usted que la lavadora esta en un sitio estratégico .....               | 42 |
| <b>Gráfico 21-3.</b> | Es necesario expandir la lavadora para brindar un mejor servicio.....         | 43 |
| <b>Gráfico 22-3.</b> | Considera usted que el personal es Idóneo .....                               | 44 |
| <b>Gráfico 23-3.</b> | Le gustaría dar alguna sugerencia.....  | 45 |
| <b>Gráfico 24-3.</b> | Es conveniente el costo por los servicios brindados .....                     | 46 |
| <b>Gráfico 25-3.</b> | El plan de negocios mejorará la competitividad y rentabilidad.....            | 47 |
| <b>Gráfico 26-3.</b> | Canal de distribución de la lavadora.....                                     | 58 |
| <b>Gráfico 27-3.</b> | Canal de distribución propuesto de la lavadora .....                          | 59 |
| <b>Gráfico 28-3.</b> | Organigrama estructural .....   | 69 |

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A:** FOTOGRAFÍA DE LA LAVADORA

**ANEXO B:** CUESTIONARIO DE ENCUESTAS CLIENTES EXTERNO

**ANEXO C:** CUESTIONARIO DE ENCUESTAS PROPIETARIO

**ANEXO D:** MATRICES OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

## RESUMEN

El presente trabajo se enfocó en realizar un plan de negocios para mejorar la competitividad y rentabilidad de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba, con el propósito de contribuir al mejoramiento administrativo y financiero de la empresa. Para el desarrollo del trabajo se realizó encuestas a los clientes, trabajadores y la entrevista al propietario de dicho establecimiento en donde se pudo determinar que existen varias falencias entre las principales: No tiene un plan de negocios en donde se establezcan estrategias y metas para un crecimiento económico, no tiene definido un plan de marketing donde se den a conocer los servicios así como promociones que oferta la lavadora, de igual manera al no contar con un organigrama estructural no están definidas las funciones que deben desempeñar los trabajadores dentro de la empresa. Mediante el análisis financiero realizado se evidenció que la principal fuente de ingresos que tiene la lavadora es por los 5 servicios que oferta como lavada exprés, completa, cambio de aceite, pulverizada y engrasada dejando una ganancia promedio de 21.011.73\$ para el año 2020 que se tomó como año base, el plan de negocios tendrá una duración de 5 años por lo cual para los otros años se utilizó la tasa de crecimiento poblacional que es del 1.07%. Una vez desarrollado el análisis financiero, en el plan de producto se identificó los principales servicios que ofrece la lavadora con sus características, en el plan de marketing se estableció las estrategias para plaza, promoción, publicidad con el fin de dar a conocer más al negocio, en el plan de operaciones de detalló los flujogramas de procesos con tiempos en cada uno de ellos, se estableció un organigrama estructural en el cual están establecidas las labores que deben desempeñar cada trabajador.

**Palabras clave:** <PLAN DE NEGOCIOS>, <ADMINISTRACIÓN>, <COMERCIALIZACIÓN>, <COMPETITIVIDAD>, <RENTABILIDAD>, <ATENCION AL CLIENTE>, <ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL>.

0298-DBRA-UTP-2022



Firmado electrónicamente por:  
**RAFAEL INTY  
SALTO**




## **ABSTRACT**

The present study focused on a business plan to improve the competitiveness and profitability of a car washing machine and lubricator company called Rally Sport located in Riobamba city, with the aim of contributing to the administrative and Financial improvement of the company. For the development of the study, surveys were applied to clients, workers and an interview with the owner of the company where it was possible to determine the existence of several shortcomings such as: The company lacks of a business plan where strategies and goals are established for its economic growth, a defined marketing plan to promote its services as well as promotions offered by the company. Also, as the company lacks of a structural organization chart, the functions that workers must perform within the company are not clearly defined. Through the financial analysis, it was shown that the main source of income obtained by the company corresponds to 5 services such as: express wash, complete washing, oil change, sprayed and oiled with an average profit of \$21,011.73 during 2020, which was taken as the base year. This business plan will have a duration of 5 years, whereas the population growth rate of 1.07% was considered for the rest. Once the financial analysis was developed, the product plan identified the main services offered by the company with its characteristics. The marketing plan established strategies, promotions, and advertising in order to make the business more visible. The operations plan detailed the flowcharts of processes with specific times along with a structural organization chart to establish the activities that each worker must perform.

Keywords: <BUSINESS PLAN>, <MANAGEMENT>, <MARKETING>, <COMPETITIVENESS>, <PROFITABILITY>, <CUSTOMER SERVICE>, <STRUCTURAL ORGANIZATION CHART>.

**LUIS  
FERNANDO  
BARRIGA FRAY**



Firmado digitalmente  
por LUIS FERNANDO  
BARRIGA FRAY  
Fecha: 2022.02.16  
16:47:01 -05'00'

## **INTRODUCCIÓN**

Un Plan de Negocios es un diseño puntual de una idea para generar una acción, en este se tiene que seguir un modelo en el cual estará la estructura del negocio que quiere llegar a ser, con un conjunto de objetivos que ayudaran en el desarrollo del mismo, en muchas ocasiones un Plan de Negocios también se lo realiza internamente con el fin de planificar las tareas que diariamente tiene que realizar el personal de la empresa. En La Lavadora y Lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba es sumamente importante realizar un Plan de Negocios por el hecho de que el ahora arrendatario está empeñado en darle un giro positivo al negocio para manejarlo de manera empresarial, esto conlleva a realizar un estudio a fondo de cómo han estado laborando anteriormente y ver los problemas que tuvieron para que hayan decidido arrendar dicho establecimiento entre los problemas que se ha podido observar esta la parte productiva que no está definido un manual de procesos para cada una de las actividades que se realiza en el establecimiento con son los procesos de lavado, engrasado, pulverizado entre otros, tampoco tienen definido ninguna estrategia en aspectos de publicidad, manejo en redes sociales, promoción, imagen corporativa entre otras lo que causa el desconocimiento por parte de la empresa a saber qué es lo que desean los clientes en cuanto a sus necesidades.

En capítulo I está el marco teórico referencial en el cual cito a varios autores que tienen diversos conceptos sobre lo que es y para que se realiza un Plan de Negocios y en donde nomas se ha aplicado.

En el capítulo II está el marco metodológico el cual se realizó con el fin de recolectar datos de la empresa para poder ver las características de los servicios, y poder dar una solución factible.

En el capítulo III está el marco de resultados y discusión de resultados serán de suma importancia ya que mediante las encuestas y entrevistas que se ha realizado podemos plantear la propuesta.

### **Antecedentes de investigación**

Se toma como referencia varias investigaciones que han realizado tanto de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo como de otras universidades las mismas que servirán de guía o para la toma de datos necesarios para la investigación dentro de las principales tenemos:

El proyecto de investigación realizado por (Moreano, 2019) en la cual hace un análisis del entorno en la que identifica que la organización no maneja herramientas administrativas no diseña ni aplica estrategias en general, por lo que lleva una administración empírica lo que conlleva a que

los administradores tomen malas decisiones, para lo cual fue necesario el diseño de un plan de Negocios para dar respuesta a tanto problema que tiene la empresa.

Un plan de negocios es una herramienta fundamental que todo administrador o directivo de las empresas deben conocer para poder aplicar las diferentes estrategias concebidas en el plan de negocios, así como sirve de guía para la toma de decisiones en el futuro en este mundo tan competitivo o cambiante.

En el trabajo de titulación de (Güillín , 2017) cuyo tema es “Diseño de un plan de negocios para mejorar la Gestión de la Ferretería “Comercial Ely” del cantón San José de Chimbo, provincia de Bolívar, para el periodo 2017 – 2020” cuyo problema es la mejora de la gestión por un manejo empírico, realizó un estudio de mercado y un diagnóstico situacional encuentra que el espacio es pequeño, la falta de publicidad alta competitividad a generado la baja en las ventas, con todo este escenario plantea un plan de negocios formulando estrategias para la mejora de la Gestión.

En este trabajo de investigación se aborda la problemática para definir sus deficiencias y con esa base formula el plan de negocios abordando con estrategias los diferentes temas y problemas que tiene la organización para mejorar la gestión del negocio.

Al abordar estudios de planes de negocio en Lubricadoras se encuentra trabajos como el de (Granizo & Parra , 2015), cuyo tema es “Diseño de un plan de negocios para la lavadora y lubricadora “Auto Spa Rápidos & Económicos” en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo en el periodo 2014 -2015”, busca posicionar la marca en la mente del consumidor, mediante el estudio de mercado permitió establecer la necesidad de los clientes con esto se formuló estrategias de diversificación, diferenciación, precios, publicidad, promoción atención al cliente, producción y guías organizacionales para toda la empresa.

En casi todos los trabajos de investigación se comienza con un diagnóstico para tener elementos para formular las diferentes estrategias que pueden ser aplicadas en un negocio mediante la formulación de un plan de negocios.

## CAPITULO I

### 1. MARCO TEÓRICO

El Marco teórico es la base y la recopilación de las consideraciones de las teorías en las que se va a sustentar el tema de investigación por lo tanto estará estructurado de la siguiente manera como lo muestra la tabla 1.1:

**Tabla 1-1:** Estructura del marco teórico

|                  |   |
|------------------|---|
| Plan de Negocios | <ul style="list-style-type: none"><li>• Definición de Planear</li><li>• Definición de Plan</li><li>• Definición de Negocio</li><li>• Definición de Plan de negocios</li><li>• Beneficios del plan de Negocios</li><li>• Objetivos del Plan de Negocios</li><li>• Ventajas del plan de negocios</li><li>• Tipos de plan de negocios</li><li>• Estructura del plan de negocios</li><li>• Partes de un plan de negocios</li><li>• Fases del plan de negocios</li></ul> |
| Competitividad   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Definición de Competitividad</li><li>• Competitividad Estratégica</li><li>• Estrategia</li><li>• Ventaja Competitiva</li><li>• Tipos de competitividad</li></ul>  |
| Rentabilidad     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Definición</li><li>• Tipos de Rentabilidad</li><li>• Razones de Rentabilidad</li></ul>  |

**Fuente:** Fuentes Bibliográficas

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

#### 1.1. Planear

Para (Koontz, Wehrich, & Cannice, 2012, p.34) planear es “elegir misiones y objetivos, así como las acciones para alcanzarlos, lo que requiere decidir.”

Por lo tanto, debemos definir que queremos como organización, hacia donde queremos llegar que objetivos debemos cumplir y como lo vamos a cumplir.

## **1.2. Plan**

Puede referirse al ejercicio de las habilidades para un juego, a ensayar un cierto número de veces antes de cada actuación, o a fabricar o a anunciar un producto (Stoner, Freeman, & Gilbert, 2006, p.20).

Un plan es la acción o medio que los directores o gerentes toman para cumplir con las metas (Bateman & Snell, 2019, p.28).

(Hitt, Black, & Porter, Administración, 2016, p.45) define al plan como “los medios a través de los cuales el administrador espera lograr las metas esperadas.”

El plan son todas las acciones plasmadas en estrategias que toma un gerente, propietario o directivo para el cumplimiento de las metas previamente establecidas o planteadas.

## **1.3. Negocio**

Un negocio según (Sastre, 2009, p.10), lo define como “es la combinación del producto que ofrece una empresa y el mercado al que va destinado.”

“Nombre genérico que se da a cualquier firma comercial. También es sinónimo de operación” (Sabino, 2006, p.12).

(Galindo, 2008, p.35) “Empresa es decir conjunto integrado de actividades y activos dirigidos y gestionados con el fin de proporcionar un rendimiento a los inversores o menores costes u otros beneficios económicos que reviertan directa y proporcionalmente a los asegurados o participantes.”

Negocio es todo lugar donde se realicen transacciones o donde se produzca un bien o servicio también es conocido como Empresa, organización.

## **1.4. Definición de plan de negocio**

“Documento escrito que resume una oportunidad de negocios y define y articula como se aprovechará y se explotará la oportunidad identificada” (Robbins & Coulter, 2005, p.19) todo plan de negocios es un documento en la cual se va a articular como explotar la oportunidad identificada de esta manera se busca el crecimiento del negocio.

Para (Stoner, Freeman, & Gilbert, 2006, p.22) un plan de negocios es “un documento formal que contiene la definición del objeto de la empresa, la descripción de sus bienes o servicios, un análisis del mercado, proyecciones financieras y una definición de las estrategias de la gerencia para alcanzar las metas.”

El plan de negocios es “como una prueba de laboratorio que permite identificar qué pasaría si se creara una empresa sin asumir el riesgo de hacerlo. Sirve para simular el futuro de la empresa y tomar decisiones” (Ministerio de Comercio, 2010, p.5).

Un plan de negocios para (Company, 2003, p.10) describe la misión, entorno operativo activos/pasivos, estrategia, metas generales, personas y sus roles, responsabilidades y tácticas para cada departamento de la empresa.

“Pasó de la planeación formal que se concentra en la empresa entera y que describe todos los elementos implicados en el comienzo de la misma” (Bateman & Snell, 2019, p.31).

(Hellriegel, Jackson, & Slocum, 2009, p.33) define como plan de negocios “describe la idea básica que sirve de fundamento para el inicio y esboza la forma en que la idea se podrá hacer realidad.”

Un plan de negocios es “documento donde se expone la idea básica para la iniciativa de negocios y que incluye descripciones de donde se encuentra usted ahora, hacia donde desea ir y como pretende llegar allí” (Longenecker, Moore, Petty, & Palich, 2012, p.12).

(Balanko, 2018, p.2) define al plan de negocios como “un instrumento que proporciona una oportunidad para moldear una poderosa estrategia de desarrollo de negocios.”

Para (Garzozzi, Messina, Moncada, Ochoa, & Zambrano, 2014, p.5) “el plan de negocios describe brevemente el futuro como lo percibe el empresario potencial. Incluirá suposiciones justificadas sobre lo que posiblemente suceda.”

En síntesis, un plan de negocios es un documento base que se elabora con la finalidad de saber cómo estamos y como debemos estar en un futuro al aplicar todas las estrategias que se definieron en el plan, este documento servirá para los clientes internos que va a ser de guía para el cumplimiento de las metas, así como para los clientes externos que puede servir como los bancos o instituciones financieras para ver hacia dónde quieren llegar con las estrategias planteadas.

#### **1.4.1. Beneficios de un plan de negocios**

Dentro de los beneficios que se puede lograr al formular un plan de negocios tenemos los siguientes:

1. Permite tomar decisiones acertadas al aplicar la guía o estrategias definidas en el plan de negocios
2. Conseguir y mantener clientes
3. Minimiza el riesgo en las operaciones al ser una guía de acción en las diferentes áreas que tiene la empresa
4. Documento clave para solicitar fuentes de financiamiento en instituciones financieras.
5. Define actividades a los funcionarios y trabajadores del negocio
6. Se puede hacer alianzas estratégicas ya que se tiene definido un plan de acción para varios años
7. Busca optimizar recursos y eliminar desperdicios.
8. Se puede realizar el seguimiento y control de las actividades en la organización.
9. Define una guía financiera para ser aplicada y evaluada por los administradores

En síntesis, los beneficios que se tiene al diseñar un plan financiero correcto son varias tanto para los propietarios como para los administradores.

Todo plan de negocios debe de ser claro, conciso e informativo; que muestre lo que se necesita conocer sin mucha palabrería se debe mostrar lo que se quiere dar solución con estrategias y análisis claros y concisos.

#### **1.4.2. Objetivos del plan de negocios**

Según (Longenecker, Moore, Petty, & Palich, 2012, p.32) establece que todo plan de negocios debe tener los siguientes objetivos:

1. Identificar la naturaleza y el contexto de la oportunidad del negocio
2. Delinear el enfoque que se va a utilizar para aprovechar la oportunidad.
3. Determinar los factores para determinar si el negocio o la iniciativa será exitoso

#### **1.4.3. Ventajas del plan de negocios**

Para (Santos, 2004, pág. 4) menciona seis ventajas específicas que debe tener un plan de negocios las cuales son:

- Suministra una guía clara de las acciones a seguir.

- Suministra un valioso Instrumento de comunicación Interna
- Constituye un útil y eficaz método para el autodesarrollo como empresario
- Constituye un eficaz instrumento de comunicación Externa
- Ayuda a crear una mentalidad interna orientada a la rentabilidad
- Constituye un eficaz instrumento de Control

Como se puede observar las ventajas que tiene la elaboración de un plan de negocios, es una guía para el empresario, inversionista o trabajador de una organización, además puede ser utilizado como un instrumento de comunicación de la organización a los clientes externos.

#### **1.4.4.      *Tipos de plan de negocio***

Según (Pimentel, 2008, p.3), manifiesta que dentro de los tipos de planes de negocios existen los siguientes:

**Plan de Negocios para empresas en marcha.** Las empresas en marcha, conforme pasa el tiempo van incrementando sus actividades y existe un crecimiento para lo cual se necesita de evaluar al negocio como una nueva unidad de producción de forma independiente.

**Plan de Negocios para empresas nuevas.** El plan de negocios para empresas nuevas se convierte en el diseño de la idea y como convertirla en una realidad, cuáles son las estrategias para el cumplimiento de las metas y los objetivos planteados, este plan una vez puesto en marcha el negocio servirá como guía para el cumplimiento de los objetivos que se plantearon.

**Plan de Negocios para Inversionistas.** Este documento debe ser lo más conciso y claro no debe de pasar las 30 hojas, los apartados que se debe de tomar en cuenta para la elaboración de este plan es el plan financiero con su viabilidad y retorno de la inversión es lo que más toman en cuenta los inversionistas.

**Plan de Negocios para Administradores.** Es un plan donde se detalla más a profundidad los diferentes aspectos del mismo, cuya finalidad es la toma de decisiones a nivel gerencial gracias a la información que se detalle en el plan, se sugiere que se separe por secciones facilitando a la parte interesada dirigirse a la que más le importe.

Existe un plan de negocios para cada necesidad, tanto para empresarios o administradores, así como para inversionistas, de la misma manera un plan de negocios puede ser elaborado para empresas nuevas como en marcha que deseen cambiar algún producto.



## 1.5. Estructura del plan de negocios

Diferentes autores tienen diferentes esquemas o estructuras para un plan de negocios dentro de los principales tenemos:

Para (Bateman & Snell, 2019, p.25) un plan de negocios tiene la siguiente estructura;

- I. Resumen Ejecutivo
- II. Industria, Compañía, productos o servicios
- III. Estudio del mercado y análisis
- IV. Economía del negocio
- V. Plan de Marketing
- VI. Diseño y desarrollo del producto
- VII. Fabricación y planes de operaciones
- VIII. Equipo de Dirección
- IX. Calendario General
- X. Riesgos Críticos, problemas y suposiciones
- XI. Plan Financiero
- XII. Propuesta para la Compañía
- XIII. Apéndices

Para (Robbins & Coulter, 2005, p.17) un plan de negocios debe de tener la siguiente estructura:

1. **Resumen Ejecutivo.** donde se sintetiza los puntos más importantes
2. **Análisis de las oportunidades.** donde se analiza el mercado meta, evaluar las tendencias y a los competidores
3. **Análisis del contexto.** Se hace un análisis Político, económico, legal, social y tecnológico
4. **Descripción de la empresa.** Como se va a organizar, se describe un plan de marketing, plan de talento humano de producción en sí de todas las áreas que tiene la organización
5. **Datos financieros y proyecciones.** Consta de los planes financieros con un análisis mínimo de 3 años, en la cual debe constar ingresos y egresos proyectados, flujo de efectivo, balances proforma, estado de costos, punto de equilibrio entre otros.
6. **Documentación de respaldo.** Estos pueden ser tablas, gráficas, y otros documentos auxiliares que respalden al plan.

Los componentes de un plan de negocios para (Hellriegel, Jackson, & Slocum, 2009) es el siguiente:

- I. Resumen Ejecutivo
- II. Componente de la descripción de la empresa
- III. Componente de Marketing

- IV. Componente de Ubicación
- V. Componente de Administración
- VI. Componente Financiero
- VII. Componente de riesgos críticos potenciales
- VIII. Componente de Logros del programa
- IX. Apéndice o bibliografía

Para (Longenecker, Moore, Petty, & Palich, 2012, p.170) la estructura básica que debe contener un plan de negocios es:

- 1. Portada
- 2. Contenido
- 3. Resumen Ejecutivo
- 4. Análisis de la Industria, del cliente meta y del competidor.
- 5. Descripción de la empresa
- 6. Plan de producto o servicio
- 7. Plan de Marketing
- 8. Plan de operaciones y desarrollo
- 9. Equipos de administración
- 10. Riesgos críticos
- 11. Oferta
- 12. Plan financiero
- 13. Apéndice de documentos de apoyo

#### **1.5.1. Partes de un plan de negocios**

La siguiente es la estructura en la que se va a tomar en cuenta para la formulación del plan de negocios de la lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba.

#### **1. Diagnóstico o Análisis Externo de la Industria.**

Para (Balanko, 2018, p.5) determina que “el análisis de la industria y del mercado intentan identificar los factores que influirán en el ambiente externo en el cual opera el negocio.”

El análisis de la industria es el análisis externo que se realiza de la organización que pueden ser en lo político, social, económico, legal y tecnológico o puede ser el análisis que se puede realizar en lo q respecta a las amenazas y a las oportunidades que tiene toda organización.

## **2. Plan de Producto o servicio.**

(Longenecker, Moore, Petty, & Palich, 2012, p.10) el plan de producto o servicio “describe los productos y servicios que la empresa ofrecerá a sus clientes en la que se explican sus méritos.”

En este plan se debe de describir las características de los productos o servicios y también la estrategia de crecimiento del producto o servicio.

## **3. Plan de Marketing.**

Para (Longenecker, Moore, Petty, & Palich, 2012, p.16) el plan de Marketing “describe la forma en que la empresa llegará a los clientes dentro de un mercado determinado y los atenderá.”

En este acápite se determina las estrategias como la empresa va a llegar a los clientes con la aplicación del Marketing Mix como estrategias de determinación de precios, estrategias de promoción y publicidad, el enfoque de ventas el tipo o características de los vendedores, canales de distribución, políticas de crédito, atención al cliente entre otras estrategias.

## **4. Plan de Operaciones y Desarrollo.**

En este apartado para (Longenecker, Moore, Petty, & Palich, 2012, p.8) “ofrece información acerca de cómo se producirá u ofrecerá un producto o servicio, como la descripción de las instalaciones, materias primas y requerimientos de procesamiento.”

En este plan se debe analizar aspectos como la ubicación, la distribución en planta el flujo de los materiales, así como determinar los flujogramas de los servicios que ofrece la organización.

## **5. Plan de Organización.**

En el plan de organización se debe “describir la estructura organizacional de la empresa y su trayectoria.”

En este plan además de la estructura organizacional se debe poner la estructura funcional, así también aspectos como el aspecto legal y aspectos como el tipo de dirección o liderazgo que se tenga.

## **6. Riesgo Crítico**

En esta sección (Longenecker, Moore, Petty, & Palich, 2012, p.13) “identifica los posibles riesgos que un inversionista puede encontrar.”

En esta sección se identifica las fallas o problemas que podría encontrar un inversionista o los propietarios del negocio. Estos elementos pueden ser los costos o el riesgo de invertir y asomen un nuevo marco legislativo que puede perjudicar al negocio.

## **7. Plan Financiero.**

“Un plan financiero es colocar los cimientos de los conceptos y de la estructura que se requiere para establecer un plan financiero proforma para su negocio” (Balanko, 2018, p.9).

En esta sección se debe presentar la posición financiera, así como los pronósticos financieros, presupuestos o estados financieros proyectados, análisis de punto de equilibrio. Se debe explicar cómo se obtuvieron esas cifras y como aplicarlos.

### **1.6. Fases del plan de negocios**

Según (Osterwalder, 2012, p.60) manifiesta que existen 5 fases en un plan de negocios para la aplicación de un emprendimiento o negocio nuevo son: la movilización, la comprensión, el diseño la aplicación y la gestión.

Las actividades de preparación para la formulación del plan de negocios como la determinación de los objetivos, las ideas principales entre otras se denomina la Fase de Movilización.

La fase de comprensión son todas las actividades de investigación como el análisis del entorno, así como de los clientes, recopilación de experiencias e ideas de otros negocios similares.

En la fase de diseño se formula la estructura del modelo de negocios con todas las ideas y estrategias obtenidos en las fases anteriores y adaptarle a la realidad de la organización en la cual se va a aplicar el plan de negocios.

La fase de aplicación se refiere a aplicar o ensayar el prototipo del plan de negocios formulado para el emprendimiento en otras palabras se va a ensayar con lo anteriormente desarrollado en las fases anteriores.

Y por último la fase de gestión es la puesta en marcha del plan de negocios en la cual se deben de adaptado o modificado de acuerdo a las necesidades del mercado para lo cual es necesario realizar un seguimiento y control permanente para verificar el cumplimiento de los objetivos y metas establecidos inicialmente.

## **1.7. Competitividad**

Para (Sastre, 2009, p.56) la Competitividad empresarial es “significa lograr una rentabilidad igual o superior a los rivales en el mercado. Es la capacidad para competir en condiciones favorables (precio más bajo, calidad o imagen mejor, etc.) y hace referencia a la posición relativa que tiene una empresa en relación competidores.”

(Sabino, 2006, p.55) manifiesta que la competitividad es “capacidad de ser competitivo. Se dice que una empresa o industria tiene competitividad cuando es capaz de competir adecuadamente en el mercado.”

La competitividad se refiere a la diferenciación que existe de un negocio o empresa con la competencia mediante la rentabilidad que se obtenga en un periodo determinado o de análisis. La empresa o industria será competitivo en un mercado cuando no se puede quedar en desventaja frente a los demás industrias o empresas parecidas o similares.

### **1.7.1. Competitividad estratégica**

Según (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2015, p.64) es cuando alcanza una organización cuando formula una estrategia que le crea valor y su implementación la realiza con éxito.

La competitividad estratégica se cumple cuando se define una estrategia la cual va a ser diferenciadora de la competencia y se logra su implementación con total éxito

### **1.7.2. Estrategia**

Para (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2015, p.43) define a la estrategia como un conjunto de compromisos y acciones integradas y coordinadas que son diseñadas para tener una ventaja competitiva.

La estrategia son las acciones que se definen para el cumplimiento de las metas y con ello lograr una ventaja competitiva con relación a la competencia.

### **1.7.3. Ventaja competitiva**

Según (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2015, p.22) la ventaja competitiva sucede cuando se implementa una estrategia que crea más valor a sus clientes y sus competidores no la pueden replicar.

La ventaja competitiva son las estrategias aplicadas en la organización las cuales crean una diferenciación con la competencia y se percibe por parte de los clientes, estas pueden provenir de los siguientes orígenes:

- Imperfecciones del mercado
- Oportunidades derivadas de la estructura del sector
- Recursos limitados
- Explotación de marcas o nombres
- Habilidades de la organización

## **1.8. Tipos de competitividad**

### **1.8.1. Competitividad interna.**

La competitividad Interna es la capacidad que tiene cada organización de superarse por sí misma y ser más eficiente en comparación a las metas que se plantearon inicialmente (Sastre, 2009, p.12).

### **1.8.2. Competitividad externa.**

“Es aquella condición en de la retribución que posibilita atraer y retener a las personas necesarias para el óptimo cumplimiento de los objetivos de la organización” (Sastre, 2009, p.6).

Este término se refiere a la capacidad que tiene la empresa de retener a sus trabajadores dentro de la organización, la competitividad va de la mano con diferentes factores como la productividad, la rentabilidad o la eficiencia en ventas

### 1.8.3. *Productividad*

Es un razón o ratio que para (Cruelles, 2013, p.55) dice que mide el grado de aprovechamiento de los factores o recursos que se utilizan en la producción de un bien o servicio su fórmula para el cálculo es:

$$Productividad = \frac{Producción}{Recursos} * 100$$

Existe diferentes tipos de productividad dentro de los cuales tenemos:

- **Productividad Total.** Es la razón entre la producción y el total de recursos utilizados
- **Productividad de un solo factor.** Cuando se lo aplica con un solo factor como la Producción sobre Mano de Obra.

### 1.9. **Rentabilidad**

Para (Galindo, 2008, p.78) manifiesta que Rentabilidad es “Capacidad de generar beneficios.”

Para (Sastre, 2009, p.47) define a la Rentabilidad como “Se puede definir como la ganancia obtenida en un determinado periodo. Para calcular se necesita del beneficio obtenido, capital invertido y el tiempo transcurrido.”

La rentabilidad es el valor que se obtiene de ganancia que se obtiene en un periodo determinado esta se puede medir mediante ratios o indicadores.

#### 1.9.1. *Tipos de rentabilidad*

Existen diferentes tipos de rentabilidad entre las principales tenemos:

**Rentabilidad Económica.** Recoge la rentabilidad que la empresa obtiene de sus activos su cálculo se lo describe mediante la razón BAIT / Inversión: también se le conoce como el ROA

**Rentabilidad Financiera.** Recoge la rentabilidad de los fondos propios es la relación entre el Beneficio Neto / Inversión también se lo denomina ROE.

### **1.9.2. Razones de rentabilidad**

Estas razones o indicadores según (García & Paredes, 2014, p.25) manifiesta que permiten evaluar los rendimientos o ganancias generadas por las organizaciones para lo cual se aplica las siguientes razones:

#### **1. Rentabilidad.**

Esta razón financiera permite evaluar o comparar el resultado de la empresa con el rendimiento que las instituciones financieras pueden ofrecer a los clientes, para (García & Paredes, 2014, p.68) enuncia que la rentabilidad se basa en la siguiente formula:

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{Utilidad Ejercicio}}{\text{Capital Contable} - \text{Utilidad del Ejercicio}} * 100$$

#### **2. Razón de rendimiento sobre las ventas**

Para (García, 2014) esta razón mide el desempeño y la eficiencia operativa de una organización, el resultado mide la utilidad por cada dólar vendido se calcula con la siguiente formula:

$$\text{Rendimiento sobre Ventas (ROS)} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} * 100$$

#### **3. Razón de Rendimiento sobre los activos.**

Según (García, 2014, p.34) esta razón o indica cuál es el rendimiento respecto al total de los activos totales, mide el porcentaje de utilidad por cada dólar invertido en activos, su formula de cálculo es:

$$\text{Rendimiento sobre Activos Totales (ROA)} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}} * 100$$

#### **4. Razón de Rendimiento sobre el capital contable**

El autor (García, 2014, p.34) expresa que esta razón mide la utilidad neta sobre el capital invertido en la organización, su formula de cálculo es:



$$\text{Rendimiento sobre el capital contable (ROE)} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}} * 100$$

### 1.10. Marco Conceptual

**Administración.** “es el proceso a través del cual se coordinan y optimizan recursos de un grupo social con el fin de lograr la máxima eficacia, calidad y productividad en la consecución de sus objetivos” (Münch, 2017, p.45).

**Dirigir.** “Influir en las personas para que contribuyan a las organizacionales y de grupo” (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012, p.89).

**Emprendedor.** “Persona que opera fuera del ámbito organizacional y se enfoca en la innovación y la creatividad para transformar un sueño o una idea en un proyecto rentable” (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012, p.34).

**Organización.** “Estructura intencional y formal de funciones o puestos” (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012, p.76).

**Proceso.** “Método sistemático para manejar las actividades” (Stoner, Freeman, & Gilbert, 2006, p.23).

**Sistema.** “En una organización las funciones y las actividades que trabajan juntas para realizar los propósitos de las organizaciones” (Stoner, Freeman, & Gilbert, 2006, p.90).

**Toma de decisiones.** “Proceso para encontrar y elegir u curso de acción para resolver un problema concreto” (Stoner, Freeman, & Gilbert, 2006, p.98).

## CAPITULO II

### 2. MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1. Enfoque de investigación

Según (Hernández Sampieri, Fernandez, & Baptista, 2016, p.76) la investigación Cualitativa es aquella que “usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la mediación numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento”

Esta investigación fue basada en un enfoque cuantitativa ya que se recolectó datos para medir la eficacia de los trabajadores al momento de lavar el vehículo.

Los datos recogidos en la investigación sirvieron para realizar el análisis de la información y establecer las estrategias necesarias formuladas en el plan de negocios para la lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba.

#### 2.2. Nivel de investigación

En esta investigación se utilizó el estudio descriptivo que para (Hernández Sampieri, Fernandez, & Baptista, 2016, p.51), manifiesta que estos estudios “busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.”

Este trabajo investigativo tuvo un nivel descriptivo busco especificar las principales características de los servicios, así como los requerimientos de los clientes y cómo podemos mejorar el servicio al cliente.

#### 2.3. Diseño de investigación

Para (Bermúdez & Rodriguez, 2016, p.75) manifiesta que el diseño de la investigación “tiene como fin establecer como se llevará a cabo la investigación. Está constituido por las diversas técnicas y procedimientos específicos que se utilizan para conseguir los objetivos propuestas por ella.”

La investigación al no manipular las variables intencionalmente tuvo un diseño No experimental, solo se observó el comportamiento que tuvo las variables mediante el formulario de encuesta realizado a los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba.

Tuvo un corte transversal ya que solo se tomó o se realizó en un solo momento la toma de los datos mediante la encuesta a los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba.

#### **2.4. Tipo de estudio**

Según el autor (Bernal, 2010, p.89) manifiesta que existen diferentes tipos de investigación que se ajustan a la necesidad de la investigación que se va a realizar y tenemos las siguientes:

**Documental** consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema (Bernal, 2010, p.90).

En esta investigación fue documental ya que se revisó diferentes fuentes de información como textos especializados, artículos de revistas, trabajos de investigación para obtener información acerca del tema tratado que fue el plan de negocios.

**De campo.** Para (Martínez, 2012, p.52) manifiesta que la investigación de campo es el estudio de algún fenómeno natural o proceso social en el lugar y momento en que se presenta.

Para lo cual se realizó la toma de la información de los datos, en el campo es decir donde se originan los hechos, las encuestas se realizó a los clientes de la de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba

#### **2.5. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación**

El método inductivo señala (Bernal, 2010, p.49) que “utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general.”

Se aplicó el método Inductivo el mismo que va de lo particular a lo general, es decir se partió de la observación del problema, se realizó la encuesta tanto a los clientes internos como a los clientes externos, se tabuló, se obtuvo información relevante y con esta información se pudo establecer las estrategias para la formulación del plan de negocios para la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba.

##### **2.5.1. Técnicas**

**La observación,** esta técnica se aplicó al observar los pasos y procedimientos que se realiza en la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba, así como la atención a los clientes que realiza por parte de los empleados y trabajadores.

**La Encuesta**, esta técnica se aplicó para levantar la información mediante preguntas a los clientes internos y externos de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba y obtener información relevante para establecer las estrategias en el plan de negocios.

### **2.5.2. Instrumentos de investigación**

**Ficha de Observación**, se utilizó para anotar las diferentes fenómenos o causas que se pudo observar en la investigación.

**Cuestionario de Encuesta**, este instrumento se utilizó para levantar la información de los clientes internos y externos de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba mediante preguntas cerradas, esta información fue tabulada para determinar aspectos que sirvió en la formulación de las estrategias.

## **2.6. Población. Selección y cálculo del tamaño de la muestra**

Población para (Lerma, 2011, p.78) manifiesta que “es el conjunto de todos los elementos de la misma especie que presentan una misma característica determinada o que corresponde a una misma definición y a cuyos elementos se le estudiarán sus características y relaciones.”

Para la presente investigación existen 2 tipos de población la de los clientes internos y de los clientes externos que a continuación vamos a detallar:

La población de los clientes internos está compuesta de 5 trabajadores y de 2 empleados que realizan las funciones administrativas que son el propietario y la secretaria.

La población de los clientes externos que tiene la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba, según la base de datos que cuenta la lubricadora son alrededor de 1200 clientes según consta en los registros de las facturas de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba.

### **2.6.1. Cálculo del tamaño de la muestra**

Para la primera población se va a aplicar a todos los miembros de la población que son los clientes internos que son 7 personas en total.

Para los clientes externos el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente formula que es para poblaciones finitas es decir cuando se conoce el tamaño de la población

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

n=Tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza= 1,96

p=probabilidad de éxito o que ocurra el evento= 0,5

q=probabilidad de fracaso o que no ocurra el evento= 0,5

e=error muestral= 5%

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 1200}{0,05^2(1200 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} = \frac{588}{3,4875} = 168,60 = 169$$

El tamaño de la muestra es de 169 clientes

## CAPITULO III

### 3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 3.1. Resultados

Los resultados que se obtuvieron luego de realizar las encuestas a los clientes tanto internos como externos de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba son los siguientes:

##### 3.1.1. *Encuesta cliente interno propietario de la lavadora*

**Pregunta 1.** ¿Existe un plan de negocios para la Lavadora y Lubricadora Rally Sport?

El propietario de la Lavadora contesto que No existe un plan de negocios

**Pregunta 2.** ¿Conoce usted si se realiza inspecciones rutinarias para verificar el cumplimiento de los procesos?

Si se realiza inspecciones rutinarias por parte del propietario para verificar el cumplimiento de los procesos

**Pregunta 3.** ¿Están definidos los procedimientos?

Si existen definidos los procedimientos, pero de forma teórica

**Pregunta 4.** ¿Los precios que la lavadora tiene son accesibles para el cliente?

Los precios si son accesibles a los clientes estamos dentro del rango de la competencia

**Pregunta 5.** ¿Existe un manual de seguridad ocupacional?

No existe un manual de seguridad ocupacional

**Pregunta 6.** ¿Cuenta la lavadora con protocolos de seguridad?

Si tiene protocolos de seguridad la lavadora

**Pregunta 7.** ¿Considera usted que la maquinaria que posee la lavadora es eficaz para su trabajo?

La maquinaria q posee la Lavadora Si es eficaz para realizar el trabajo

**Pregunta 8.** ¿Piensa usted que sea necesario implementar más maquinaria para el servicio?

No se requiere aumentar más maquinaria tal vez si el cambio de las actuales

**Pregunta 9.** ¿Habido alguna queja de un cliente sobre el trato de algún trabajador?

No ha habido quejas por el trato de los trabajadores

**Pregunta 10.** ¿Cree usted que los trabajadores reciben un sueldo justo y adecuado?

Si la remuneración es justa y adecuada

**Pregunta 11.** ¿Ha recibido usted algún tipo de capacitación para que pueda desempeñarse de una mejor manera en su labor?

Si ha recibido capacitación

**Pregunta 12.** ¿Cada que tiempo realiza una planificación para la compra de insumos?

Cada 2 semanas se realiza la planificación de insumos

**Pregunta 13.** ¿Cada que tiempo realiza el control de los insumos de trabajo que posee la lavadora?

Cada 30 días se realiza el control de insumos

**Pregunta 14.** ¿Cada que tiempo realiza charlas con los trabajadores para conocer las necesidades que tengan?

Una vez al mes se realiza charlas con los trabajadores

**Pregunta 15.** ¿Motiva a sus trabajadores?

Si se motiva a los trabajadores

**Pregunta 16.** ¿Cómo motiva a sus trabajadores?

Con Charlas y remuneraciones extras

**Pregunta 17.** ¿Está determinado una cadena de mando entre los trabajadores?

No está determinado un orden de mando entre los trabajadores

### 3.1.2. Encuesta clientes externos

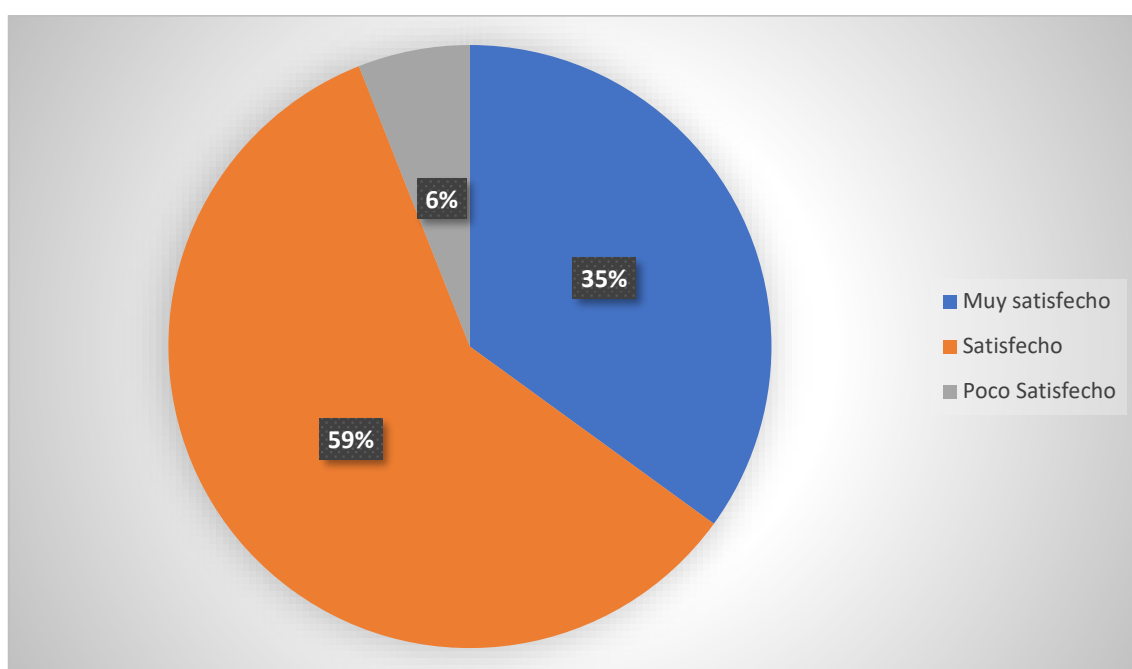
**Pregunta 1.** ¿Se encuentra satisfecho con la atención que recibe de la lavadora?

**Tabla 2-3:** Se encuentra satisfecho con la atención recibida

|                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido |
|-----------------|------------|------------|-------------------|
| Muy satisfecho  | 60         | 35         | 35                |
| Satisfecho      | 99         | 59         | 59                |
| Poco Satisfecho | 10         | 6          | 6                 |
| Total           | 169        | 100,0      | 100               |

Fuente: Encuestas Clientes

Realizado por: Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 1-3.** Se encuentra satisfecho con la atención recibida

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

#### Interpretación

El 94% de los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba se encuentran satisfechos con la atención que recibe en comparación con el 6% que está poco satisfecho, lo que significa un nivel alto de satisfacción de los clientes sobre la atención que reciben de parte de la Lavadora.



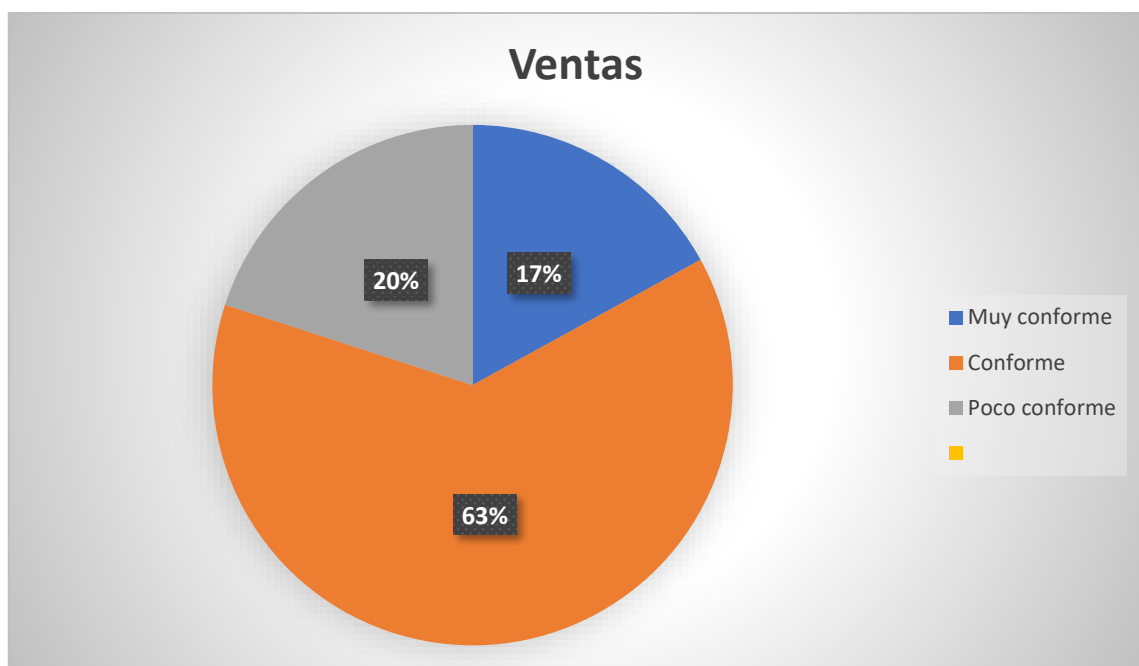
**Pregunta 2.** ¿Está usted conforme con el servicio que recibe de la lavadora?

**Tabla 3-3:** Está conforme con el servicio que recibe de la lavadora

|               | Frecuencia | Porcentaje   | Porcentaje válido |
|---------------|------------|--------------|-------------------|
| Muy Conforme  | 24         | 17           | 17                |
| Conforme      | 106        | 63           | 63                |
| Poco Conforme | 39         | 20           | 20                |
| <b>Total</b>  | <b>169</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>      |

**Fuente:** Encuestas Clientes

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 2-3.** Está conforme con el servicio que recibe de la lavadora

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

### **Interpretación**

El 80% de los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba se encuentran conformes como muy conformes con los servicios ofrecidos por la lavadora, esto se debe al buen trato y la amistad que el dueño ha generado con sus clientes que además de brindar un buen servicio conoce a todos, lo que significa un nivel alto de satisfacción por parte de ellos y por los servicios recibidos, solo el 20% de los clientes se encuentran poco conformes con los servicios recibidos por la lavadora.

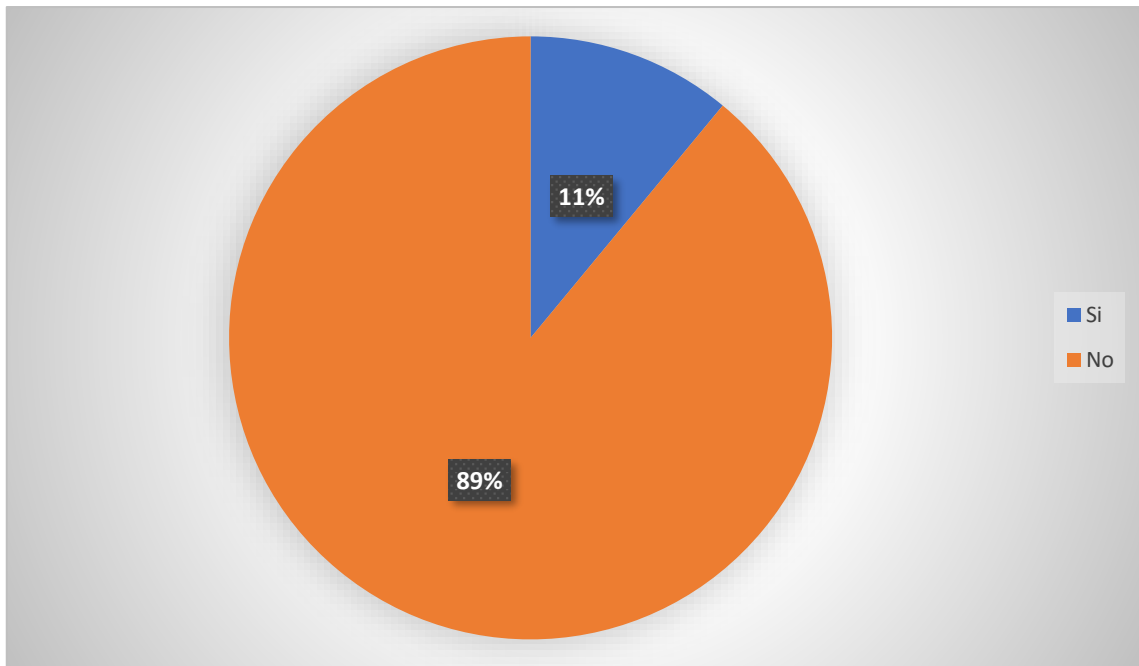
**Pregunta 3.** ¿Cumple los tiempos establecidos para brindar el servicio?

**Tabla 4-3:** Cumple los tiempos

|              | Frecuencia | Porcentaje   | Porcentaje válido |
|--------------|------------|--------------|-------------------|
| No           | 18         | 11           | 11                |
| Si           | 151        | 89           | 89                |
| <b>Total</b> | <b>169</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>      |

Fuente: Encuestas Clientes

Realizado por: Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 3-3.** Cumple con los tiempos

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

### Interpretación

En su mayoría los clientes con el 100% de encuestados el 89% manifiestan que cumple los tiempos establecidos para brindar el servicio, lo que da la garantía que si se ofrece entregar al cliente el vehículo en un tiempo determinado la lavadora lo cumple, logrando la satisfacción por parte de los mismos.

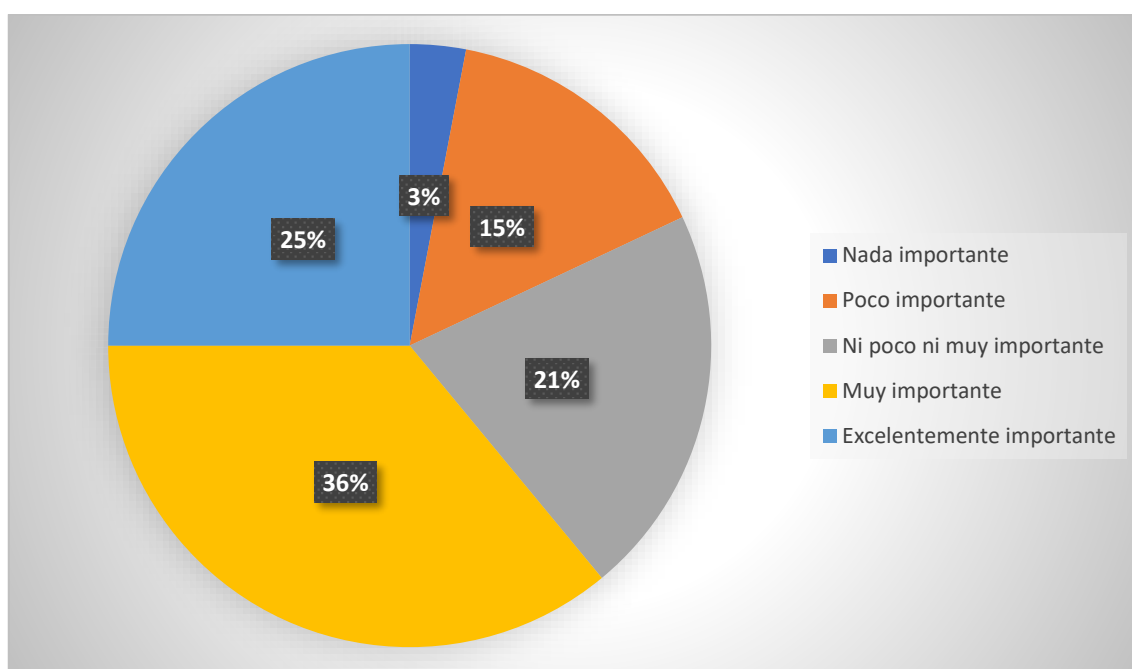
**Pregunta 4.** Califique la calidad de atención recibida por parte del personal en lo referente a Atención al Cliente

**Tabla 5-3:** Atención al cliente

|                           | Frecuencia | Porcentaje   | Porcentaje válido |
|---------------------------|------------|--------------|-------------------|
| Nada importante           | 6          | 3            | 3                 |
| Poco Importante           | 25         | 15           | 15                |
| Ni poco ni muy Importante | 35         | 21           | 21                |
| Muy Importante            | 61         | 36           | 36                |
| Excelentemente Importante | 42         | 25           | 25                |
| <b>Total</b>              | <b>169</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>      |

Fuente: Encuestas Clientes

Realizado por: Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 4-3.** Atención al cliente

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

### Interpretación

El 61% de los clientes califican de muy y excelentemente importante la atención al cliente que reciben de los funcionarios de la lavadora, el 39% de los clientes consideran que la atención a los clientes esta entre ni poco ni muy importante como también lo califican como poco importante, lo que le interesa a los clientes es que le cumplan con lo ofrecido y en un tiempo determinado.

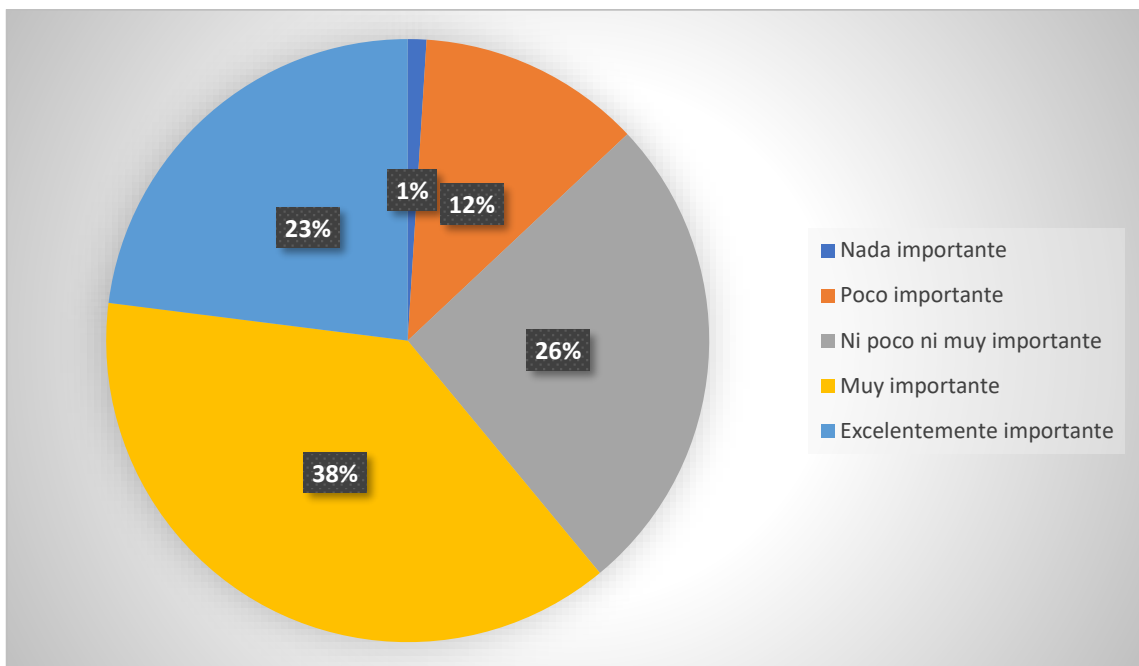
**Pregunta 4b.** Califique la calidad de atención recibida por parte del personal en lo referente a Lavada del Automotor

**Tabla 6-3:** Lavada del automotor

|                           | Frecuencia | Porcentaje   | Porcentaje válido |
|---------------------------|------------|--------------|-------------------|
| Nada importante           | 2          | 1            | 1                 |
| Poco Importante           | 21         | 12           | 12                |
| Ni poco ni muy Importante | 44         | 26           | 26                |
| Muy Importante            | 65         | 38           | 38                |
| Excelentemente Importante | 37         | 23           | 23                |
| <b>Total</b>              | <b>169</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>      |

Fuente: Encuestas Clientes

Realizado por: Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 5-3.** Lavada del automotor

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

### Interpretación

El 87% de los clientes califican la atención recibida en lo que respecta a la lavada del automotor desde el término medio hasta excelentemente importante lo que significa que el servicio otorgado en lo referente a la lavada del automotor es muy bueno ya que según manifiestan ha ayudado a conservar en óptimas condiciones el automotor, solo el 13% de los clientes consideran como nada o poco importante al servicio de lavada del automotor.

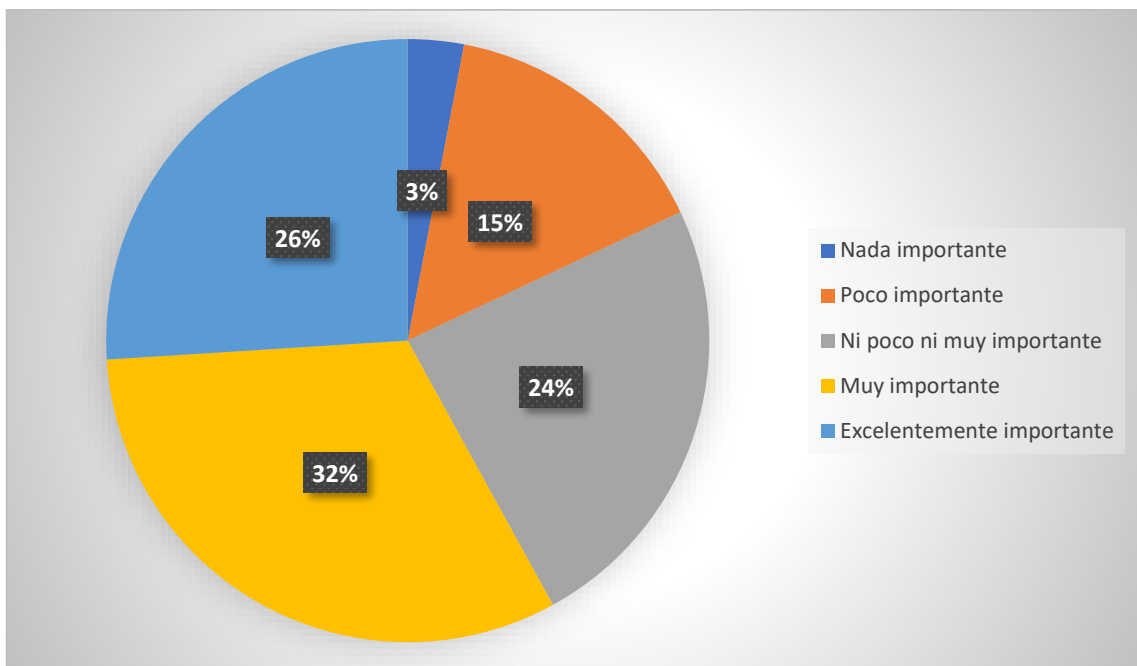
**Pregunta 4c.** Califique la calidad de atención recibida por parte del personal en lo referente a Limpieza de los interiores del automotor

**Tabla 7-3:** Limpieza de los interiores del automotor

|                           | Frecuencia | Porcentaje   |
|---------------------------|------------|--------------|
| Nada importante           | 5          | 3            |
| Poco Importante           | 25         | 15           |
| Ni poco ni muy Importante | 41         | 24           |
| Muy Importante            | 54         | 32           |
| Excelentemente Importante | 44         | 26           |
| <b>Total</b>              | <b>169</b> | <b>100,0</b> |

Fuente: Encuestas Clientes

Realizado por: Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 6-3.** Limpieza de los interiores del automotor

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

### Interpretación

El 82% de los clientes califican la atención recibida en lo que respecta a la limpieza de los interiores del automotor desde el término medio hasta excelentemente importante lo que significa que el servicio otorgado en lo referente a la limpieza de los interiores del automotor es muy bueno, incluso han manifestado que el costo es mucho menor al que otros negocios ofrecen ya que viene incluido en el servicio, solo el 18% de los clientes consideran como nada o poco importante al servicio de limpieza de los interiores del automotor.

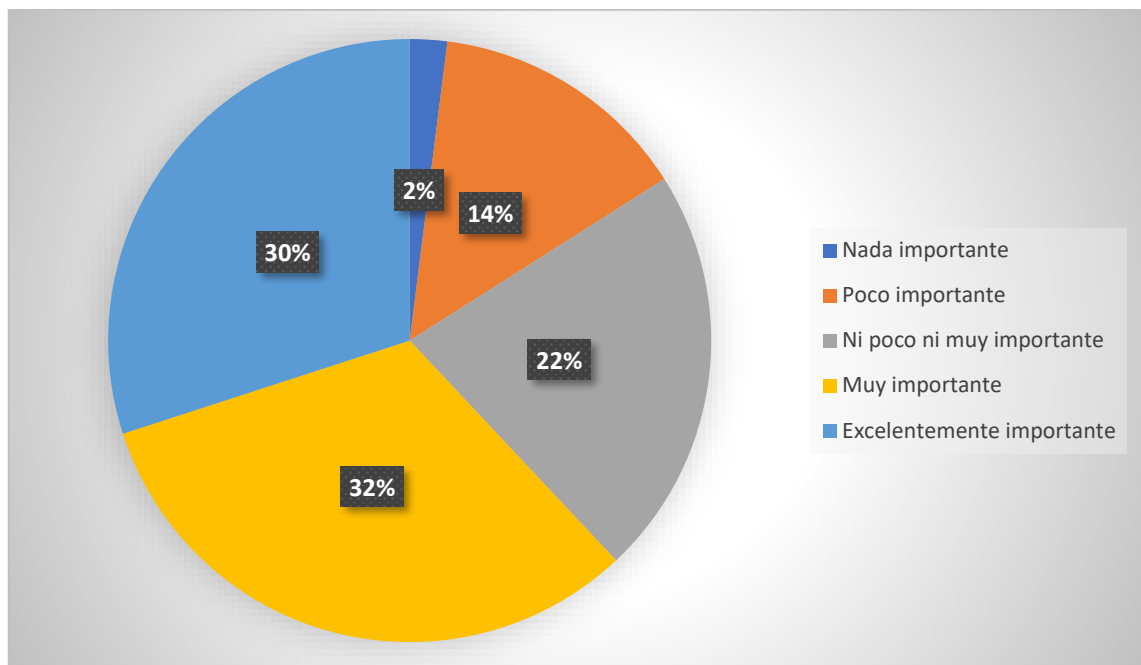
**Pregunta 4d.** Califique la calidad de atención recibida por parte del personal en lo referente a Conducta hacia el cliente

**Tabla 8-3:** Conducta hacia el cliente

|                           | Frecuencia | Porcentaje   |
|---------------------------|------------|--------------|
| Nada importante           | 3          | 2            |
| Poco Importante           | 23         | 14           |
| Ni poco ni muy Importante | 38         | 22           |
| Muy Importante            | 54         | 32           |
| Excelentemente Importante | 51         | 30           |
| <b>Total</b>              | <b>169</b> | <b>100,0</b> |

Fuente: Encuestas Clientes

Realizado por: Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 7-3.** Conducta hacia el cliente

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

### Interpretación

El 84% califican la atención recibida en lo que respecta a la conducta hacia el cliente desde el término medio hasta excelentemente importante lo que significa que el servicio otorgado en lo referente a la conducta hacia el cliente como muy bueno, esto se debe a las continuas charlas que se han implementado entre el dueño y los que laboran en la Lavadora ya que se ha inculcado que el cliente es un amigo más, solo el 16% de los clientes consideran como nada o poco importante a la conducta hacia el cliente.

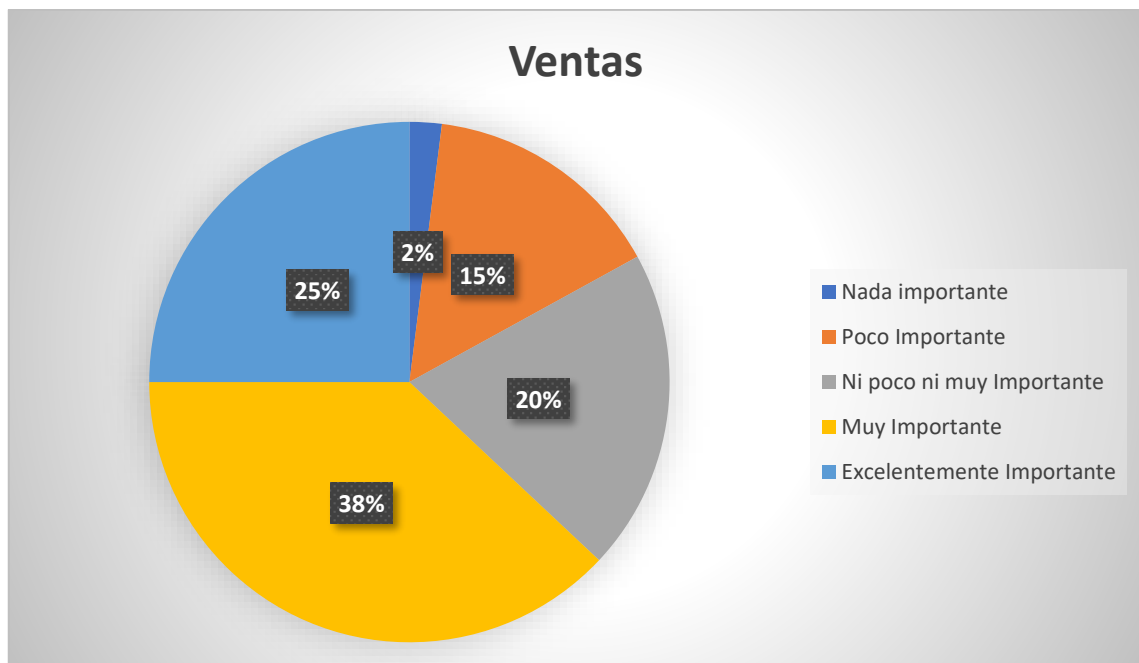
**Pregunta 4e.** Califique la calidad de atención recibida por parte del personal en lo referente a Mantenimiento de su automotor

**Tabla 9-3:** Mantenimiento de su automotor

|                           | Frecuencia | Porcentaje   |
|---------------------------|------------|--------------|
| Nada importante           | 4          | 2            |
| Poco Importante           | 25         | 15           |
| Ni poco ni muy Importante | 34         | 20           |
| Muy Importante            | 65         | 38           |
| Excelentemente Importante | 41         | 25           |
| <b>Total</b>              | <b>169</b> | <b>100,0</b> |

**Fuente:** Encuestas Clientes

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 8-3.** Mantenimiento de su automotor

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

### Interpretación

El 83% de los clientes califican a la atención recibida en lo que respecta al Mantenimiento de su automotor desde el término medio hasta excelentemente importante lo que significa que el servicio otorgado en lo referente al Mantenimiento de su automotor como muy bueno, debido a que el personal tiene conocimiento y mucha experiencia en el ámbito automotriz que le ha permitido desempeñarse de una muy buena manera otro factor y muy importante es que se trabaja con marcas de aceites internacionales que son muy buenas que cuidan el automotor, el 17% de los clientes consideran como nada o poco importante al Mantenimiento de su automotor.

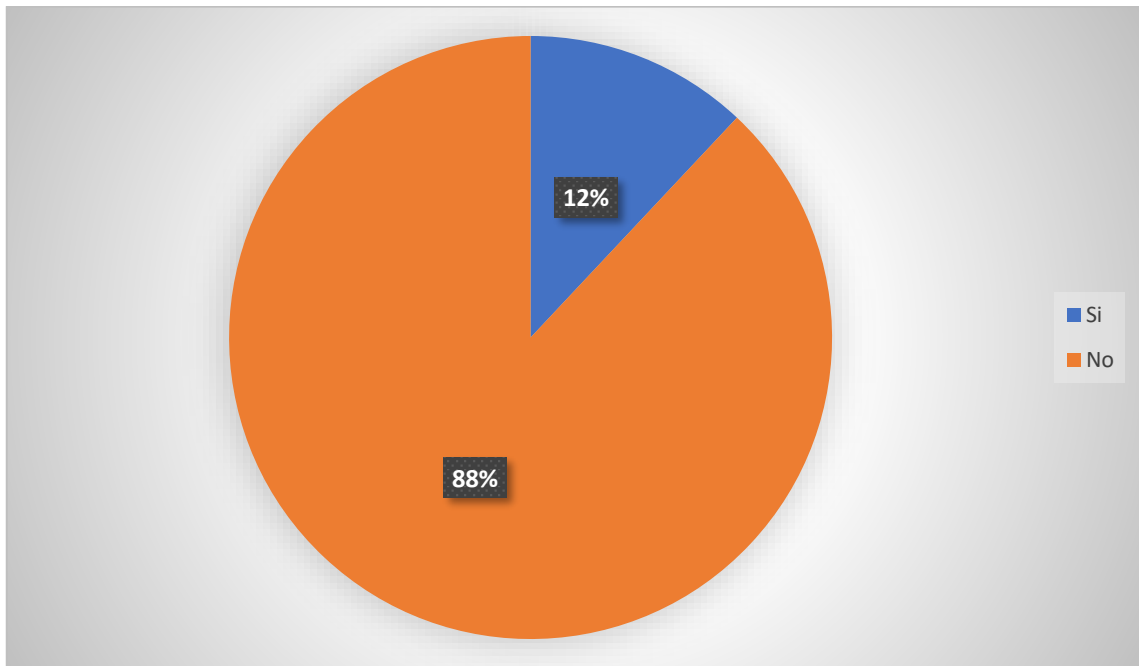
**Pregunta 5.** ¿Considera usted que la infraestructura de la lavadora es adecuada para el servicio que necesita?

**Tabla 10-3:** La Infraestructura de la lavadora es adecuada

|              | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| No           | 21                | 12                |
| Si           | 148               | 88                |
| <b>Total</b> | <b>169</b>        | <b>100,0</b>      |

**Fuente:** Encuestas Clientes

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 9-3.** La Infraestructura de la lavadora es adecuada

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

### **Interpretación**

La mayoría de los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba en un 88% consideran que la infraestructura de la lavadora es adecuada para el servicio que necesita por lo que es de gran capacidad ya que posee bastante espacio para para que los trabajadores se puedan desenvolver de una mejor manera, solo el 12% de los clientes en un porcentaje bajo manifiestan que la infraestructura no es adecuada para prestar el servicio.



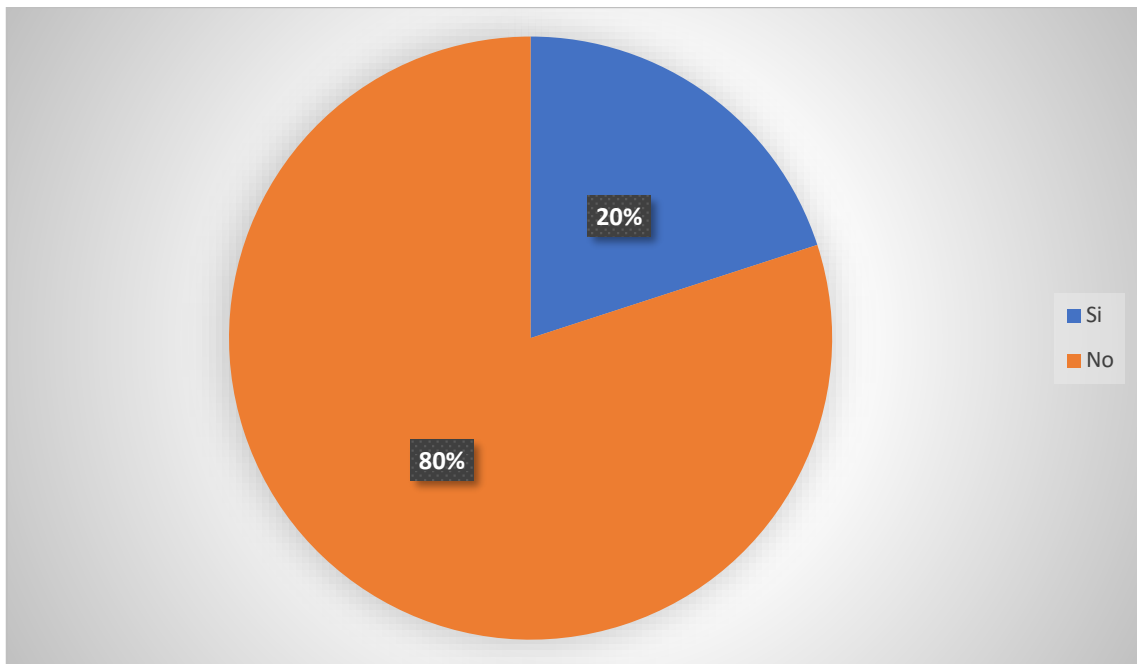
**Pregunta 6.** ¿Dispone la lavadora de espacios de espera mientras lavan su automotor?

**Tabla 11-3:** Dispone la lavadora de espacios de espera

|              | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| <b>No</b>    | 33                | 20                |
| <b>Si</b>    | 136               | 80                |
| <b>Total</b> | <b>169</b>        | <b>100,0</b>      |

**Fuente:** Encuestas Clientes

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 10-3.** Dispone la lavadora de espacios de espera

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

### **Interpretación**

La mayoría de los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba en un 80% consideran que la lavadora si dispone de un espacio de espera mientras realizan el servicio de lavado, solo el 20% de los clientes en un porcentaje bajo manifiestan que la lavadora no dispone de un espacio de espera mientras se realiza el servicio de lavado y lubricado de su automotor.

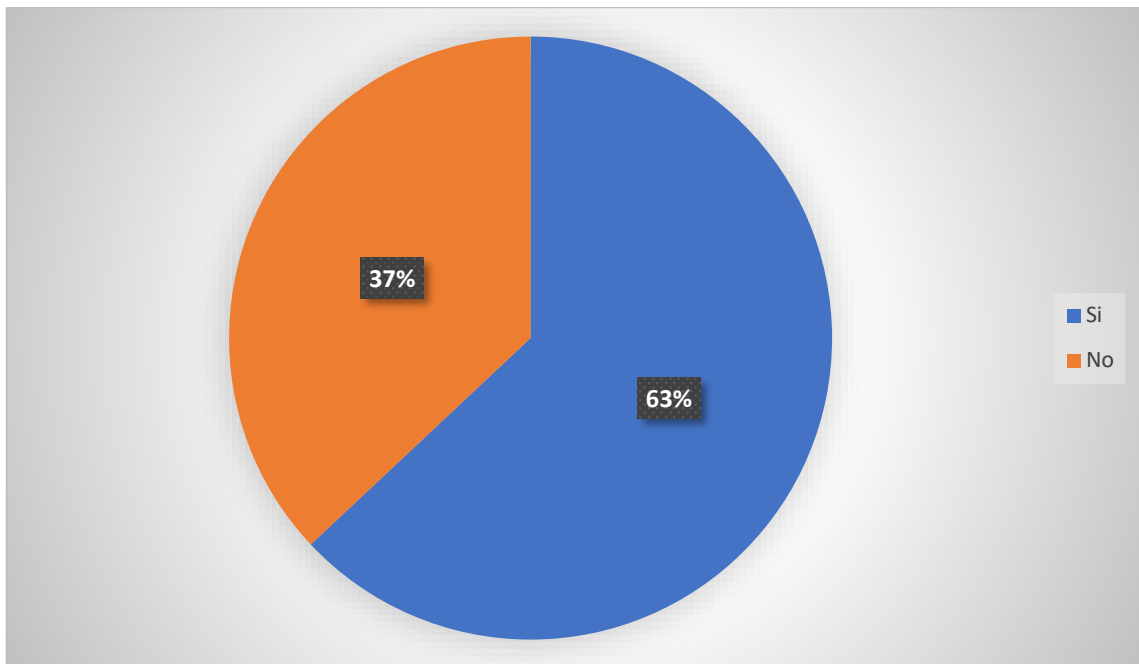
**Pregunta 7.** ¿Recibe promociones por parte de la lavadora como lavada gratis u otros?

**Tabla 12-3:** Recibe promociones

|              | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| No           | 107               | 63                |
| Si           | 62                | 37                |
| <b>Total</b> | <b>169</b>        | <b>100,0</b>      |

Fuente: Encuestas Clientes

Realizado por: Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 11-3.** Recibe promociones

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

### **Interpretación**

Más de la mitad de los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba en un 63% consideran que la lavadora no realiza ningún tipo de promociones como lavadas gratis u otro tipo de promociones, solo el 37% de los clientes que no es un porcentaje alto manifiestan que si reciben promociones o conocen que la lavadora si realiza promociones como lavadas gratis entre otras promociones, en este punto se debe fortalecer en el plan de negocios que se propone.

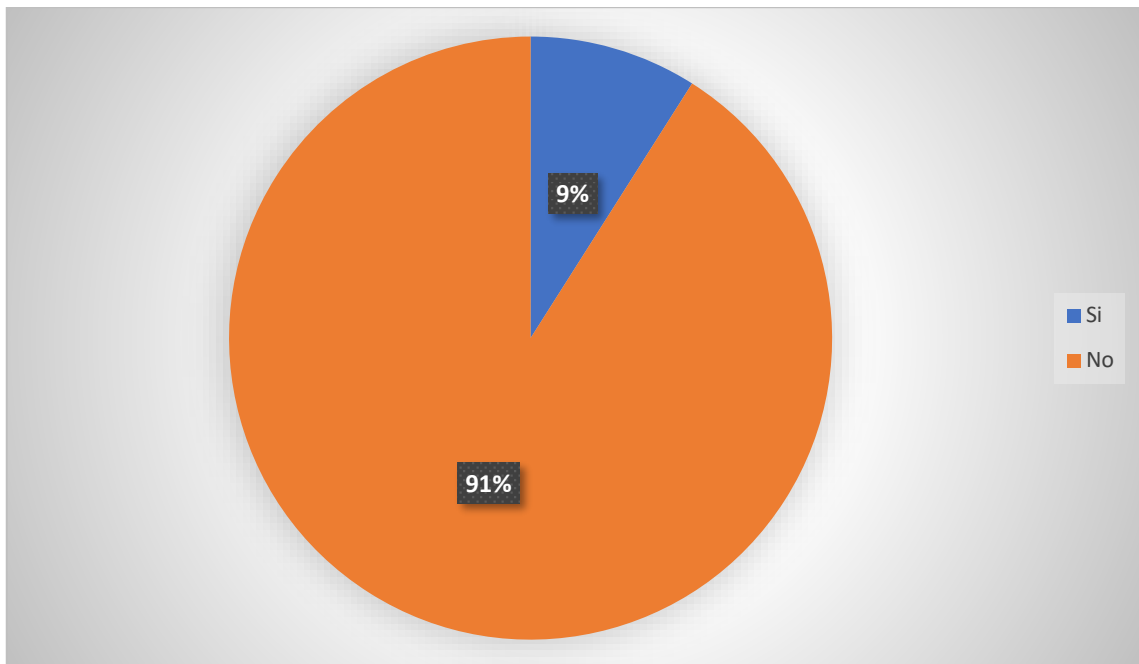
**Pregunta 8.** ¿Se cumple con los servicios que la lavadora oferta?

**Tabla 13-3:** Se cumple con la oferta de servicios

|              | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| No           | 15                | 9                 |
| Si           | 154               | 91                |
| <b>Total</b> | <b>169</b>        | <b>100,0</b>      |

**Fuente:** Encuestas Clientes

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 12-3.** Se cumple con la oferta de servicios

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

### **Interpretación**

El 91% de los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba se sienten satisfechos con los servicios ya que la lavadora cumple con los servicios que oferta entre ellos y el que más se ocupa es que con un cambio de aceite recibo de promoción una media lavada de su automotor, solo el 9% de los clientes no se encuentran satisfechos ya que manifiestan que la lavadora no cumple con los servicios que la lavadora oferta.

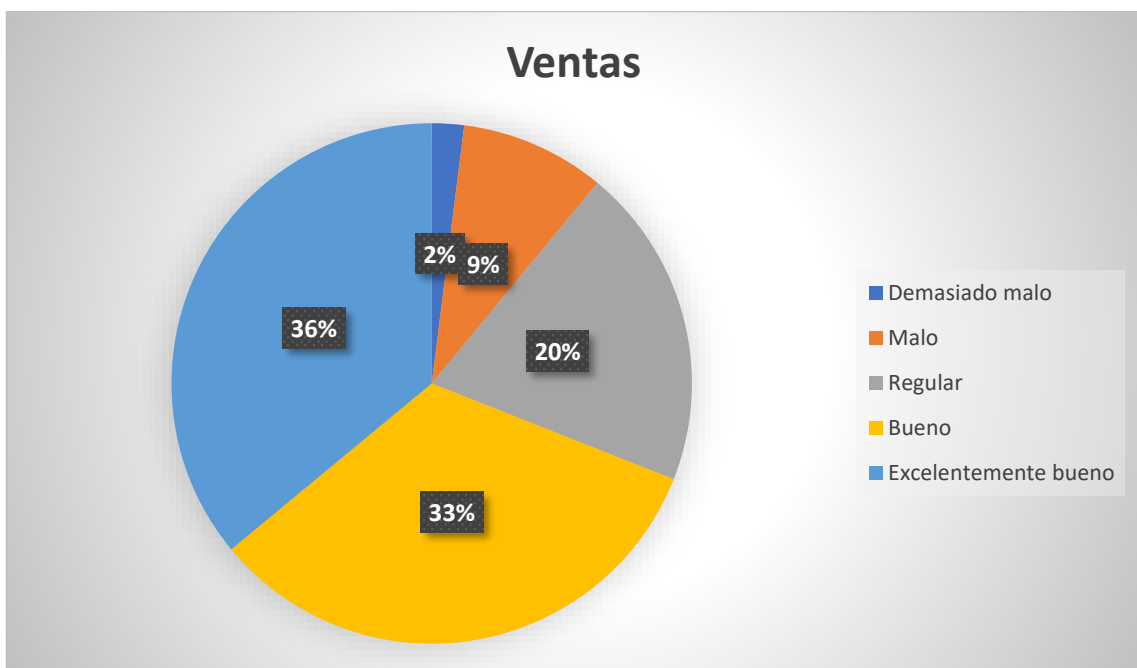
**Pregunta 9a.** Califique los servicios de la lavadora “Lavada”

**Tabla 14-3:** Califique el servicio de lavada

|                      | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|----------------------|-------------------|-------------------|
| Demasiado malo       | 3                 | 2                 |
| Malo                 | 15                | 9                 |
| Regular              | 34                | 20                |
| Bueno                | 56                | 33                |
| Excelentemente bueno | 61                | 36                |
| <b>Total</b>         | <b>169</b>        | <b>100,0</b>      |

Fuente: Encuestas Clientes

Realizado por: Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 13-3.** Califique el servicio de lavada

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

**Interpretación**

El 89% de los clientes califica a los servicios de lavada desde la mitad hasta excelentemente bueno, ya que los trabajadores realizan su labor de una manera adecuada, es decir se sienten satisfechos, solo el 11% de los clientes califican de nada o poco importante el servicio de lavada.

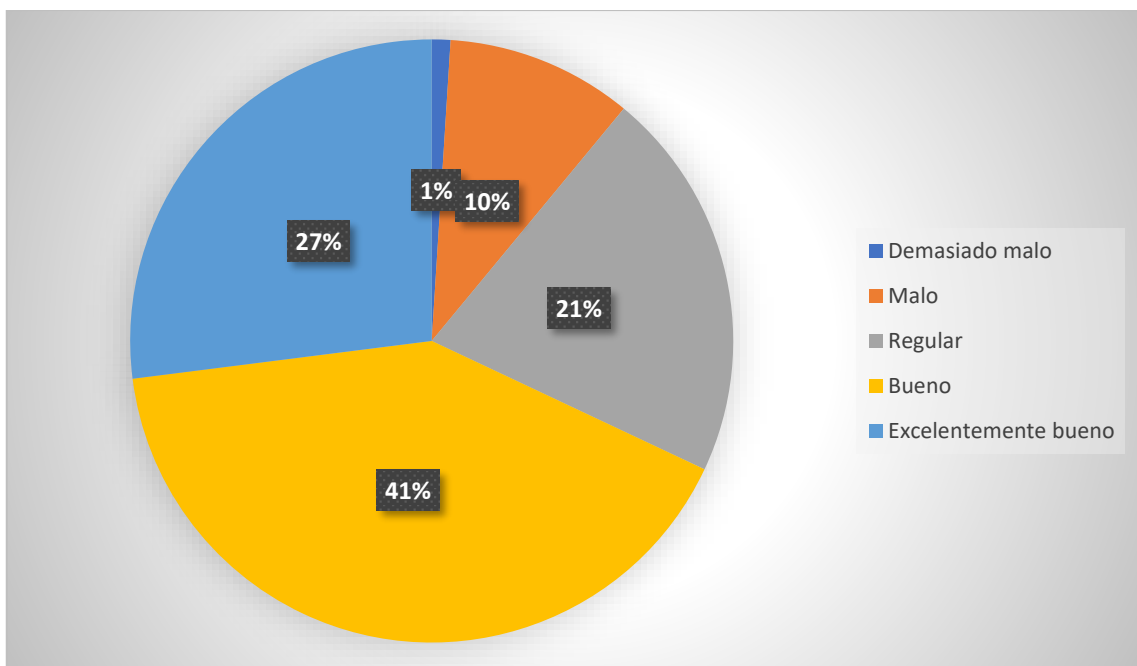
**Pregunta 9b.** Califique los servicios de la lavadora “Pulverizada”

**Tabla 15-3:** Califique el servicio de pulverizada

|                      | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|----------------------|-------------------|-------------------|
| Demasiado malo       | 2                 | 1                 |
| Malo                 | 17                | 10                |
| Regular              | 36                | 21                |
| Bueno                | 69                | 41                |
| Excelentemente bueno | 45                | 27                |
| <b>Total</b>         | <b>169</b>        | <b>100,0</b>      |

Fuente: Encuestas Clientes

Realizado por: Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 14-3.** Califique el servicio de pulverizada

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

**Interpretación**

El 89% de los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba califica a los servicios de pulverizada como buenos desde la mitad hasta excelentemente importante, es decir se sienten satisfechos, solo el 11% de los clientes califican de nada o poco importante el servicio de pulverizada.

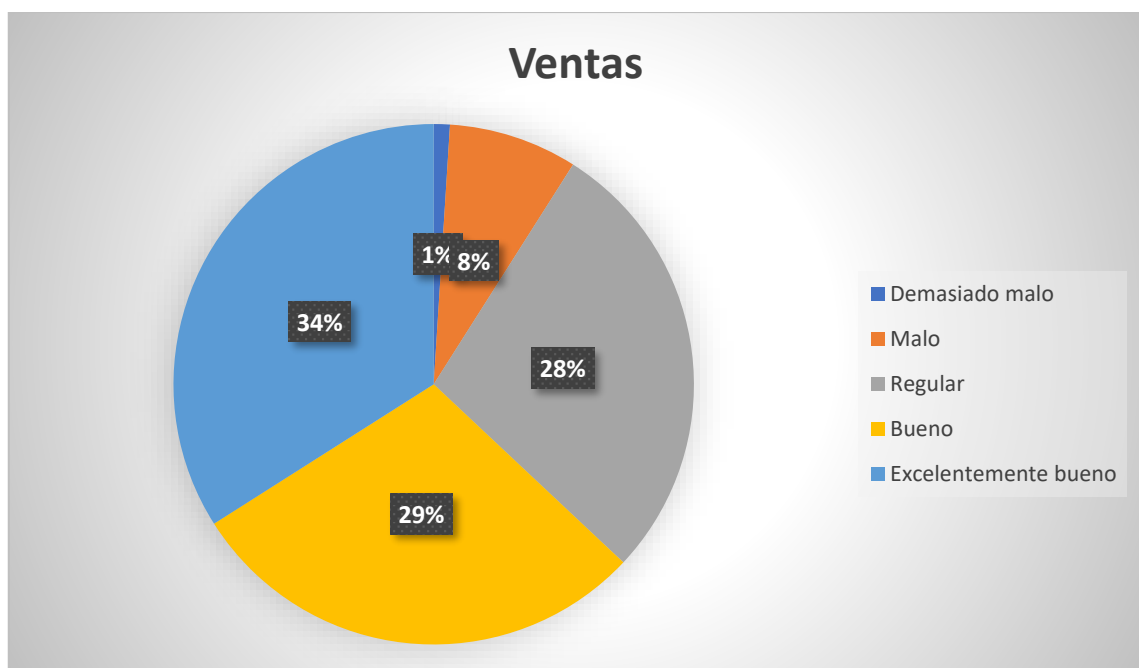
**Pregunta 9c.** Califique los servicios de la lavadora “Cambio de aceite”

**Tabla 16-3:** Califique el servicio de cambio de aceite

|                      | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|----------------------|-------------------|-------------------|
| Demasiado malo       | 2                 | 1                 |
| Malo                 | 13                | 8                 |
| Regular              | 47                | 28                |
| Bueno                | 49                | 29                |
| Excelentemente bueno | 58                | 34                |
| <b>Total</b>         | <b>169</b>        | <b>100,0</b>      |

Fuente: Encuestas Clientes

Realizado por: Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 15-3.** Califique el servicio de cambio de aceite

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

**Interpretación**

El 91% de los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba califica los servicios de cambio de aceite como buenos desde la mitad hasta excelentemente bueno, es decir se sienten satisfechos por lo que debido a que realizan constátenme el cambio de aceite en el local su automotor ha tenido un mejor rendimiento, solo el 9% de los clientes califican de nada o poco importante el servicio de cambio de aceite sin embargo se debe mejorar en este servicio.

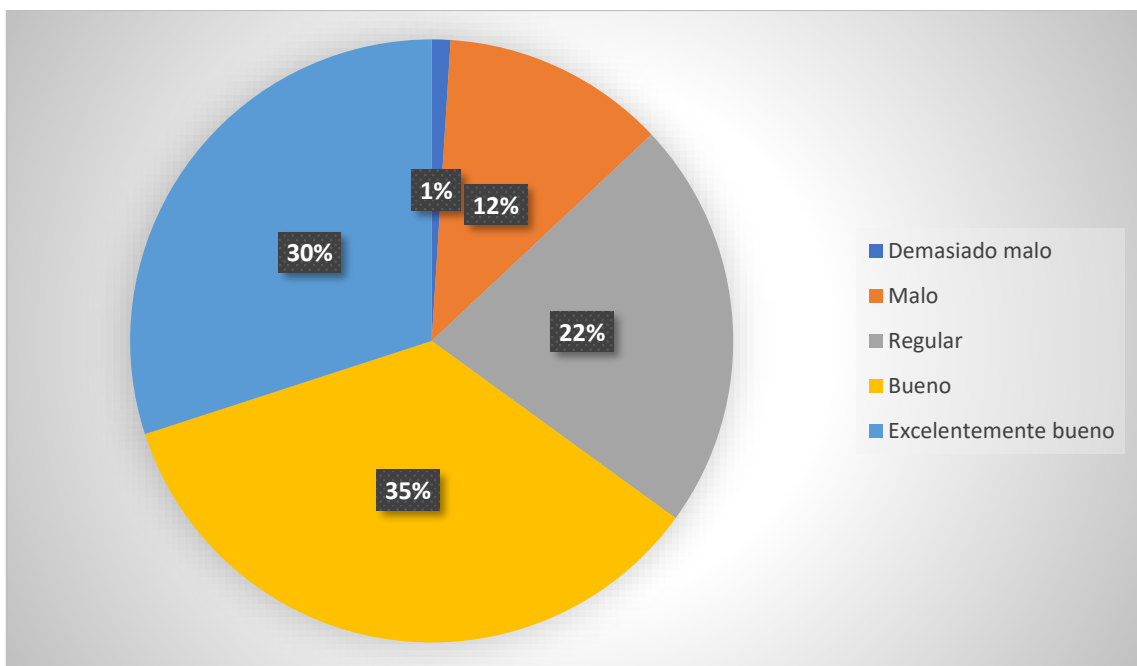
**Pregunta 9d.** Califique los servicios de la lavadora “Limpieza de Interiores”

**Tabla 17-3:** Califique el servicio de limpieza de interiores

|                      | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|----------------------|-------------------|-------------------|
| Demasiado malo       | 2                 | 1                 |
| Malo                 | 20                | 12                |
| Regular              | 38                | 22                |
| Bueno                | 58                | 35                |
| Excelentemente bueno | 51                | 30                |
| <b>Total</b>         | <b>169</b>        | <b>100,0</b>      |

Fuente: Encuestas Clientes

Realizado por: Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 16-3.** Califique el servicio de limpieza de interiores

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

### Interpretación

El 87% de los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba califica los servicios de limpieza de interiores como muy buenos desde la mitad hasta excelentemente importante, es decir se sienten satisfechos, solo el 13% de los clientes califican de nada o poco importante el servicio de limpieza de interiores sin embargo se debe mejorar en este servicio.

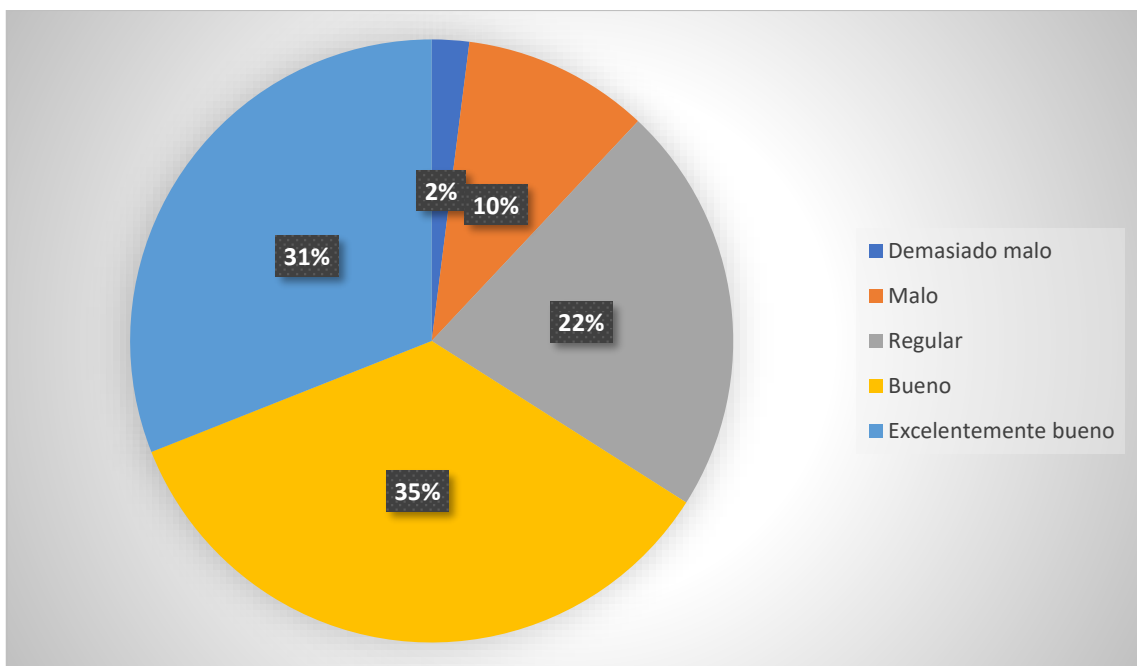
**Pregunta 9e.** Califique los servicios de la lavadora “Lavada del motor”

**Tabla 18-3:** Califique el servicio de lavada del motor

|                      | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|----------------------|-------------------|-------------------|
| Demasiado malo       | 3                 | 2                 |
| Malo                 | 16                | 10                |
| Regular              | 38                | 22                |
| Bueno                | 60                | 35                |
| Excelentemente bueno | 52                | 31                |
| <b>Total</b>         | <b>169</b>        | <b>100,0</b>      |

Fuente: Encuestas Clientes

Realizado por: Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 17-3.** Califique el servicio de lavada del motor

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

**Interpretación**

El 89% de los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba califica los servicios de lavada del motor como muy buenos desde la mitad hasta excelentemente bueno, esto ayudado a que el motor este en buenas condiciones y rinda mucho más al momento de realizar viajes, es decir se sienten satisfechos, solo el 11% de los clientes califican de nada o poco importante el servicio de lavada del motor sin embargo se debe mejorar en este servicio.



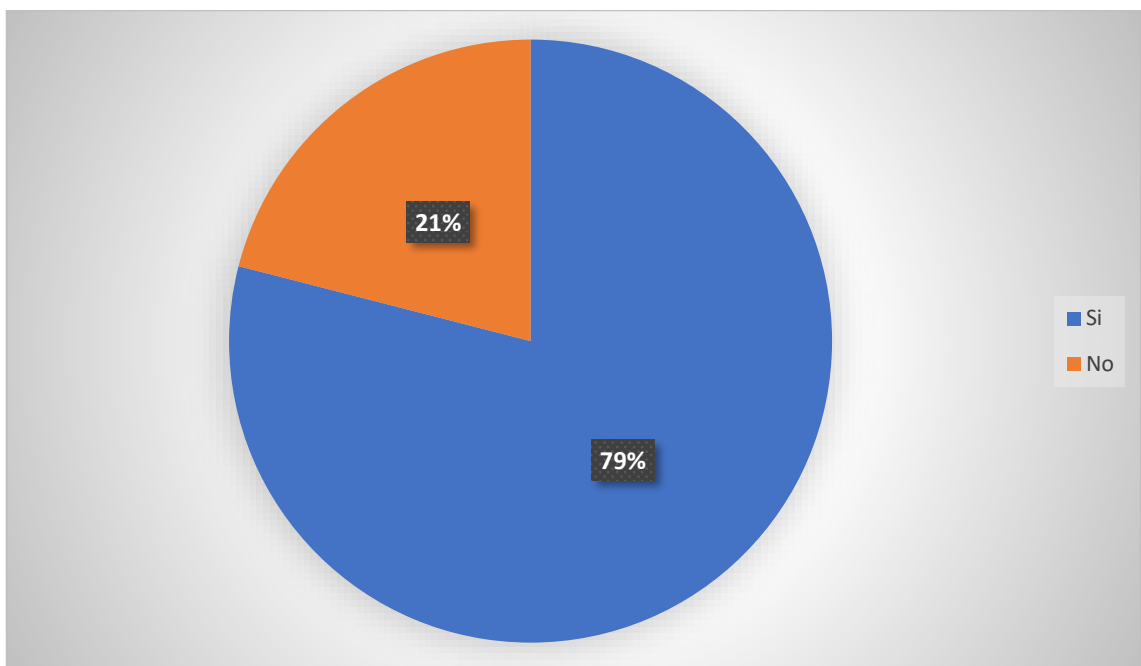
**Pregunta 10.** ¿Sabe usted si la lavadora presta algún tipo de servicio que no puede encontrar en otra lavadora?

**Tabla 19-3:** Conoce Ud. Si la lavadora presta algún servicio que no encuentra en otra lavadora

|              | Frecuencia | Porcentaje   |
|--------------|------------|--------------|
| No           | 133        | 79           |
| Si           | 36         | 21           |
| <b>Total</b> | <b>169</b> | <b>100,0</b> |

Fuente: Encuestas Clientes

Realizado por: Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 18-3.** Conoce Ud. Si la lavadora presta algún servicio que no encuentra en otra lavadora

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

### Interpretación

La mayoría de los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba desconocen o no saben si la lavadora presta algún servicio que no encuentra en otra lavadora, solo el 21% de los clientes identifican que la lavadora tiene servicios diferenciadores con la competencia.

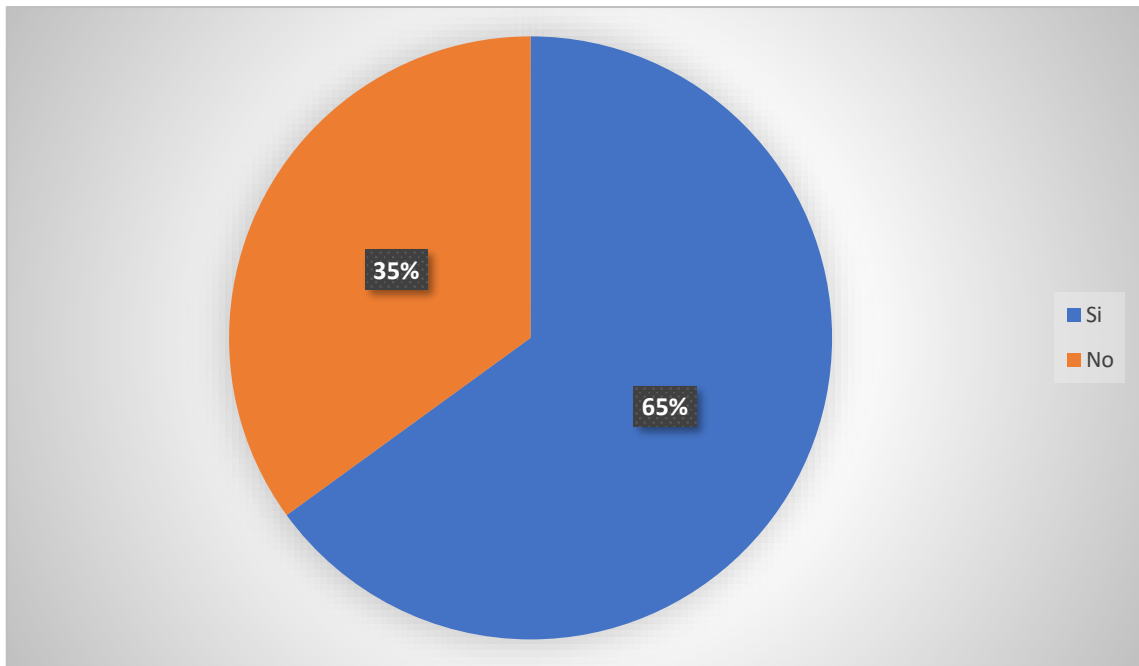
**Pregunta 11.** ¿Desearía que se implemente algún tipo de servicio en la lavadora?

**Tabla 20-3:** Desearía que se implemente un nuevo servicio en la lavadora

|              | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| No           | 109               | 65                |
| Si           | 60                | 35                |
| <b>Total</b> | <b>169</b>        | <b>100,0</b>      |

Fuente: Encuestas Clientes

Realizado por: Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 19-3.** Desearía que se implemente un nuevo servicio en la lavadora

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

### **Interpretación**

La minoría de los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba en un 35% desean que se implemente algún otro servicio adicional en la lavadora como es el libre acceso a un internet para sus celulares, un espacio para poder adquirir alimentos ya que cuentan con poco tiempo libre para regresar a sus labores cotidianas, el 65% de los clientes no desean que se implemente algún nuevo servicio lo que significa que están conformes con los servicios que actualmente presta la lavadora.

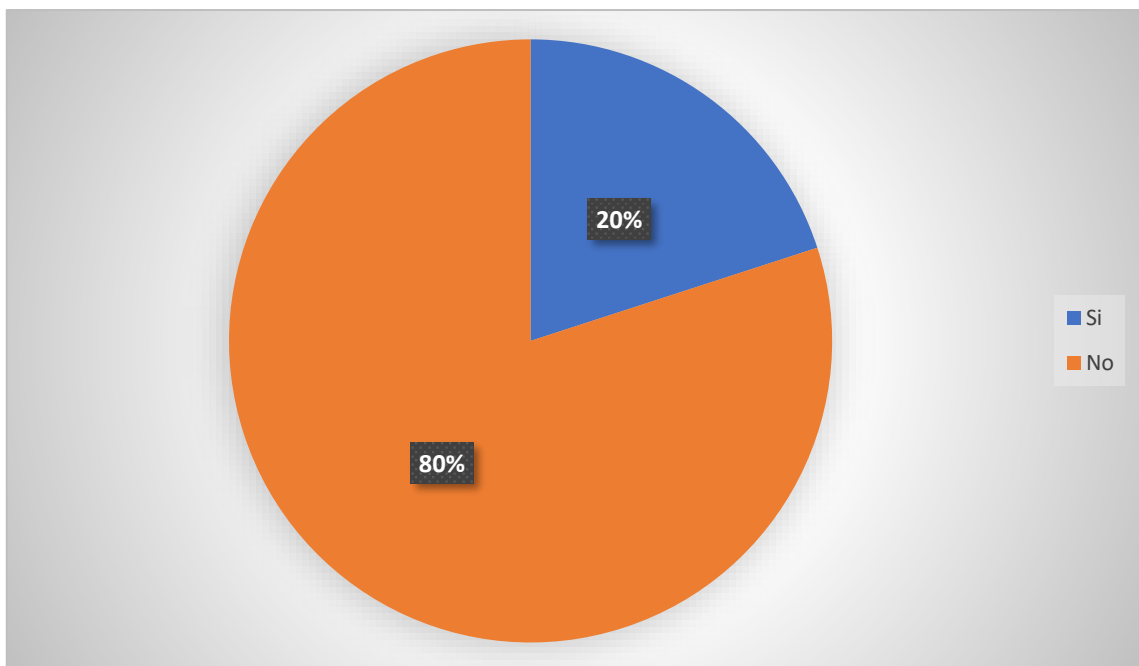
**Pregunta 12.** ¿Piensa usted que la lavadora está en un sitio estratégico?

**Tabla 21-3:** Piensa Usted que la lavadora está en un sitio estratégico

|              | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| No           | 34                | 20                |
| Si           | 135               | 80                |
| <b>Total</b> | <b>169</b>        | <b>100,0</b>      |

Fuente: Encuestas Clientes

Realizado por: Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 20-3.** Piensa Usted que la lavadora esta en un sitio estratégico

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

**Interpretación**

La mayoría de los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba con un 80% consideran que la lavadora se encuentra en un lugar estratégico por sus vías de acceso, por la facilidad que tienen los camiones para entrar y salir del lugar y también por estar en una avenida importante de la ciudad de Riobamba, el 20% de los clientes consideran que la lavadora no se encuentra en un lugar estratégico por lo que hay varios clientes que van desde lejos y se les hace lejos llegar al lugar.

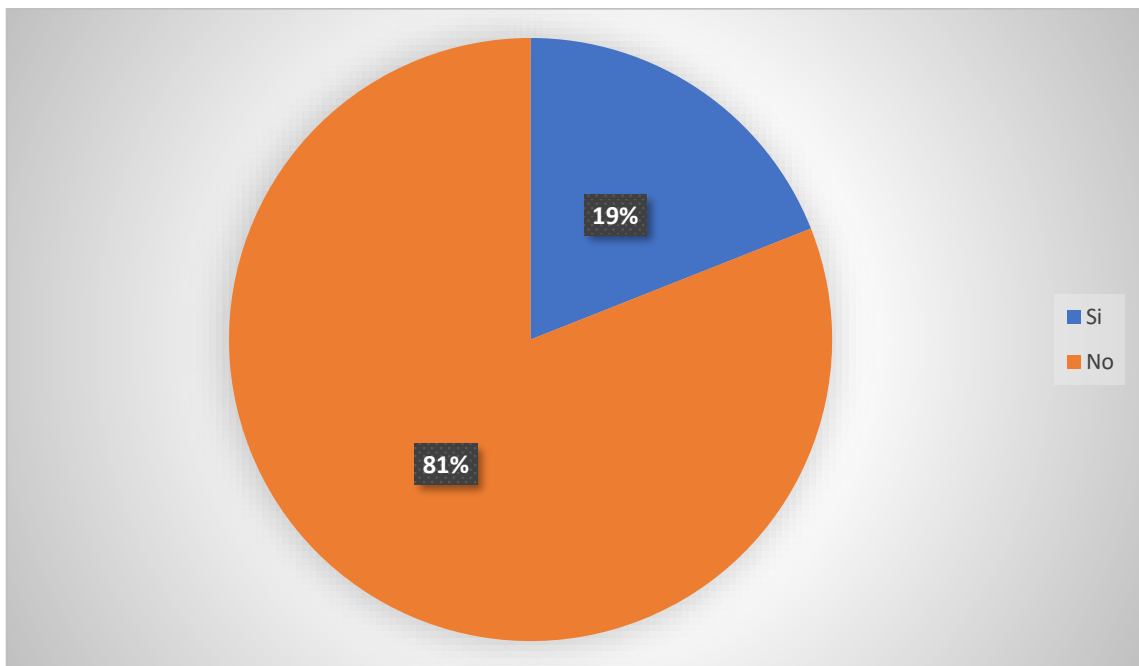
**Pregunta 13.** ¿Cree usted que sea necesario expandir la lavadora para que pueda brindar un mejor servicio?

**Tabla 22-3:** Es necesario expandir la lavadora para brindar un mejor servicio

|              | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| No           | 32                | 19                |
| Si           | 137               | 81                |
| <b>Total</b> | <b>169</b>        | <b>100,0</b>      |

**Fuente:** Encuestas Clientes

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 21-3.** Es necesario expandir la lavadora para brindar un mejor servicio

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

### **Interpretación**

La mayoría de los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba con un 81% consideran que si es necesario expandir la lavadora para brindar un mejor servicio, el 19% de los clientes consideran que no es necesario expandir la lavadora para mejorar o brindar el servicio por que están a gusto con las instalaciones actuales.

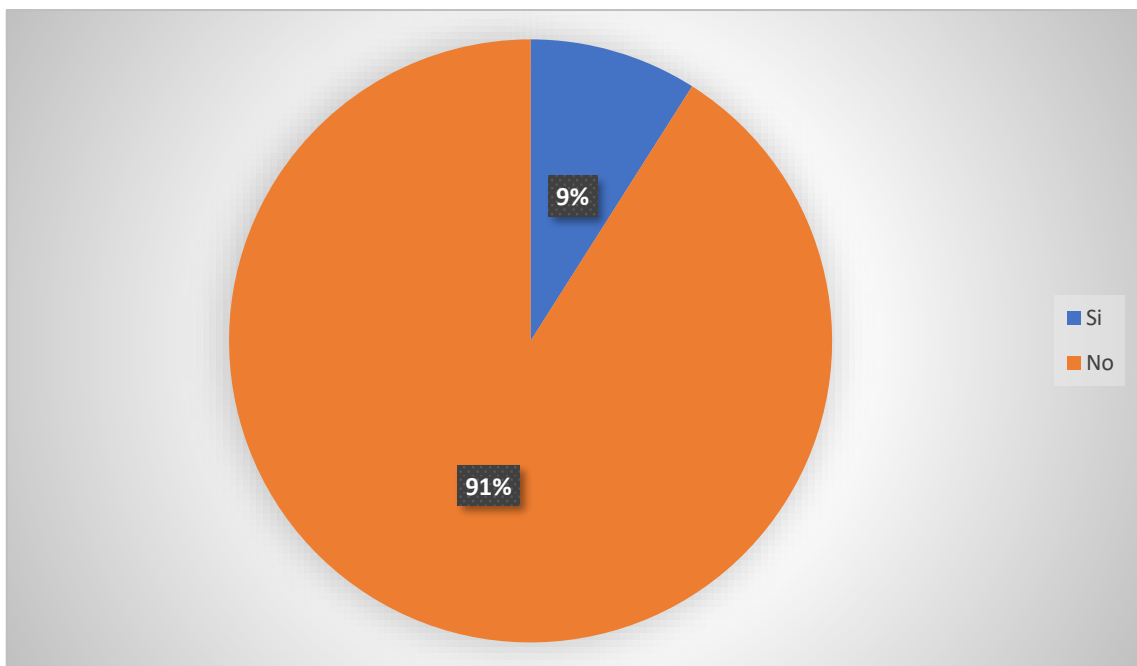
**Pregunta 14.** ¿Considera usted que el personal es idóneo para trabajar en la lavadora?

**Tabla 23-3:** Considera usted que el personal es idóneo

|              | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| No           | 15                | 9                 |
| Si           | 154               | 91                |
| <b>Total</b> | <b>169</b>        | <b>100,0</b>      |

**Fuente:** Encuestas Clientes

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 22-3.** Considera usted que el personal es idóneo

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

### **Interpretación**

En su gran mayoría de los clientes de la lavadora y lubricadora con un 91% consideran que el personal que labora en la lavadora si es Idóneo y competente sabe de su trabajo y además dan una buena atención a todos los clientes que llegan, ya que se conocen y tienen bastante confianza en el trabajo que realizan en sus automotores, solo el 9% de los clientes consideran que el personal que labora en la lavadora no es Idóneo o desconoce lo que hace.

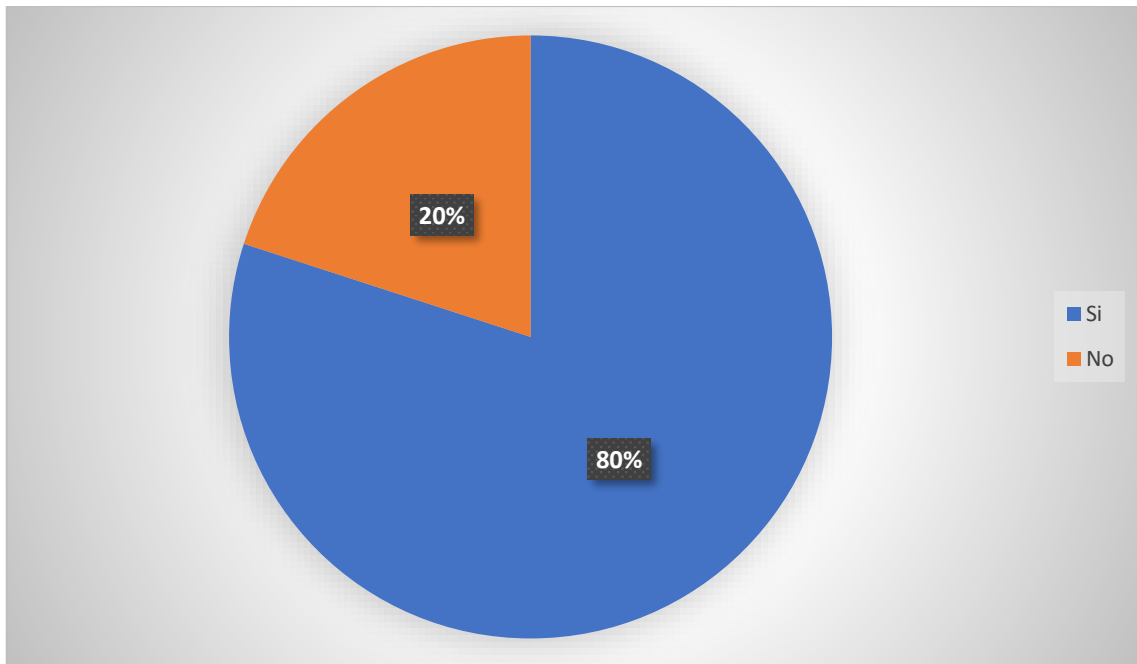
**Pregunta 15.** ¿Le gustaría dar alguna sugerencia para mejorar la atención recibida?

**Tabla 24-3:** Le gustaría dar alguna sugerencia

|       | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| No    | 136        | 80         |
| Si    | 33         | 20         |
| Total | 169        | 100,0      |

**Fuente:** Encuestas Clientes

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 23-3.** Le gustaría dar alguna sugerencia

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

### **Interpretación**

En su gran mayoría de los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba con un 80% no les gustaría dar alguna sugerencia para que cambie el servicio prestado en la lavadora esto porque se encuentran muy a gusto con el servicio, la atención que reciben de la misma, el 20% de los clientes consideran o les gustaría dar alguna sugerencia para que mejore el servicio en la lavadora.

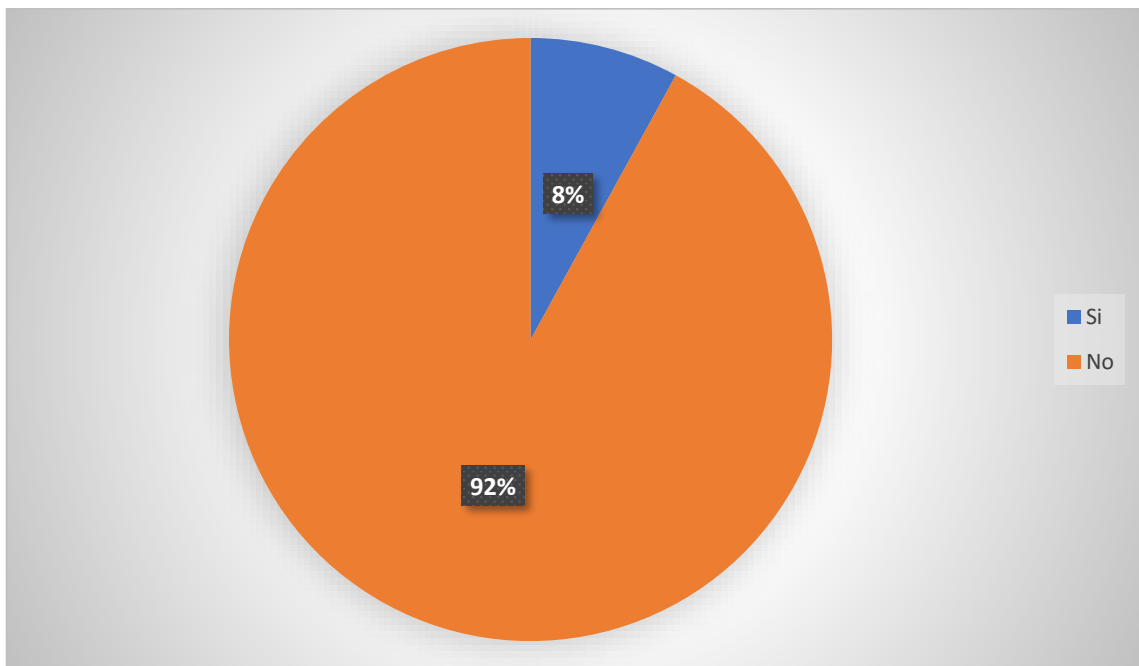
**Pregunta 16.** ¿Cree usted que es conveniente el costo establecido por la lavadora por los servicios brindados?

**Tabla 25-3:** Es conveniente el costo por los servicios brindados

|              | Frecuencia | Porcentaje   |
|--------------|------------|--------------|
| No           | 13         | 8            |
| Si           | 156        | 92           |
| <b>Total</b> | <b>169</b> | <b>100,0</b> |

Fuente: Encuestas Clientes

Realizado por: Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 24-3.** Es conveniente el costo por los servicios brindados

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

### Interpretación

En su gran mayoría de los clientes de la lavadora con un 92% consideran que es conveniente los costos o precios que se tienen para los servicios de la lavadora ya que los trabajadores realizan una excelente labor en sus automotores y esto les ha ayudado a que tengan un mejor rendimiento, el 7,69% de los clientes consideran los costos o los precios a los servicios que presta la lavadora no son convenientes.

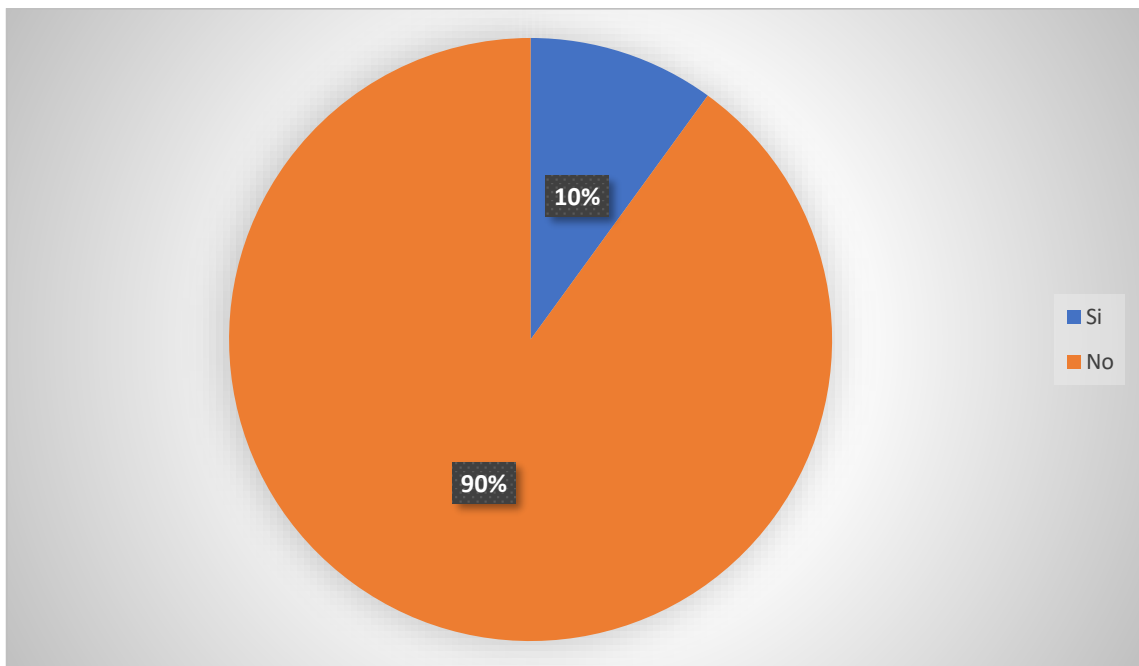
**Pregunta 17.** ¿Piensa usted que un plan de negocios mejorará la competitividad y rentabilidad de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba?

**Tabla 26-3:** El plan de negocios mejorará la competitividad y rentabilidad

|              | Frecuencia | Porcentaje   |
|--------------|------------|--------------|
| No           | 17         | 10           |
| Si           | 152        | 90           |
| <b>Total</b> | <b>169</b> | <b>100,0</b> |

Fuente: Encuestas Clientes

Realizado por: Cabezas, J. 2021.



**Gráfico 25-3.** El plan de negocios mejorará la competitividad y rentabilidad

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

### Interpretación

En su gran mayoría de los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba con un 90% consideran que un plan de negocios si va a mejorar y ayudar a crecer tanto la competitividad y la rentabilidad de la lavadora, solo el 10% de los clientes consideran el plan de negocios no mejorará tanto la competitividad como la rentabilidad de la lavadora que tiene en la actualidad.



### **3.1.3. *Discusión de resultados***

A partir de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas se puede evidenciar que la Lavadora y Lubricadora Rally Sport no cuenta con un plan de negocios es por eso que es indispensable la elaboración de un plan en el que se establezcan estrategias y metas para un crecimiento económico tanto para la Lavadora y los trabajadores a corto y largo plazo, ya que de acuerdo a las encuestas realizadas el 100% de los trabajadores, así como el dueño creen que es oportuno y beneficioso realizar un plan de negocios y como manifiesta el propietario sería uno de los primeros en tener dicho plan en la Provincia, esto ayudaría a largo plazo a tener un mejor manejo del establecimiento.

Por otra parte, según la información recopilada de las encuestas en la pregunta número dos y número tres se determina que los servicios brindados por el establecimiento en promedio son del 80% de muy conforme y conforme debido a que existen varias Lavadoras y Lubricadoras que ofertan los mismos productos y no hay un valor agregado a los servicios que oferta la Lavadora y Lubricadora Rally Sport.

De igual forma es necesario realizar publicidad en redes sociales, periódicos, radios y televisión en los que se ofrezcan los servicios que brinda la Lavadora, así como promociones, puesto que en la información recopilada en la pregunta número 7 la mayor parte manifiestan que no reciben ningún beneficio adicional por parte del establecimiento, esto vendría a ser un valor agregado que se podría dar a los clientes más frecuentes.

Por lo tanto, como han manifestado el 100% de los encuestados es necesario la formulación y la puesta en marcha de un plan de negocios en vista de que mejorara la competitividad con respecto a la competencia y también mejorara la rentabilidad financiera y económica del negocio.

### **3.1.4. *Idea a defender***

Posterior al análisis e interpretación de los resultados obtenidos mediante las encuestas nos deja ver que es necesario implementar un instrumento administrativo efectivo que ayude en la toma de decisiones para el establecimiento, se ha evidenciado también que no se ha dado a conocer los servicios que ofrecen, las promociones, no está establecido una cadena de mando entre los trabajadores tampoco un organigrama estructural, es por eso que se propone elaborar un Plan de Negocios para la Lavadora y Lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba con el fin de mejorar la competitividad y rentabilidad.

## **3.2. Propuesta**

### **3.2.1. Resumen ejecutivo**

El plan de negocios para la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba consta del diagnóstico situacional del negocio, del plan de producto donde se identificó los principales servicios que ofrece la lavadora con sus características, en el plan de Marketing se estableció las estrategias para plaza, promoción, publicidad para dar a conocer más al negocio y atraer nuevos clientes.

En el plan de operaciones se detallará los flujogramas de procesos con tiempos en cada uno de los procesos o servicios que presta la lavadora, en el plan organizacional se establecerá el organigrama estructural y por último el plan financiero donde se determinará los ingresos, egresos, inversiones, flujo de caja actualizado y proyectado para los 5 años que está diseñado el plan de la misma forma los presupuestos de cada uno de los rubros en los gastos de venta, y las evaluaciones financieras.

### **3.2.2. Diagnóstico o análisis de la empresa**

Al realizar el diagnóstico de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba se determinó que no existe misión, visión, objetivos y un plan definido establecidos para lo cual se propone los siguientes, se realizó primero los antecedentes de la empresa para luego hacer un análisis FODA

#### **3.2.2.1. Antecedentes de la lavadora y lubricadora Rally Sport**

Corría el año 2008 cuando la familia Cando Pumagualle decidió invertir en un negocio familiar cuya actividad principal es la de lavado, cambio de aceite, engrasado, encerado y lubricado de todo tipo de vehículos.

La lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba está ubicado en las calles Avenida 9 de octubre y Croacia, a finales del año 2019 el Sr Viktor Urdiales juntamente con su señora esposa adquieren el negocio familiar manteniendo las mismas características iniciales es decir el servicio, la marca, maquinaria y nombre.

Según consta en el registro del Servicio de Rentas internas el negocio denominada Lubricadora Rally Sport cuyo Registro único de contribuyentes o RUC es 0603578899001, su estado es activo,

el tipo de contribuyente es persona Natural, no es obligado a llevar contabilidad, cuyo código CIU es G452003 que corresponde al Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos y automotores. La actividad económica principal es la de Servicio de lavado, engrasado, pulverizado, encerado, cambios de aceite, etc.

La lavadora y lubricadora Rally Sport cuenta actualmente con 7 personas que laboran en ella de los cuales 5 son trabajadores que se encargan del cambio de aceite, lavado, engrasado y lubricado en general de todo tipo de vehículos sean estos grandes o pequeños. Del total de trabajadores incluido su propietario quien hace las veces de gerente y muchos de los casos también hace actividades operativas para agilizar y dar un buen servicio a sus clientes, su señora esposa es la secretaria de la organización.

Local amplio cuenta con una extensión de 560 m<sup>2</sup> en los cuales cuenta con 3 Ranflas dedicadas al lavado de los vehículos sean estos grandes o pequeños, además de una ranfla pequeña que sirve para realizar los cambios de aceite

La lavadora y lubricadora Rally Sport cuenta con la siguiente maquinaria:

1 bomba de agua marca Pedrollo de 5 HP de capacidad

2 compresor de 5 HP de capacidad marca Schulz

2 aspiradoras industriales de marca DeWALT

Los horarios de atención son de lunes a sábado, el horario de martes a sábado es desde las 07H00 hasta las 19h00, los lunes el horario de atención es de 09h00 hasta las 17h00 ya que en este día no hay mucha afluencia de clientes.

El constante crecimiento de la demanda ha hecho que el propietario actual pueda ampliar la variedad de los servicios y se propone que el lavado o cambio de aceite se lo realice a domicilio para así dar facilidad al cliente.

#### 3.2.2.2. *Visión*

Ser una empresa líder en el mercado de la ciudad de Riobamba, con un servicio ágil, diversidad de productos, trato amable y eficiente en el área de la lavadora y lubricadora de vehículos en la ciudad de Riobamba

### 3.2.2.3. *Misión*

Lograr la satisfacción absoluta de los propietarios de vehículos grandes o pequeños, al brindarles un servicio ágil, trato amable, tecnología eficiente y servicio de limpieza total.

### 3.2.2.4. *Análisis FODA*

Al realizar el diagnóstico tanto interno como externo se consultó al propietario, los trabajadores y clientes se determinó las siguientes Fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades para la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba

#### **Fortalezas**

- La experiencia y experticia del personal que labora en la lavadora y lubricadora Rally Sport, ya que son los mismos del expropietario tanto administrativo como operario.
- Precios Competitivos
- Ubicación estratégica
- Instalaciones amplias, acorde a la actividad del negocio y en buen estado
- Fidelidad de los clientes
- Buena relación entre directivos y trabajadores
- Gama amplia de productos

#### **Debilidades**

- La Maquinaria obsoleta
- No cuenta con estrategias de publicidad y promoción
- No existe una identidad corporativa
- No están definidos los procesos de los servicios ofertados
- Su manejo es empírico no cuenta con ningún tipo de plan
- Falta de capacitación

#### **Oportunidades**

- Maquinaria y tecnología moderna tanto nacional como extranjera
- Incremento del parque automotor
- Prestamos de Instituciones financieras
- Incremento del desempleo
- Alianzas con organismos público o privados para darle el servicio.

### Amenazas

- Incremento de la Competencia como lavado expés
- Competencia con maquinaria ecológicas (ahorro de agua o reciclaje de esta)
- Nueva legislación tanto tributaria como ambiental
- La pandemia del COVID 19
- Factores Climáticos

#### 3.2.2.5. Matriz de evaluación de factores internos

A continuación, en la tabla N° 27-3 se muestra la matriz de Evaluación de factores Internos EFI donde se evaluará las fortalezas y las debilidades de la empresa.

**Tabla 27-3:** Matriz de evaluación de factores internos EFI

| Factor crítico de éxito  | Peso        | Clasificación | Calificación Ponderada |
|--|-------------|---------------|------------------------|
| <b>Fortalezas</b>  |             |               |                        |
| La experiencia y experticia del personal que labora en la lavadora y lubricadora Rally Sport, ya que son los mismos del expropietario tanto administrativo como operario | 0,15        | 4             | 0,60                   |
| Precios Competitivos   | 0,10        | 3             | 0,30                   |
| Ubicación estratégica  | 0,08        | 3             | 0,24                   |
| Instalaciones amplias, acorde a la actividad del negocio y en buen estado  | 0,10        | 4             | 0,40                   |
| Buena relación entre directivos y trabajadores   | 0,07        | 4             | 0,28                   |
| Gama amplia de productos   | 0,05        | 2             | 0,10                   |
| <b>Debilidades</b>   |             |               |                        |
| La Maquinaria obsoleta   | 0,15        | 4             | 0,60                   |
| No cuenta con estrategias de publicidad y promoción  | 0,05        | 3             | 0,15                   |
| No existe una identidad corporativa  | 0,05        | 2             | 0,10                   |
| No existe definido los procesos de los servicios ofertados   | 0,10        | 4             | 0,40                   |
| Su manejo es empírico no cuenta con ningún tipo de planes  | 0,05        | 4             | 0,20                   |
| Falta de capacitación  | 0,05        | 2             | 0,10                   |
| <b>TOTAL</b>   | <b>1,00</b> |               | <b>3,47</b>            |

Fuente: Elaboración Propia

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

En la matriz EFI se ubica las principales fortalezas y debilidades detectadas en la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba, se asigna un peso cuya sumatoria no debe de exceder de 1,00 punto, se asigna una calificación que va de 1 poca importancia hasta el valor de 5 que corresponde el de mayor importancia, por último se multiplica el peso por la calificación

de cada factor para obtener la calificación ponderada la misma que se debe realizar su sumatoria dando como resultado el valor de 3,47.

Para las fortalezas la sumatoria del factor ponderado es de 1,92 puntos siendo superior al valor ponderado de las debilidades que es de 1,55 lo significa que sus fortalezas son favorables en comparación con las debilidades.

### 3.2.2.6. Matriz de evaluación de factores externos

En la tabla N° 28-3 se muestra la matriz de Evaluación de factores Externos EFE donde se evaluará las amenazas y oportunidades de la empresa.

**Tabla 28-3:** Matriz de evaluación de factores externos EFE

| Factor crítico de éxito  | Peso        | Clasificación | Calificación Ponderada |
|--|-------------|---------------|------------------------|
| <b>Oportunidades</b>   |             |               |                        |
| Maquinaria y tecnología moderna tanto nacional como extranjera             | 0,10        | 4             | 0,40                   |
| Incremento del parque automotor  | 0,15        | 4             | 0,60                   |
| Prestamos de Instituciones financieras                                     | 0,10        | 3             | 0,30                   |
| Incremento del desempleo   | 0,10        | 3             | 0,30                   |
| Alianzas con organismos público o privados para darle el servicio          | 0,05        | 3             | 0,15                   |
| <b>Amenazas</b>  |             |               |                        |
| Incremento de la Competencia como lavado exprés                            | 0,15        | 4             | 0,60                   |
| Competencia con maquinaria ecológicas (ahorro de agua o reciclaje de esta) | 0,10        | 4             | 0,40                   |
| Nueva legislación tanto tributaria como ambiental                          | 0,10        | 4             | 0,40                   |
| La pandemia del COVID 19   | 0,10        | 4             | 0,40                   |
| Factores Climáticos  | 0,05        | 1             | 0,05                   |
| <b>TOTAL</b>   | <b>1,00</b> |               | <b>3,60</b>            |

**Fuente:** Elaboración Propia

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

En la matriz EFE se ubica las principales Oportunidades y Amenazas detectadas en la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba, se asigna un peso cuya sumatoria no debe de exceder de 1,00 punto, se asigna una calificación que va de 1 poca importancia hasta el valor de 4 que corresponde el de mayor importancia, por último se multiplica el peso por la calificación de cada factor para obtener la calificación ponderada la misma que se debe realizar su sumatoria dando como resultado el valor de 3,60.

Para las oportunidades la sumatoria del factor ponderado es de 1,75 puntos siendo inferior al valor ponderado de las amenazas cuyo valor es de 1,85 lo significa que sus amenazas son contrarias a las oportunidades de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba.

### 3.2.3. *Plan de producto*

Dentro de los principales servicios o productos que la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba oferta están considerados en tres grupos: lavado, lubricado y engrasado de vehículos grandes medianos o pequeños.

#### 3.2.3.1. *Lavado*

Es el servicio que presta la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba en el cual se limpian partes internas y externas de toda clase de vehículos sean estos pequeños, medianos o grandes, dentro de este servicio tenemos los siguientes procesos:

- **Lavado.** Es el servicio mediante el cual se limpian las partes internas como externas, para lo cual se utilizan los siguientes materiales o suministros: agua, shampoo para vehículos, esponjas o fibras de tela especiales, escobas de fibras muy finas que no dañen la estética del vehículo, en este proceso no se deben utilizar productos químicos que puedan ser perjudiciales tanto para salud de los trabajadores, así como para la pintura y elementos del vehículo.
- **Lavado Express.** Es un lavado rápido que se lo da gratis por cada cambio de aceite que lo realizan los clientes a sus vehículos.
- **Lavado de partes interior de la carrocería y chasis.** Es el proceso de la limpieza o eliminación de la suciedad que puede causar corrosión del metal de la carrocería o del chasis del vehículo
- **Eliminación de manchas.** Producidas por el asfalto o productos derivados del petróleo que se puede impregnar tanto en la carrocería como en el chasis y dar una mala imagen estética, esto puede causar el daño permanente de la pintura.
- **Encerado.** Consiste en proteger la pintura del vehículo con cera u otros productos especializados para este fin con la finalidad de conservar la pintura y estética de los vehículos,

- **Limpieza de cristales.** Este proceso se lo realiza utilizando productos afines para este propósito quitando manchas y suciedad tanto de la parte de los cristales interna como externa, no se debe usar productos corta punzantes que pueden dañar a los mismos.
- **Limpieza del interior.** Este proceso se lo realiza con una aspiradora o cepillo suave, sirve para limpiar y quitar manchas en alfombras o pisos de los vehículos
- **Limpieza de llantas.** Sirve para dar brillo a la parte de caucho de los neumáticos y se lo realiza con desengrasante. De la misma manera se limpia la parte de metal o cromada de los neumáticos utilizando productos adecuados para el efecto.
- **Limpieza de partes de plástico.** Las partes internas o externas de plástico se las debe limpiar con una solución de jabón neutro o amoral para cuidar y proteger estas partes de los vehículos.
- **Tapetes.** estas partes se los debe realizar la limpieza con frecuencia para que no pierdan brillo para lo cual se puede utilizar una aspiradora especial que funcione con agua para realizar la limpieza de estos elementos.

### 3.2.3.2. *Lubricado.*

Con este proceso que es el cambio frecuente de aceites o lubricantes tanto del motor, caja de cambios, y corona, estos cambios dependen de las características de los aceites que se utilizan o el kilometraje recorrido por los vehículos, dentro de esta área tenemos los siguientes procesos o servicios dentro de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba.

- **Cambio de aceite de motor.** Este proceso se lo realiza para mantener el buen funcionamiento y la vida útil del motor porque previene el desgaste de las partes internas para lo cual se debe cambiar de aceite, filtro de aceite y se debe realizar la limpieza de los filtros de aire. Por lo general se lo realiza cada 5000 kilómetros de recorrido esto va a depender del tipo de lubricante que se utilice para el efecto.
- **Cambio de aceite de caja y corona o transmisión.** Este proceso igual que el anterior se lo debe realizar con frecuencia, en cada cambio de aceite de motor hay que revisar, este aceite se lo realiza el cambio cada 20000 kilómetros por lo general. Para lo cual se utiliza un aceite o lubricante diferente al de motor este debe tener características para este caso.



### 3.2.3.3. *Engrasado*

Este proceso se lo realiza colocando grasa en la unión de dos partes donde existe rozamiento de estas, se lo realiza con la finalidad de evitar el desgaste de las piezas y dar mayor movilidad a las mismas. Se lo puede realizar en las siguientes juntas o uniones: Rodillos, crucetas de dirección, bujes de la dirección, puntos donde existe movimiento de la dirección, y otros puntos donde haya la fricción de dos metales.

### 3.2.3.4. *Pulverizado.*

Este proceso se lo realiza especialmente en la parte del motor y chasis de los vehículos cuya finalidad es la de proteger del medio ambiente del oxido y corrosión, para lo cual utilizamos productos especializados como el amoral.

## 3.2.4. ***Plan de marketing***

Para la realización de este plan nos basamos en el estudio de mercado que se lo ha realizado tanto a los clientes internos como a los externos.

### 3.2.4.1. *Cientes*

Los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba son principalmente los propietarios de vehículos de la ciudad de Riobamba, actualmente los clientes fijos según la base de datos de la empresa son 1200 clientes de estos clientes el 72% corresponden al género masculino y el 28 % corresponden al género femenino.

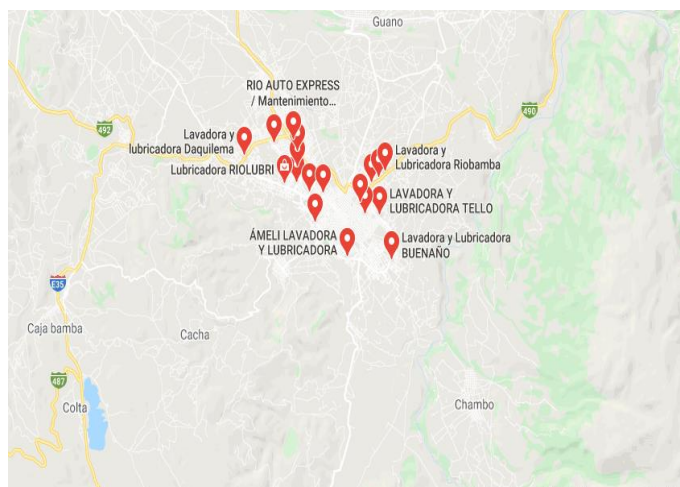
### 3.2.4.2. *Competencia*

Para el (GAD Municipal Riobamba, 2016) existían apenas 96 negocios con la razón social de lubricadoras, pero para el año 2019 según la misma fuente es decir el GAD Municipal del cantón Riobamba existen 184 lubricadoras, muchos de estos negocios se han creado como lavadoras exprés que son negocios de auto lavado y que no es complicado su manejo, no necesitan ni personal para su funcionamiento solo maquinaria y equipo para el efecto.

Solo por la zona donde se encuentra la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba existen 18 negocios similares según consta en la figura bajado de Google maps, es decir existe mucha competencia ante lo cual la organización está dispuesta a mejorar su servicio y precios competitivos del mercado

### Figura 1-3. Zona de afluencia de la lavadora

Elaborado: Cabezas J. 2021



#### 3.2.4.3. Políticas de precios

La política de precios utilizado en la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba se ha fijado de acuerdo con la ley de la oferta y la demanda del mercado de lavadoras y lubricadoras existiendo alrededor de 18 en un rango de 10 cuadras a la redonda, por esta razón los precios no han variado los últimos años y se ha debido hacer promociones a clientes frecuentes, el rango de precios para los principales productos o servicios son:

|   |          |
|---|----------|
| Lavada Exprés Vehículo pequeño          | \$ 4,00  |
| Lavada Completa Vehículo pequeño        | \$ 8,00  |
| Lavada Exprés Camioneta o Suv           | \$ 5,00  |
| Lavada Completa Camioneta o Suv         | \$ 10,00 |
| Lavada Exprés Camiones pequeños         | \$ 7,00  |
| Lavada Completa Camiones pequeños       | \$ 15,00 |
| Lavada Exprés Camiones grandes          | \$ 15,00 |
| Lavada Completa Camiones grandes        | \$ 30,00 |
| Engrasada de camiones pequeños          | \$ 7,00  |
| Engrasada de camiones grandes tipo mula | \$ 10,00 |

#### 3.2.4.4. Plaza

La lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba se encuentra ubicada en las Avenida 9 de octubre y Croacia diagonal al Arco de la ciudadela Sixto Duran, es un lugar estratégico donde está ubicado con un área aproximada de 560 m<sup>2</sup>, está ubicado en una de las principales avenidas de la ciudad de Riobamba la avenida 9 de octubre o también conocida como Circunvalación, el lugar es ideal donde se movilizan vehículos pequeños y grandes



**Figura 2-3.** Ubicación de la lavadora

Elaborado: Cabezas J. 2021



**Figura 3-3.** Micro localización de la lavadora

Elaborado: Cabezas J. 2021

### 3.2.4.5. Canales de distribución

Al ser un servicio la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba su canal de distribución es directo es decir del productor que, en este caso en la lubricadora al cliente o usuario final, no va a existir intermediarios.



**Gráfico 26-3.** Canal de distribución de la lavadora

Elaborado: Cabezas J. 2021

En tiempos actuales en la que la humanidad está sufriendo la pandemia del COVID 19, el temor de los seres humanos es contagiarse con esta enfermedad para lo cual se piensa establecer la estrategia de ofrecer el servicio a los clientes a domicilio donde la lavadora y lubricadora Rally

Sport de la ciudad de Riobamba se traslade al domicilio del cliente para realizar los servicios que ofrece y de esta manera darle un plus al negocio y no perder a los clientes para lo cual se establece el siguiente canal de distribución.



**Gráfico 27-3.** Canal de distribución propuesto de la lavadora

**Elaborado:** Cabezas J. 2021

#### 3.2.4.6. Promoción

La promoción es el medio por la cual las organizaciones intentan informar y recordar a los clientes o consumidores finales de manera directa o indirecta, sobre los productos o marcas que se ofrecen con la utilización o aplicación del marketing mix (Kotler & Keller, 2012, p.32).

Dentro de las 4 p's del marketing mix que son producto, precio, plaza y promoción a través de la investigación de mercado se recopiló información de los clientes para lo cual se determina las siguientes estrategias de promoción para la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba.

**1.- Promoción lavada exprés gratis.** Esta estrategia pretende premiar la fidelización de los clientes frecuentes a los diferentes servicios que oferta la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba, esta estrategia se basa en la entrega de una cartilla de 25 puntos o stickers en la cual por cada servicio que el cliente realice en la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba se le otorga un sticker para que llene la cartilla por cada 10 sticker se hace acreedor a una lavada exprés.

**2.- Promoción por Navidad.** Se realizará una rifa de dos mantenimientos completos de los vehículos de los clientes que conste de cambio de aceite - filtro y lavada completa, para lo cual participan todos los clientes registrados en la base de datos de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba.

**3.- Descuentos.** Por el llenado de la cartilla con 25 stickers el cliente se hace acreedor al 10% de descuento en cualquier servicio que el utilice, siempre y cuando los stickers no hayan sido utilizados en otra de las promociones de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba

**4.- Souvenirs.** En diciembre a los clientes frecuentes se les obsequiará un souvenir, este puede ser esferos o franelas las cuales deben contener el logotipo de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba.



**Figura 4-3.** Franela para promoción de la lavadora

Elaborado: Cabezas J. 2021

Esferos



**Figura 5-3.** Modelo de esfero 1 para promoción de la lavadora

Elaborado: Cabezas J. 2021



**Figura 6-3.** Modelo de esfero 2 para promoción de la lavadora

Elaborado: Cabezas J. 2021

Gorras



**Figura 7-3.** Modelo de gorra para promoción de la lavadora

Elaborado: Cabezas J. 2021

### 3.2.4.7. Publicidad

Para (Santesmases, 2012, p.2) publicidad es la transmisión de la información a través de los medios de comunicación como prensa radio televisión e internet, mediante anuncios pagados.

Se presenta las siguientes estrategias a ser implementadas en la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba.

Los colores que se escogieron para la identidad corporativa:

Azul representa profesionalismos, seriedad, fuerza, calma serenidad

Negro. Elegancia, poder, prestigio, Fuerza, etc.

Amarillo. Amabilidad calidez, optimismo, tranquilidad

**Medio Impreso Volante.** Se repartirá los volantes en las principales avenidas de la ciudad o en semáforos donde existen mayor concurrencia de vehículos esta estrategia se lo puede realizar una vez al mes el diseño propuesto es el siguiente:



**Figura 8-3.** Modelo de Volante para publicidad de la lavadora

Elaborado: Cabezas J. 2021

**Letrero** se propone el siguiente formato de letrero cuyas dimensiones van a ser de 3 metros largo y 70 centímetros de ancho el cual se lo colocará en la parte exterior de la lavadora.



**Figura 9-3.** Modelo de Letrero para publicidad de la lavadora

Elaborado: Cabezas J. 2021

**Tarjetas de presentación.** Es la tarjeta que se repartirá a todos los clientes de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba, en la cual consta la dirección contacto y correo electrónico



**Figura 10-3.** Modelo de Tarjeta de presentación para publicidad de la lavadora

Elaborado: Cabezas J. 2021

**Publicidad por redes sociales** en la actualidad la mejor publicidad es la que se realiza mediante las redes sociales estas pueden ser Facebook o Instagram o realizar publicaciones a los contactos mediante la red social de WhatsApp para lo cual se puede utilizar el mismo medio impreso o volante que se diseñó anteriormente.

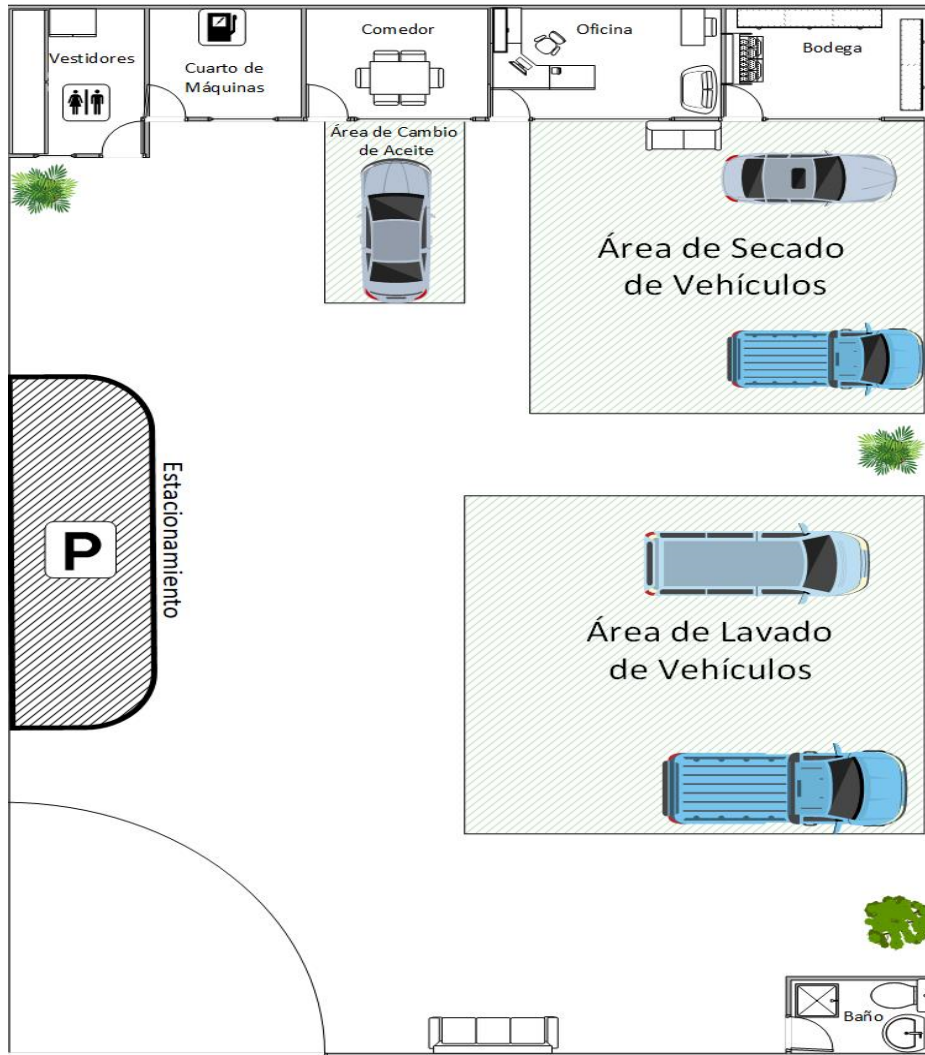
### 3.2.5. *Plan de operaciones*

El plan de producción tiene la finalidad de establecer los aspectos técnicos como establecer los procesos para la prestación de los servicios en la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba, cabe indicar que una debilidad del negocio es la falta o la no determinación de los procesos que se desarrolla en el negocio.

#### 3.2.5.1. *Distribución en planta*

La lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba tiene la siguiente distribución en planta





**Figura 11-3.** Modelo de Distribución en planta para la lavadora

**Elaborado:** Cabezas J. 2021


### 3.2.5.2. *Procesos de producción*

La lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba tiene los siguientes 5 procesos principales entre los que tenemos: lavado exprés, lavada completa, cambio de aceite, engrasada de vehículos y pulverizada de vehículos entre los principales



## 1.- Proceso de Lavada exprés

**Tabla 29-3:** Proceso de lavada exprés

| Lavadora y Lubricadora Rally Sport |  |                               |           |            |        |            |  |        |           |               |
|------------------------------------|--|-------------------------------|-----------|------------|--------|------------|---|--------|-----------|---------------|
| Página:                            |  | 1 de 1                        |           |            |        |            |   |        |           |               |
| Proceso:                           |  | Lavada Exprés                 |           |            |        |            |   |        |           |               |
| Resumen                            |  |                               | Operación | Transporte | Demora | Inspección | Decisión  |        |           |               |
| Cantidad Total                     |  | 22                            | 14        | 5          | 1      | 1          | 1   |        |           |               |
| Tiempo Total:                      |  | 51m 15s                       | 41m 15s   | 2m 30s     | 5 m    | 2 m        | 30 s  |        |           |               |
| Distancia Total:                   |  | 28 mts                        | 8 mts     | 20 mts     |        |            |   |        |           |               |
| #                                  | Actividades  | ○                             | ■         | ⇨          | D      | ▽          | ◇   | Tiempo | Distancia | Observaciones |
| 1                                  | Inicio   | *                             |           |            |        |            |   | 0      |           |               |
| 2                                  | Llegada del cliente al local                         |                               |           |            |        |            |   | 15 s   |           |               |
| 3                                  | Recibir al cliente                                   |                               | *         |            |        |            |   | 10 s   | 3 mts     |               |
| 4                                  | Saludo al cliente                                    |                               | *         |            |        |            |   | 5 s    |           |               |
| 5                                  | Ofrecer los servicios al cliente                     |                               | *         |            |        |            |   | 30 s   |           |               |
| 6                                  | Cliente decide                                       |                               | *         |            |        |            |   | 30 s   |           |               |
| 7                                  | Anotar los servicios y dar turno                     |                               | *         |            |        |            |   | 1 m    |           |               |
| 8                                  | Recepción del vehículo                               |                               | *         |            |        |            |   | 15 s   |           |               |
| 9                                  | Esperar el turno                                     |                               | *         |            |        |            |   | 5 m    |           |               |
| 10                                 | Trasladar el vehículo a las ranflas                  |                               | *         |            |        |            |   | 15 s   | 5 mts     |               |
| 11                                 | Cerrar Vidrios y puertas                             |                               | *         |            |        |            |   | 15 s   |           |               |
| 12                                 | Abrir el capo  |                               | *         |            |        |            |   | 5 s    |           |               |
| 13                                 | Trasladar las llaves a las oficinas                  |                               | *         |            |        |            |   | 30 s   | 5 mts     |               |
| 14                                 | Recoger los instrumentos y materiales para el lavado |                               | *         |            |        |            |   | 2 m    |           |               |
| 15                                 | Traslado a la ranfla con los instrumentos            |                               | *         |            |        |            |   | 30 s   | 5 mts     |               |
| 16                                 | Mojar el vehículo                                    |                               | *         |            |        |            |   | 2m     |           |               |
| 17                                 | Pasar shampoo con la escoba al vehículo              |                               | *         |            |        |            |   | 10 m   |           |               |
| 18                                 | Lavar el vehículo                                    |                               | *         |            |        |            |   | 5 m    |           |               |
| 19                                 | Traslado al área de secado                           |                               | *         |            |        |            |   | 30 s   | 5 mts     |               |
| 20                                 | Secado y aspirado del vehículo                       |                               | *         |            |        |            |   | 15 m   |           |               |
| 21                                 | Facturación  |                               | *         |            |        |            |   | 5 m    | 5 mts     |               |
| 22                                 | Entrega de llaves al propietario                     |                               | *         |            |        |            |   | 30 s   |           |               |
| 23                                 | Inspección   |                               | *         |            |        |            |   | 2 m    |           |               |
| 24                                 | Entrega final  | *                             |           |            |        |            |   | 0      |           |               |
| Elaborado por: José Julián Cabezas |  | Aprobado por: Viktor Urdiales |           |            |        |            | Fecha: Enero 2021   |        |           |               |


**Fuente:** Elaboración Propia

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

En el proceso de lavado exprés se tiene 22 actividades en ellas no están incluidas la de inicio u finalización del proceso, el total del proceso se demora alrededor de 51 minutos y 15 segundos como se detalla en el gráfico anterior, la distancia total de recorrido es de 28 metros entre la ranfla y las oficinas de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba.

## 2.- Proceso de Lavada Completa

**Tabla 30-3:** Proceso de lavada completa

| Lavadora y Lubricadora Rally Sport |                 |           |            |        |            |  |
|------------------------------------|-----------------|-----------|------------|--------|------------|---|
| Página:                            | 2 de 2          |           |            |        |            |   |
| Proceso:                           | Lavada Completa |           |            |        |            |   |
| Resumen                            |                 | Operación | Transporte | Demora | Inspección | Decisión  |
| Cantidad Total                     | 24              | 16        | 5          | 1      | 1          | 1   |
| Tiempo Total:                      | 61m 15s         | 51m 15s   | 2m 30s     | 5 m    | 2 m        | 30 s  |
| Distancia Total:                   | 28 mts          | 8 mts     | 20 mts     |        |            |   |

| #  | Actividades  | ○ | ■ | ⇨ | D | ▽ | ◇ | Tiempo | Distancia | Observaciones |
|----|--|---|---|---|---|---|---|--------|-----------|---------------|
| 1  | Inicio   | * |   |   |   |   |   | 0      |           |               |
| 2  | Llegada del cliente al local                         |   |   |   |   |   |   | 15 s   |           |               |
| 3  | Recibir al cliente                                   |   |   |   |   |   |   | 10 s   | 3 mts     |               |
| 4  | Saludo al cliente                                    |   |   |   |   |   |   | 5 s    |           |               |
| 5  | Ofrecer los servicios al cliente                     |   |   |   |   |   |   | 30 s   |           |               |
| 6  | Cliente decide                                       |   |   |   |   |   |   | 30 s   |           |               |
| 7  | Anotar los servicios y dar turno                     |   |   |   |   |   |   | 1 m    |           |               |
| 8  | Recepción del vehículo                               |   |   |   |   |   |   | 15 s   |           |               |
| 9  | Esperar el turno                                     |   |   |   |   |   |   | 5 m    |           |               |
| 10 | Trasladar el vehículo a las ranflas                  |   |   |   |   |   |   | 15 s   | 5 mts     |               |
| 11 | Cerrar Vidrios y puertas                             |   |   |   |   |   |   | 15 s   |           |               |
| 12 | Abrir el capo  |   |   |   |   |   |   | 5 s    |           |               |
| 13 | Trasladar las llaves a las oficinas                  |   |   |   |   |   |   | 30 s   | 5 mts     |               |
| 14 | Recoger los instrumentos y materiales para el lavado |   |   |   |   |   |   | 2 m    |           |               |
| 15 | Traslado a la ranfla con los materiales              |   |   |   |   |   |   | 30 s   | 5 mts     |               |
| 16 | Mojar el vehículo                                    |   |   |   |   |   |   | 2m     |           |               |
| 17 | Pasar el chasis con desengrasante                    |   |   |   |   |   |   | 5 m    |           |               |
| 18 | Lavar el chasis con agua                             |   |   |   |   |   |   | 5 m    |           |               |
| 19 | Pasar shampoo con la escoba la carrocería            |   |   |   |   |   |   | 10 m   |           |               |
| 20 | Lavar la carrocería                                  |   |   |   |   |   |   | 5 m    |           |               |
| 21 | Traslado al área de secado                           |   |   |   |   |   |   | 30 s   | 5 mts     |               |
| 22 | Secado y aspirado del vehículo                       |   |   |   |   |   |   | 15 m   |           |               |
| 23 | Facturación  |   |   |   |   |   |   | 5 m    | 5 mts     |               |
| 24 | Entrega de llaves al propietario                     |   |   |   |   |   |   | 30 s   |           |               |
| 25 | Inspección   |   |   |   |   |   |   | 2 m    |           |               |
| 26 | Entrega final  | * |   |   |   |   |   | 0      |           |               |

|                                    |                               |                   |
|------------------------------------|-------------------------------|-------------------|
| Elaborado por: José Julián Cabezas | Aprobado por: Viktor Urdiales | Fecha: Enero 2021 |
|------------------------------------|-------------------------------|-------------------|


**Fuente:** Elaboración Propia

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

En el proceso de lavado completo existen 24 actividades no están incluidas la de inicio o finalización del proceso, el total del proceso se demora alrededor de 61 minutos y 15 segundos como se detalla en el gráfico anterior, la distancia total de recorrido es de 28 metros entre la ranfla y las oficinas de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba donde existe el movimiento o traslado de personas.

### 3.- Proceso de Cambio de aceite

**Tabla 31-3:** Proceso de cambio de aceite

| Lavadora y Lubricadora Rally Sport |  |                               |            |        |            |          |  |        |           |               |
|------------------------------------|--|-------------------------------|------------|--------|------------|----------|---|--------|-----------|---------------|
| Página:                            |  | 3 de 3                        |            |        |            |          |   |        |           |               |
| Proceso:                           |  | Cambio de aceite              |            |        |            |          |   |        |           |               |
| Resumen                            |  | Operación                     | Transporte | Demora | Inspección | Decisión |   |        |           |               |
| Cantidad Total                     |  | 27                            | 17         | 6      | 2          | 1        | 1   |        |           |               |
| Tiempo Total:                      |  | 63m 50s                       | 47m 50s    | 3m 30s | 10 m       | 2 m      | 30 s  |        |           |               |
| Distancia Total:                   |  | 28 mts                        | 8 mts      | 20 mts |            |          |   |        |           |               |
| #                                  | Actividades  | ○                             | □          | ⇒      | ◇          | ▽        | ◇   | Tiempo | Distancia | Observaciones |
| 1                                  | Inicio   | *                             |            |        |            |          |   | 0      |           |               |
| 2                                  | Llegada del cliente al local                         |                               |            |        |            |          |   | 15 s   |           |               |
| 3                                  | Recibir al cliente                                   |                               | *          |        |            |          |   | 10 s   | 3 mts     |               |
| 4                                  | Saludo al cliente                                    |                               | *          |        |            |          |   | 5 s    |           |               |
| 5                                  | Ofrecer los servicios al cliente                     |                               | *          |        |            |          |   | 30 s   |           |               |
| 6                                  | Cliente decide                                       |                               |            |        |            | *        |   | 30 s   |           |               |
| 7                                  | Anotar los servicios y dar turno                     |                               | *          |        |            |          |   | 1 m    |           |               |
| 8                                  | Recepción del vehículo                               |                               | *          |        |            |          |   | 15 s   |           |               |
| 9                                  | Esperar el turno                                     |                               |            |        |            | *        |   | 5 m    |           |               |
| 10                                 | Trasladar el vehículo a las ranflas                  |                               | *          |        |            |          |   | 15 s   | 5 mts     |               |
| 11                                 | Cerrar Vidrios y puertas                             |                               | *          |        |            |          |   | 15 s   |           |               |
| 12                                 | Abrir el capo  |                               | *          |        |            |          |   | 5 s    |           |               |
| 13                                 | Sacar el tapón del aceite y filtro                   |                               | *          |        |            |          |   | 2 m    |           |               |
| 14                                 | Espera hasta que baje todo el aceite quemado         |                               |            |        |            | *        |   | 5 m    |           |               |
| 15                                 | Trasladar a las oficinas a ver el aceite y filtro    |                               | *          |        |            |          |   | 1 m    | 5 mts     |               |
| 16                                 | Llevar el aceite al vehículo                         |                               | *          |        |            |          |   | 1 m    |           |               |
| 17                                 | Tapar el tapon y colocar el filtro de aceite         |                               | *          |        |            |          |   | 2 m    |           |               |
| 18                                 | Limpiar o cambiar filtro de aire                     |                               | *          |        |            |          |   | 2 m    |           |               |
| 19                                 | Recoger los instrumentos y materiales para el lavado |                               | *          |        |            |          |   | 2 m    |           |               |
| 20                                 | Traslado a la ranfla con los materiales              |                               | *          |        |            |          |   | 30 s   | 5 mts     |               |
| 21                                 | Mojar el vehículo                                    |                               | *          |        |            |          |   | 2m     |           |               |
| 22                                 | Pasar shampoo con la escoba la carroceria            |                               | *          |        |            |          |   | 10 m   |           |               |
| 23                                 | Lavar la carroceria                                  |                               | *          |        |            |          |   | 5 m    |           |               |
| 24                                 | Traslado al área de secado                           |                               | *          |        |            |          |   | 30 s   | 5 mts     |               |
| 25                                 | Secado y aspirado del vehículo                       |                               | *          |        |            |          |   | 15 m   |           |               |
| 26                                 | Facturación  |                               | *          |        |            |          |   | 5 m    | 5 mts     |               |
| 27                                 | Entrega de llaves al propietario                     |                               | *          |        |            |          |   | 30 s   |           |               |
| 28                                 | Inspección   |                               |            |        |            | *        |   | 2 m    |           |               |
| 29                                 | Entrega final  | *                             |            |        |            |          |   | 0      |           |               |
| Elaborado por: José Julián Cabezas |  | Aprobado por: Viktor Urdiales |            |        |            |          | Fecha: Enero 2021   |        |           |               |


**Fuente:** Elaboración Propia

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

En el proceso de cambio de aceite existen 27 actividades no están incluidas la de inicio o finalización del proceso, el total del proceso se demora alrededor de 63 minutos y 50 segundos como se detalla en el gráfico anterior, la distancia total de recorrido es de 28 metros entre la ranfla y las oficinas de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba donde existe el movimiento o traslado de personas.

#### 4.- Proceso de Engrasada de Vehículos

**Tabla 32-3:** Proceso de engrasada de vehículos

| Lavadora y Lubricadora Rally Sport |  |                               |           |            |        |            |  |        |           |               |
|------------------------------------|--|-------------------------------|-----------|------------|--------|------------|---|--------|-----------|---------------|
| Página:                            |  | 4 de 4                        |           |            |        |            |   |        |           |               |
| Proceso:                           |  | Engrasada de Vehículos        |           |            |        |            |   |        |           |               |
| Resumen                            |  |                               | Operación | Transporte | Demora | Inspección | Decisión  |        |           |               |
| Cantidad Total                     |  | 17                            | 10        | 4          | 1      | 1          | 1   |        |           |               |
| Tiempo Total:                      |  | 21m 35s                       | 11m 35s   | 2m 30s     | 5 m    | 2 m        | 30 s  |        |           |               |
| Distancia Total:                   |  | 23 mts                        | 8 mts     | 15 mts     |        |            |   |        |           |               |
| #                                  | Actividades                                  | ○                             | □         | ⇒          | ◇      | ▽          | ◇   | Tiempo | Distancia | Observaciones |
| 1                                  | Inicio                                       | *                             |           |            |        |            |   | 0      |           |               |
| 2                                  | Llegada del cliente al local                 |                               |           |            |        |            |   | 15 s   |           |               |
| 3                                  | Recibir al cliente                           |                               | *         |            |        |            |   | 10 s   | 3 mts     |               |
| 4                                  | Saludo al cliente                            |                               | *         |            |        |            |   | 5 s    |           |               |
| 5                                  | Ofrecer los servicios al cliente             |                               | *         |            |        |            |   | 30 s   |           |               |
| 6                                  | Cliente decide                               |                               |           |            |        |            | *   | 30 s   |           |               |
| 7                                  | Anotar los servicios y dar turno             |                               | *         |            |        |            |   | 1 m    |           |               |
| 8                                  | Recepción del vehículo                       |                               | *         |            |        |            |   | 15 s   |           |               |
| 9                                  | Esperar el turno                             |                               |           |            |        |            |   | 5 m    |           |               |
| 10                                 | Trasladar el vehículo a las ranflas          |                               | *         |            |        |            |   | 15 s   | 5 mts     |               |
| 11                                 | Abrir el capo                                |                               | *         |            |        |            |   | 5 s    |           |               |
| 12                                 | Buscar las partes a engrasar                 |                               | *         |            |        |            |   | 2 m    |           |               |
| 13                                 | Traslado a las oficinas a ver la engrasadora |                               | *         |            |        |            |   | 1 m    | 5 mts     |               |
| 14                                 | Llevar la engrasadora al vehículo            |                               | *         |            |        |            |   | 1 m    | 5 mts     |               |
| 15                                 | Engrasar las partes móviles                  |                               | *         |            |        |            |   | 2 m    |           |               |
| 16                                 | Facturación                                  |                               | *         |            |        |            |   | 5 m    | 5 mts     |               |
| 17                                 | Entrega de llaves al propietario             |                               | *         |            |        |            |   | 30 s   |           |               |
| 18                                 | Inspección                                   |                               |           |            |        |            | *   | 2 m    |           |               |
| 19                                 | Entrega final                                | *                             |           |            |        |            |   | 0      |           |               |
| Elaborado por: José Julián Cabezas |  | Aprobado por: Viktor Urdiales |           |            |        |            | Fecha: Enero 2021   |        |           |               |


**Fuente:** Elaboración Propia

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

En el proceso de engrasada de vehículos existen 17 actividades no están incluidas la de inicio o finalización del proceso, el total del proceso se demora alrededor de 21 minutos y 35 segundos como se detalla en el gráfico anterior, la distancia total de recorrido es de 23 metros entre la ranfla y las oficinas de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba donde existe el movimiento o traslado de personas.

## 5.- Proceso de Pulverizada de Vehículos

**Tabla 33-3:** Proceso de pulverizada de vehículos

| Lavadora y Lubricadora Rally Sport |   |                               |           |            |        |            |  |        |           |               |
|------------------------------------|---|-------------------------------|-----------|------------|--------|------------|---|--------|-----------|---------------|
| Página:                            |   | 5 de 5                        |           |            |        |            |   |        |           |               |
| Proceso:                           |   | Pulverizada                   |           |            |        |            |   |        |           |               |
| Resumen                            |   |                               | Operación | Transporte | Demora | Inspección | Decisión  |        |           |               |
| Cantidad Total                     |   | 17                            | 9         | 5          | 1      | 1          | 1   |        |           |               |
| Tiempo Total:                      |   | 21m 35s                       | 9m 35s    | 4m 30s     | 5 m    | 2 m        | 30 s  |        |           |               |
| Distancia Total:                   |   | 23 mts                        | 8 mts     | 15 mts     |        |            |   |        |           |               |
| #                                  | Actividades                             | ○                             | □         | ⇒          | ◇      | ▽          | ◇   | Tiempo | Distancia | Observaciones |
| 1                                  | Inicio                                  | *                             |           |            |        |            |   | 0      |           |               |
| 2                                  | Llegada del cliente al local            |                               |           |            |        |            |   | 15 s   |           |               |
| 3                                  | Recibir al cliente                      |                               |           |            |        |            |   | 10 s   | 3 mts     |               |
| 4                                  | Saludo al cliente                       |                               |           |            |        |            |   | 5 s    |           |               |
| 5                                  | Ofrecer los servicios al cliente        |                               |           |            |        |            |   | 30 s   |           |               |
| 6                                  | Cliente decide                          |                               |           |            |        |            |   | 30 s   |           |               |
| 7                                  | Anotar los servicios y dar turno        |                               |           |            |        |            |   | 1 m    |           |               |
| 8                                  | Recepción del vehículo                  |                               |           |            |        |            |   | 15 s   |           |               |
| 9                                  | Esperar el turno                        |                               |           |            |        |            |   | 5 m    |           |               |
| 10                                 | Trasladar el vehículo a las ranflas     |                               |           |            |        |            |   | 15 s   | 5 mts     |               |
| 11                                 | Abrir el capo                           |                               |           |            |        |            |   | 5 s    |           |               |
| 12                                 | Buscar las partes para pulverizar       |                               |           |            |        |            |   | 2 m    |           |               |
| 13                                 | Traslado a las oficinas a ver el amoral |                               |           |            |        |            |   | 1 m    | 5 mts     |               |
| 14                                 | Llevar el amoral al vehículo            |                               |           |            |        |            |   | 1 m    | 5 mts     |               |
| 15                                 | Pulverizar el vehículo                  |                               |           |            |        |            |   | 2 m    |           |               |
| 16                                 | Facturación                             |                               |           |            |        |            |   | 5 m    | 5 mts     |               |
| 17                                 | Entrega de llaves al propietario        |                               |           |            |        |            |   | 30 s   |           |               |
| 18                                 | Inspección                              |                               |           |            |        |            |   | 2 m    |           |               |
| 19                                 | Entrega final                           | *                             |           |            |        |            |   | 0      |           |               |
| Elaborado por: José Julián Cabezas |   | Aprobado por: Viktor Urdiales |           |            |        |            | Fecha: Enero 2021   |        |           |               |

**Fuente:** Elaboración Propia

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

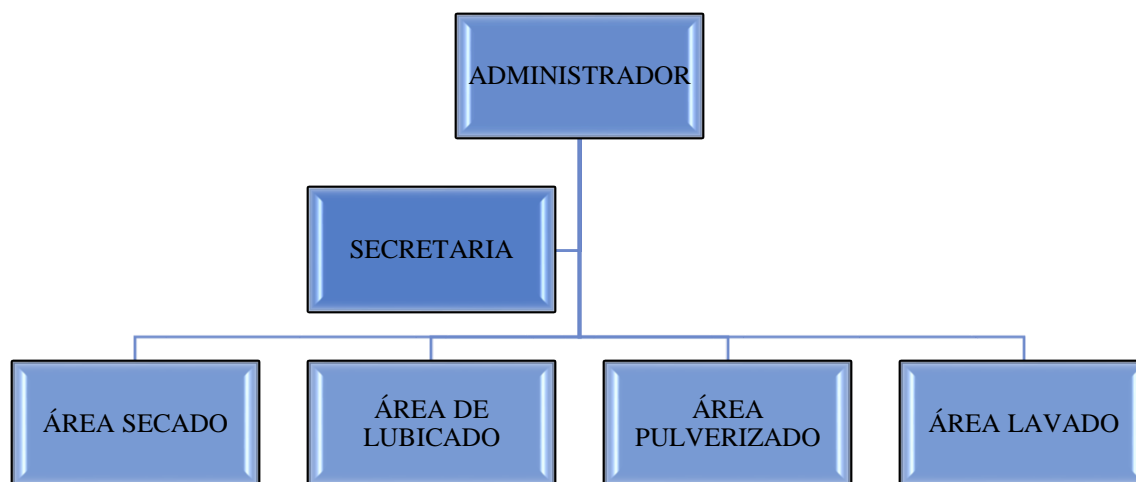
En el proceso de pulverizada de vehículos existen 17 actividades no están incluidas la de inicio o finalización del proceso, el total del proceso se demora alrededor de 21 minutos y 35 segundos como se detalla en el gráfico anterior, la distancia total de recorrido es de 23 metros entre la ranfla y las oficinas de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba donde existe el movimiento o traslado de personas.

### 3.2.6. Plan de organización o administración

En este plan para la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba se debe incluir aspectos como va a estar organizado la organización determinar su organigrama tanto funcional como estructural, en la cual se debe establecer los deberes y funciones de cada uno de los funcionarios de la organización.

### 3.2.6.1. Organigrama estructural lavadora y lubricadora Rally Sport

La Lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba cuenta con 7 trabajadores como se mencionó anteriormente de los cuales 5 son personal operativo y 2 hacen las funciones administrativas, cabe mencionar que actualmente la organización no cuenta con un organigrama establecido para lo cual se propone el siguiente esquema:



**Gráfico 28-3.** Organigrama estructural

Realizado por: José Cabezas 2021

Como se puede observar en el gráfico 4.3 se crea los departamentos de Área de Secado, Área de Lubricado, Área de pulverizado y Área de lavado para lo cual se establece las siguientes características para cada área.

### 3.2.6.2. Organigrama funcional de la lavadora y lubricadora Rally Sport

En la tabla 34-3 se muestra el manual de funciones del cargo de Administrador para la lavadora y lubricadora Rally Sport de la Ciudad de Riobamba

**Tabla 34-3:** Manual de Funciones para el cargo de administrador

| LAVADORA Y LUBRICADORA RALLY SPORT   |  |
|--|--|
| <b>Nombre del puesto</b>   | Administrador  |
| <b>Supervisa a</b>   | Secretaria, trabajadores   |
| <b>Naturaleza del puesto</b>   | Nivel de apoyo que tiene como finalidad manejar la documentación de la empresa   |
| <b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Maneja la agenda del personal de la empresa</li> <li>✓ Brinda atención a los clientes</li> <li>✓ Organiza y controla los archivos</li> <li>✓ Reporta el resultado de los informes</li> <li>✓ Participa con la elaboración del plan de actividades</li> <li>✓ Redacta y despacha oficios</li> <li>✓ Cumple otras funciones a fines del puesto que el inmediato superior disponga</li> <li>✓ Planifica, organiza y dirige la empresa</li> </ul> |  |
| <b>Requisitos</b>  |  |
| <b>Título Profesional</b>  | Ing. Administración de empresas  |
| <b>Experiencia</b>   | 5 años   |
| <b>Cursos afines</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de paquetes informáticos</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Relaciones humanas</li> </ul> |
| <b>Cursos complementarios</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones humanas</li> </ul>   |
| <b>Competencia</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>             |

**Fuente:** Elaboración Propia

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

En la tabla anterior se muestra la naturaleza del cargo, las principales funciones sus requisitos y las competencias para el cargo de Administrador de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba

En la tabla 35-3 se muestra el manual de funciones del cargo de secretaria para la lavadora y lubricadora Rally Sport de la Ciudad de Riobamba

**Tabla 35-3:** Manual de Funciones para el cargo de secretaria

| LAVADORA Y LUBRICADORA RALLY SPORT   |  |
|--|--|
| <b>Nombre del puesto</b>   | Secretaria   |
| <b>Depende de</b>  | Administrador  |
| <b>Supervisa a</b>   | Trabajadores   |
| <b>Naturaleza del puesto</b>   | Controla las actividades de la empresa   |
| <b>Funciones:</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Elabora el plan de actividades de la empresa</li> <li>✓ Presenta los informes</li> <li>✓ Supervisa el trabajo del personal subalterno</li> <li>✓ Asesora a la empresa</li> <li>✓ Revisa el cumplimiento de las actividades</li> <li>✓ Cumple otras funciones a fines del puesto que el inmediato superior disponga</li> </ul> |  |
| <b>Requisitos</b>  |  |
| <b>Título Profesional</b>  | Licenciada en secretariado   |
| <b>Experiencia</b>   | 1 año  |
| <b>Cursos afines</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de paquetes informáticos</li> <li>• Actualización legal</li> </ul> |
| <b>Cursos complementarios</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones humanas</li> <li>• Atención al cliente</li> </ul>              |
| <b>Competencia</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Dinámica</li> </ul>                       |

**Fuente:** Elaboración Propia

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

En la tabla anterior se muestra la naturaleza del cargo, las principales funciones sus requisitos y las competencias para el cargo de secretaria de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba



En la tabla 36-3 se muestra el manual de funciones del cargo de Trabajador 1 (secador de autos) para la lavadora y lubricadora Rally Sport de la Ciudad de Riobamba

**Tabla 36-3:** Manual de funciones para el cargo de trabajador 1 (secador de autos)

| LAVADORA Y LUBRICADORA RALLY SPORT   |  |
|--|--|
| <b>Nombre del puesto</b>   | Trabajador 1   |
| <b>Área de</b>   | Área del Secado  |
| <b>Supervisa a</b>   | -----  |
| <b>Naturaleza del puesto</b>   | Controla las actividades que se realiza en el área de secado   |
| Funciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cumple otras funciones a fines del puesto que el inmediato superior disponga</li> <li>✓ Aseo de la sala de espera</li> <li>✓ Aseo del patio del lavado</li> <li>✓ Barrer el agua utilizada</li> <li>✓ Preparar las sustancias que se utilizan (champú, abrillantador)</li> </ul> |  |
| <b>Requisitos</b>  |  |
| <b>Título Profesional</b>  | Título Bachiller   |
| <b>Experiencia</b>   | 2 años   |
| <b>Cursos afines</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> </ul>  |
| <b>Cursos complementarios</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mecánica básica</li> </ul>  |
| <b>Competencia</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Responsabilidad</li> </ul> |

**Fuente:** Elaboración Propia

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

En la tabla anterior se muestra la naturaleza del cargo, las principales funciones sus requisitos y las competencias para el cargo de trabajador 1 (secador de autos) de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba

En la tabla 37-3 se muestra el manual de funciones del cargo de Trabajador 2 (engrasador) para la lavadora y lubricadora Rally Sport de la Ciudad de Riobamba

**Tabla 37-3:** Manual de funciones para el cargo de trabajador 2 (engrasador)

| LAVADORA Y LUBRICADORA RALLY SPORT  |  |
|---|--|
| <b>Nombre del puesto</b>  | Trabajador 2   |
| <b>Área de</b>  | Área de engrasado  |
| <b>Supervisa a</b>  | -----  |
| <b>Naturaleza del puesto</b>  | Controla todas las actividades en el área de engrasado   |
| <b>Funciones:</b>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Engrasada</li> <li>✓ Cumple otras funciones a fines del puesto que el inmediato superior disponga</li> </ul> |  |
| <b>Requisitos</b>   |  |
| <b>Título Profesional</b>   | Bachiller en Mecánica Automotriz   |
| <b>Experiencia</b>  | 2 años   |
| <b>Cursos afines</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Mecánica básica</li> </ul>                               |
| <b>Cursos complementarios</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> </ul>  |
| <b>Competencia</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Responsabilidad</li> </ul> |

Fuente: Elaboración Propia

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

En la tabla anterior se muestra la naturaleza del cargo, las principales funciones sus requisitos y las competencias para el cargo de trabajador 2 (engrasador) de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba

En la tabla 38-3 se muestra el manual de funciones del cargo de Trabajador 3 (pulverizador) para la lavadora y lubricadora Rally Sport de la Ciudad de Riobamba

**Tabla 38-3:** Manual de funciones para el cargo de trabajador 3 (pulverizador)

| LAVADORA Y LUBRICADORA RALLY SPORT   |  |
|--|--|
| <b>Nombre del puesto</b>   | Trabajador 3   |
| <b>Área de</b>   | Área de pulverizado  |
| <b>Supervisa a</b>   | -----  |
| <b>Naturaleza del puesto</b>   | Controla todas las actividades del área de pulverizado   |
| <b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atención al cliente</li> <li>✓ Pulverizado de chasis</li> <li>✓ Pulverizado de motor</li> <li>✓ Cumple otras funciones a fines del puesto que el inmediato superior disponga</li> </ul> |  |
| <b>Requisitos</b>  |  |
| <b>Título Profesional</b>  | Bachiller  |
| <b>Experiencia</b>   | 2 años   |
| <b>Cursos afines</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Mecánica básica</li> </ul>                               |
| <b>Cursos complementarios</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> </ul>  |
| <b>Competencia</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul> |

**Fuente:** Elaboración Propia

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

En la tabla anterior se muestra la naturaleza del cargo, las principales funciones sus requisitos y las competencias para el cargo de trabajador 3 pulverizador de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba

En la tabla 39-3 se muestra el manual de funciones del cargo de Trabajador 4 (lavador) para la lavadora y lubricadora Rally Sport de la Ciudad de Riobamba

**Tabla 39-3:** Manual de funciones para el cargo de trabajador 4 (lavador)

| LAVADORA Y LUBRICADORA RALLY SPORT   |  |
|--|--|
| <b>Nombre del puesto</b>   | Trabajador 4   |
| <b>Área de</b>   | Área de Lavado   |
| <b>Supervisa a</b>   | Trabajador 5   |
| <b>Naturaleza del puesto</b>   | Controla las actividades que se realiza en el área de lavado   |
| <b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atiende al cliente</li> <li>✓ Lavado exprés</li> <li>✓ Lavado completo</li> <li>✓ Cumple otras funciones a fines del puesto que el inmediato superior disponga</li> </ul> |  |
| <b>Requisitos</b>  |  |
| <b>Título Profesional</b>  | Bachiller  |
| <b>Experiencia</b>   | 2 años   |
| <b>Cursos afines</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> </ul>  |
| <b>Cursos complementarios</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mecánica básica</li> <li>• Liderazgo</li> </ul>                                   |
| <b>Competencia</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul> |

**Fuente:** Elaboración Propia

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

En la tabla anterior se muestra la naturaleza del cargo, las principales funciones sus requisitos y las competencias para el cargo de trabajador 4 (lavador) de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba

### 3.2.6.3. Remuneraciones del personal

Las remuneraciones que tienen el personal de la Lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba son como se muestra en la siguiente tabla

**Tabla 40-3:** Remuneraciones del personal

| Denominación  | # de personas | Valor Mensual | Valor Anual  |
|---------------|---------------|---------------|--------------|
| Administrador | 1             | \$ 800,00     | \$ 9.600,00  |
| Secretaria    | 1             | \$ 500,00     | \$ 6.000,00  |
| Operarios     | 5             | \$ 2.000,00   | \$ 24.000,00 |
| Total         | 7             | \$ 3.300,00   | \$39.600,00  |

Fuente: Elaboración Propia

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

### 3.2.6.4. Reglamento interno

Para el normal funcionamiento de la Lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba, se propone el siguiente reglamento interno que busca la mejora y el buen funcionamiento de sus actividades.

Art 1. Puntualidad. Las horas fijadas en la jornada de trabajo inician con la hora de entrada es decir a las 8h00 y terminan a las 17h00, razón por la cual ningún trabajador podrá abandonar su lugar de trabajo. El no registro tanto de entrada como salida se presume como ausencia total y será sancionado de acuerdo con su falta y será sancionado de acuerdo con lo que dispone este reglamento o el código de trabajo. El registro de asistencia deberá ser realizado por sus titulares de manera personal.

Art. 2. Trabajo compensatorio. En caso de suspensión por causa fortuita, se podrá disponer su recuperación aumentando la jornada diaria hasta por dos horas diarias hasta completar la jornada perdida, estas horas laboradas no serán consideradas como horas extras o suplementarias.

Art. 3. Horas suplementarias o extraordinarias. Su cálculo se lo efectuará de acuerdo con lo que establece la legislación actual, no podrá exceder de dos horas diarias sin la autorización del propietario.

Art. 4. Ausentismo. Ningún trabajador podrá abandonar su puesto de trabajo sin autorización del jefe inmediato, en caso de suceder este particular su remuneración será descontada en función del tiempo y una multa del 5% de la remuneración diaria.

Art. 5. Justificaciones. En caso de ausentarse por calamidad doméstica o enfermedad o lo que dispone el código de trabajo, el trabajador deberá presentar los justificativos necesarios como certificado del IESS estos deberán ser presentados en un plazo no mayor a 72 horas después de la inasistencia.

Art. 6. Causales de visto bueno. El empleador podrá dar por terminado el contrato de trabajo en los siguientes casos.

1.- Por faltas repetidas e injustificadas de puntualidad o de asistencia al trabajo, por abandono del lugar de trabajo por un periodo mayor a tres días consecutivos sin una causa justificada siempre que estas faltas sean en un mismo periodo de mes.

2.- Por indisciplina, desobediencia o por falta de palabra y obra hacia los funcionarios de la lavadora.

3.- Por falta de probidad o conducta inmoral debidamente comprobado por parte del trabajador.

4.- Por injurias e improperios dados por el trabajador al propietario, conyugue o descendientes debidamente comprobados.

5.- Por ineptitud comprobado en los trabajos encomendados por parte del propietario al trabajador.

6.- Por causar un mal ambiente de trabajo, realizar insultos, realizar bulling, golpes a los compañeros de trabajo.

7.- Por hurto o robo de herramientas o algún objeto de valor de la lavadora o usuarios debidamente comprobado.

8.- Por denuncia injustificada en contra del empleador ante la Inspectoría de trabajo u otros organismos de control, si la denuncia es verdadera el propietario le garantiza la estabilidad por dos años.

Art. 7. Registro del tiempo de trabajo. El empleador garantizará el sistema para el registro y novedades de todos los trabajadores de la lavadora y lubricadora Rally Sport, el mismo garantizará el adecuado control del tiempo de trabajo y sus novedades.

La omisión en el registro de la entrada y la salida hará presumir ausencia a la jornada laboral lo que conlleva a descuentos siempre y cuando no se justifique.

Art. 8. Días de descanso. Se consideran días de descanso aquellos establecidos en el artículo 65 del código de trabajo o aquellos dispuestos mediante decreto presidencial, en estos días los

trabajadores están exentos de trabajar, de ser el caso que les toque trabajar este día de descanso obligatorio será recompensado por otro día de la semana laboral.

Art. 9. Permisos calamidad doméstica o licencias. Son causales de permisos o licencias sin cargo a vacaciones o descuentos los siguientes motivos.

Por Maternidad, Lactancia o Paternidad, toda mujer tiene derecho a una licencia con remuneración de doce semanas por el nacimiento de su hijo o hija para lo cual se presentará el certificado otorgado por el IESS, el padre tiene derecho a una licencia con sueldo por el nacimiento de su hijo o hija de 10 días, según lo establece el art 152 del código de trabajo vigente en el país.

Por calamidad doméstica se entiende todo suceso familiar grave como fallecimiento, enfermedad o lesión grave hasta el segundo grado de consanguinidad o de afinidad lo cual se concede hasta tres días de licencia por fallecimiento.

Art. 10. Sanciones. Se consideran las siguientes sanciones para el trabajador que incumpla las leyes y el reglamento interno, se establecen como faltas leves y graves.

a) Faltas leves cometidas en un mismo mes

Primera vez. Amonestación escrita

Segunda vez. Amonestación escrita con una multa que no exceda el 10% de su remuneración

Tercera vez. Se procede al trámite de visto bueno ante la Inspectoría de trabajo

b) Faltas Graves

Primera vez. Multa que no exceda el 10% de su remuneración

Reincidencia. Terminación de la relación laboral previo el trámite de visto bueno ante la Inspectoría de trabajo de la jurisdicción de la lavadora y lubricadora Rally Sport.

Todas estas faltas se deben registrar en los archivos de cada trabajador.

Art. 11. De la impugnación de las sanciones. El trabajador al considerar una sanción injusta o al verse afectado por una sanción puede apelar la misma con los documentos de respaldo que sustente su impugnación, en un plazo no mayor de 15 días contados desde la fecha en que se impuso la sanción.

Art. 12. Registro. Toda la documentación tanto de ingreso, promoción, sanciones se debe elaborar y archivar en un expediente por cada trabajador de la lavadora y lubricadora Rally Sport, no se puede retirar algún documento del expediente de los trabajadores.

Art. 13. Terminación de la relación laboral. La lavadora y lubricadora Rally Sport podrá dar por terminado la relación laboral por cualquiera de los ítems previstos en el artículo 169 del Código de Trabajo vigente.

#### 3.2.6.5. *Marco legal*

La Empresa empezó sus actividades con el nombre de Lavadora y Lubricadora Rally Sport un 12 diciembre del 2007, con el No. de RUC 0603578899001 cuya actividad principal es el lavado de todo tipo de autos.

Según el Registro Único de Contribuyentes, una Empresa Persona Natural o Jurídica que inicia una actividad debe constar en la lista del Registro Único de Contribuyentes. El RUC está compuesto por trece números y su composición varía según el tipo de contribuyente. Es por ello que la Lavadora y Lubricadora Rally Sport es una Persona Natural no Obligada a llevar Contabilidad.

Las Personas Naturales no Obligadas a Llevar Contabilidad solo llevan un registro de ingresos y gastos.

#### **Ventajas**

- La constitución Lavadora y Lubricadora Rally Sport fue sencilla y rápida, no presento mayores tramites, la documentación requerida fue mínima.
- Las empresas constituidas bajo la forma de persona natural pueden ser liquidadas o vendidas fácilmente.
- Solo llevan un registro de ingresos y gastos.
- Cuenta con su respectivo personal para cada área.
- Se puede ampliar o reducir el patrimonio de la empresa sin ninguna restricción.

#### **Desventajas**

- Tiene responsabilidad ilimitada, es decir, el dueño asume de forma ilimitada toda la responsabilidad por las deudas u obligadas que pueda contraer la empresa lo que significa que deberá garantizar dichas deudas u obligaciones con su patrimonio o bienes personales.
- Capital limitado solo a lo que pueda aportar el dueño.



- Presenta menos posibilidades de poder acceder a créditos financieros, los bancos o entidades se muestran menos dispuestos a conceder préstamos a Personas Naturales.
- Falta de continuidad en caso de incapacidad del dueño

### 3.2.7. Plan financiero

El plan financiero de la lavadora y lubricadora Rally Sport cuenta de tres partes fundamentales los ingresos, los egresos y las evaluaciones.

#### 3.2.7.1. Ingresos

La principal fuente de ingresos es por los servicios de lavada exprés, completa, cambio de aceite, engrasada y pulverizada tanto de vehículos pequeños como medianos y grandes.

En el cuadro N° 41-3 se muestra los principales ingresos de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba según los registros que mantiene el negocio

**Tabla 41-3:** Ingresos

| Servicios       | Autos y camionetas |        |       | Camiones |        |       | Total diario |
|-----------------|--------------------|--------|-------|----------|--------|-------|--------------|
|                 | Cantidad           | Precio | Total | Cantidad | Precio | Total |              |
| Lavada Exprés   | 7                  | 5      | \$35  | 3        | 15     | \$45  | \$80         |
| Lavada Completa | 7                  | 9      | \$63  | 3        | 30     | \$90  | \$153        |
| Cambio Aceite   | 5                  | 35     | \$175 | 2        | 90     | \$180 | \$355        |
| Engrasada       |                    |        |       | 1        | 20     | \$20  | \$20         |
| Pulverizada     |                    |        |       | 1        | 20     | \$20  | \$20         |
| <b>TOTAL</b>    |                    |        | \$273 |          |        | \$355 | \$628        |

Fuente: Elaboración Propia

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

En la tabla anterior de los datos obtenidos de los registros de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba, se realizó el cálculo dividiendo en ingresos por servicios a vehículos pequeños y vehículos grandes en cada uno de los 5 servicios que presta el negocio a sus clientes, se obtiene un ingreso diario promedio.

### Proyección de los Ingresos

El plan de Negocios tendrá una duración de 5 años para lo cual se va a proyectar tomando como año base el 2020 que se tiene datos reales para los otros años se va a utilizar la tasa de crecimiento poblacional que según el INEC es de 1,067% anual según datos hasta el año 2016 y para el año 2018 es de 1,07% por lo tanto como este negocio su base principal es el mantenimiento de vehículos se va a tomar el valor de crecimiento de los vehículos en el país que es de 1,07% anual.

**Tabla 42-3:** Proyección de ingresos

| Servicios             | Años                |                     |                     |                     |                     |
|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|                       | 2020                | 2021                | 2022                | 2023                | 2025                |
| Lavada Exprés         | \$24.880            | \$25.146,22         | \$25.415,28         | \$25.687,22         | \$25.962,08         |
| Lavada Completa       | \$47.583            | \$48.092,14         | \$48.606,72         | \$49.126,82         | \$49.652,47         |
| Cambio Aceite         | \$110.405           | \$111.586,33        | \$112.780,31        | \$113.987,06        | \$115.206,72        |
| Engrasada             | \$6.220             | \$6.286,55          | \$6.353,82          | \$6.421,81          | \$6.490,52          |
| Pulverizada           | \$6.220             | \$6.286,55          | \$6.353,82          | \$6.421,81          | \$6.490,52          |
| <b>TOTAL INGRESOS</b> | <b>\$195.308,00</b> | <b>\$197.397,80</b> | <b>\$199.509,95</b> | <b>\$201.644,71</b> | <b>\$203.802,31</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

En la tabla anterior se observa que de los datos de la tabla N° 42-3 en la cual se tienen datos diarios los mismos se multiplicó por 311 días que se labora en la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba ya que se labora 365 días restando 54 domingos que no se labora da como resultado 311 días laborados en un año, para el primer año base el 2020 se tiene los siguientes ingresos de 140,883 por todos los servicios que presta la lavadora, para los próximos años se lo proyecto utilizando la tasa de crecimiento vehicular del INEC del 1,07 anual

### 3.2.7.2. Egresos

Para los Egresos lo vamos a dividir en dos rubros los costos de Producción y los gastos generales de fabricación para lo cual tenemos:

#### 1.- Costos de Producción

Dentro de los costos de producción los principales rubros tenemos la Materia prima Directa, la Mano de Obra Directa y Los Costos Indirectos de Fabricación CIF.

**Tabla 43-3:** Costos de producción

| Descripción          | Unidad Medida  | Cantidad  | Costo Unitario | Valor Total         |
|----------------------|----------------|-----------|----------------|---------------------|
| <b>Materia Prima</b> |                |           |                | <b>\$ 85.104,42</b> |
| Shampo para auto     | galones        | 108       | \$ 5,00        | \$ 540,00           |
| Franela              | metros         | 168       | \$ 1,00        | \$ 168,00           |
| Escobas fibra fina   | unidad         | 14        | \$ 2,00        | \$ 28,00            |
| Lubricantes aceite   | galón          | 3421      | \$ 16,00       | \$ 54.736,00        |
| Aceite litro         | litro          | 1555      | \$ 4,00        | \$ 6220,00          |
| Filtros de aceite    | unidad         | 2177      | \$ 5,00        | \$ 10.885,00        |
| Filtros de aire      | unidad         | 1089      | \$ 5,00        | \$ 5.445,00         |
| Filtros de gasolina  | unidad         | 1089      | \$ 5,00        | \$ 5.445,00         |
| Agua                 | m <sup>3</sup> | 12.595,50 | \$ 0,13        | \$ 1.637,42         |
| <b>Mano de Obra</b>  |                |           |                | <b>\$ 32.676,00</b> |

|   |         |           |             |                      |
|---|---------|-----------|-------------|----------------------|
| Remuneración                                | anual   | 5         | \$ 4.800,00 | \$ 24.000,00         |
| Beneficios Sociales                         | anual   | 5         | \$ 1.735,20 | \$ 8.676,00          |
| <b>Costos indirectos de Fabricación CIF</b> |         |           |             | <b>\$ 14.233,00</b>  |
| Desengrasante                               | galones | 36        | \$ 8,00     | \$ 288,00            |
| Ambiental                                   | galones | 36        | \$ 5,00     | \$ 288,00            |
| Silicon para tableros                       | galones | 36        | \$ 5,00     | \$ 288,00            |
| Brillo de llanta                            | galones | 24        | \$ 5,00     | \$ 120,00            |
| Energía eléctrica                           | Kw      | 11.700,00 | \$ 0,12     | \$ 1.404,00          |
| Mantenimiento                               | anual   |           |             | \$ 1.000,00          |
| Depreciación                                | anual   |           |             | \$ 10.845,00         |
| <b>TOTAL, CIF</b>                           |         |           |             | <b>\$ 132.013,42</b> |

**Fuente:** Elaboración Propia

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

Si se utiliza 2 galones de promedio en el mes de shampo tenemos 108 galones al año, utilizamos en promedio 2 metro de franela por trabajador al mes tenemos 7 trabajadores que en el año es un total de 168 metros de franela utilizados, las escobas de fibra fina se utiliza para pasar el agua con shampo en promedio se dota de 2 por año por cada trabajador, los aceites si tenemos, en lo que respecta a los lubricantes en vehículos pequeños se utiliza 1 galón con 1 litro en promedio y en vehículos grandes es de 3 galones en promedio por camión si se cambia dos camiones por día al año tenemos la cantidad de 1.866 galones de aceite, los filtros se utilizan en total 2.177 cambios de aceite y en promedio el valor es de \$ 5,00.

Los filtros de gasolina y los de aire se utilizan en un total de la mitad de los filtros de aire es decir 1.089 filtros de cada tipo al año

La remuneración se considera a los 5 obreros considerados como Mano de Obra directa, cuya remuneración al mes es de \$ 400 el aporte patronal al seguro es de 11,15% que corresponde mensualmente la cantidad de \$ 44,60 lo que corresponde al XII y XIV remuneración y el fondo de reserva es de una remuneración al año cada rubro por trabajador

En los costos indirectos tenemos el uso de desengrasante, ambiental silicón para tableros se utiliza en promedio 3 galones mensuales y el producto para el brillo de los neumáticos se utiliza en promedio de 2 galones al mes.

El consumo de agua se lo determinado del lavado diario promedio más el cambio de aceite que se ofrece son 27 lavadas entre completas y exprés, al cual multiplicado por los 311 días que se labora tenemos 8397 lavadas multiplicada por 1,5 m<sup>3</sup> que se utiliza en promedio por lavada da el total de 12595,50 m<sup>3</sup> multiplicado por \$ 0,13 centavos que cuesta el m<sup>3</sup> de agua nos da el total de \$ 1.637,42

## 2.- Depreciación

Se aplicó el método de línea recta para el cálculo de la depreciación para lo cual en la tabla N° 44-3 se muestra el cálculo de los valores de la depreciación

**Tabla 44-3:** Depreciación de activos fijos

| Activo               | V / Actual | V // Residual | # de años | V / depreciación |
|----------------------|------------|---------------|-----------|------------------|
| Edificios            | 250.000,00 | 25.000,00     | 20        | 11.250,00        |
| Herramientas         | 3.000,00   | 300,00        | 10        | 270,00           |
| Maquinaria y Equipos | 5.000,00   | 500,00        | 10        | 450,00           |
| Muebles y enseres    | 1.000,00   | 100,00        | 10        | 90,00            |
| Equipo de Computo    | 500,00     | 50,00         | 5         | 90,00            |

Fuente: Elaboración Propia

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

La depreciación de los activos fijos que corresponden a los Costos Indirectos de fabricación es de: \$ 10.845,00 correspondientes al 90% del edificio ya que el resto del edificio se considera como un gasto administrativo más la depreciación de la Herramienta y Maquinaria y Equipo en la cual esta maquinaria como (1 compresor, 1 bomba de agua, e instalaciones)

## 3.- Gastos Administrativos

Dentro de los gastos administrativos tenemos rubros que nos sirven para el normal funcionamiento de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba como se muestra en la siguiente tabla\_

**Tabla 45-3:** Gastos administrativos

| Denominación                                       | Valor mensual | Valor Anual         |
|--|---------------|---------------------|
| Remuneración Gerente propietario                   | 1.000,00      | 12.000,00           |
| Remuneración secretaria vendedora                  | 600,00        | 7.200,00            |
| Beneficios sociales (XIII, XIV y Fondo de Reserva) | 333,33        | 4.000,00            |
| Aporte patronal (12,5% mensual)                    | 200,00        | 2.400,00            |
| Pago Servicios Contadora                           | 50,00         | 600,00              |
| Depreciación Gasto Administrativo                  |               | 1.305,00            |
| Servicios básicos                                  | \$100,00      | 1.200,00            |
| Útiles de oficina                                  |               | 200,00              |
| Útiles de aseo                                     |               | 50,00               |
| <b>Total, Gasto Administrativo</b>                 |               | <b>\$ 28.955,00</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

Los beneficios sociales están incluidos el XII remuneración que corresponde la cantidad de una remuneración lo mismo valor es para el fondo de reserva, XIV remuneración que corresponde a

la cantidad de la Remuneración básica unificada que es de 400 por empleado el valor para el aporte patronal corresponde al 12,50% de cada remuneración mensual de cada empleado.

El pago por Servicios profesionales de la contadora es de 100 dólares mensuales por llevar la contabilidad de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba, el valor de la depreciación corresponde al 10% de los edificios más el valor de depreciación de muebles y enseres y equipo de cómputo cuyo valor es de \$ 1.305,00 anuales. Los servicios básicos constan rubros como el pago de teléfono y la parte proporcional de la luz y agua que corresponde a \$ 50 mensuales.

#### 4.- Gastos de Venta

En este rubro se establece las erogaciones por concepto de publicidad y promoción que la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba piensa establecer anualmente como se muestra en la tabla siguiente:

**Tabla 46-3:** Gastos de venta

| Denominación                   | Cantidad | V / Unitario | V / Mensual | V / Anual         |
|--------------------------------|----------|--------------|-------------|-------------------|
| Promoción lavada exprés        | 5        | \$5,00       | \$25,00     | \$300,00          |
| Promoción por navidad          | 2        | \$40,00      |             | \$80,00           |
| Descuentos por 25 stickers     | 5        | \$5,00       | \$25,00     | \$300,00          |
| Souvenirs franelas             | 200      | \$0,50       |             | \$100,00          |
| Souvenirs esferos              | 100      | \$0,30       |             | \$30,00           |
| Souvenirs gorras               | 100      | \$3,00       |             | \$300,00          |
| Impresiones volantes tamaño A5 | 1000     | \$0,02       |             | \$20,00           |
| Letrero                        | 1        | \$120,00     |             | \$120,00          |
| Tarjetas de presentación       | 1000     | \$0,03       |             | \$30,00           |
| Publicidad por redes sociales  | 2        | \$50,00      |             | \$100,00          |
| <b>TOTAL, GASTOS DE VENTA</b>  |          |              |             | <b>\$1.380,00</b> |

**Fuente:** Elaboración Propia

**Realizado por:** Cabezas, J. 2021.

En el cuadro 46-3 se muestra los diferentes rubros que se tiene planificado realizar en las promociones para la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba para captar o fidelizar a los clientes.

#### 5.- Inversiones

Las inversiones que se van a realizar son las siguientes como se muestra en la tabla 47-3 que se muestra a continuación

**Tabla 47-3:** Inversiones

| Inversión Inicial        | Unidad | Valor Unitario | V / Total          |
|--------------------------|--------|----------------|--------------------|
| Compresores              | 2      | \$3.000,00     | \$6.000,00         |
| Elevadores               | 1      | \$3.000,00     | \$3.000,00         |
| Adecuaciones             | 1      | \$2.000,00     | \$2.000,00         |
| <b>Total Inversiones</b> |        |                | <b>\$11.000,00</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

Las principales inversiones es la adquisición de 2 compresores cada uno tienen un costo promedio de \$ 3.000,00; un elevador de vehículos de hasta 2 toneladas de capacidad cuyo costo promedio está en \$ 3,000,00 y adecuaciones de toda la lavadora que se espera tener una inversión de \$ 2000,00; el total de inversiones que se tiene previsto bordea la cantidad de \$ 11.000,00 los mismos que se realizará en el año =

### 3.2.7.3. Flujo de caja proyectado

En la Tabla N° 48-3 se muestra el flujo de caja proyectado para los 5 años que tiene vigencia el plan de negocios para la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba

**Tabla 48-3:** Flujo de caja proyectado

| Concepto                             | Año 1              | Año 2              | Año 3              | Año 4              | Año 5              |
|--------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Ingresos Operacionales               | \$195.308,00       | \$197.397,80       | \$199.509,95       | \$201.644,71       | \$203.802,31       |
| Costo de Producción                  | \$132.013,42       | \$133.425,96       | \$134.853,62       | \$136.296,56       | \$137.754,93       |
| Utilidad Bruta en Ventas             | \$63.294,58        | \$63.971,83        | \$64.656,33        | \$65.348,15        | \$66.047,38        |
| Gasto Administrativo                 | \$28.955,00        | \$29.264,82        | \$29.577,95        | \$29.894,44        | \$30.214,31        |
| Gasto de Venta                       | \$1.380,00         | \$1.394,77         | \$1.409,69         | \$1.424,77         | \$1.440,02         |
| Utilidad antes de PTU                | \$32.959,58        | \$33.312,25        | \$33.668,69        | \$34.028,94        | \$34.393,05        |
| 15% Part. de Trabajadores Utilidades | \$4.943,94         | \$4.996,84         | \$5.050,30         | \$5.104,34         | \$5.158,96         |
| Utilidad antes IAR                   | \$28.015,64        | \$28.315,41        | \$28.618,39        | \$28.924,60        | \$29.234,10        |
| 25% Impuesto a la renta              | \$7.003,91         | \$7.078,85         | \$7.154,60         | \$7.231,15         | \$7.308,52         |
| <b>Utilidad Neta</b>                 | <b>\$21.011,73</b> | <b>\$21.236,56</b> | <b>\$21.463,79</b> | <b>\$21.693,45</b> | <b>\$21.925,57</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

Para realizar la proyección del Flujo de caja proyectado, la tasa de crecimiento se tomó en consideración en el crecimiento del parque automotor que es del 1,07% anual para todos los rubros de ingresos costos y gastos. La utilidad neta corresponde al 10,76% del total de los ingresos operacionales o ventas netas.

### 3.2.7.4. Flujo de caja actualizado

En la tabla 49-3. Se muestra el flujo de caja actualizado con todos los rubros tanto de ingresos como de egresos, como se muestra a continuación:

**Tabla 49-3:** Flujo de caja actualizado

| Rubros                            | Año 0        | Año 1              | Año 2              | Año 3              | Año 4              | Año 5              |
|-----------------------------------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>Inversiones</b>                | -\$11.000,00 |                    |                    |                    |                    |                    |
| <b>Ingresos</b>                   |              |                    |                    |                    |                    |                    |
| Ingresos Operacionales            |              | \$195.308,00       | \$197.397,80       | \$199.509,95       | \$201.644,71       | \$203.802,31       |
| <b>Egresos</b>                    |              |                    |                    |                    |                    |                    |
| Costo de Producción               |              | \$132.013,42       | \$133.425,96       | \$134.853,62       | \$136.296,56       | \$137.754,93       |
| Gasto Administrativo              |              | \$28.955,00        | \$29.264,82        | \$29.577,95        | \$29.894,44        | \$30.214,31        |
| Gasto de Venta                    |              | \$1.380,00         | \$1.394,77         | \$1.409,69         | \$1.424,77         | \$1.440,02         |
| 15% Participación de Trabajadores |              | \$4.943,94         | \$4.996,84         | \$5.050,30         | \$5.104,34         | \$5.158,96         |
| 25% Impuesto a la renta           |              | \$7.003,91         | \$7.078,85         | \$7.154,60         | \$7.231,15         | \$7.308,52         |
| Total Egresos                     |              | \$174.296,27       | \$176.161,24       | \$178.046,16       | \$179.951,26       | \$181.876,74       |
| <b>Flujo de Caja</b>              |              | <b>\$21.011,73</b> | <b>\$21.236,56</b> | <b>\$21.463,79</b> | <b>\$21.693,45</b> | <b>\$21.925,57</b> |
| (+) Depreciación Activo Fijo      |              | \$12.150,00        | \$12.280,01        | \$12.411,40        | \$12.544,20        | \$12.678,43        |
| <b>Flujo de Caja Neto</b>         |              | <b>\$33.161,73</b> | <b>\$33.516,56</b> | <b>\$33.875,19</b> | <b>\$34.237,65</b> | <b>\$34.604,00</b> |
| <b>Flujo de Caja Actualizado</b>  | -\$11.000,00 | \$30.563,81        | \$28.470,82        | \$26.521,16        | \$24.705,01        | \$23.013,23        |

Fuente: Elaboración Propia

Realizado por: Cabezas, J. 2021.

En la tabla anterior se muestra el Flujo de caja actualizada a una tasa de oportunidad del 8,5% que es lo que pagan en promedio las instituciones Financieras tanto bancos como cooperativas en el país

### 3.2.7.5. Evaluaciones

Para realizar las evaluaciones se lo va a realizar mediante el Valor Actual neto, Tasa interna de Retorno, Relación beneficio costo y Periodo de Recuperación de la Inversión

#### 1.- Valor Actual Neto (VAN)

Para el Cálculo del Valor Actual Neto que es la suma de los Flujo Netos actualizados incluida la Inversión Inicial, se aplicó la siguiente Formula:

$$VAN = -I_0 + \sum \frac{FE}{(1+i)^n}$$

El resultado del VAN es de \$122.274,03; al ser un valor mayor el proyecto es rentable por lo que se sugiere continuar con la ejecución del plan de negocios que mejorará la rentabilidad de la lavadora.

## 2.- Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno nos permite medir si es viable la ejecución del plan de negocios o proyecto tomando en consideración una tasa de oportunidad que para el presente caso es del 8,5% q es la tasa que pagan los banco por inversiones realizadas a 1 año plazo, para el plan de negocios se tiene que la TIR es la siguiente:

$$TIR = 271\%$$

Al ser la TIR mayor que 0 el proyecto es viable

## 3.- Relación Beneficio Costo

Para el cálculo de la Relación beneficio costo se necesitan los rubros de cada año de los Ingresos y Egresos actualizados la misma tasa de oportunidad del 8,5%

$$R\ B/C = \sum \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}}$$
$$R\ \frac{B}{C} = \frac{\$ 784.925,36}{\$ 689.481,09} = 1,14$$

La Relación beneficio costo como es mayor a 1 en este caso es de 1,14 significa que el proyecto es rentable.

## 4.- Periodo de Recuperación de la Inversión PRI

El periodo de recuperación de la Inversión PRI es igual a la Inversión sobre el promedio de los Flujos actualizados, se aplica la siguiente formula:

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial } I_0}{\text{Promedio de FE actualizado}} = \frac{\$11.000}{\$26.654,81} = 0,4127$$

$$PRI = 0,4127 * 12 = 4 \text{ meses, } 29 \text{ días}$$

La inversión se recuperará a los 4 meses 29 días por lo que el proyecto es muy recuperable para el inversionista.



## **CONCLUSIONES**

1. Al Realizar el diagnóstico a la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba, se determinó que existen muchas falencias como que no tienen identificado ni formulado los flujogramas de los procesos para cada uno de los servicios que tiene el establecimiento.
2. No tienen estructurado ningún tipo de estrategia en lo concerniente a Mercadotecnia procesos o administración por lo que su gestión es empírica sin ninguna planificación lo que conlleva a cometer errores
3. Al no tener ninguna planificación la gestión de la lavadora es como un barco a la deriva sin ningún direccionamiento hacia el futuro.

## **RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda realizar diagnósticos situacionales cada cierto tiempo con el fin de evaluar el plan de negocios, así como el de detectar a tiempo problemas que se pueden presentar en la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba.
2. Evaluar las estrategias periódicamente formuladas en el plan de negocios para la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba, y con los diagnósticos periódicos se debe de formular nuevas estrategias si fuera necesario.
3. Aplicar el Plan de negocios para la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba, y evaluarla periódicamente para ver sus resultados o reformular las estrategias contempladas en el plan de negocios.

## **GLOSARIO**

**Factible:** Proviene del latín factibilis, derivado del adjetivo fácil, proveniente del latín facilis; que se refiere también a dócil o bien dispuesto. La raíz de este adjetivo nace de la palabra hacer, del latín facĕre (Diccionarioactual, s.f.).

**Delimitación:** “Delimitar el tema significa enfocar en términos concretos nuestro campo de interés, especificar sus alcances, determinar sus límites” (Sabino, Tesis Plus).

**Empírica:** Es cualquier estudio donde las conclusiones se extraen estrictamente de pruebas empíricas concretas y verificables (QuestionPro)

**Activos:** Un activo es un recurso con valor que alguien posee con la intención de que genere un beneficio futuro (sea económico o no). En contabilidad, representa todos los bienes y derechos de una empresa, adquiridos en el pasado y con los que esperan obtener beneficios futuros (Llorente).

**Demanda:** En términos de economía, la demanda sería la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos, a los distintos precios que propone el mercado, por los consumidores en un momento determinado (Billin).

**Oferta:** Es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos (Economipedia).

## BIBLIOGRAFÍA

- Balanko, G. (2018). *Cómo preparar un plan de negocios Exitoso*. México: McGraw-Hill.
- Bateman, T., & Snell, S. (2019). *Administración*. México: McGraw-Hill.
- Bermúdez, L., & Rodríguez, L. (2016). *Investigación en la gestión empresarial*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá : Pearson Educación.
- Company, S. C. (2003). *Mercadotécnica para su pequeña empresa* . California: Estradagy incite .
- Cruelles, J. (2013). *Productividad e incentivos como hacer que los tiempos de producción se cumplan*. México: Alfaomega.
- GAD Municipal Riobamba. (2016). *Informe de actividades*. Obtenido de: <http://www.gadmriobamba.gob.ec/>
- Galindo, M. (2008). *Diccionario de economía y empresa*. Madrid: Editorial del Economista.
- García, A., & Paredes, L. (2014). *Estrategias financieras empresariales*. México: Grupo Editorial Patria.
- García, V. (2014). *Introducción a las finanzas*. México: Grupo Editorial PATRIA.
- Garzozzi, R., Messina, M., Moncada, C., Ochoa, J., & Zambrano, R. (2014). *Planes de negocios para emprendedores*. Guayaquil: Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos (LATIn).
- Granizo, J., & Parra, M. (2015). *Diseño de un plan de negocios para la Lavadora y Lubricadora "Auto Spa Rápidos & Económicos" en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo en el periodo 2014 – 2015*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Obtenido de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2Fdspace.esoch.edu.ec%2Fbitstream%2F123456789%2F10032%2F1%2F102T0098.pdf&clen=5014151>
- Güillín, S. (2017). *Diseño de un plan de negocios para mejorar la gestión de la Ferretería "Comercial Ely" del cantón San José de Chimbo, provincia Bolívar, para el periodo 2017 - 2020*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Obtenido de: <http://dspace.esoch.edu.ec/handle/123456789/8699>
- Hellriegel, D., Jackson, S., & Slocum, J. (2009). *Administración un enfoque basado en competencias*. México: CENGAGE Learning.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2016). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hitt, M., Black, S., & Porter, L. (2016). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Hitt, M., Ireland, D., & Hoskisson, R. (2015). *Administración estratégica Competitividad y globalización*. México: CENGAGE Learning.

- Koontz, H., Wehrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración. Una perspectiva Global y empresarial*. México: McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*. México: Pearson Educación.
- Lerma, H. (2011). *Metodología de la investigación propuesta, anteproyecto y proyecto*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Longenecker, J., Moore, C., Petty, W., & Palich, L. (2012). *Administración de pequeñas empresas*. México: Cengage Learning.
- Martínez, H. (2012). *Metodología de la investigación*. México: Cengage Learning.
- Ministerio de Comercio (2010). *Manual para la elaboración de planes de Negocio*. Bogotá: Corporación Ventures.
- Moreano, J. (2019). *Plan de negocios para la microempresa "Mi Casita de Campo"; especializada en la producción, transformación y comercialización de productos orgánicos en la ciudad de Machala*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Obtenido de: <https://1library.co/document/zkw8d1ez-negocios-microempresa-especializada-produccion-transformacion-comercializacion-productos-organicos.html>
- Münch, L. (2017). *Administración*. México: PEARSON Educación.
- Osterwalder, A. (2012). *Generación de Modelos de negocios*. Madrid: Deusto.
- Pimentel, E. (2008). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión aspectos teóricos y prácticos*. México: McGraw-Hill.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración*. México: PEARSON EDUCACIÓN .
- Sabino, C. (2006). *Diccionario de economía y finanzas*. México: Cedice.
- Santesmases, M. (2012). *Marketing Conceptos y estrategias*. Madrid: Piramide.
- Santos, D. d. (2004). *El plan de negocios* . Madrid: Diaz de Santos.
- Sastre, M. (2009). *Diccionario de Dirección de empresas y marketing*. Madrid: Editorial del Economista.
- Stoner, J., Freeman, E., & Gilbert, D. (2006). *Administración*. México: PEARSON EDUCACIÓN.

## ANEXOS

### ANEXO A: FOTOGRAFÍA DE LA LAVADORA





## ANEXO B: CUESTIONARIO DE ENCUESTAS CLIENTES EXTERNO



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA DE FINANZAS

**Objetivo:** Recopilar información de los clientes de la Lavadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba para conocer sus necesidades y preferencias.

Subraye la respuesta correcta.

1. ¿Se encuentra satisfecho con la atención que recibe de la lavadora?

Muy satisfecho ( ) Satisfecho ( ) Poco Satisfecho ( ) Nada Satisfecho ( )

2. ¿Está usted conforme con el servicio que recibe de la lavadora?

Muy conforme ( ) Conforme ( ) Poco Conforme ( ) Nada Conforme ( )

3. ¿Cumple los tiempos establecidos para brindar el servicio?

Si ( ) No ( )

4. Califique la calidad de atención recibida por parte del personal. (califique de 5 mayor a 1 menor importancia)

| Descripción                              | Menor |   |   | Mayor |   |
|--|-------|---|---|-------|---|
| Atención al cliente                      | 1     | 2 | 3 | 4     | 5 |
| Lavado del automotor                     | 1     | 2 | 3 | 4     | 5 |
| Limpieza de los interiores del automotor | 1     | 2 | 3 | 4     | 5 |
| Conducta hacia el cliente                | 1     | 2 | 3 | 4     | 5 |
| Mantenimiento de su automotor            | 1     | 2 | 3 | 4     | 5 |

5. ¿Considera usted que la infraestructura de la lavadora es adecuada para el servicio que necesita?

Si ( ) No ( )

6. ¿Dispone la lavadora de espacios de espera mientras lavan su automotor?

Si ( ) No ( )

7. ¿Recibe promociones por parte de la lavadora como lavado gratis u otros?

Si ( ) No ( )

Otros.....  
.....  
.....  
.....

8. ¿Se cumple con los servicios que la lavadora oferta?

Si ( ) No ( )

9. Califique los servicios de la lavadora. (califique de 5 mayor a 1 menor importancia)





ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA DE FINANZAS

| Descripción           | Menor |   |   | Mayor |   |
|-----------------------|-------|---|---|-------|---|
|                       | 1     | 2 | 3 | 4     | 5 |
| Lavada                | 1     | 2 | 3 | 4     | 5 |
| Pulverizada           | 1     | 2 | 3 | 4     | 5 |
| Cambio de aceite      | 1     | 2 | 3 | 4     | 5 |
| Limpeza de interiores | 1     | 2 | 3 | 4     | 5 |
| Lavada del motor      | 1     | 2 | 3 | 4     | 5 |

10. ¿Sabe usted si la lavadora presta algún tipo de servicio que no puede encontrar en otra lavadora? Especifique.

Si ( ) No ( )

Otro

servicio.....  
.....

11. ¿Desearía que se implemente algún tipo de servicio en la lavadora? Especifique

Si ( ) No ( )

Otro

servicio.....  
.....

12. ¿Piensa usted que la lavadora está en un sitio estratégico?

Si ( ) No ( )

13. ¿Cree usted que sea necesario expandir la lavadora para que pueda brindar un mejor servicio?

Si ( ) No ( )

14. ¿Considera usted que el personal es idóneo para trabajar en la lavadora?

Si ( ) No ( )

15. ¿Le gustaría dar alguna sugerencia para mejorar la atención recibida?

Si ( ) No ( )

Sugerencia.....  
.....

16. ¿Cree usted que es conveniente el costo establecido por la lavadora por los servicios brindados?

Si ( ) No ( )

17. ¿Piensa usted que un plan de negocios mejorará la competitividad y rentabilidad de la lavadora y lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba?

Si ( ) No ( )

## ANEXO C: CUESTIONARIO DE ENCUESTAS PROPIETARIO



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA DE FINANZAS

**Objetivo:** Recopilar información de los clientes internos de la Lubricadora Rally Sport de la ciudad de Riobamba para conocer sus problemas

Subraye la respuesta correcta.

1. ¿Existe un manual de procesos para el personal de la lavadora?  
Si                      No
2. ¿Conoce usted si se realiza inspecciones rutinarias para verificar el cumplimiento de los procesos?  
Si                      No
3. ¿Están definidos los procedimientos?  
Si                      No
4. ¿Los precios que la lavadora tiene son accesibles para el cliente?  
Si                      No
5. ¿Existe un manual de seguridad ocupacional?  
Si                      No
6. ¿Cuenta la lavadora con protocolos de seguridad?  
Si                      No
7. ¿Considera usted que la maquinaria que posee la lavadora es eficaz para su trabajo?  
Si                      No
8. ¿Piensa usted que sea necesario implementar más maquinaria para el servicio?  
Si                      No
9. ¿Ha habido alguna queja de un cliente sobre el trato de algún trabajador?  
Si                      No
10. ¿Cree usted que los trabajadores reciben un sueldo justo y adecuado?  
Si                      No
11. ¿Ha recibido usted algún tipo de capacitación para que pueda desempeñarse de una mejor manera en su labor?  
Si                      No
12. ¿Cada que tiempo realiza una planificación para la compra de insumos?  
1 semana              2 semanas              3 semanas  
4 semanas
13. ¿Cada que tiempo realiza el control de los insumos de trabajo que posee la lavadora?  
15 días                      30 días                      60 días  
120 días
14. ¿Cada que tiempo realiza charlas con los trabajadores para conocer las necesidades que tengan?



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA DE FINANZAS

1 semana                      2 semanas                      3 semanas  
1 mes                              2 meses

15. ¿Motiva a sus trabajadores?

Si                                      No

16. ¿Cómo motiva a sus trabajadores?

Charlas                      Juegos                      Capacitaciones  
Remuneraciones extras

17. ¿Está determinado un orden de mando entre los trabajadores?

Si                                      No

**ANEXO D: MATRICES OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

**VARIABLE INDEPENDIENTE: PLAN DE NEGOCIOS**

| <b>Conceptualización de la variable</b>   | <b>Dimensiones de la variable</b> | <b>Establecer Indicadores fundamentales</b> | <b>Ítems básicos</b>  | <b>Técnicas-Instrumentos</b> | <b>Destinatarios</b> |
|---|-----------------------------------|---|---|------------------------------|----------------------|
| Plan de negocios es un documento base que se elabora con la finalidad de saber cómo estamos y como debemos estar en un futuro al aplicar todas las estrategias que se definieron en el plan, este documento servirá para los clientes internos que va a ser de guía para el cumplimiento de las metas, así como | 1-Dimension del cliente.          | Satisfacción de los clientes                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Se encuentra satisfecho con la atención que recibe de la lavadora?</li> <li>• ¿Está usted conforme con el servicio que recibe de la lavadora?</li> </ul>  | ENCUESTA                     | CLIENTES             |
|   |                                   | Capacidad de respuesta del personal         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cumple los tiempos establecidos para brindar el servicio?</li> <li>• Califique la calidad de atención recibida por parte del personal.</li> </ul>   | ENCUESTA                     | CLIENTES             |
|   |                                   | Personal capacitado                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Existe un manual de procesos para el personal de la lavadora?</li> <li>• ¿Conoce usted si se realiza inspecciones rutinarias para verificar el cumplimiento de los procesos?</li> <li>• ¿Están definidos los procedimientos?</li> </ul> | ENTREVISTA                   | DUEÑO                |
|   |                                   | Instalaciones adecuadas.                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Considera usted que la infraestructura de la lavadora es adecuada para el servicio que necesita?</li> <li>• ¿Dispone la lavadora de espacios de espera mientras lavan su automotor?</li> </ul>  | ENCUESTA                     | CLIENTES             |
|   | 2-Dimension del servicio          | Servicios que oferta la lavadora            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Recibe promociones por parte de la lavadora como lavada gratis u otros?</li> <li>• ¿Se cumple con los servicios que la lavadora oferta?</li> <li>• Califique los servicios de la lavadora.</li> </ul>                                   | ENCUESTA                     | CLIENTES             |

|   |                         |   |   |            |          |
|---|-------------------------|---|---|------------|----------|
| para los clientes externos que puede servir como los bancos o instituciones financieras para ver hacia dónde quieren llegar con las estrategias planteadas. |                         | Atributos que los usuarios esperan del servicio que buscan. | <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Los trabajadores que laboran en la lavadora realizan una limpieza integra de su automotor?</li> </ul>   | ENCUESTA   | CLIENTES |
|   |                         | Servicio único que presta la lavadora a sus clientes.       | <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Sabe usted si la lavadora presta algún tipo de servicio que no puede encontrar en otra lavadora?</li> <li>¿Desearía que se implemente algún tipo de servicio en la lavadora?</li> </ul> | ENCUESTA   | CLIENTES |
|   | 3-Dimensión de mercados | Precios   | <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Los precios que la lavadora tiene son accesibles para el cliente?</li> </ul>  | ENTREVISTA | DUEÑO    |
|   |                         | Ubicación   | <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Piensa usted que la lavadora está en un sitio estratégico?</li> <li>¿Cree usted que sea necesario expandir la lavadora para que pueda brindar un mejor servicio?</li> </ul>             | ENCUESTA   | CLIENTES |
|   |                         | Atención al cliente   | <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Considera usted que el personal es idóneo para trabajar en la lavadora?</li> </ul>  | ENCUESTA   | CLIENTES |
|   |                         | Seguridad   | <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Existe un manual de seguridad ocupacional?</li> <li>¿Sabe usted si la lavadora cuenta con protocolos de seguridad?</li> </ul>   | ENTREVISTA | DUEÑO    |
|   | 4-Dimensión Tecnológica | Maquinaria  | <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Considera usted que la maquinaria que posee la lavadora es eficaz para su trabajo?</li> <li>¿Piensa usted que sea necesario implementar más maquinaria para el servicio?</li> </ul>     | ENTREVISTA | DUEÑO    |

**VARIABLE DEPENDIENTE: COMPETITIVIDAD Y RENTABILIDAD**

| Conceptualización de la variable   | Dimensiones de la variable | Establecer Indicadores fundamentales            | Ítems básicos  | Técnicas-Instrumentos | Destinatarios |
|--|----------------------------|---|--|-----------------------|---------------|
| Competitividad: La competitividad se refiere a la diferenciación que existe de un negocio o empresa con la competencia mediante la rentabilidad que se obtenga en un periodo determinado o de análisis. La empresa o industria será competitivo en un mercado cuando no se puede quedar en desventaja frente a las demás industrias o empresas parecidas o similares | Normas de calidad          | Satisfacción del cliente con el servicio.       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Está conforme usted con el servicio brindado por parte de los trabajadores de la lavadora?</li> <li>• ¿Le gustaría dar alguna sugerencia para mejorar la atención recibida?</li> </ul> | ENCUESTA              | CLIENTES      |
|  |                            | Opinión de los clientes.                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Habido alguna queja de un cliente sobre el trato de algún trabajador?</li> </ul>   | ENTREVISTA            | DUEÑO         |
|  | Costos de mano de obra     | Sueldos y salarios                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cree usted que los trabajadores reciben un sueldo justo y adecuado?</li> </ul>   | ENTREVISTA            | DUEÑO         |
|  |                            | Precios del servicio                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cree usted que es conveniente el costo establecido por la lavadora por los servicios brindados?</li> </ul>   | ENCUESTA              | CLIENTE       |
|  | Capacitación               | Dominio en su área de trabajo                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Ha recibido usted algún tipo de capacitación para que pueda desempeñarse de una mejor manera en su labor?</li> </ul>   | ENTREVISTA            | DUEÑO         |
| <b>Rentabilidad:</b> la rentabilidad es el rendimiento que producen una serie de capitales en un determinado periodo de tiempo. Es una forma de comparar los medios que se han utilizado para una determinada acción, y la renta que se ha generado fruto de esa acción.   | Económico                  | Adquisición de mercadería                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Usted realiza una planificación para la compra de insumos?</li> </ul>  | ENTREVISTA            | DUEÑO         |
|  |                            | Manejo de inventarios.                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cada que tiempo realiza el control de los insumos de trabajo que posee la lavadora?</li> </ul>   | ENTREVISTA            | DUEÑO         |
|  | Social                     | Interrelación entre el dueño y los trabajadores | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Realiza charlas constantes con los trabajadores para conocer las necesidades que tengan?</li> <li>• ¿Motiva a sus trabajadores?</li> <li>• ¿Cómo motiva a sus trabajadores?</li> </ul> | ENTREVISTA            | DUEÑO         |
|  |                            | Jerarquización de labores                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Está determinado un orden de mando entre los trabajadores?</li> </ul>  | ENTREVISTA            | DUEÑO         |



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS PARA EL  
APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN  
UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS**



**REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y  
BIBLIOGRAFÍA**

**Fecha de entrega:** 25/02/2022

|   |
|---|
| <b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>  |
| <b>Nombres – Apellidos:</b> JOSÉ JULIÁN CABEZAS CUENCA  |
| <b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>  |
| <b>Facultad:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS   |
| <b>Carrera:</b> FINANZAS  |
| <b>Título a optar:</b> INGENIERO EN FINANZAS  |
| <b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> Ing. Rafael Inty Salto Hidalgo.<br><br>0298-DBRA-UTP-2022 |

