



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:**

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA LAVADORA Y LUBRICADORA EN  
LA PARROQUIA DE PÍNTAG**

**AUTOR/ A: MAYRA ESTEFANIA GAMBOA BAQUERO**

**TUTOR/ A: Mg JOHNN NIETZSCHE BRAVO PARDO**

**TUTOR TÉCNICO: Mg. JOHNN NIETZSCHE BRAVO PARDO**

**QUITO- ECUADOR**

**AÑO: 2018**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de TUTOR TÉCNICO DIRECTOR del Proyecto: Plan de negocios para una lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag Presentado por el ciudadano Mayra Estefania Gamboa Baquero estudiante del programa de Ingeniería en Administración de Empresas de la Universidad Tecnológica Israel considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la revisión y evaluación respectiva por parte del Tribunal de grado que se digne para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, 16 de agosto del 2018

EL TUTOR

Ing. MAG. John Nietzsche Bravo Pardo

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de TUTOR METODOLÓGICO DIRECTOR del Proyecto: Plan de negocios para una lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag Presentado por el ciudadano Mayra Estefania Gamboa Baquero estudiante del programa de Ingeniería en Administración de Empresas de la Universidad Tecnológica Israel considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la revisión y evaluación respectiva por parte del Tribunal de grado que se digne para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, 16 de agosto del 2018

EL TUTOR

Ing. MAG. Johnn Nietzsche Bravo Pard



## **DECLARACION DE AUTENTICIDAD**

El abajo firmante, declara que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales, de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Mayra Estefania Gamboa Baquero

C.I. 172224836-4

## **APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Tecnológica Israel.

Quito, 16 de agosto del 2018.

Para constancia firman:

**TRIBUNAL DE GRADO**

F.....

**PRESIDENTE**

F .....

**VOCAL**

F .....

**VOCAL**

## **AGRADECIMIENTO**

A la Virgencita del Quinche quién con su bendición, permitió que llegara este día que por años esperé, a mis padres por ser esa guía y llevarme por buen camino, estar conmigo en cada obstáculo que la vida me ponía, a mis hermanas por ser esas amigas incondicionales y motivación de crecimiento, a mis amigos y maestros que estuvieron durante mi formación académica y especialmente a mi tutor de tesis, quien con su conocimiento y enseñanzas ayudo a que este trabajo llegará a su fin.

Gracias

## **DEDICATORIA**

Dedicó de una manera especial a mis padres, quienes fueron el pilar fundamental para la construcción de mi vida profesional, y ser ese apoyo moral y económico.

A mis hermanas que con su inocencia y sonrisas día a día hicieron mi vida más llevable.

*Mayra Gamboa*

## ÌNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR .....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR .....	iii
DECLARACION DE AUTENTICIDAD .....	iii
APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA.....	vi
Resumen Ejecutivo .....	8
Palabras Claves.....	8
Summary.....	9
Keywords.....	9
<b>Introducción</b> .....	10
<b>Planteamiento del Problema</b> .....	10
<b>Objetivos</b> .....	11
<b>Objetivo general</b> .....	11
<b>Objetivos específicos</b> .....	11
<b>Justificación</b> .....	11
<b>Idea a defender</b> .....	12
<b>Variables</b> .....	12
<b>Variables Independientes</b> .....	12
<b>Variables Dependientes</b> .....	12
CAPITULO I.....	13
MARCO TEÓRICO .....	13
1.1 Investigaciones previas sobre el objeto de estudio.....	13
1.1.1 Servicio de lavadora y lubricadora .....	15
1.1.2 Lubricación.....	16
1.1.3 Lavadora .....	16
1.1.4 Negocios .....	17
1.1.5 Planeación.....	17
1.1.6 Plan de Negocios .....	18
1.2 MARCO CONCEPTUAL .....	18

1.2.1 Aceite .....	18
1.2.2 Aditivos .....	19
1.2.3 Filtros .....	19
1.2.4 Viscosidad .....	19
1.2.5 Refrigerante .....	20
1.2.6 Emprendimiento .....	20
1.2.7 Microempresa/ Sociedad Unipersonal .....	21
1.2.8 Demanda.....	21
1.2.9 Mercado.....	21
1.2.10 Marketing .....	21
1.2.11 Publicidad.....	22
1.2.12 Colaboradores.....	22
1.2.13 Comunicación Efectiva .....	22
1.2.14 Planeación Estratégica.....	23
1.2.15 Planeación Marketing.....	23
1.2.16 Planeación de Ventas .....	23
1.2.17 Plan de Marketing .....	24
1.2.18 Plan de Ventas .....	24
1.2.19 Plan de Producción.....	25
1.2.10 Plan Operativo.....	25
CAPITULO II .....	26
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....	26
2.1 Enfoque Metodológico de la investigación .....	26
2.3 Métodos a emplear en la investigación .....	26
2.4 Tipo de investigación .....	26
2.5 Población.....	26
2.6 Muestra para las unidades de estudio .....	27
2.7 Técnicas y herramientas a emplear en la investigación .....	27
2.7.1 Encuesta .....	28
2.7.2 Aplicación y análisis de la Encuesta .....	28
2.7.2 Entrevista.....	36
2.7.3 Aplicación y análisis de la Entrevista .....	36
CAPÍTULO III .....	38

PROPUESTA .....	38
3.1 Estudio Técnico .....	38
3.1.1 Layout de la lavadora y lubricadora .....	38
3.1.5 Procesos .....	40
3.1.6 Flujograma de procesos .....	41
3.2 Estudio Organizacional.....	43
3.2.1 Misión.....	43
3.2.3 Visión .....	43
3.2.4 Objetivos de la organización .....	43
3.2.5 Políticas .....	43
3.2.6 Estructura.....	44
3.3 Estudio de Mercado .....	46
3.3.1 Oferta.....	46
3.3.2 Demanda.....	46
3.3.3 Segmentación de Mercado.....	47
3.3.4 Mercado Objetivo .....	47
3.4 Estudio Financiero .....	47
3.4.1 Proyección de ingresos .....	47
3.4.2 Proyección de costos .....	47
3.4.3 Proyección de gastos .....	48
3.4.4 Inversión inicial .....	49
3.4.5 Capital de trabajo.....	49
3.4.6 Estructura del capital .....	50
3.5 Evaluación Financiera .....	50
3.5.1 Flujo de caja .....	50
3.5.2 Valor Actual Neto(VAN) .....	51
3.5.3 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	52
3.5.4 Cálculo de la relación beneficio costo (RBC) .....	52
3.5.5 Periodo de Recuperación del Capital (PRC) .....	53
3.6 Estudio Ambiental .....	53
3.6.1 Tratamiento de aceites usados .....	53
3.6.2 Tratamiento de filtros usados .....	54
3.6.3 Tratamiento de Botellas.....	54

3.6.4 Tratamiento de Baldes.....	55
3.7 Plan de marketing.....	55
3.7.1 Estrategia general del marketing.....	55
3.7.1.1 Mercado Objetivo.....	55
3.8.2 Propuesta de valor.....	55
3.8.2.1 Diferenciación.....	55
3.7.2. 2 Estrategia de Posicionamiento.....	55
3.7.3 Mezcla del marketing.....	56
3.7.3.1 Lavadora y lubricadora.....	56
3.7.3.2 Soporte.....	56
3.7.4 Las 4 P'S del marketing.....	56
3.7.4.1 Producto.....	56
3.7.4.2 Precio.....	56
3.7.4.3 Plaza.....	57
3.7.4.4 Promoción.....	57
3.7.5 Publicidad.....	57
3.7.6 Marketing Directo.....	57
CAPÍTULO IV.....	59
CONCLUSIONES.....	59
RECOMENDACIONES.....	60
Bibliografía.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1. Pregunta 1 de la Encuesta.....	299
Gráfico No. 2 Pregunta 2 de la Encuesta.....	299
Gráfico No. 3Pregunta 3 de la Encuesta.....	30
Gráfico No. 4Pregunta 4 de la Encuesta.....	30
Gráfico No. 5 Pregunta 5 de la Encuesta.....	31
Gráfico No. 6 Pregunta 6 de la Encuesta.....	31
Gráfico No. 7. Pregunta 7 de la Encuesta.....	32
Gráfico No. 8 Pregunta 8 de la Encuesta.....	32
Gráfico No. 9. Pregunta 9 de la Encuesta.....	33
Gráfico No. 10. Pregunta 10 de la Encuesta.....	333
Gráfico No. 11. Pregunta 11 de la Encuesta.....	344
Gráfico No. 12. Diseño de lavadora y lubricadoora .....	388
Gráfico No. 13.Ubicación de Píntag.....	419
Gráfico No. 14.Logotipo de Lavadora y Lubricadora .....	40
Gráfico No. 15. Diseño de los procesos .....	41
Gráfico No. 16.Flujograma de procesos.....	42
Gráfico No.17 Estructura de la lavadora y lubricadora .....	44

## ÌNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Resumen de Hallazgos en la Encuesta.....	35
Tabla N° 2. Proyección de Ingresos .....	47
Tabla N° 3. Proyección de costos.....	488
Tabla N° 4. Proyección de gastos.....	488
Tabla N° 5. Inversión Inicial .....	49
Tabla N° 6. Capital de trabajo .....	499
Tabla N° 7. Estructura del capital .....	50
Tabla N° 8. Flujo de Caja.....	50
Tabla N° 9. Valor Actual Neto .....	581
Tabla N° 10. Tasa Interna de Retorno.....	52
Tabla N° 11. Cálculo de la relación beneficio costo .....	52
Tabla N° 12. Periodo de recuperación del capital .....	53
Tabla N° 13. Precio .....	57
Tabla N° 14. Costos de publicidad.....	58

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta.....	64
Anexo 2. Entrevista.....	66

## **Resumen Ejecutivo**

La parroquia de Píntag es una parroquia que se encuentra en constante crecimiento, y debido a tener una mina de material pétreo hay constante movilización de vehículos y la mayoría de personas se encuentran dedicadas a la actividad del transporte, pero debido a tener 3 lavadoras y lubricadoras, la mayoría de personas salen a realizar los mantenimientos de sus vehículos fuera de la parroquia, y no se han realizado estudios anteriores en la parroquia. De lo cual se ha realizado una encuesta y el 96% de las personas están de acuerdo en que una lavadora y lubricadora debe posicionarse para iniciar sus actividades, satisfaciendo así la necesidad de los habitantes de la parroquia y realizando un estudio deductivo- inductivo. Realizando una serie de estudios en el ámbito situación actual, económico y marketing se llegó a la conclusión que la lavadora y lubricadora debe posicionarse en Píntag y de ellas misma iniciarán las ganancias para seguir con la ampliación de la infraestructura del negocio. Para iniciar las actividades en el negocio se necesita \$ 54.500,00usd, de los cuales estarán distribuidos por porcentajes en un capital propio y por fuentes externas, se conoce que se recuperará al primer año de servicio. Este proyecto esta viable pues al proponer la creación de una lavadora y lubricadora en una parroquia que se dedica al transporte, y al mismo tiempo las que ya se encuentran en el mercado no están proporcionando la satisfacción del cliente.

**Palabras Claves:** lubricadora, lavadora, vehículos, plan de negocios, parroquia.

### **Summary**

The parish of Pintag is a parish that is in constant growth, and due to having a stone material mine there is constant mobilization of vehicles and the majority of people are dedicated to the transport activity, but due to having 3 washing machines and lubricators, most people go out to perform the maintenance of their vehicles outside the parish, and no previous studies have been done in the parish. Of which a survey has been conducted and 96% of people agree that a washing machine and lubricator should be positioned to start their activities, thus satisfying the needs of the inhabitants of the parish and conducting a deductive-inductive study. Conducting a series of studies in the current situation, economic and marketing, it was concluded that the washer and lubricator should be positioned in Píntag and they themselves will start the profits to continue with the expansion of the business infrastructure. To start the activities in the business you need \$ 54,500.00usd, of which you will be distributed by percentages in your own capital and by external sources, it is known that you will recover the first year of service. This project is viable because it proposes the creation of a washing machine and lubricator in a parish dedicated to transport, and at the same time those that are already in the market are not providing customer satisfaction.

**Keywords:** lubricator, washing machine, vehicles, business plan, parish

## **Introducción**

La parroquia de Píntag está ubicada al sur de Quito, cerca del Valle de los Chillos. Esta zona se caracteriza por la presencia del volcán Antisana y por ser una tierra de páramo, de ahí que posee múltiples arroyos y es productora de agua.

En la época precolombina, el cacique y héroe nacional, el general Píntag, conocido como el primer “general”, escogió esta zona como la base de resistencia a la invasión inca, especialmente a los ataques de Huayna Cápac. El nombre de esta zona se determinó en honor al líder quiteño, quien desarrolló una estrategia con la que combatió a los incas por cerca de 12 años y tuvo la resistencia a la invasión incaica de ahí el nombre donde se desarrollara la creación de la lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag.

Se tiene información acerca de la creación de lubricadoras, pero en otras parroquias, que a su vez necesitaban cubrir estas necesidades de tener todo tipo de aceites y productos de la misma rama a su alcance y en la brevedad posible, en la parroquia de Píntag existen pocas lavadoras y lubricadoras por lo que la competencia es bastante baja, lo que se puede constatar realizando una observación bastante simple.

Hay que cubrir la necesidad de los vehículos tengan un mantenimiento con una lavadora y lubricadora que brinde servicios de calidad donde las personas se sientan satisfechas. Las investigaciones que realizaran verificaran la factibilidad de la creación de un plan de negocios de una lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag.

Con la búsqueda de nuevos negocios productivos se la necesidad de seleccionar este sector para las personas que son propietarios de vehículos y los quieren mantener en óptimas condiciones.

## **Planteamiento del Problema**

La población pinteña a pesar del cambio rápido, que se da en las sociedades y avanzar a nivel comercial, lo que hace es mantenerse aun sin casi nada de comercialización de productos para los vehículos y para mantenerlos en buen estado a pesar de que en la parroquia la mayoría de personas mantienen los vehículos no solo como de paseo sino como herramientas de trabajo aun es difícil encontrar estos productos, pero a la velocidad del cambio en la sociedad ya no solo necesario contar con todo lo necesario sino un valor agregado, por ello también se propone que se pueda hacer los cambios de aceite en las mismas instalaciones.

Debido a la escases de servicios completos en esta rama se ha visto en la necesidad de incrementar una lavadora pues las personas no se sienten a gusto con los servicios que prestan las pequeñas lavadoras ya existentes en la parroquia de Píntag.

Los estudios realizados se verán reflejados en la necesidad de cubrir y mejorar la calidad en lo que se refiere a mantener a un vehículo en buenas condiciones, por lo que es primordial una lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag que cuente con los productos y no sea necesarios salir para acceder a un mantenimiento óptimo.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Diseñar un plan de negocios para la creación de una lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag, mediante herramientas de investigación para conocer la factibilidad del negocio propuesto y con esta información prestar un servicio de calidad a sus clientes.

### **Objetivos específicos**

- Realizar una investigación bibliográfica para plantear el marco teórico de un plan de negocios para la creación de una lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag, mediante una investigación de campo.
- Investigar la necesidad de incorporar al mercado una lavadora y lubricadora en Píntag, mediante técnicas de recolección de datos para determinar la aprobación a ser atendida a los clientes potenciales.
- Proponer un plan de negocios con una estructura organizacional y administrativa para crear una lavadora y lubricadora, mediante estudios de mercado y marketing

### **Justificación**

Para la creación de un nuevo negocio se debe tener claro que antes de ponerlo en marcha, se debe realizar un estudio minucioso desde la necesidad, los medio hasta llegar a la satisfacción del cliente, es por ello que el presente trabajo se indagara sobre los estudios técnicos, económicos y de marketing para diseñar un plan de negocios de una lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag.

Por tanto, los negocios a implementarse y en la creciente competencia se ha visto la necesidad de conocer las exigencias de los posibles clientes para mejorar el servicio, y atender bajo las normas de calidad que demandan y así llegar a la satisfacción del cliente.

Según lo antes mencionado y al tener los conocimientos necesarios para el desarrollo de este proyecto es factible pues diseñar un plan de negocios de una lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag para todos los habitantes que cuentan con un vehículo para realizar el mantenimiento.

### **Idea a defender**

Plan de negocios para una lavadora y lubricadora beneficia al desarrollo de la parroquia de Píntag con estrategias de marketing para la prestación del servicio con productos de buena calidad donde se proteja los vehículos.

### **Variables**

#### **Variables Independientes**

Plan de negocios para una lavadora y lubricadora.

#### **Variables Dependientes**

Prestación de servicios con productos de calidad.

# CAPITULO I

## MARCO TEÓRICO

Las lavadoras y lubricadoras a nivel mundial empiezan no hace más de un siglo viéndolo como posibilidad de nuevo negocio que recién se está incrementado para el servicio de mantenimiento mensual de los vehículos, donde lo que se busca es mantener en estado un automotor.

A nivel del Ecuador las lavadoras y lubricadoras empiezan a labora pero no con un tema documental y bien llevado sino más bien nace la experiencia que cada persona al implementar su negocio va llevando de ahí que empieza a ser mecanizada y a llevar más a allá, ya un tema que se necesita tener más demanda es por ello que una de las primeras informaciones que se tiene nivel país es del 2014 cuando inician con un plan de marketing para una lubricadora que solo se la llevaba de una manera bastante a la antigua .

En Quito, aún se están implementado las lavadoras y lubricadoras y a pesar de no tener estudios minuciosos, se tiene el conocimiento de negocios exprés, para realizar los cambios de aceite y lavados de los automóviles, sin los conocimientos previos no se ha tenido mayores resultados a pesar que ya se encuentran implementados.

En la parroquia de Píntag, las lavadoras y lubricadoras no están correctamente constituidas y no han realizado estudios preliminares para implementar este negocio, a pesar de ser una parroquia en constante crecimiento a nivel de transporte no posee de estos negocios que satisfagan las necesidades de sus habitantes en el cambio de aceite de sus vehículos.

### **1.1 Investigaciones previas sobre el objeto de estudio**

Según Campos, 2014 “No tiene conocimiento de hacer un plan, creencia que todo sale mejor si se hace en el instante, no tiene recursos económicos para pagar una persona que le guíe en esta actividad, también existe desconfianza en los resultados que se alcancen” (pág. 6), hasta ahora a no se tiene mayor información que de que los negocios ya se están implementando de manera documental.

Según el repositorio de Zambrano, 2018 “El plan de negocios está enfocada a la creación de una lavadora y lubricadora ecológica en la ciudad de Quito debido a la necesidad que existe de cuidar el vehículo sin hacer daño al medio ambiente, Actualmente no existe una empresa que se dedique a dar un servicio 100% ecológico y es por esto que se decidió que es una oportunidad de negocio viable en el mercado” (pág. 1).

La creciente demanda de clientes que buscan realizar mantenimientos de calidad a sus vehículos va creciendo, es por ello que un estudiante de la Universidad de las Américas, ha visto la necesidad de realizar un estudio más minucioso del diseño de una lavadora y lubricadora en la ciudad de Quito, y se una manera amigable con el planeta, hasta el momento se tiene muy poco conocimiento, de las lavadoras y lubricadores en el país, pues anteriormente no se ha realizado un estudios de este tema o donde se tenga realmente constancia de la creación de las mismas.

Con el conocimiento en ventas y técnicas de marketing se ha visto la necesidad de complementar a ellas estudios más técnicos de los negocios no sean solo dinero y ganancias sino amigables con el ambiente, y bajo normas y cumpliendo cada uno de los parámetros establecidos satisfacer las necesidades del cliente y este vuelva siempre al negocio.

Según el repositorio de Cabrera, 2014 “La idea de crear una lavadora y lubricadora en el cantón Gonzanamá que tiene por objeto implementar un servicio eficiente, en razón que se brindara una atención exclusiva y personalizada a los clientes que decidan adquirir nuestros servicios” (pág. 7).

En cada sitio de nuestro país se necesita la implementación de nuevos y novedosos servicios que satisfagan las necesidades de los posibles clientes, pues la correcta implementación va más allá de tener un negocio, sino conocer de las nuevas necesidades a ser cubiertas, este es el caso de la tesis realizada en la universidad de Loja donde con estudios realizados se conoce que no tienen el conocimiento amplio para técnicas de marketing y de acercamiento a los posibles clientes, y bajo técnicas de marketing fidelizar a los clientes pero brindando buena atención y un servicio de calidad.

Se ha llegado a la conclusión que cada uno de los servicios que se oferte en los diferentes negocios a ser creados, antes debe tener un estudio de factibilidad para evitar pérdidas y posiblemente cierre de negocios.

Se podrías señalar que en la parroquia de Píntag los negocios que se dedican a tener lavadoras y lubricadoras no cuentan con la documentación necesaria ni los estudios pertinentes para implementación de dichas lavadoras y lubricadoras, pero a su vez están van dando resultado por el pequeño número que se encuentra prestando el servicio es por ello que se plantea un plan de negocios que cuente con la información que se requiere para creación de una lavadora y lubricadora.

Cada término utilizado en la vida diaria y no de una manera técnica lleva a confusiones, por lo que necesario el estudio profundo que a medida que se vaya realizando el proyecto se irán utilizando.

Las palabras de difícil comprensión se deben conocer cuál es el significado de cada una de ellas, pues con eso las personas irán entendiendo de mejor manera los contextos y el tema específico que se abordará que a medida que se vaya desarrollando el tema, evitando confusiones de parte de los lectores.

Es de importancia el conocimiento de los negocios en nuestra sociedad pues en base a su desarrollo es que día a día, con su crecimiento va mejorando la economía en la sociedad y a su vez satisfaciendo las necesidades que como personas van teniendo con sus bienes.

### **1.1.1 Servicio de lavadora y lubricadora**

Según Botero G (2014) manifiesta que “El lavado y lubricado es una actividad que consiste en higienizar el auto por dentro y fuera, utilizando productos específicos para cumplir con esta labor” (pág. 55).

Este servicio consiste en satisfacer la necesidad del cliente al momento del mantenimiento que se tiene con los vehículos, cabe señalar que esta será una verificación integra del vehículo y de acuerdo a la necesidad y al costo que se plantee pagar, la importancia de que las personas tengan un vehículo limpio y bien realizado el mantenimiento es también para ampliar el tiempo de vida útil en un automotor, es

importante realizarlo regularmente para incluso ver las fallas que está presentado el automotor, los vehículos en buen estado fácilmente son visualizados si tienen fallas o de alguna forma algo empieza a fallar, especialmente si es una herramienta de trabajo de debe tratar de tener en el mejor estado posible, la mayoría de personas que habitan en Píntag se dedican al negocio delo transporte.

### **1.1.2 Lubricación**

Según Ordóñez (2012) manifiesta que “La lubricación tiene objetivos muy marcados, entre los que cabe mencionar: Reducir el rozamiento y aumentar la durabilidad de las piezas, reducir el desgaste y reducir el calentamiento de piezas en movimiento.” (pág. 7).

La lubricación que se dará a los vehículos aumentará el nivel de vida de las piezas internas, reducirá el desgaste y el calentamiento que las mismas tengan al momento de la fricción que mantienen entre sí para provocar el movimiento del auto, lo que se realizará con aceites y lubricantes de buena calidad mejorando así incluso la capacidad del vehículo y su vez protegerá de futuros malos funcionamientos del motor, se debe realizar cada 5000 kilómetros que haya circulado el vehículo esto viene dado por las recomendaciones de vehículo y para evitar su mal funcionamiento, todos los vehículos que deben tomar en cuenta que incluso para hacer prevalecer sus garantías deben estar bien mantenidos, pues al mantener los vehículos en buen estado y bien lubricados será menos probable que se dañen mecánicamente y los precios sean mucho más altos.

### **1.1.3 Lavadora**

A mi criterio, la lavadora ayudará a mantener limpio el vehículo por dentro y por fuera, es un servicio que brindan a las personas que tienen vehículos y quieren mantenerles en perfecto estado, por medio de un proceso pertinente se logrará que el vehículo mantenga todas las características iniciales y visualmente se vea de mejor manera, de acuerdo a la necesidad que tenga el propietario para los cual se manejan dos tipos de lavados:

Lavado Express: se realiza un lavado bastante simple por fuera es visible, pero de forma muy física.

Lavado Integro: consta de un lavado más minucioso donde se realiza por dentro y fuera del vehículo y se podrá visualizar ya de manera más detallada la limpieza del vehículo.

Cada uno de los vehículos deben realizarse un lavado incluso para una buena visualización física.

#### **1.1.4 Negocios**

Según Moreno ( 2016) afirma que la “Actividad económica que inicia por una idea. Las ideas solucionan problemas, varias ideas diferentes pueden resolver el mismo problema, una idea puede solucionar varios problemas distintos. Lo importante es descubrir qué idea soluciona un problema de manera exitosa, porque esa se transformará en un proyecto de emprendimiento.” (pág. 28)

El negocio siempre nacerá por una idea donde por muchos caminos que se tenga lo importante es satisfacer la necesidad de algún grupo de personas que necesiten, y con ello tener una representación económica y aceptación en el mercado buscando todos los medios para el posicionamiento, quizá el iniciar un negocio no sea algo técnico, pero al tener un documento que direcciona será de más rentabilidad para las personas, de todos modos la importancia del negocio es que las personas empiezan a documentar cada uno de los procesos que se vaya dando en la idea que haya nacido, los negocios de cierta incluso ayudan a dar trabajo a las demás personas, lo que ayudará incluso a mejorar la economía.

#### **1.1.5 Planeación**

Según Castro (2014) afirman que “La planeación tiene como objetivo establecer los objetivos que se desean alcanzar, después de hacer un análisis de la compañía y su interacción con el medio ambiente donde se desarrollan los caminos para alcanzar los objetivos, a esas vías se les denominan estrategias y tácticas” (pág. 2).

Es tener claro a donde se quiere llegar, como irlo realizando y los recursos con los que se va ir contando a medida que se vaya dando la idea que se tuvo del negocio, es una parte esencial para ir detallando todo acerca de la empresa y lo que es más importante conocer la meta a cumplir e ir mejorando el proceso que se va a ir utilizando, pues para llegar al destino es importante primero haber tenido la idea de llegar hasta allá y después saber cómo se la ira llevando paso a paso hasta llegar a la meta que se había propuesto, la

búsqueda de mantener incluso procesos más competitivos lleva a las personas a mantener la búsqueda de nuevas ideas pero que éstas tengan mucho que ver con los objetivos a alcanzar y las metas que se propondrán en cada uno de los casos ya sea para mejorar el negocio o para iniciar uno nuevo donde la meta sea mejorar económicamente.

### **1.1.6 Plan de Negocios**

Según Publishing (1994) indica que “Un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa para, utilizando los recursos de que disponga la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que, al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro.” (pág. 6)

La organización es importante que mantenga un plan de negocios para direccionar a las metas que debe cumplir de manera coherente y ordenada, dando así una secuencia de todo lo que se debe realizar para llegar a la meta trazada la importancia de este es que cuando ya se tienen los objetivos trazados se hace fácil, la búsqueda de recursos y mecanismos para cumplir, es importante en un plan de negocios que las personas conozcan hasta donde quieren llegar pero lo más importante que es con lo que se cuenta y cada uno de los recursos que pondrán para tener en marcha lo pensado, la tarea importante de las personas ayudarán a mejorar la economía de un país con la creación de un nuevo negocio donde no solo se de trabajo sino también se pueda ayudar a la compra venta de bienes y a la movilidad del dinero dentro del país.

## **1.2 MARCO CONCEPTUAL**

### **1.2.1 Aceite**

El aceite cumple una función refrigerante en el motor, como sistema complementario a otros sistemas de refrigeración. El calor que se produce en los pistones durante la fase de combustión se transfiere a las camisas del cilindro que se encuentran en contacto con el sistema de refrigeración principal (agua o aire, por lo general), por medio de la capa que forma el aceite entre estos dos elementos. (Ordóñez, 2012, p.15)

El aceite es importante en la lubricación de las partes del vehículo, para impedir la fricción y desgaste excesivo del motor, he ahí la importancia de escoger un aceite de calidad para mejorar las partes internas.

### **1.2.2 Aditivos**

Los aditivos son un componente de los lubricantes y tienen como misión:

- a. Mejorar algunas de las propiedades del aceite.
- b. Mejorar el índice de viscosidad.
- c. Permitir que el aceite: Se mantenga fluido en frío para facilitar el arranque bajando el punto de congelación entre  $-15$  y  $-45^{\circ}$  C (según los aceites), y se mantenga viscoso en caliente y no se licúe de manera que se evite el contacto directo de las piezas en rozamiento. (Ordóñez, 2012, p.10).

Los aditivos mejoran la propiedad de los lubricantes o combustibles que se estén utilizando en los vehículos, y ayudan a prevenir los desgates de las partes involucradas y la fricción innecesaria, lo que mejorará el tiempo de resistencia del motor.

### **1.2.3 Filtros**

Un filtro es un elemento que discrimina una determinada frecuencia o gama de frecuencias de una señal eléctrica que pasa a través de él, pudiendo modificar tanto su amplitud como su fase. El propósito de los filtros es separar la información de interferencias, ruido y distorsión indeseada. (Cogollos, 2016, p.3)

Los filtros previenen que las impurezas ingresen directamente al motor, bomba de combustible o al sistema de enfriamiento, lo que ayudará a prevenir que las impurezas de alguna forma afecten al correcto funcionamiento de la máquina.

### **1.2.4 Viscosidad**

La viscosidad es la principal característica de la mayoría de los productos lubricantes. Es la medida de la fluidez a determinadas temperaturas. Si la viscosidad es demasiado baja el film lubricante no soporta las cargas entre las piezas y desaparece del medio sin cumplir su objetivo de evitar el contacto metal-metal. Si la viscosidad es demasiado alta el lubricante no es capaz de llegar a todos los intersticios en donde es

requerido. Al ser alta la viscosidad es necesaria mayor fuerza para mover el lubricante originando de esta manera mayor desgaste en la bomba de aceite, además de no llegar a lubricar rápidamente en el arranque en frío. (Palate, 2009, pág. 5)

La viscosidad del aceite es importante, pues con ello reconoce la calidad que se están poniendo al vehículo evitando el desgaste del motor, es la fluidez de la medida de ponerle a determinadas temperaturas.

### **1.2.5 Refrigerante**

Al uso del refrigerante hidrocarbonado LB-12 ha tenido una amplia utilización para darle solución a los problemas presentados en refrigeradores domésticos y en sistemas de pequeña capacidad. El objetivo de este trabajo va dirigido a conocer las principales propiedades de los aceites de refrigeración de formulación nacional y extranjera, concebidos para los sistemas de refrigeración que trabajan con el refrigerante CFC-12, y en la actualidad en nuestro país se usan con el refrigerante hidrocarbonado LB-12. (Oro, 2010, pág. 2)

Las propiedades de los aceites para los vehículos a medida que pasan los años van disminuyendo es así que con los refrigerantes se maximiza la calidad y se logra que el motor aumente el tiempo de uso, es así que el objetivo del refrigerante es aumentar la vida útil del motor.

### **1.2.6 Emprendimiento**

El emprendimiento es considerado como capital pues trae beneficios económicos tanto para los individuos y las organizaciones como para las regiones. Ello debido al impacto de la creación de empresas sobre el rejuvenecimiento del tejido empresarial, aumento de la productividad, introducción de tecnología e innovación y generación de oportunidades laborales. (Porrúa, 2016, p.16).

Los emprendimientos hoy en día, son importantes en la vida de las personas para salir adelante, y así aumentando la productividad de las personas, es así que los negocios deben crecer día a día de una nueva idea.

### **1.2.7 Microempresa/ Sociedad Unipersonal**

La Sociedad Unipersonal consta de un único socio, bien porque fue constituida como tal por un único socio, o porque con el transcurso del tiempo el número de socios se ha reducido a uno. En el caso de que la situación sea sobrevenida (se pase de varios socios a uno solo) se ha de indicar en escritura pública e inscribirse en el Registro Mercantil. Una Sociedad Limitada o una Sociedad Anónima puede constituirse por un solo socio que será el titular de todas las participaciones o acciones de la Sociedad Unipersonal. (López, 2013, p.18).

Las sociedades unipersonales son el inicio de una organización donde el negocio y el crecimiento van de la mano y las personas luego del trabajo, obtienen utilidad, y pueden con ello hacer crecer el negocio iniciado.

### **1.2.8 Demanda**

Cantidad de servicios o bienes exigidos por parte de los consumidores para satisfacer sus necesidades a un precio adecuado. (Holguín, 2003, pág. 100)

Todas las personas que necesitan utilizar los servicios para satisfacer sus necesidades.

### **1.2.9 Mercado**

Lugar donde se compran y venden bienes y servicios. (Holguín, 2003, pág. 102)

El mercado es el sitio exacto donde la oferta y la demanda buscan cubrir las necesidades con el precio exacto y en las mejores condiciones.

### **1.2.10 Marketing**

Conjunto de concepciones técnicas que se utilizan para obtener un mejor desarrollo comercial. (Holguín, 2003, pág. 102)

El marketing es el estudio de hacer conocer a la demanda lo que se están ofertando en óptimas condiciones y a un precio accesible en el mercado para que las personas a las que fueron segmentadas puedan hacer uso del bien o el servicio.

### **1.2.11 Publicidad**

Se trata, en definitiva, del interés por el conocimiento y el análisis de las formas presentes del control social de los hombres, que se expresa cada vez más por la internalización del mismo que por una represión externa manifiesta. Si bien la publicidad no es la forma de control social más importante, es parte sustancial -al menos en nuestros países de uno de los actuales aparatos fundamentales de ese control, como son los medios masivos de difusión, constituyendo un instrumento de las fuerzas productivas para la colocación de mercancías, pero para lo cual necesita transmitir una ideología constante. (Guinsberg, 2010, pág. 2)

La publicidad es llegar a las personas, conocer lo que necesitan y utilizarlo para que conozcan de los nuevos productos que se ofertan y a su vez que se haga una marca conocida y adaptable a la sociedad.

### **1.2.12 Colaboradores**

Las personas con las que trabajamos son las fuentes más importantes de información, ya que son quienes ejecutan los procesos internos de la empresa y tienen experiencia. Para ello es importante mantener un buen clima laboral puesto que así los trabajadores se sienten en confianza con sus superiores y en muchas ocasiones sin necesidad de que haya una auditoría de por medio, existe una constante retroalimentación efectiva de comunicación de la empresa. (Holguín, 2014, pág. 127)

Las personas que laboran en la organización son importantes pues son los responsables de ejecutar los procesos y hacer que crezcan los negocios con las capacidades de sus conocimientos adquiridos.

### **1.2.13 Comunicación Efectiva**

Ayuda a tener la retroalimentación espontánea y honesta de parte de los trabajadores. Una persona que, en lugar de conversar, hace mal uso de su autoridad, siendo descortés y poco amable con sus trabajadores, logrará que ellos se muestren tímidos y nada comunicativos, perdiendo así información valiosa para sus fines. (Holguín, 2014, pág. 126)

La comunicación efectiva consta de saber expresar lo que sienten, pero a su vez de que los colaboradores entiendan y apliquen lo que se solicita, y todas las personas que necesiten alineamientos los sigan.

#### **1.2.14 Planeación Estratégica**

La planificación Estratégica es una herramienta por excelencia de la Gerencia Estratégica, consiste en la búsqueda de una o más ventajas competitivas de la organización y la formulación y puesta en marcha de estrategias permitiendo crear o preservar sus ventajas, todo esto en función de la Misión y de sus objetivos, del medio ambiente y sus presiones y de los recursos disponibles. La Planificación Estratégica tiene por finalidad producir cambios profundos en los mercados de la organización y en la cultura interna. (Evoli, 2009, p.13).

La planificación estratégica es importante a nivel a todo nivel de la organización, pues se debe conocer evidentemente con ello los objetivos hacia dónde va orientada, o hacia dónde quiere llegar.

#### **1.2.15 Planeación Marketing**

Un plan de marketing es un documento que relaciona los objetivos de una organización en el área comercial con sus recursos, es decir, es la bitácora mediante la cual la empresa establece qué objetivos en términos comerciales quiere alcanzar y qué debe hacer para alcanzar dichos objetivos decir la estrategia de marketing. Un plan de marketing generalmente es diseñado para periodos de un año, coincidiendo con la planeación de las organizaciones; para el caso de productos nuevos, el plan de marketing se puede hacer solo para el periodo que hace falta con respecto a la terminación del año, o para este periodo más el año contable siguiente. (Hoyos, 2013, p.3).

Este estudio es principalmente comercial para el conocimiento de cuanto se esta dispuesto a pagar por un servicio y como es valorado en el mercado, deben hacerse a la idea de que cada nuevo producto en el mercado es objeto de investigación.

#### **1.2.16 Planeación de Ventas**

Una de las funciones claves del gerente de ventas es la planeación de su gestión comercial para su fuerza vendedora. Este es un instrumento de orientación que permite

lograr metas y objetivos de mercadeo, fomentando disciplina, organización, mística y sentido de compromiso en la ejecución de las actividades de todo el personal de ventas. (Prieto, 2008, p.84).

La planeación de ventas es sin duda una parte importante para saber las metas propuestas y cumplir con los objetivos propuestos con estrategias, cada departamento persigue mejorar la calidad de ventas y engrandecer así la organización superando incluso las ventas.

### **1.2.17 Plan de Marketing**

El marketing es una disciplina orientada a mejorar la estrategia comercial de una organización para tener una mayor presencia en el mercado al que se dirige. Para entender el concepto, es preciso comprender en primer lugar el significado del adjetivo comercial, ya que es un término íntimamente relacionado con el marketing. Es una tarea que se enmarca también en los inicios del ser humano y que está vinculada con sus necesidades primarias. Con el paso del tiempo, la actividad se ha profesionalizado y optimizado hasta el punto de convertirse en una disciplina estratégica imprescindible para pequeñas, medianas y grandes organizaciones. Así el marketing comprende una serie de estrategias comerciales orientadas a integrar su producto en el mercado o público al que se dirige (Soria, 2017, p.17).

El marketing mejora la estrategia comercial de todas las organizaciones, y busca posicionarse en el mercado, para maximizar ventas y llegar a las personas que son destinadas el producto.

### **1.2.18 Plan de Ventas**

El plan de ventas es preparar planes de contingencia, si tomamos en cuenta las influencias impredecibles e incontrolables, como los cambios en el entorno económico, legal o regulatorio, que pueden afectar el desempeño de ventas. El marco de planeación debe incorporar varias premisas, incluso los peores escenarios. Quizás el beneficio más grande de la planeación es que proporciona la base para el control. Lo hace al suministrar normas mediante las cuales puede medirse el desempeño, para que resulte evidente cualquier desviación del plan. Pero, sin lugar a dudas, los mejores maestros de ventas, los vendedores más eficaces, son buenos planificadores y pensadores. El éxito de los

profesionales de las ventas no es casualidad. El camino al éxito para los vendedores requiere del compromiso y la práctica, sobre todo de las habilidades implicadas en la planificación de lecciones de ventas y actividades de aprendizaje, y en el manejo de conducta en el campo de las ventas. La planificación de las ventas es una habilidad necesaria para todos los vendedores, la cual deben desarrollar y perfeccionar, a pesar de la aplicación de esta habilidad en la venta actual se puede, y normalmente lo hace, llevar algún tiempo. Ser capaz de desarrollar un formato de plan de venta eficaz es una habilidad básica para todos los que venden. (Torres, 2014, p.49).

El plan de ventas ayudar a prevenir que por alguna causa no se esten cumpliendo con los objetivos, es así que al mejorar esto mejoran las ventas y aumentqa la utilidad para lo cual fue creada la organización.

### **1.2.19 Plan de Producción**

El conjunto de propósito debe marcar bien la dirección que se desea que en adelante sigan las unidades; pueden coincidir con los propósitos actuales (tácitos o explícitos), los pueden rebasar, o los pueden substituir si se encuentra suficiente justificación. En términos de sistemas, los propósitos especifican la razón de ser (racionalidad) al conjunto de elementos diversos, interrelacionado e interdependientes dirigidos y coordinados para cumplir con ella. (Alvarado, 2006, p.287).

Los planes de producción ayudan a direccionar el desarrollo de los productos ofertados, es así que busca con los procesos tener un lineamiento al momento de la producción.

### **1.2.10 Plan Operativo**

El plan operativo indispensable en la fase de inicio de la empresa, aunque en función de propósito para lo cual haya, sido elaborado, el plan toma, en realidad, formas y contenidos diferentes. (Borello, 2000, pág. 7)

El plan operativo se da al iniciar las actividades en las organizaciones, pues al definir qué se debe realizar de manera estratégica, lo que se busca es la satisfacción del cliente a quién va dirigido el producto.

## **CAPITULO II**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

El proyecto que se presentará se llegará a un proceso minucioso donde se podrán en marcha los conocimientos adquiridos, pero a su vez se tendrá el enfoque, técnicas y métodos para aplicar la información que se ha recopilado con encuestas y entrevistas dando a conocer que piensan los demás de lo que se está realizando.

Es así que con este tema lo que se busca es obtener el conocimiento de la necesidad a ser satisfecha.

#### **2.1 Enfoque Metodológico de la investigación**

El proyecto de investigación utilizará el enfoque mixto pues la investigación que se realizará será de modo cualitativo y cuantitativo, para tener la información de manera estadística- matemática y por otro lado en base al análisis que se tenga conocer las características de la investigación a realizarse para tener una un amplio conocimiento del tema y dar paso al proceso investigativo.

#### **2.3 Métodos a emplear en la investigación**

Los métodos a aplicarse en esta investigación son deductivo- inductivo para ir en un conocimiento del universo a lo más pequeño a la muestra a la aplicación ya pero conociendo realmente como está el entorno y a partir de ello llegar a las conclusiones de la investigación que se está llevando a cabo en este proyecto.

#### **2.4 Tipo de investigación**

La investigación que se aplicara será descriptiva para conocer de manera más concisa toda la información que se llevara a cabo, pero con ella ira detallada y de una manera muy clara para llegar al conocimiento de la necesidad a ser solventada y que el proyecto vaya en dirección a ello y a la satisfacción que se requiere cubrir.

#### **2.5 Población**

El universo considerado para el estudio de este proyecto es de 17930 habitantes según los datos del INEC al año 2010 que se encuentran en la parroquia de Píntag, pues no

se tiene un estadístico de un total de las personas que en si tenga vehículo, de los cuales prescindir en el servicio de lavadora y lubricadora.

Para conocer realmente de la necesidad se realizará la encuesta principalmente a las personas que tengan un automotor, en la investigación se procederá a buscar toda la información que se pueda obtener para mantener en buen estado a un vehículo.

## 2.6 Muestra para las unidades de estudio

Debido a la expansión de la población, la muestra que se tendrá será de la parte central de la parroquia de Píntag

Se utilizará la fórmula de medidas finitas para conocer cuántas encuestas se deben aplicar y así conocer las necesidades a ser cubiertas para la cual a continuación se detalla:

$$N = \frac{p \cdot q}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{p \cdot q}{M}} = N = \frac{0,8 \cdot 0,2}{\frac{0,05^2}{1,96^2} + \frac{0,8 \cdot 0,2}{17930}} = N = \frac{0,16}{\frac{0,0009}{3,84} + \frac{0,16}{17930}} = 243$$

Donde:

N (Tamaño de la muestra) = ¿?

M (Tamaño de la población) = X

Z (Desviación estándar respecto a M) = 1.96

p (Proporción de M controlada) = 0.8 (80%)

q (1-p) = 0.2 (20%)

E (Margen de error admitido) = 0.05 (5%)

Por lo tanto, se aplicaron 243 encuestas a la parroquia de Píntag, mientras que a los dueños de los negocios ya que se encuentran funcionando en la parroquia, y son 3 personas, que actualmente ya se dedican a este negocio.

## 2.7 Técnicas y herramientas a emplear en la investigación

La técnica que se utilizará para conocer de la necesidad de una lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag será de una encuesta, pues conociendo de la opinión de las demás personas se llegará a tener un claro panorama de inicio de este negocio.

### **2.7.1 Encuesta**

Por medio de esta herramienta y con preguntas se cerradas y abiertas se conocerá lo que las demás personas saben de un negocio y de la necesidad que se tiene por cubrir, la finalidad que se tiene de realizar la encuesta es conocer el grado de aceptabilidad y lo satisfactorio de la creación de este negocio en la parroquia de Píntag, donde se tiene preguntas que se aplicaron a las personas que tienen vehículos y con ellas se llegará a la conclusión de la factibilidad del plan de negocios.

La mayoría de las encuestas tienen preguntas cerradas de si o no debido a que con esta información se lograra conocer fácilmente de la necesidad de la lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag.

Con todas las preguntas detalladas se logrará dar inicio a la propuesta que se obtendrá del análisis de las preguntas que se detallaran una a una. (Anexo 1)

### **2.7.2 Aplicación y análisis de la Encuesta**

Las encuestas fueron aplicadas a toda la muestra generada, ósea 243 personas todas ellas propietarias de vehículos, la tabulación de cada pregunta se realizó en Excel y así se consiguió la información de cada pregunta:

1. ¿Cómo calificaría al servicio de lavadoras y lubricadoras que se encuentran posicionadas en el sector de Píntag?

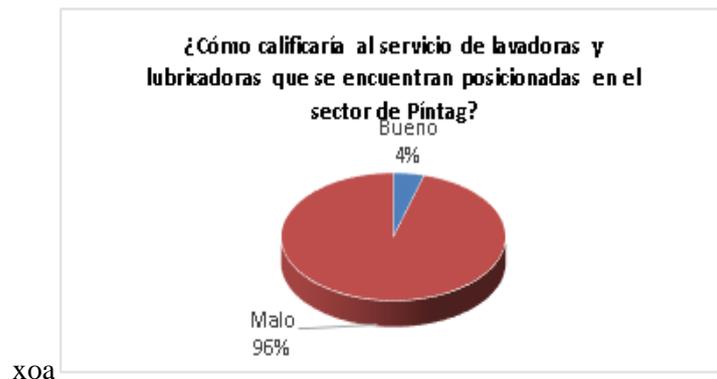


Gráfico No. 1. Pregunta 1 de la Encuestae  
Elaborado Por: Mayra Gamboa

### Análisis

La mayoría de los encuestados es decir 233 personas propietarias de vehículos califican al servicio de las lavadoras y lubricadoras como prestar de un mal servicio, mientras la minoría que son 10 personas, considera que prestan un buen servicio los trabajadores de las lubricadoras existentes.

2. ¿Considera que el trato del personal que atiende estos lugares es el adecuado?



Gráfico No. 2 Pregunta 2 de la Encuesta  
Elaborado Por: Mayra Gamboa

### Análisis

La mayoría de los encuestados es decir 240 personas están de acuerdo en que el personal que prestan los servicios de lavado y lubricado no se encuentran capacitadas y no están prestos a realizar un servicio de calidad, mientras que la mínima parte, es decir 3 personas considera que el personal si tiene un buen trato al momento de atender a sus clientes.

3. ¿Considera fundamental el lavado y lubricado para mantener una vida útil más larga de su vehículo?



Gráfico No. 3Pregunta 3 de la Encuesta  
Elaborado Por: Mayra Gamboa

### Análisis

La mayoría de los encuestados es decir 235 personas consideran fundamental el lavado y lubricado de las personas para elevar el nivel de vida de los automotores, mientras el mínimo, es decir 8 personas considera que no es importante o simplemente desconoce al no ser propietario directo del vehículo y que esta actividad no realiza el conductor sino del dueño del automotor.

4. ¿Considera que los precios son competitivos entre las demás lavadoras y lubricadoras que prestan este servicio?



Gráfico No. 4Pregunta 4 de la Encuesta  
Elaborado Por: Mayra Gamboa

### Análisis

La mayoría de los encuestados es decir 233 personas, consideran que los precios no son competitivos pues pueden encontrar costos más accesibles fuera de la parroquia, de los cuales el mínimo, es decir 10 personas consideran que si cobran precios justos y que la actividad que se realiza es bastante complicada.

5. ¿Con que frecuencia usted utiliza el servicio de lavado y lubricado?



Gráfico No. 5 Pregunta 5 de la Encuesta  
Elaborado Por: Mayra Gamboa

### Análisis

La mayoría de los encuestados, es decir 126 personas mencionan que los mantenimientos lo realizan de manera mensual, mientras una parte, es decir 104 personas realiza de manera quincenal y la mínima parte, es decir 4 personas de manera semanal pues mucho dependerá del recorrido que tenga un vehículo de acuerdo a las actividades para las que se le haya adquirido.

6. ¿Considera importante la limpieza de su vehículo?



Gráfico No. 6 Pregunta 6 de la Encuesta  
Elaborado Por: Mayra Gamboa

### Análisis

La mayoría de los encuestados ósea 233 personas considera que es importante la limpieza del vehículo mientras la mínima parte, es decir 10 personas consideran que no es de importancia la limpieza del automotor sino más de manera mecánica para que se encuentre en buen estado.

7. ¿Dónde realiza el lavado de su vehículo?



Gráfico No. 7. Pregunta de la Encuesta  
Elaborado Por: Mayra Gamboa

**Análisis**

La mayoría de los encuestados es decir 233 personas realizan el lavado y lubricado fuera de parroquia debido al mal servicio que presenta las existentes y el minino lo realizan en casa teniendo un mercado que busca tener una lavadora y lubricadora que brinde calidad, pero está cerca y a su vez competitiva en el ámbito de precios.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de lavado y lubricado de autos?

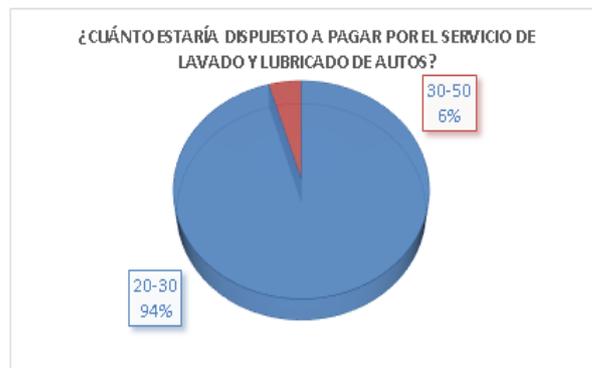


Gráfico No. 8 Pregunta 8 de la Encuesta  
Elaborado Por: Mayra Gamboa

**Análisis**

La mayoría de los encuestados es decir 228 personas estarían dispuestos a pagar entre 20 y 30 dólares por el servicio de lavadora y lubricadora, mientras el mínimo, es decir 15 personas estarían dispuestos a pagar de 30 a 50 dólares por este servicio.

9. ¿Considera favorable que su vehículo se retirado de la casa y entregada en el mismo lugar después de recibir el mantenimiento?



Gráfico No. 9. Pregunta 9 de la Encuesta  
Elaborado Por: Mayra Gamboa

### Análisis

La mayoría de los encuestados es decir 157 personas indican que no es necesario que los trabajadores pasen a llevar el vehículo, realicen el mantenimiento y luego dejen en los domicilios, mientras que la parte mínima, es decir 86 personas indican que es no es necesario pues ellos cuentan con el tiempo necesario y además se cercioran que esta realiza dicho mantenimiento.

10. ¿Qué consideraciones usted toma al momento de solicitar este servicio

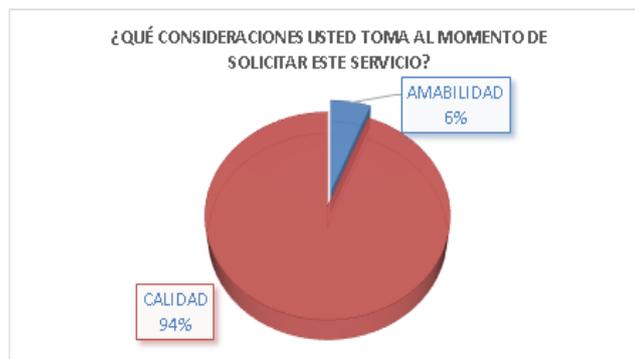


Gráfico No. 10. Pregunta 10 de la Encuesta  
Elaborado Mayra Gamboa

### Análisis

La mayoría de los encuestados es decir 228 personas tienen claro que prefieren la calidad en el servicio pues los vehículos se mantendrán en buen estado por más tiempo y una parte mínima, es decir 15 personas se fija en la amabilidad pues consideran que las personas deben ofrecer un buen trato para volver.

11. ¿Está de acuerdo en que una nueva lavadora y lubricadora debería posicionarse en la parroquia de Píntag?



Gráfico No. 11. Pregunta 11 de la Encuesta  
Elaborado Por: Mayra Gamboa

### Análisis

La mayoría de los encuestados es decir 240 personas consideran que, si debe posicionarse una nueva lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag, pues se necesita, pero cumpliendo con todas las expectativas que la demanda requiere mientras una mínima parte, es decir 3 personas considera que no es necesario.

Como resultado en especial de las preguntas 1, 3 y 12 de la encuesta que se aplicó a las personas de Píntag dueñas de vehículos se concluyó que: Es necesario posicionar una lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag que cumpla todos los requisitos que se tiene de la demanda, aceptando las variables planteadas.

Realizado el estudio correspondiente sobre el posicionamiento de la lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag, descrito la metodología a utilizar, en donde se analizó la información y se verificó las variables, se resumen los hallazgos de la encuesta en la tabla 1 permitiendo así llegar a plantear las conclusiones sobre el estudio de la investigación y las respectivas recomendaciones que versan en el capítulo IV del trabajo de investigación.

A continuación, se detalla la tabla de resume de los hallazgos encontrados en el estudio de investigación realizado por la encuesta:

**Tabla N° 1.** Resumen de Hallazgos en la Encuesta

PREGUNTAS	CUANTITATIVO		CUALITATIVO
	SI	NO	
1. ¿Cómo calificaría al servicio de lavadoras y lubricadoras que se encuentran posicionadas en el sector de Píntag?	4%	96%	Prestan un mal servicio las lavadoras y lubricadoras
2. ¿Considera que el trato del personal que atiende estos lugares es el adecuado?	1%	99%	El personal no está capacitado para atender.
3. ¿Considera fundamental el lavado y lubricado para mantener una vida útil más larga de su vehículo?	97%	3%	El mantenimiento preventivo de los vehículos alarga la vida de los vehículos.
4. ¿Considera que los precios son competitivos entre las demás lavadoras y lubricadoras que prestan este servicio?	4%	96%	Los precios no son competitivos, pues la oferta pone el precio.
5. ¿Con que frecuencia usted utiliza el servicio de lavado y lubricado?	77%	23%	La mayoría de personas utiliza fuera de casa el servicio de lavado y lubricado%
6. ¿Considera importante la limpieza de su vehículo?	96%	4%	La limpieza es importante de acuerdo al tipo de persona.
7. ¿Dónde realiza el lavado de su vehículo?	4%	96%	Los mantenimientos se los realizan fuera de la casa.
8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de lavado y lubricado de autos?	94%	6%	Los precios deben ser bajos en relación a la competencia.
9. ¿Considera favorable que su vehículo se retirado de la casa y entregada en el mismo lugar después de recibir el mantenimiento?	35%	65%	Las personas prefieren verificar que se realice el mantenimiento.
10 ¿Qué consideraciones usted toma al momento de solicitar este servicio?	6%	94%	La calidad es importante a la hora del mantenimiento.
11. ¿Está de acuerdo en que una nueva lavadora y lubricadora debería posicionarse en la parroquia de Píntag?	99%	1%	Una nueva lavadora y lubricadora debe posicionarse en la parroquia de Píntag.

Elaborado Por: Mayra Gamboa

## 2.7.2 Entrevista

Con la herramienta de la entrevista se logró conocer lo la opinión de los uno de los propietarios de las lavadoras y lubricadoras constituidas en la parroquia de Píntag, con preguntas abiertas se conocerá que saben de lo que realizan y si están totalmente preparados para para recibir a las personas que demandan estos servicios, como han sido acogidos y que planes a futuro tienen para conocer de la competencia que se tendrá a futuro, y conocer la factibilidad de crear una lavadora y lubricadora como nuevo9 negocio en base a estudios preliminares. (Anexo 2)

## 2.7.3 Aplicación y análisis de la Entrevista

La entrevista fue aplicada a un propietario de una de las lavadoras y lubricadoras de la parroquia de Píntag, la información diagnosticada y presentada a continuación

1. ¿Cómo considera al servicio de lavadoras y lubricadoras que se encuentran posicionadas en el sector de Píntag?

Al estar presentes 3 lavadoras y lubricadoras no estamos prestando el servicio que la población demanda y no se cumple con las expectativas que se tiene para los cambios de aceite y lavados de vehículos, los vehículos de Píntag son mayores a lo que se puede realizar dentro de nuestros negocios.

2. ¿Considera que los precios ofertados son justos en las lavadoras y lubricadoras de Píntag?

Buscamos ser justos a pesar que los precios ofertados fuera de la parroquia son menores, hay que verificar la calidad que oferta cada negocio de mi parte es justo, pero no se ha realizado un mayor estudio para determinar que realmente sean los precios correctos, pues son los manejados en la parroquia entre \$35 y \$40.

3. ¿Considera que se deben realizar estudios preliminares de la creación de un negocio?

Personalmente no se ha realizado estudios de ningún tipo, lo que se realiza sale de la experiencia adquirida con los años, cabe señalar que a pesar que fuera de la parroquia ha crecido nuestros negocios nos mantenemos con la manera tradicional de realizar cambios de aceite y lavados de vehículos.

4. ¿Considera que tiene promociones y fidelidad de los clientes en los servicios de lavadora y lubricadora que usted oferta?

No se tiene mayores promociones, por miedo a la pérdida, pues no sé ha logrado tener equilibrio en el precio debido a que suben y bajan y ocasiona enojo de parte de los clientes, pues indican que no tienen verdadero conocimiento del precio que pagaran mes a mes y se cobran precios referenciales.

5. ¿Considera que se deben realizar un plan de negocios para la creación de una lavadora y lubricadora para la parroquia de Píntag?

Sí, pues ahí se conocería de la factibilidad del realizar un negocio y aplicar, la inversión que se realiza es bastante grande y debido a no tener un correcto filtro del ingreso del dinero se pierde y no se puede continuar incrementado el negocio propuesto.

## CAPÍTULO III

### PROPUESTA

El proyecto que se detallará a continuación tiene un alcance en conocer la factibilidad de la creación de una lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag, realizando todos los estudios pertinentes para poner en marcha la creación de este negocio y que los habitantes de la parroquia satisfagan la necesidad de tener un centro para lavado que cumpla con sus expectativas de calidad y amabilidad en cada mantenimiento de sus vehículos.

#### 3.1 Estudio Técnico

##### 3.1.1 Layout de la lavadora y lubricadora

Al realizar una mejor división de la planta es necesario ser prudente para precisar la dimensión que tendrá el sitio donde se propone activar una lavadora y lubricadora de vehículos, es por ello que no se puede lanzar números al azar y la dimensión que tiene el terreno y está dividida para el área administrativa y la planta, donde se tendrá implementada dos clases de rapas la una para vehículos pesados y la otra mecánica donde se elevará los vehículos livianos, también se podrá utilizar para una revisión íntegra en caso de que se haya una fuga de aceite o algún tipo de líquido.

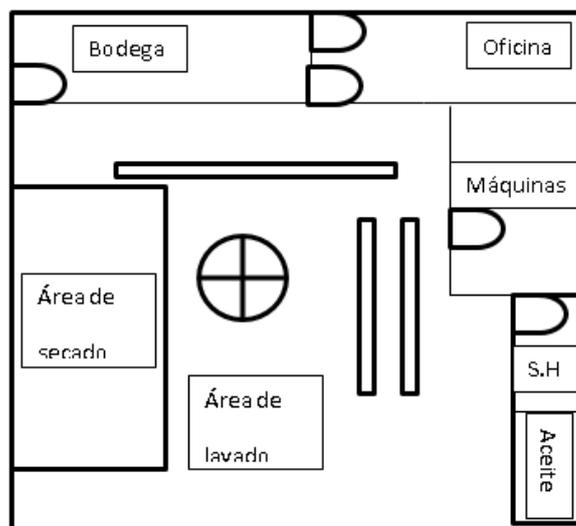
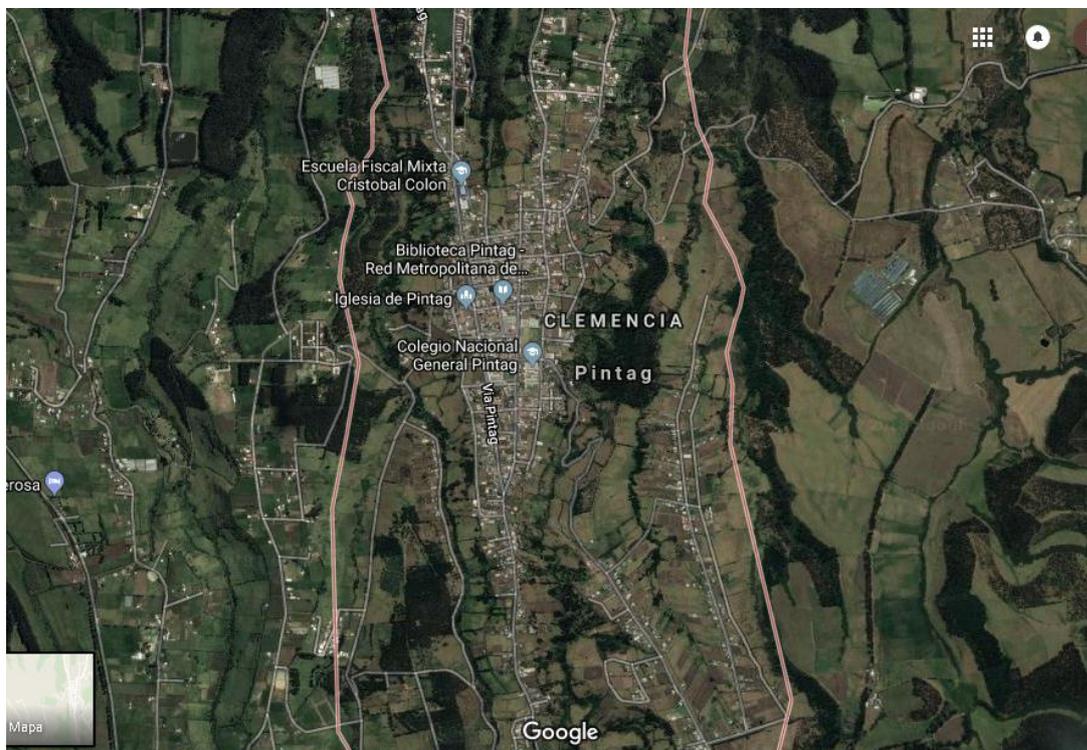


Gráfico No. 12. Diseño de lavadora y lubricadora

Elaborado Por: Mayra Gamboa

### 3.1.2 Ubicación

Después de la investigación realizada cuantitativa y cualitativa se determinó que en la parroquia de Píntag es necesaria la implementación de una nueva lavadora y lubricadora, debido a que la población ha ido creciendo de una manera notable y al tener más personas preparadas ha hecho que necesiten un medio de movilización por lo que la mayoría cuenta con un vehículo.



Parroquia Píntag según GOOGLE MAP: <https://www.google.com.ec/maps/search/parroquia+de+Píntag/@-0.3738972,-78.3871698,6060m/data=!3m1!1e3>

**Gráfico No.13. Ubicación de Píntag**  
**Elaborado Por: Mayra Gamboa**

### 3.1.3 Logotipo



Gráfico No.14. Logotipo de Lavadora y Lubricadora  
Elaborado Por: Mayra Gamboa

### 3.1.4 Slogam

“Mantengan limpio su vehículo y tranquilo su corazón”.

### 3.1.5 Procesos

Los procesos a realizarse en la organización serán como inicio la orden de trabajo para así tener documentado lo que se realizara con el propietario mientras se pasara a una base de datos del historial de mantenimientos y lo que se ha venido realizando en el vehículo es así que el cliente podrá mantenerse al día de los mantenimientos que debe realizarse y al finalizar quedara la satisfacción del cliente por recibir un auto en perfectas condiciones una limpieza total según lo solicitado en las ordenes de trabajo.

A continuación, se detalla un mapa de procesos donde aparecen los procesos gobernantes, sustitutos y adjetivos:



**Gráfico No. 15. Diseño de procesos para la lavadora y lubricadoora**  
Elaborado Por: Mayra Gamboa

### 3.1.6 Flujograma de procesos

Para mostrar cómo se llevará las actividades en la organización que corresponde a cada uno de las personas que interactúan:

Los responsables de este proyecto serán el cargo de asistente y operadores pues todo iniciará con la generación de una orden de trabajo, ingreso de los datos al Excel donde se pondrán todas las observaciones que tiene el vehículo y conocer el aceite, en cantidad y calidad y los filtros adecuados, de acuerdo a los turnos anteriores informar la posible hora de salida, recibir bajo un código las llaves del vehículo, entregar al operador la orden de trabajo, el operador recibirá las llaves del vehículo, se ingresará el vehículo al sitio de lubricado para el respectivo cambio de aceite y filtros, se pondrá fecha y kilometraje en ticket, ingresar al área de lavado al vehículos, proceder a lavar el vehículo,, ingresar al área de secado al vehículo, proceder a secar y limpiar por dentro del vehículo, sacar al vehículo de lugar de trabajo y proceder a entregar las llaves y la orden llena al asistente, se notificará a l cliente que se encuentra terminado el servicio y de alguna novedad específica, se notificara junto al cliente para conocer de su satisfacción, se generara la factura para cobrar según lo pactado y el vehículos saldrá en óptimas condiciones y en excelente mantenimiento.

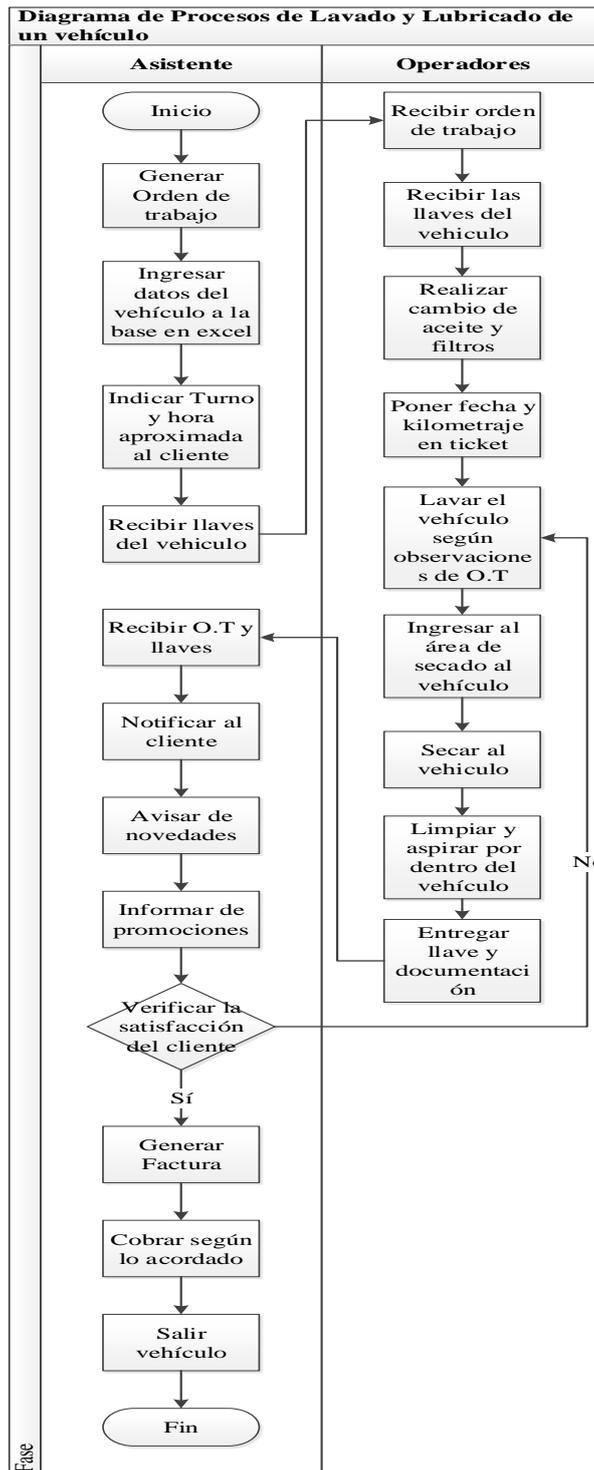


Gráfico No. 16. Flujograma de procesos

Elaborado Por: Mayra Gamboa

## **3.2 Estudio Organizacional**

### **3.2.1 Misión**

Ser una organización que brinde excelencia en el mercado de lavadoras y lubricadoras para mantener su vehículo en óptimas condiciones

### **3.2.3 Visión**

Al 2020 ser una marca competitiva en el mercado y confiable con nuestros usuarios, el proveedor preferido, quien brinde seguridad y calidad en las actividades que realice.

### **3.2.4 Objetivos de la organización**

Realizar la estructura organizacional de una lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag y satisfacer a todos sus habitantes, mediante el mantenimiento de calidad a sus vehículos.

Diseñar la estructura orgánica de los colaboradores que prestarán sus servicios en la lavadora y lubricadora, mediante previos conocimientos en Talento Humano.

Definir las especificaciones que tendrá el negocio mediante técnicas administrativas para el correcto funcionamiento del negocio de la lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag.

### **3.2.5 Políticas**

Las políticas que se tendrán en la organización son adecuadas, ajustadas que ayudarán al cumplimiento de misión y visión que como empresa se va teniendo y modificando si fuese necesario:

- Analizar cada 6 meses los productos que se utilizarán para el lavado y lubricado de los vehículos.
- Verificar constantemente los productos que se utilizan para el mantenimiento de los vehículos.
- Analizar constantemente los precios del producto en el mercado, para minimizar costos en los mantenimientos del vehículo.

- Innovación permanente de nuevos métodos de lavado y lubricado, con la capacitación e incentivo del personal.
- Disminuir tiempos y aumentar calidad del servicio.

### 3.2.6 Estructura

En la organización se cumplirán con los requisitos para tener personal bajo su dependencia, a su vez constarán de 5 personas que estarán divididas así:

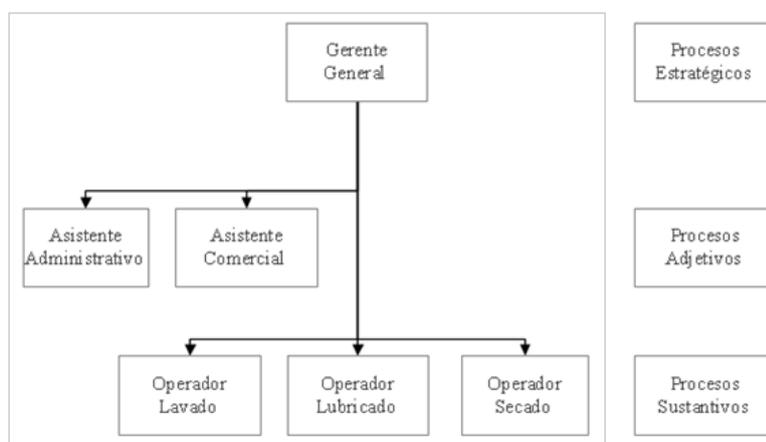


Gráfico No. 17. Estructura de la lavadora y lubricadoora

Elaborado Por: Mayra Gamboa

Las personas que laboraran en la empresa deben cada una de ellas estar calificada para cubrir el puesto según el perfil solicitado que en base a investigaciones deben tener cada una de las personas y las actividades a realizarse según la naturaleza del negocio.

### 3.2.7 Gerente General

#### Perfil

Carrera Administrativa

Título de tercer nivel

Experiencia mínima 5 años

#### Actividades

Planificar, controlar y supervisar la planificación a corto y largo plazo

Controlar las actividades de la organización, con visión al cumplimiento de objetivos.

Negociar y realizar contratos respecto a los materiales que se necesitarán para cumplir con el proceso.

Decidir y aprobar en cuanto a la contratación del personal que ingresará a la organización y las capacitaciones que se deben impartir.

Dirigir a la empresa y cumplir con objetivos planteados.

Controlará que cada una de las personas cumplan con las actividades asignadas.

Calificar constantemente al personal, según el servicio prestado.

Análisis de descuentos.

Análisis de promociones a presentarse a lo largo del año.

Presentación mensual de indicadores para la toma de decisiones.

Aprobación de pagos a proveedores

### **3.2.8 Asistente Administrativo/Comercial**

#### **Perfil**

Carrera administrativa

Opcional de tercer nivel

Experiencia mínima 2 años

#### **Actividades**

Trato amable permanente con los clientes

Asignar ordenes de trabajo a los operarios.

Facturar los servicios prestados

Declaraciones al SRI e IESS.

Coordinación de mantenimientos preventivos a las maquinas.

Encargada de la bodega.

Recepción de material del proveedor.

Encargado del pago a proveedores, bajo autorización.

Canalización de quejas.

Resolución de problemas relativamente pequeños.

### **3.2.9 Operarios**

#### **Perfil**

Bachiller

Experiencia mínima de 1 año.

#### **Actividades**

Reconocer el tipo de vehículo para filtros y cantidad de aceite.

Realizar el chequeo físico de las condiciones del vehículo

Realizar limpieza de vehículo por dentro y por fuera.

### **3.3 Estudio de Mercado**

#### **3.3.1 Oferta**

La oferta que se presenta actualmente en la parroquia de Píntag como lavadoras y lubricadoras es de 3 al momento y que no abastecen por la cantidad de vehículos que se presentan para realizar mantenimientos a su vehículo, el servicio que se presta de lavado y lubricado del automotor, tendrá un valor de \$ 25,00usd, por el cambio de aceite, y un lavado express, mientras una lavada normal se la realizaría por los \$20,00 siendo una limpieza integra.

#### **3.3.2 Demanda**

La demanda que se presenta en base al estudio realizado, según la pregunta 5 donde se indica que del total 17930 personas el 56 % por las actividades que cada vehículo mínimas es de 10 vehículos diarios por 7 días a la semana y por cuatro semanas que tiene un mes es de 280 vehículos mensuales aproximadamente.

### 3.3.3 Segmentación de Mercado

Este proyecto va dirigido a las personas de la parroquia de Píntag que poseen vehículos, y desean servicios más rápidos con calidad y menor precio, siendo para ellos de gran apoyo los descuentos y las promociones, principalmente por ser una parroquia en la que la mayoría de personas se dedican al transporte siendo esta una actividad principal y al ser una herramienta de trabajo se merece el mejor mantenimiento.

### 3.3.4 Mercado Objetivo

Todos los habitantes de la parroquia de Píntag que posean vehículos ya sea como trabajo o movilización.

## 3.4 Estudio Financiero

### 3.4.1 Proyección de ingresos

Las ventas se proyectarán a 5 años debido al creciente demanda que se llegará a tener y de proyecta que diariamente se tendrá un servicio de 10 vehículos de lunes a sábado darán un total de 280 vehículos mensuales con un crecimiento anual del 1,59%, según el crecimiento poblacional que el Ecuador tiene está proyección se la realiza en base al crecimiento a nivel país de cada año y al constatar que la parroquia de Píntag se dedica al transporte es así que individualmente un mantenimiento de vehículo costará un valor del \$25,00usd y por cada año al subir el 1,59%, al llegar al año 5 será de 26,63usd siendo un valor total de 3579 vehículos y un total de \$95.298,70usd.

Tabla N° 2. Proyección de Ingresos

Ingresos por lavados y lubricados					
Año	1	2	3	4	5
Cantidad Proyectada	3360	3413	3468	3523	3579
Precio	\$ 25.00	\$ 25.40	\$ 25.80	\$ 26.21	\$ 26.63
Total Ingresos	\$ 84,000.00	\$ 86,692.44	\$ 89,471.17	\$ 92,338.97	\$ 95,298.70

Elaborado Por: Mayra Gamboa

### 3.4.2 Proyección de costos

El coto presentado a continuación se presentará de la mano de obra directa, costos directos e indirectos de la actividad económica por lo que al igual que los ingresos se

tendrá del 5% anual, la mano de obra directa, más los costos indirectos suman un valor de 34100usd para 3360 vehículos de los cuales tendrán una tasa de crecimiento del 5% y al llegar al año 5 se tendrán la suma de mano de obra directa y costos indirectos el valor 39637,66usd y un aproximado de 4084 vehículos.

Tabla N° 3. Proyección de costos

Ingresos por lavados y lubricados					
Año	1	2	3	4	5
Mano de Obra Directa	\$ 28,860	\$ 29,318.87	\$ 29,785.04	\$ 30,258.63	\$ 30,739.74
Costos Indirectos	\$ 13,875.16	\$ 12,387.66	\$ 12,400.79	\$ 289.41	\$ 303.88
<b>Total Costos</b>	<b>\$ 42,735.16</b>	<b>\$ 41,706.53</b>	<b>\$ 42,185.83</b>	<b>\$ 30,548.03</b>	<b>\$ 31,043.62</b>

Total costo de Producción	\$ 42,735.16	\$ 41,706.53	\$ 42,185.83	\$ 30,548.03	\$ 31,043.62
Unidades producidas	3360	3413	3468	3523	3579
<b>Costo de Producción Unit</b>	<b>\$ 12.72</b>	<b>\$ 12.22</b>	<b>\$ 12.17</b>	<b>\$ 8.67</b>	<b>\$ 8.67</b>

Elaborado Por: Mayra Gamboa

### 3.4.3 Proyección de gastos

Los gastos generales que se incurren a nivel de lavadora y lubricadora será una prima de seguro para la maquinaria, suministros de oficina, reparaciones, pago de préstamo por terreno, publicidad, infraestructura, gastos de constitución y publicidad, por lo que de año será la subida del 5% iniciando al año 1 con un total de \$17735,16 y llegando al año 5 con un valor de \$4388, 79,73usd.

Tabla N° 4. Proyección de gastos

Gastos por lavado y lubricado					
Año	1	2	3	4	5
Gastos Sum. Oficina	\$ 150.00	\$ 152.39	\$ 154.81	\$ 157.27	\$ 159.77
Seguros Maquinaria	\$ 500.00	\$ 507.95	\$ 516.03	\$ 524.23	\$ 532.57
Mantenimiento y Rep.	\$ 360.00	\$ 365.72	\$ 371.54	\$ 377.45	\$ 383.45
Servicios Básicos	\$ 3,000.00	\$ 3,047.70	\$ 3,096.16	\$ 3,145.39	\$ 3,195.40
Gasto Préstamo	\$ 12,125.16	\$ 12,125.16	\$ 12,125.16		
Publicidad	\$ 100.00	\$ 101.59	\$ 106.67	\$ 112.00	\$ 117.60
Gasto Constitución	\$ 1,500.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Total Gastos	\$ 17,735.16	\$ 16,300.51	\$ 16,370.36	\$ 4,316.34	\$ 4,388.79
--------------	--------------	--------------	--------------	-------------	-------------

Gastos Operacionales	\$ 3,860.00	\$ 3,921.37	\$ 3,983.72	\$ 4,047.07	\$ 4,111.41
Costos Indirectos	\$ 13,875.16	\$ 12,379.14	\$ 12,386.64	\$ 269.27	\$ 277.37
Total Gastos	\$ 17,735.16	\$ 16,300.51	\$ 16,370.36	\$ 4,316.34	\$ 4,388.79

Elaborado Por: Mayra Gamboa

### 3.4.4 Inversión inicial

La inversión inicial para este trabajo, fue la siguiente \$54500, donde se detalla las inversiones propiedad, planta y equipo, inversiones intangibles un valor de 45000usd, inversiones intangibles 5000usd, inventarios 2000usd, Gasto de efectivo y varios 2500, dando un total de 54500usd.

**Tabla N° 5. Inversión Inicial**

Inversiones PPE	\$ 45,000.00
Inversiones Intangibles	\$ 2,000.00
Inventarios	\$ 5,000.00
Gastos Efectivo	\$ 2,500.00
Varios	-
<b>Total, Inversión Inicial</b>	<b>\$ 54,500.00</b>

Elaborado Por: Mayra Gamboa

### 3.4.5 Capital de trabajo

El capital de trabajo fue calculado en base al activo circulante menos el pasivo circulante que al año 1 inicia siendo 66264,84usd y al año 5 es de 119110,53 al crecimiento del 5% anual.

**Tabla N°6. Capital de trabajo**

	Año	1	2	3	4	5
Capital de Trabajo	Act. Circ-Pasiv Circ	\$ 66,264.84	\$ 70,391.93	\$ 73,100.81	\$ 88,022.64	\$ 90,909.91

Elaborado Por: Mayra Gamboa

### 3.4.6 Estructura del capital

La estructura del capital se divide en 40% que es igual a 21800usd y capital propio y el 60% por un valor de 32700usd un préstamo al Banco Pichincha a 36 meses a una tasa de interés de 11,24%, es así que mensualmente se pagaría 1010,43usd.

**Tabla N° 7. Estructura del capital**

Estructura del Capital	Propio	40%	\$ 21,800.00
	Deuda Largo Plazo	60%	\$ 32,700.00

Monto	\$ 32,700.00
Tasa de Interés	11.24%
Plazo(meses)	36
Pagos Mensuales Fijos	1010.43

Elaborado Por: Mayra Gamboa

### 3.5 Evaluación Financiera

Es necesario evaluar el proyecto es por esto que se aplicará algunos indicadores como: valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo y periodo de recuperación del capital. Con los resultados obtenido se determinará de factibilidad o no del proyecto que está por iniciar.

#### 3.5.1 Flujo de caja

Se realizará el flujo de caja con los ingresos totales y egresos totales mientras los demás son los costos totales menos los presupuestados de la producción, las depreciaciones y amortizaciones, el activo diferido y el reparto de utilidades e impuestos a lo largo de la vida útil del proyecto que se encuentra proyectado para 5 años.

Se puede observar en el cuadro detallado que al año 1 se tiene un valor de \$30682,91usd y al año 5 tiene un valor de \$40371,77usd, por lo que se puede observar que realmente tiene un buen movimiento.

**Tabla N° 8. Flujo de Caja**

Rubros	1	2	3	4	5
Ingresos					
Ventas	\$ 84,000.00	\$ 86,692.44	\$ 89,471.17	\$ 92,338.97	\$ 95,298.70
Total de Ingresos	\$ 84,000.00	\$ 86,692.44	\$ 89,471.17	\$ 92,338.97	\$ 95,298.70

Egresos					
Costos de producción	\$ 42,735.16	\$ 41,698.01	\$ 42,171.68	\$ 30,527.90	\$ 31,017.11
Costos Administrativos	\$ 14,059.68	\$ 12,625.03	\$ 12,694.88	\$ 4,316.34	\$ 4,388.79
Gasto de Ventas	\$ 100.00	\$ 101.59	\$ 103.21	\$ 104.85	\$ 106.51
Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Interés	\$ 3,675.48	\$ 3,675.4800	\$ 3,675.4800		
15% utilidad de Trabajadores	\$ 3,514.45	\$ 4,288.85	\$ 4,623.89	\$ 8,608.48	\$ 8,967.94
25% impuesto a la renta	\$ 5,857.42	\$ 7,148.08	\$ 7,706.48	\$ 14,347.47	\$ 14,946.57
<b>Total de Egresos</b>	<b>\$ 69,942.19</b>	<b>\$ 69,537.04</b>	<b>\$ 70,975.62</b>	<b>\$ 57,905.04</b>	<b>\$ 59,426.93</b>
Flujo de caja	\$ 14,057.81	\$ 17,155.40	\$ 18,495.55	\$ 34,433.94	\$ 35,871.77
(+) Depreciación de Act. Fijo	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00
(+) Amortización de Act Diferido	\$ 12,125.16	\$ 12,125.16	\$ 12,125.16	\$ -	\$ -
<b>Flujo de caja neto</b>	<b>\$ 30,682.97</b>	<b>\$ 33,780.56</b>	<b>\$ 35,120.71</b>	<b>\$ 38,933.94</b>	<b>\$ 40,371.77</b>

Elaborado Por: Mayra Gamboa

### 3.5.2 Valor Actual Neto (VAN)

Con el VAN permite conocer el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión a largo plazo, lo que ayudará a verificar como sé cuánto vale al día de hoy la inversión realizada.

Se puede verificar en el base al 11,24 que es la tasa de descuento a agosto del 2018 según el Banco Central y la inversión inicial de \$54500usd tiene un valor del VAN de \$158,286.14usd, lo que hace que sea un proyecto viable.

**Tabla N° 9. Valor Actual Neto**

Año	Flujo de caja		
0	54500		
1	\$ 30,682.97		
2	\$ 33,780.56	Tasa de descuento	11.24%
3	\$ 35,120.71	VAN	\$ 158,286.14
4	\$ 38,933.94		
5	\$ 40,371.77		

Elaborado Por: Mayra Gamboa

### 3.5.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Con el TIR, permite conocer mediante la vida útil del proyecto, la rentabilidad media que irá teniendo en base a la inversión realizada, este será un valor porcentual que es en base al VAN realizado.

Se puede verificar en el base al 11,24% que es la tasa de descuento a agosto del 2018 según el Banco Central y la inversión inicial de \$54500usd tiene un valor del TIR de 55%, que le hace rentable a 5 años, lo que hace que sea un proyecto factible.

**Tabla N° 10. Tasa Interna de Retorno**

Año	Flujo de caja		
0	-54500		
1	\$ 30,682.97		
2	\$ 33,780.56	Tasa de descuento	11.24%
3	\$ 35,120.71	TIR	55%
4	\$ 38,933.94		
5	\$ 40,371.77		

Elaborado Por: Mayra Gamboa

### 3.5.4 Cálculo de la relación beneficio costo (RBC)

Con el RCB, permite conocer que el proyecto si es mayor a 1 es beneficioso en cuanto a que los ingresos son mayores que el costo por lo tanto es recomendable que siga adelante y se realicen posibles inversiones, se conoce que el costo beneficio de es de 1,67, por lo que se aconseja continuar con el proyecto para poder tener posibles inversionistas en el futuro.

**Tabla N° 11. Cálculo de relación beneficio costo**

Tasa de descuento 11.24%

Año	Inversión	Ingresos	Costos
0	\$ 54,500.00		
1	\$ -	\$ 84,000.00	\$ 42,735.16
2	\$ -	\$ 86,692.44	\$ 41,698.01
3	\$ -	\$ 89,471.17	\$ 42,171.68
4	\$ -	\$ 92,338.97	\$ 30,527.90
5	\$ -	\$ 95,298.70	\$

			31,017.11
--	--	--	-----------

Ingresos	\$ 326,819.66
Costos	\$ 140,896.78
Costos +Inversión	\$ 195,396.78

B/C	1.6725949
-----	-----------

Elaborado Por: Mayra Gamboa

### 3.5.5 Periodo de Recuperación del Capital (PRC)

Con el PRC, permite conocer cuando se recuperará la inversión inicial en la vida útil del proyecto, por lo que sabemos que se recuperará en un periodo aproximado de 1 año y siete meses, bajo ciertos cálculos realizados que se verificarán a continuación.

**Tabla N° 12. Periodo de recuperación del capital**

Año	Flujo de caja	Flujo acumulado
1	\$ 30,682.97	\$ 30,682.97
2	\$ 33,780.56	\$ 64,463.52
3	\$ 35,120.71	\$ 99,584.24
4	\$ 38,933.94	\$ 138,518.17
5	\$ 40,371.77	\$ 178,889.95

Inversión Inicial	\$ 54,500.00
Último Flujo	\$ 33,780.56
Por Recuperar	\$ 23,817.03
PR: años	0.705051492
	PR=1+0.7=1.7

Elaborado Por: Mayra Gamboa

### 3.6 Estudio Ambiental

#### 3.6.1 Tratamiento de aceites usados

Para el tratamiento de los aceites usados se gestionará con el municipio de Quito por ser una parroquial dependiente de Quito, una ficha ambiental pues es de bajo impacto de contaminación, y se debe constar en el documento de Generador de desechos peligroso y la

ficha de Ambiental corregida, los documentos que se presentarán al municipio son los siguientes:

Según Ordenanza 067 del Municipio de Quito (2002): “Se emite el certificado de Intersección con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, se realiza la categorización del proyecto mediante la revisión de la ficha ambiental entregada por el proponente, en general las lubricadoras aplican a categoría A, debido a que se consideran como proyectos de bajo impacto ambiental, la misma que exige la Ficha Ambiental con el respectivo Plan de Manejo Ambiental, se revisa la Ficha Ambiental y el Plan de Manejo Ambiental elaborada por el proponente, el cual incluye la reunión informativa para socializar las actividades del proyecto a los habitantes que se encuentran dentro del área de influencia del mismo, en cumplimiento con el Acuerdo Ministerial 026, publicada en el R. O del 12 de mayo del 2008, se solicita que las lubricadoras se registren como generadores de desechos peligrosos, la cual es revisada por la autoridad ambiental, con todos los requisitos anteriores cumplidos por el proponente, se aprueba la Ficha Ambiental y Plan de Manejo Ambiental, y se emite un registro como generador de desechos peligrosos, el cumplimiento de los mismos es controlado por la Autoridad Ambiental, lo que le compete al MAE es velar por el cumplimiento del Plan de Manejo Ambiental aprobado de la Ficha Ambiental.”(pág. 9).

### **3.6.2 Tratamiento de filtros usados**

Los filtros usados serán almacenados alado del aceite usado, mientras se gestionará con las personas que compran chatarra recolectores artesanales que cuenten con la licencia de recicladores otorgada por el municipio, para vender y así con el volumen que alcance tener una entrada extra a la lavadora y evitar botar a la basura reciclando una parte de estos y a su vez, reutilizando estos filtros.

### **3.6.3 Tratamiento de Botellas**

Las botellas de aceites usados serán almacenadas para los días lunes proceder a la venta en los lugares autorizados, recicladoras con dicha autorización que reciben botellas y pomas, que después de un proceso minucioso están lista para reutilizarles, los cuales están ubicadas en la parroquia de Rumiñahui.

### **3.6.4 Tratamiento de Baldes**

La mayoría de personas en Píntag utilizarán los baldes para realizar labores con los animales de campo que poseen por tanto se podrá un aviso de venta de baldes a \$0,50usd, lo que antes de ser entregados a las personas se lavarán con agua hervida para evitar que los químicos que se encuentran en ellos afecten a la salud de las personas o los animales y estos sean utilizados en estas labores debido a la larga duración que por material tienen, el resto será enviado al reciclaje.

## **3.7 Plan de marketing**

### **3.7.1 Estrategia general del marketing**

#### **3.7.1.1 Mercado Objetivo**

El plan de negocios está dirigido a la parroquia de Píntag con una lavadora y lubricadora para vehículos, quienes debido a la falta de oferta en esta actividad deben realizarle fuera del parroquia o su desde su domicilio pues al haber 3 lavadoras no abastecen a la cantidad de vehículos siendo una población según el INEN 2010 es de 17930 habitantes, y aunque no se tiene un valor real de los habitantes que poseen vehículo, se puede observar que la mayoría se dedica al transporte y ahí esta puesta la idea del proyecto a realizarse

### **3.8.2 Propuesta de valor**

#### **3.8.2.1 Diferenciación**

La lavadora y Lubricadora pretende prestar un servicio de calidad en menor tiempo por lo que se regulara por medio de la verificación de procesos para eliminar desperdicios de recursos, se contará con internet, para que las personas puedan trabajar o mantenerse conectadas mientras los vehículos estén en mantenimientos, se concientizará al personal del valor del cliente y la satisfacción para mantener un trabajo.

#### **3.7.2. 2 Estrategia de Posicionamiento**

Se presentará las mejores negociaciones para aceites y filtros y entregar al cliente final productos de calidad, mientras se realizará una constante investigación para realizar

descuentos y a su vez que se entregaran tickets pegables y una taquilla para que después de las 10 lavadas la onceava será gratis.

### **3.7.3 Mezcla del marketing**

#### **3.7.3.1 Lavadora y lubricadora**

Existen dos tipos de servicios que se presentarán la lavadora y lubricadora pues muchas veces serán por separados y se utilizará para esto los aceites de la marca Kendal y Ursa y los tipos de filtros que cada vehículo utiliza por numeración.

#### **3.7.3.2 Soporte**

La lavadora y lubricadora tendrá un historial en Excel de la información del propietario del vehículo, teléfonos de contacto e información del vehículo, donde se notificará vía mensaje de las fechas conmemorativas y los descuentos que se les puede realizar en estas fechas.

### **3.7.4 Las 4 P'S del marketing**

#### **3.7.4.1 Producto**

La lavadora y lubricadora prestará el servicio de mantenimiento y lavado para los vehículos donde se irá mejorando con el paso del tiempo y conocimiento exhaustivo, pero al poner en marcha procesos se reducirá tiempo y se aumentará la calidad de los servicios prestados, los aceites a utilizarse serán el Ursa y el Kendal, donde se verificara la viscosidad para alargar la vida de los motores y los cuales traigan más aditivos para proteger la fricción y aumentar el tiempo de vida de los motores el espesor del aceite a utilizarse dependerá del sitio a donde sea asignado.

#### **3.7.4.2 Precio**

Los precios están sujetos en base al valor del aceite, filtros, químicos y agua que se utiliza por vehículo, pero continuamente se realizara un estudio con los proveedores de los descuentos que se puede dar, los precios serán definidos en base a cada inventario que se vaya adquiriendo para prestar el servicio de lavado y lubricado de un automotor, el servicio que se presta de lavado y lubricado del automotor, el galón de aceite se encuentra en un

costo de \$17,50usd, más los filtro en un valor de \$4,00usd mientras se cobrará un valor de \$ 25,00 usd, por el cambio de aceite, los suministros utilizados y un lavado express, mientras una lavada normal se la realizaría por los \$20,00 estamos ofertando una lavada por dentro y fuera del vehículo y aspirado integro, a continuación se detalla a tabla:

**Tabla N° 13. Precio**

Año	1	2	3	4	5
Aceite	\$ 17.50	\$ 17.78	\$ 18.06	\$ 18.35	\$ 18.64
Filtros	\$ 4.00	\$ 4.06	\$ 4.13	\$ 4.19	\$ 4.26
Químicos	\$ 3.50	\$ 3.56	\$ 3.61	\$ 3.67	\$ 3.73
<b>Total</b>	<b>\$ 25.00</b>	<b>\$ 25.40</b>	<b>\$ 25.80</b>	<b>\$ 26.21</b>	<b>\$ 26.63</b>

Elaborado Por: Mayra Gamboa

### 3.7.4.3 Plaza

Después de realizar una investigación cuantitativa y cualitativa se determinó que la opción para poner una lavadora y lubricadora es la parroquia de Píntag, considerando que solo existen tres lavadoras en el sector que no abastecen a la cantidad de habitantes que se tiene en dicha parroquia.

### 3.7.4.4 Promoción

La promoción que se tendrá será que después de la décima lavada la onceava lavada al año será gratis por lo que se entregarán al inicio de cada año cartillas y stickers para realizar la promoción, de otra forma al revisar las bajas de precios en los productos para cada 3 meses realizar promociones del 10% de descuento o de acuerdo a la baja del proveedor.

### 3.7.5 Publicidad

La forma de publicitar los mantenimientos del vehículo será continuamente en las redes sociales, la publicidad se dará a través de los medios masivos como es las redes sociales, propaganda vía volantes y se atenderá toda clase de comentarios y sugerencias vía telefónica o correo

### 3.7.6 Marketing Directo

Con ello se pretende llegar directamente al posible cliente esto a través de correos electrónicos con nuestra presentación o vía WhatsApp, lo que en redes sociales por un

valor de 25usd, la lavada gratis 50usd y en volantes 25usd dan una suma de 100usd al año 1 mientras al año5 y con el crecimiento del 1,59% será de \$106,51usd.

**Tabla N° 14. Costos de Publicidad**

Año	1	2	3	4	5
Redes Sociales	\$ 25.00	\$ 25.40	\$ 25.80	\$ 26.21	\$ 26.63
Lavados Gratis	\$ 50.00	\$ 50.80	\$ 51.60	\$ 52.42	\$ 53.26
Volantes	\$ 25.00	\$ 25.40	\$ 25.80	\$ 26.21	\$ 26.63
<b>Total</b>	<b>\$ 100.00</b>	<b>\$ 101.59</b>	<b>\$ 103.21</b>	<b>\$ 104.85</b>	<b>\$ 106.51</b>

Elaborado Por: Mayra Gamboa

## **CAPÍTULO IV**

### **CONCLUSIONES**

La parroquia de Píntag no tiene centros de lavado y lubricado que satisfaga la necesidad de la población, por lo que esta investigación ayuda a diseñar un plan de negocios para la creación de un negocio como lo es la lavadora y lubricadora de vehículos pequeños, medianos y grandes.

Esta investigación a través de un estudio bibliográfico realizado permite conocer las palabras utilizadas y su significado, para poner énfasis en cada uno de los términos y así ir concluyendo la necesidad de crear una empresa de lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag de acuerdo al análisis de encuesta aplicada a la población en estudio, se realiza el levantamiento de recolección de datos mediante un cuestionario en el cual se evidencia según la pregunta 11, que es el 99% considera satisfactorio el posicionamiento de una nueva lavadora y lubricadora para la parroquia de Píntag.

Los negocios dedicados a lavar y lubricar autos no tienen una propuesta de plan de negocios, para implementar dentro de sus negocios, es por ello que con los estudios realizados a nivel organizacional y estructural se ve factible la implementación de este negocio en la parroquia de Píntag, pero realizando todos estudios preliminares y estos den factibilidad, que servirá para satisfacer las necesidades de los clientes, al reconocer que la mayor parte de la parroquia se dedica al negocio del transporte se propone la creación de la lavadora y lubricadora, obteniendo así clientes potenciales que puedan hacer uso del servicio prestado.

En base al conocimiento obtenido se concluye que es necesario que el negocio cuente con todos los papeles en regla para el normal funcionamiento y los negocios deben conocer todas restricciones que llegan a tener para evitar multas y sanciones y estén preparadas para cualquier cambio que el gobierno realice.

Realizando todos los estudios pertinentes se concluye que se debe crear la lavadora y lubricadora para la parroquia de Píntag, por lo que es importante el diseño de un plan de negocios que servirá para satisfacer las necesidades de los habitantes de la parroquia de Píntag, pero antes de ello realizar un análisis para proponer un lugar que a su vez brinde un buen servicio.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda que en la parroquia de Píntag se creen centros de lavado y lubricado que satisfaga la necesidad de los habitantes y que, al poner énfasis en la creación, se plantee un plan de negocios para la creación de este negocio como lo es la lavadora y lubricadora de vehículos pequeños, medianos y grandes.

Se recomienda realizar estudios bibliográficos donde permita conocer los significados de las palabras y poder determinar de mejor manera los términos utilizados y con facilidad cubrir las necesidades que permita realizar el mantenimiento de los vehículos, para que mantengan una vida útil más adecuada y a través de la recolección de datos se plantea que satisfactoriamente los pobladores, puedan tener un negocio en la parroquia de Píntag.

Se recomienda que los negocios dedicados a lavar y lubricar autos antes de iniciar actividades realicen un estudio sobre la propuesta de un plan de negocios, donde este la estructura organizacional, estructural y financiero, para implementar dentro de sus negocios, es por ello que con el estudio de los debe realizar, que servirá para satisfacer las necesidades de los clientes, para obtener así clientes potenciales que puedan hacer uso del servicio prestado.

Todos los negocios deben estar en todos los papeles en regla para el normal funcionamiento y los negocios deben conocer todas restricciones que llegan a tener para evitar multas y sanciones y estos negocios deben estar preparadas para cualquier cambio que el gobierno realice.

Se recomienda crear una lavadora y lubricadora para la parroquia de Píntag, por lo que es importante el diseño de un plan de negocios que servirá para satisfacer las necesidades de los habitantes de la parroquia de Píntag, y cumplir con todas las exigencias que el mantenimiento de los vehículos determina que se tenga.

## Bibliografía

- Alvarado, T. E. (2006). *Metodología para elaborar un plan estratégico y rediseño organizacional de una unidad de producción agropecuaria*. México: Red Revista Mexicana de Agronegocios.
- Borello, A. (2000). *El plan de negocios*. EEUU: McGraw-Hill Interamericana.
- Botero G., C. (2014). *Manual de mantenimiento*. Colombia: Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. Colombia; FEDEMETAL.
- Cabrera, R. R. (2014). Proyecto de factibilidad para la implemetación de una lavadora y lubricadora de vehiculos en el cantón Gonzanamá provincia Loja. *Proyecto de factibilidad para la implemetación de una lavadora y lubricadora de vehiculos en el cantón Gonzanamá provincia Loja*. Gonzanamá, Loja, Ecuador : Repositorio de la universidad Nacional de Loja.
- Campos, K. M. (2014). *Plan de marketing para la lavadora y lubricadora Reina del Cisne de la ciudad de Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe*. Yantzaza: Universidad Nacional de Loja. Obtenido de
- Castro, J. A. (2014). *Planeación financiera*. México: Grupo Editorial Patria.
- Cogollos, S. B. (2016). *Fundamentos de la teoría de filtros*. Valencia: Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia. Obtenido de
- Evoli, J. (2009). *Planeación estratégica*. El Cid Editor | apuntes.
- Guinsberg, E. (2010). *Publicidad*. ARGENTINA: Instituto Politécnico Nacional.
- Holguín, D. (2003). *Recursos Elementos de la Economía*. Guayaquil- Ecuador: Ediciones Holguín.
- Holguín, D. (2014). *Emprendimiento y Gestión*. Guayaquil- Ecuador: HOLGUIN EDICIONES S.A.
- Hoyos, R. B. (2013). *Plan de marketing*. Bogotá: Ecoe Ediciones. Obtenido de
- López, E. M. (2013). *Proyecto y viabilidad del negocio o microempresa*. Málaga: IC Editorial.
- Moreno, T. F. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Santiago de Chile: RIL editores.
- Ordóñez, M. Á. (2012). *Mantenimiento de sistemas de refrigeración y lubricación de los motores térmicos (UF1215)*. Málaga: IC Editorial.

- Oro, O. C. (2010). *Caracterización de los aceites de refrigeración utilizados en motocompresores herméticos que trabajan con el refrigerante hidrocarbonado LB-12. Tecnología química 23(1)*. ORIENTE: Universidad de Oriente.
- Palate, G. L. (2009). *¿Que es viscosidad?* S/C: El Cid Editor | apuntes. Obtenido de
- Porrúa, M. Á. (2016). *Editorial Miguel Ángel Porrúa*. México: Editorial Miguel Ángel Porrúa. Obtenido de
- Pp. (s.f.).
- Prieto, J. E. (2008). *Gerencia de ventas*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Publishing, M. (1994). *El plan de negocios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Soria, M. d. (2017). *Plan de marketing empresarial*. Madrid: Editorial CEP, S.L.  
an+de+marketing+empresarial
- Torres, V. M. (2014). *Administración en ventas*. San Juan de Tlihuca- Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Zambrano, A. J. (2018). Plan de negocios para la creación de una lavadora y lubricadora ecológica en la ciudad de Quito. *Plan de negocios para la creación de una lavadora y lubricadora ecológica en la ciudad de Quito*. Quito, Pichincha, Ecuador: Repositorio UDLA.

## **Anexos**

Anexo 1

**Encuesta**

**Objetivo:** Conocer la necesidad de una nueva lubricadora en la parroquia de Píntag

1. ¿Cómo calificaría al servicio de lavadoras y lubricadoras que se encuentran posicionadas en el sector de Píntag?

Bueno		Malo	
-------	--	------	--

2. ¿Considera que el trato del personal que atiende estos lugares es el adecuado?

Bueno		Malo	
-------	--	------	--

3. ¿Considera fundamental el lavado y lubricado para mantener una vida útil más larga de su vehículo?

Sí		No	
----	--	----	--

4. ¿Considera que los precios son competitivos entre las demás lavadoras y lubricadoras que prestan este servicio?

Sí		No	
----	--	----	--

5. ¿Con que frecuencia usted utiliza el servicio de lavado y lubricado?

Semanal		Quincenal		Mensual	
---------	--	-----------	--	---------	--

6. ¿Considera importante la limpieza de su vehículo?

Sí		No	
----	--	----	--

7. ¿Dónde realiza el lavado de su vehículo?

En Casa		Otra parroquia	
---------	--	----------------	--

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de lavado y lubricado de autos?

20-30		30-40	
-------	--	-------	--

9. ¿Considera favorable que su vehículo se retirado de la casa y entregada en el mismo lugar después de recibir el mantenimiento?

Sí		No	
----	--	----	--

10. ¿Qué consideraciones usted toma al momento de solicitar este servicio?

Amabilidad		Calidad	
------------	--	---------	--

11. ¿Está de acuerdo en que una nueva lavadora y lubricadora debería posicionarse en la parroquia de Píntag?

Sí		No	
----	--	----	--

.....

**Entrevista**

**Objetivo:** Conocer la necesidad y las falencias de una lavadora y lubricadora en la parroquia de Píntag

- 1. ¿Cómo considera al servicio de lavadoras y lubricadoras que se encuentran posicionadas en el sector de Píntag?

-----  
-----  
-----  
-----  
-----

- 2. ¿Considera que los precios ofertados son justos en las lavadoras y lubricadoras de Píntag?

-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----

- 3. ¿Considera que se deben realizar estudios preliminares de la creación de un negocio?

-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----

- 4. ¿Considera que tiene promociones y fidelidad de los clientes en los servicios de lavadora y lubricadora que usted oferta?

-----  
-----

-----  
-----  
-----  
-----.

5. ¿Considera que se deben realizar un plan de negocios para la creación de una lavadora y lubricadora para la parroquia de Píntag?

-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----.