



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

VICERRECTORADO DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

INSTITUTO DE POSGRADO

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGÍSTER EN
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS MENCIÓN FINANZAS**

TEMA:

“Elaboración e Implementación de un Plan de negocios para la empresa ENGINE TRUCKS, de la ciudad de Riobamba y su incidencia en la rentabilidad financiera, periodo marzo – septiembre 2013”

PROPONENTE:

NATALIA ALEJANDRA ORBE OBREGÓN

TUTOR:

ING. RENÉ BASANTES M.D.E

Riobamba-Ecuador

AÑO

2014

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del Grado de Magister en Pequeñas y Medianas Empresas mención Finanzas con el tema: “Elaboración e Implementación de un Plan de negocios para la empresa “ENGINE TRUCK’S”, de la ciudad de Riobamba y su incidencia en la rentabilidad financiera, periodo marzo–septiembre 2013, ha sido elaborado por Natalia Alejandra Orbe Obregón y fue analizado en un cien por ciento con el asesoramiento permanente de mi persona en calidad de tutor, por lo cual se encuentra apta para su presentación y defensa respectiva.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

.....
Ing. René Basantes M.D.E

AUTORÍA

Yo, Natalia Alejandra Orbe Obregón, con cedula de identidad N° 060287922-3, soy responsable de las ideas, resultados y propuestas realizadas en el presente trabajo de investigación y el patrimonio intelectual del trabajo investigativo pertenece a la Universidad Nacional de Chimborazo.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por permitirme conseguir mis sueños y objetivos propuestos, por permitirme terminar otra etapa más de mi vida profesional.

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Chimborazo, Vicerrectorado de Posgrado e Investigación, al instituto de Posgrado y sus docentes por su formación y conocimiento adquirido que me permitieron formarme como profesional de cuarto nivel.

Reconozco de manera muy especial al Ingeniero René Basantes, quien con su experiencia fue un aporte fundamental para culminar el presente trabajo investigativo.

A todos mis profesores, quienes me guiaron y ayudaron a llegar hasta la culminación de mis estudios.

A todas las personas que han estado conmigo en algún momento de mis procesos educativos.

A mi gran amiga Marianita Puente por su amistad, paciencia y conocimientos, quien ha sido mi guía para poder culminar con mi trabajo de tesis.

Natalia Alejandra Orbe Obregón

DEDICATORIA

“El éxito no está en vencer siempre sino en no desanimarse nunca”. – Napoleón Bonaparte”.

A Dios y a mi Virgen de Guadalupe por darme las fuerzas necesarias para hacer este sueño realidad, al apoyo incondicional de mi madre Cecilia, quien ha sido el pilar fundamental de mi vida y a mis hermanos que siempre me han apoyado.

Esta investigación la dedico a Charly el amor de mi vida, quien con su paciencia y comprensión me alentó siempre a continuar en este trayecto, siendo fuente de motivación día a día.

Natalia Alejandra Orbe Obregón

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN	i
AUTORÍA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE CUADROS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	xvii
CAPÍTULO I	1
1. MARCO TEÓRICO	1
1.1 ANTECEDENTES	1
1.2 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA	3
1.2.1 Fundamentación Filosófica	3
1.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	6
1.3.1 Plan de negocios	6
1.3.1.1 Concepto	6
1.3.1.2 Características de un plan de negocios	6
1.3.1.3 Para qué sirve un plan de negocios.....	7
1.3.1.4 Beneficios de un plan de negocios.	7
1.3.1.5 Importancia del plan de negocios	8
1.3.1.6 Estructura del plan de negocios.....	9
1.3.1.7 Mercadeo y Comercialización.....	14
1.3.1.8 Plan de negocios dinámico.....	17
1.3.2 Análisis Financiero	18
1.3.2.1 Razones o indicadores financieros.....	22
1.3.2.2 Rentabilidad Financiera	22
1.3.2.2.1Concepto	22
1.3.2.2.2Incidencia en la Rentabilidad	24

1.3.2.2.3	Evaluación de la Rentabilidad Financiera.....	25
CAPÍTULO II		27
2	METODOLOGÍA.....	27
2.1	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
2.2	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	27
2.2.1	Por el propósito.....	27
2.2.2	Por el lugar	27
2.3	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	29
2.4	TÉCNICAS E INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS. .	29
2.5	POBLACIÓN Y MUESTRA	29
2.5.1	Población	30
2.5.2	Muestra	30
2.6	PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	31
2.7	HIPÓTESIS.....	31
2.7.1	Hipótesis General	31
2.7.2	Hipótesis Específicas	32
CAPÍTULO III.....		33
3	LINEAMIENTOS ALTERNATIVOS	33
3.1	TEMA:	33
3.2	PRESENTACIÓN	33
3.3	OBJETIVOS.....	34
3.3.1	Objetivo General	34
3.3.2	Objetivos Específicos	34
3.4	FUNDAMENTACIÓN.....	34
3.5	CONTENIDO.....	35
3.5.1	Análisis Situacional “ENGINE TRUCK’S”	35
3.5.1.1	Antecedentes Empresariales.....	35
3.5.1.1.1	Objetivo Empresarial	36
3.5.1.1.2	Objetivos Estratégicos	36
3.5.1.1.3	Políticas empresariales.....	37
3.5.1.1.4	Misión	37
3.5.1.1.5	Visión.....	37
3.5.1.1.6	Valores Corporativos	37

3.5.1.1.7	Servicios “ENGINE TRUCK’S”	38
3.5.1.1.8	Organigrama Estructural	39
3.5.1.1.9	Organigrama Funcional	40
3.5.1 .2	Análisis Interno	41
3.5.1.2.1	Identificación de los factores internos	41
3.5.1.3	Análisis Externo	48
3.5.1.3.1	Macro Entorno	49
3.5.2.-	Propuesta de un Modelo Administrativo para la Empresa “ENGINE TRUCK’S”,	54
3.5.2.1.-	Objetivos:	54
3.5.2.2.-	Organigrama Estructural	55
3.5.2.3.-	Funciones de los empleados de la Empresa a desarrollar	56
3.5.2.4.-	Reglamento Interno	71
3.5.2.5.-	Control del Personal	73
3.5.2.6.-	Estrategias que debe aplicar la empresa “ENGINE TRUCK’S”	75
3.5.2.6.1-	Estrategias para el proceso de selección de proveedores:	75
3.5.2.7.-	Señalética de riesgo para mejorar las condiciones laborales del talento humano	76
3.5.3	Investigación de Mercado	79
3.5.3.1	Analizar el sector económico en el cual se pretende incursionar	80
3.5.3.2	Analizar la oferta	81
3.5.3.3	Análisis de la demanda	85
3.5.4	Aplicación de las 4 P de Marketing	87
3.5.4.1	Producto o Servicio	87
3.5.4.2	Precio	88
3.5.4.3	Plan de Comunicación MIX	92
3.5.4.4	Plaza	98
3.5.5.	Información Económica Financiera	100
3.5.5.1	Plan de inversión	101
3.5.5.2	Proyección de ventas	101
3.5.5.3	Análisis de costos	104
3.5.5.4	Proyecciones financieras	108
3.6	OPERATIVIDAD	115
3.7	Matriz de comparaciones de la empresa.	116

Interpretación:	116
CAPITULO IV	117
4. EXPOSICIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	117
4.1.1 Entrevista realizada a la Sra. Gerente de la Empresa “ENGINE TRUCK’S”	127
4.2 Comprobación de Hipótesis	128
CAPITULO V	132
5.1 CONCLUSIONES	132
5.2 RECOMENDACIONES	133
BIBLIOGRAFÍA	134
WEBGRAFÍA	136

ÍNDICE DE CUADROS

N°	TÍTULOS	PÁGINAS
1.	Modelos de estructura de planes de negocios	9
2.	Entornos de la Evaluación Financiera	19
3.	Aspectos para entender el Análisis Financiero	20
4.	Razones de Rentabilidad	23
5.	Tipos de Rentabilidad	24
6.	Ratios de Rentabilidad	25
7.	Total de la Población	31
8.	Servicios“ENGINE TRUCK’S”	38
9.	Área de Servicios (Identificación factores internos)	41
10.	Área de Marketing (Identificación factores internos)	42
11.	Área de Recursos Humanos	43
12.	Área Financiera (Identificación de factores internos)	43
13.	Matriz Prioridades – Ocurrencia Interna	44
14.	Matriz Perfil estratégico interno	46
15.	Capacidad de respuesta a factores estratégicos internos	47
16.	Matriz de Factores Externos	49
17.	Matriz Prioridades – Ocurrencia Interna	50
18.	Matriz Perfil estratégico externo	52

19.	Matriz Perfil estratégico externo	53
20.	Matriz FODA	54
21.	Perfil del gerente general	56
22.	Perfil para jefe de taller	58
23.	Perfil para mecánico automotriz	60
24.	Perfil para oficial de mantenimiento	62
25.	Perfil para mecánico Industrial	64
26.	Perfil para Bodeguero	66
27.	Perfil para Contador	68
28.	Perfil para secretaria	70
29.	Análisis de riesgos y fuentes	76
30.	Mecánicas Artesanales a Diesel en la Ciudad de Riobamba	82
31.	Mecánicas a Gasolina en la Ciudad de Riobamba	83
32.	Laboratorios en la Ciudad de Riobamba	84
33.	Clientes Potenciales para la Empresa “ENGINE TRUCK’S”	85
34.	Identificación de los clientes segmentados por actividades	86
35.	Clasificación de los precios	89
36.	Precios Ofertados por la Competencia	90
37.	Presupuesto publicitario	98
38.	Datos de Clientes Potenciales	99

39.	Plan de Inversión	101
40.	Proyección de Ventas	102
41.	Costos Directos para Vehículos Livianos	104
42.	Costos Directos para Vehículos Pesados	105
43.	Costos Indirectos	106
44.	Balance General Proyectado	108
45.	Estado de Resultados Proyectado	110
46.	Flujo de Caja Proyectado	111
47.	Ratios Financieros	112
48.	Operatividad del Plan de Negocios “ENGINE TRUCK’S”	115
49.	Matriz de comparaciones de la situación empresarial	116
50.	Posee la empresa organigrama estructural	117
51.	Sistema de selección de personal y de reclutamiento	118
52.	Las finanzas de la empresa responde solo el financiero	119
53.	Conoce las Funciones del cargo que desempeña	120
54.	Se Planifica reingenierías para mejorar los procesos	121
55.	La empresa aplica un plan de negocios	122
56.	Un plan de negocios ayuda al mejoramiento financiero	123
57.	El Clima laboral ayuda al desarrollo empresarial	124
58.	Existe un estricto cumplimiento de las tareas planificada	125

59.	La empresa necesita una comunicación MIX	126
60.	Entrevista Sra. Gerente de la empresa “ENGINE TRUCK’S”	127
61.	Frecuencia Observada	129
62.	Frecuencia Esperada	129
63.	Tabla para Chi-cuadrado	130
64.	Tabla de Contingencia	131

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N°	TÍTULOS	PÁGINAS
1.	Contribuyentes	5
2.	Mapa visual de un resumen ejecutivo	11
3.	Plan de negocios dinámico	17
4.	Organigrama Estructural “ENGINE TRUCK’S”	39
5.	Organigrama Estructural “ENGINE TRUCK’S” propuestos	55
6.	Formato de hoja de Control de Personal	74
7.	Análisis del Sector Económico	80
8.	Producción de Vehículos	81
9.	Propuesta de un Diseño de Hojas membretadas	93
10.	Propuesta de un Diseño de tarjetas de presentación	94
11.	Propuesta de un Diseño de Calendario	94
12.	Propuesta de un Diseño de tríptico	95
13.	Propuesta de un Diseño de la parte Central	96
14.	Propuesta de un Diseño de páginas Web	96
15.	Propuesta de Diseño de un Anuncios en la prensa	97
16.	Posee la empresa organigrama estructural	117
17.	Sistema de selección de personal y de reclutamiento	118
18.	Las finanzas de la empresa responde solo el financiero	119

19.	Conoce las Funciones del cargo que desempeña	120
20.	Se Planifica reingenierías para mejorar los procesos	121
21.	La empresa aplica un plan de negocios	122
22.	Un plan de negocios ayuda al mejoramiento financiero	123
23.	El Clima laboral es favorable para el desarrollo empresarial	124
24.	Existe un estricto cumplimiento de las tareas planificada	125
25.	Cree usted que la empresa necesita una comunicación MIX	126
26.	Representación Chi-Cuadrado	131

RESUMEN

La presente investigación ejecutada tiene como título **ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA ENGINE TRUCKS, DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD FINANCIERA, PERIODO MARZO – SEPTIEMBRE 2013.**

La siguiente investigación realizada se sustentó en determinar los elementos fundamentales que se requiere en un plan de negocios acorde a las necesidades requeridas por la empresa “ENGINE TRUCK’S”, con la finalidad de posicionar y difundir la variedad de servicios que actualmente oferta la empresa. A través de la investigación de mercado se pudieron concretar sus principales clientes potenciales y su competencia actual.

Se aplicó la metodología del análisis FODA, interno como externo con la finalidad de determinar los factores potenciales de la empresa para poder difundir en el mercado sus servicios ofertados, permitiendo acceder a datos confiables respecto al tema investigado. A través de la investigación de mercado se pudo proyectar las ventas en base a datos históricos que reposan en la ciudad de Riobamba, el presente estudio de mercado determinó la existencia de demanda insatisfecha por parte de la ciudadanía riobambeña y poder cubrirla de acuerdo a la capacidad que tiene la empresa “ENGINE TRUCK’S” y políticas empresariales.

Es así que al realizar el plan de negocios se determinó la factibilidad de implementar un plan de marketing o comunicación MIX, con la finalidad de profundizar los servicios en el mercado competitivo de la ciudad de Riobamba, y a través del estudio financiero considerando dos escenarios diferentes se realizó la evaluación económica financiera del plan de negocios, en el cual se determinó la viabilidad en la ejecución de dicho plan como se lo muestra en los indicadores financieros.

La demostración de la hipótesis concluyó que mediante la aplicación del marketing o comunicación MIX, permitirá que la empresa “ENGINE TRUCK’S” difunda sus servicios ofertados, así como también el reconocimiento social de su imagen corporativa.

ABSTRACT

The name of this present research is: A DESIGN AND IMPLEMENTATION OF A BUSINESS PLAN TO "ENGINE TRUCKS" ENTERPRISE AND ITS FINANCIAL PROFITABILITY INCIDENCE IN RIOBAMBA CITY, FROM MARCH TO SEPTEMBER, 2013.

This research determined the fundamental elements to set a business plan according to Engine trucks needs, such as: its positioning on the market and the promotion of its several services through identifying its main customers and its possible potential competitors.

There was an internal and external analysis through FODA which aim was to determine potential factors from the enterprise in order to broadcast its services on the market which is based on reliable data. Thanks to market research, it was possible to project some sell which were based on historical data from the Riobamba city. Its market research results determined that there was an unsatisfied demand on Riobamba citizens, due to a lack of enterprise policies and capacity from Engine TRUCKS"

After having done the business plan, it was possible to determine its feasibility on broadcasting and marketing implementation due to a financial study (MIX), which objective was to go deeper in services for the Riobamba`s demanding market. Thus, two different scenarios were considered to make a financial economic evaluation about the business plan, which determined its feasibility in implementing the mentioned plan as it is showed in the financial indicators.

The hypothesis results show that either marketing or broadcasting implementation MIX, will permit to "ENGINE TRUCKS" not only to spread its offered services, but also to improve its corporate and social image.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad uno de los sectores que ha crecido considerablemente en el mundo empresarial en el Ecuador ha sido el sector industrial, impactando de forma directa en la economía del país.

El plan de negocios para toda empresa es indispensable para poder ejecutarse, representa una herramienta que permite identificar los resultados a ser alcanzados, y además sirve como una carta de presentación para buscar financiamiento en distintas entidades financieras.

La diversificación de técnicas de promoción y publicidad, permite a la empresa difundir sus servicios ofertados, al conjugar tanto el plan de negocios con la diversificación permite a la empresa direccionar hacia nuevos retos tanto en inversión, mejoramiento en planta, incorporación de talento humano, que le permita a la empresa posicionarse como una empresa líder en el mercado automotriz de la ciudad de Riobamba y del país.

Es así que el primer capítulo contempla la fundamentación teórica del plan de negocios ineludible para determinar la realidad de la empresa y diversificar las técnicas de comunicación MIX, con el objetivo de difundir los servicios ofertados por la empresa.

El segundo capítulo detalla el diseño de la investigación de trabajo que fue cualitativo y de campo porque se recogió los diferentes criterios de la población investigada, así como la metodología a seguir, las técnicas e instrumentos en la recolección de datos, determinando la muestra de la población a utilizar aplicando 8 encuestas, ya que el total de la población fue el número de trabajadores que actualmente se encuentran laborando en la empresa.

El tercer capítulo consta de lineamientos alternativos, contempla en si la propuesta del plan de negocios para la empresa “ENGINE TRUCK’S”, en donde se incluye los objetivos, dando las premisas como fundamentación necesaria en la determinación de la situación actual de la empresa automotriz. El diagnóstico situacional se presenta como resultado del análisis de los factores del micro y macro entorno a través del análisis FODA.

El estudio final del plan de negocios llevó a determinar la factibilidad de su ejecución, implementando las estrategias de marketing correspondientes para difundir los servicios ofertados por el centro mecánico automotriz a diesel y gasolina, y de esta manera lograr una mejor imagen empresarial.

El cuarto capítulo presenta la exposición de resultados de la investigación y la comprobación de hipótesis a través del método del Chi cuadrado.

Al finalizar se incluye las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo investigativo.

Es muy placentero presentar el trabajo de investigación con la finalidad de poder sugerir a la empresa “ENGINE TRUCK’S” que pueda invertir sin mayor riesgo una publicidad agresiva, con el objetivo de profundizar los servicios en el mercado automotriz y de esta manera pueda crear fuentes de trabajo para la ciudad de Riobamba y del País.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES

La presente investigación se enmarca en la Elaboración e Implementación de un Plan de negocios para la empresa “ENGINE TRUCK’S”, de la ciudad de Riobamba y su incidencia en la rentabilidad financiera, que durante su corta trayectoria en el mercado industrial sus directivos no han contado con una un Plan de negocios acorde a sus necesidades, es por eso que se vio la necesidad de establecer un plan de negocios apropiado a sus Actividades Económicas-Financieras.

Para el desarrollo de la presente investigación, se realizó una revisión de trabajos afines que aportarán información complementaria a los aspectos relacionados con el problema de estudio, seguido se apoyó en Internet, Libros y en Tesis que se encuentran al alcance en la Biblioteca de la Universidad Nacional de Chimborazo, sobre temas que se pudieran usar como referencia para la elaboración del plan de tesis.

Con la finalidad de fundamentar el presente trabajo investigativo se ha considerado importante tomar como referencia Trabajos Investigativos de similar índole, los mismos que se describen a continuación:

La tesis titulada “Estudio técnico-económico para la creación de un taller de servicios automotrices en la ciudad de Esmeraldas”, de los autores Roxana Elizabeth Valencia Navarrete y Roxana Mariuxi Valencia Navarrete, ha llegado a la siguiente conclusión: “Se determinó que al ser requerido un estudio de impacto del taller al ambiente, se diseña un plan de manejo ambiental basado en un programa de prevención y mitigación de impacto, un programa de contingencia, el programa de capacitación, el personal de salud ocupacional y seguridad, el programa de relaciones comunitarias, el programa de rehabilitación de áreas afectadas, el programa de almacenamiento y manejo de combustible”

Al igual que la tesis titulada “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios automotrices (TECNICENTRO) en la ciudad el Carmen provincia de Manabí “de la autoría de Evelyn Nathaly Carrera Ramos, concluye lo siguiente: “Utilizando la investigación primaria se pudo determinar que el 100% de las personas encuestadas están de acuerdo con la utilización de un TECNICENTRO con tecnología avanzada. Se determinó que existe una demanda insatisfecha de 4799 vehículos en el 2012 y de 10516,6 vehículos en el 2019, por lo cual hay un incremento del 17% anual del parque automotriz, lo que indica en primera instancia que el proyecto es viable”

También se encontró la tesis sobre el tema “Implementación de un programa de mantenimiento productivo total (TPM) al taller automotriz del municipio de Riobamba” del autor: Juan Carlos Morales Flores que ha llegado a la siguiente conclusión “En función a los resultados obtenidos en el análisis de la situación actual del taller del municipio del Cantón Riobamba se ha implantado el programa TPM en las instalaciones de la institución.

“Como complemento al programa TPM se realiza la propuesta de seguridad y cuidado ambiental, mediante señaléticas de seguridad y equipos de protección individual para reducir los riesgos existentes; así como las directrices y lineamientos para empezar a preocuparse por los residuos resultantes del proceso de mantenimiento”.

De los tres trabajos investigativos citados anteriormente se puede determinar que tiene algo en común, es decir, que guardan relación directa o indirectamente con la Gestión Financiera que se pone en práctica día a día en las diferentes entidades crediticias y lo indispensable que es la aplicación de un sistema en la que puedan guiarse para una toma de decisiones adecuada sin poner en riesgo la actividad o vida organizacional.

Se puede determinar que la inexistencia de un plan de negocios dentro de una empresa puede incidir de manera directa para la toma de decisiones, de esta manera se estaría ayudando no solo a los directivos sino que también a la sociedad en general.

Luego de una revisión y estudio de tesis consultadas en la biblioteca de la Universidad Nacional de Chimborazo, se evidenció que no existen específicamente temas similares al estudio que se va a desarrollar.

1.2 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

En la presente investigación por su contexto investigativo se orienta a las acciones y propuestas valideras que se emplearon en el diseño del plan de negocios de la empresa “ENGINE TRUCK’S”, de la ciudad de Riobamba y su incidencia en la rentabilidad financiera.

1.2.1 Fundamentación Filosófica

La filosofía es en lo que se basa en algo para que sea aceptado, en el caso de un plan de negocios muestra los compromisos, actitudes y conceptos adoptados para la ejecución de este.

"La planificación permite anticiparse a futuras crisis y disponer de los instrumentos necesarios para afrontarlos" (NAVAJO, P, 2012).

De acuerdo al autor anterior el plan de negocios es la guía empresarial que sigue una entidad para el emprendimiento de un nuevo conjunto de acciones para mejorar su rentabilidad de acuerdo a los lineamientos establecidos por la empresa.

1.2.2 Fundamentación Axiológica

Axiología proviene del griego axios “valioso” y logos “tratado”, es la rama de la filosofía que trata del estudio de la naturaleza de los valores y de los juicios valorativos.

La investigación está influida por los valores, en la presente investigación se toma en cuenta el contexto socio-cultural en el que desarrolla el problema, respetando valores morales, éticos y políticos de todos quienes conforman la empresa.

“Los valores corporativos son reglas o pautas mediante las cuales una compañía exhorta a sus miembros a tener comportamientos consistentes con su sentido de existencia (orden, seguridad y desarrollo)” (CONDINA, A, 2008).

“Los valores, como herramientas o enfoques gerenciales, han venido ocupando un lugar cada vez más relevante en las teorías y prácticas de la administración en los últimos años.”(CONDINA, A, 2004).

Los valores corporativos son aquellos elementos de cultura organizacional propios de cada organización, aquellas características competitivas de su entorno está compuesto por la competencia y las expectativas de los clientes y propietarios.

En conclusión los valores son indicios que el personal de toda empresa o institución deben adoptarlos para la oferta de un producto o servicio a sus clientes, es decir los valores deben ser socializados para la satisfacción de los clientes.

1.2.3 Fundamentación Legal

Para el desarrollo de la investigación se tomó como referencia los artículos de la Constitución de la República del Ecuador 2008.

Art 23, numeral 16, la libertad de empresa como un derecho civil de las personas.

El Art 3, numeral 4, del mismo cuerpo legal, establece como un deber del estado “Preservar el crecimiento sustentable de la economía, y el desarrollo equilibrado y equitativo en beneficio colectivo”. En el mismo sentido el numeral 5 indica como objetivo del Estado “Erradicar la pobreza y promover el progreso económico, social y cultural de sus habitantes”.

La Constitución de la República, en su Art 243, numeral 3 menciona que es un objetivo permanente de la economía “El incremento y la diversificación de la producción orientados a la oferta de bienes y servicios de calidad que satisfagan las necesidades del mercado interno”.

Artículo 320 de la Constitución establece que la producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad; sostenibilidad; productividad sistémica; valoración del trabajo; y eficiencia económica y social.

De acuerdo a este cuerpo legal, toda actividad empresarial de hecho o de derecho, está garantizada por el Estado ecuatoriano mediante su máximo nivel legal que es la Constitución.

a. Ley Tributaria

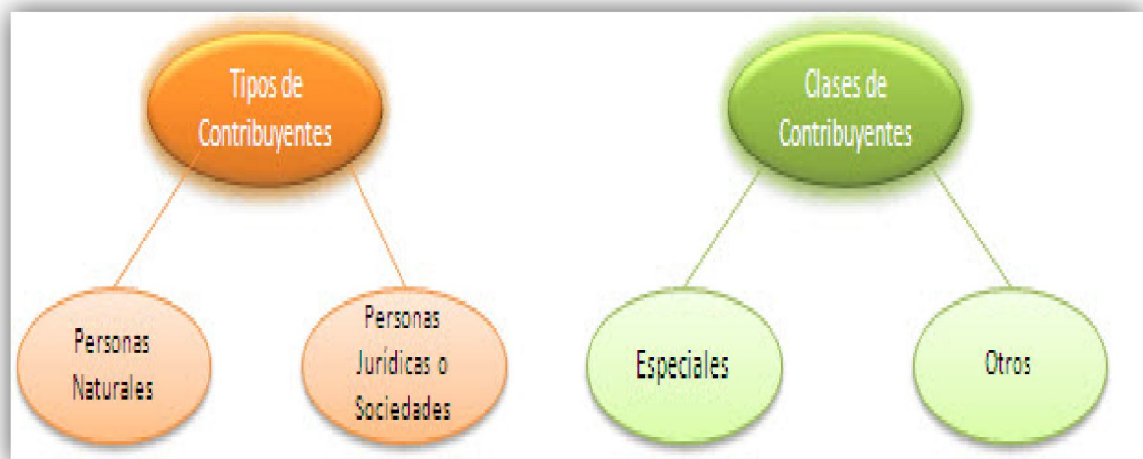
En la ley de RUC se establece en su art. 3 la inscripción obligatoria de todas las personas naturales y jurídicas entes sin personalidad jurídica, nacionales y

extranjerías, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez, en el Registro Único de Contribuyentes.

En la ley orgánica de régimen tributario interno y código tributario se establecen las obligaciones tributarias del contribuyente que debe cumplirlas de acuerdo a los plazos establecidos, sujetos a sanciones en caso de incumplimiento.

De acuerdo a la LORTI vigente en el Ecuador los contribuyentes se clasifican de la siguiente manera

Gráfico N° 1
Contribuyentes



Fuente: SRI 2013

Elaborado por: Natalia Orbe O.

Para la administración tributaria la Empresa “ENGINE TRUCK’S”, es considerada como una persona natural que debe cumplir con los deberes formales establecidos en las leyes tributarias vigentes.

1.2.4 Fundamentación Epistemológica

La epistemología considera las condiciones mediante las cuales se produce el conocimiento para ser enseñado, precisa los niveles de científicidad, además la epistemología establece formas coherentes de organización del conocimiento.

Por lo antes expuesto la epistemología en el plan de negocio determinará las teorías básicas en las que lo guiarán su elaboración.

1.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.3.1 Plan de negocios

1.3.1.1 Concepto

(HERNÁNDEZ, E, 2010). “La planificación de una empresa es vital para el éxito de la misma, ya que permite al empresario por un lado ubicar y minimizar los riesgos, y por otro detectar las ventajas y áreas de oportunidad y potencializarlas. Es importante tener una visión de lo que se espera de una empresa y los pasos a seguir para lograrlo, y esto es lo que un Plan de Negocios puede contribuir. Entonces, éste último, se vuelve un plano de construcción donde el emprendedor es el arquitecto”.

“El plan de negocios es fundamental para la búsqueda de financiamiento, pues este brinda la información necesaria para evaluar un negocio” (FRIEND& ZEHLE, 2008).

“El plan de negocios es aquella herramienta que permite a la empresa identificar los resultados a ser alcanzados, y también sirve como carta de presentación para los posibles financistas” (FLOR G, 2006).

“La propuesta formal y técnica para la solución de una necesidad humana” (AYALA, J, 2007).

Según el criterio de los autores anteriores se determina que un plan de negocios es la brújula para la constitución de una empresa considerando todos sus componentes buscando nuevas oportunidades de negocio para mejorar la rentabilidad del empresario o inversionista.

1.3.1.2 Características de un plan de negocios

- Debe ser efectivo, priorizando los factores claves del éxito empresarial y respondiendo a las inquietudes de los inversionistas.

- Un plan de negocios debe ser claro, no dejar las ideas en el aire y utilizar términos preciso sin dar muchas vueltas.
- Debe ser breve, usualmente no sobrepasa las 30 páginas, o sea que se debe aplicar en él un gran poder de síntesis.
- Debe ser estructurado, debe ser muy organizado para permitir una lectura sencilla.

Un plan de negocios no se debe limitar sólo a cálculos económicos y números, la información cuantitativa debe estar sustentada en propuestas estratégicas, comerciales, de operación y de recursos humanos.

1.3.1.3 Para qué sirve un plan de negocios

El plan de negocios es una herramienta de comunicación escrita que tiene esencialmente dos funciones: una que se puede llamar administrativa o interna y otra que es conocida como financiera o externa.

Desde el punto de vista interna, se puede decir que un plan de negocios sirve para:

- Dar a conocer como se organizan los recursos de la empresa en función de los objetivos y la visión del empresario.
- Conocer de forma detallada el entorno en el cual se desarrolla las actividades empresariales.
- Estar atentos a los diferentes cambios que pudieran representar una amenaza para la organización, de esta manera poder anticiparse a cualquier contingencia que disminuiría la probabilidad de éxito de la empresa.

1.3.1.4 Beneficios de un plan de negocios.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente un plan de negocios para cualquier empresa posee los siguientes beneficios:

- Ayuda a clarificar y enfocar las metas y objetivos del negocio.
- Ayuda a coordinar los diferentes factores de un negocio que son necesarios para el éxito.

- Permite confrontar las ideas con la realidad.
- Es una herramienta muy útil para conseguir la adhesión de elementos claves del negocio: inversionistas, proveedores, equipo directivo, etc.
- Es un cronograma de actividades que permite coordinar la realización de tarea de acuerdo con un calendario establecido.
- Es una herramienta, que permite trabajar con flexibilidad en la organización, al ofrecer la posibilidad de realizar cambios cuando algunos factores del negocio experimentan variaciones.
- Es un instrumento de control que permite detectar desviaciones del plan original, así como evaluar el progreso del proyecto y ajustar el plan en función de resultados parciales.
- Es el punto de referencia para futuros planes de nuevos proyectos que aparezcan a medida que el negocio evoluciona.

El plan de negocios para una empresa en marcha debe evaluar a la empresa en su contexto interno, para la búsqueda del incremento de la rentabilidad y aceptación de sus clientes, demostrando sus fortalezas y debilidades, cosa que una empresa que recién va iniciar no lo puede realizar ni identificar.

1.3.1.5 Importancia del plan de negocios

“El plan de negocios es un instrumento básico de dirección de la empresa” Caja de herramientas para PYMES (2011)

La mayoría de PYMES son propiedad de una o pocas personas y la gestión suele ser personal más que grupal. El plan ayuda a que la gestión no sea resultado de impulsos sin coordinación, facilita que pueda mantenerse un rumbo, que no impida aprovechar las oportunidades o incluso hacer atajos, pero manteniendo una ruta, dando estabilidad al proceso y a los actores que participan, haciendo ajustes del rumbo en forma permanente. Un mínimo de propaganda interna y búsqueda de compromiso con el accionar de la empresa. Si alguna actividad participativa entre trabajadores ejecutivos, medios y operadores directos es mínima, indispensable, es la elaboración o el aporte o cuando menos el acuerdo con el plan de negocios para ejecutarlo y optimizar los resultados.

El plan de negocio es un documento que especifica, en lengua escrita, un negocio que se pretende iniciar o que ya se ha iniciado. En él se expone el propósito general de unas empresas; en estudio comercial, técnico, financiero y de organización, incluyendo temas como los canales de comercialización, el precio, la distribución, el modelo de negocio.

El plan de negocios es un paso esencial que debe tomar cualquier empresario prudente, independientemente de la magnitud del negocio, para eso se toma en cuenta 2 puntos importantes:

- Definirá y enfocará su objetivo haciendo uso de información y análisis adecuados.
- Puede usarlo como una herramienta de venta para enfrentar importantes relaciones, incluidas aquellas con sus prestamistas, inversionistas y bancos.

Realizar un bussiness plan especificando cada uno de los puntos fundamentales, ayuda al empresario a tener la oportunidad de desarrollar una estrategia de negocio para obtener financiamiento, ampliarlo o mejorar su rentabilidad.

1.3.1.6 Estructura del plan de negocios

Cada emprendedor e inversionista requiere de un plan de negocios, y por ello el empresario debe ser capaz de definir cuál es la mejor estructura, en función a la solicitud de cada destinatario, o publico demandante.

A continuación se presenta dos modelos de estructura de planes de negocios:

Cuadro N° 1
Modelos de estructura de planes de negocios

PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRESA EN MARCHA (GERENTE).	PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA NUEVA EMPRESA (INVERSIONISTA O GERENTE)
Resumen ejecutivo	Resumen ejecutivo
Descripción de la empresa: <ul style="list-style-type: none"> • Historia de la empresa • Análisis de la industria • Productos y servicios ofrecidos • Estados financieros 	Formulación de idea de negocio Análisis de la oportunidad Presentación del modelo de negocios

<ul style="list-style-type: none"> • Equipo gerencial 	
	Análisis del entorno
Descripción de la competencia, de la posición competitiva y del mercado objetivo.	Análisis de la industria, del mercado y estimación de demanda.
Planeamiento estratégico <ul style="list-style-type: none"> • Análisis FODA • Estrategias de crecimiento y expansión • Alianza estratégicas 	Planeamiento estratégico <ul style="list-style-type: none"> • Análisis FODA • Visión • Misión • Objetivos estratégicos • Estrategias genérica • Fuentes de ventajas competitivas • Alianzas estratégicas
Estrategias de marketing y ventas	Plan de marketing
Análisis de la infraestructura	Plan de operaciones
Rediseño de estructura y cambios en la gestión de la empresa	Diseño de la estructura y plan de recursos humanos
Modelo financiero	Proyección de los estados financieros
Evaluación financiera	Evaluación financiera
Conclusiones y recomendaciones	Conclusiones y recomendaciones
Anexos	Anexos

Fuente: Caja de herramientas para PYMES (2011)

Elaborado por: Natalia Orbe O.

a) Resumen Ejecutivo

(BALANKO, G, 2008). “Constituye la parte más importante del plan de negocios, porque está es la única sección que el inversionista o quien lo vaya a financiar lea, debe atraer a los lectores y entusiasmarlos con el potencial del negocio propuesto. Cabe mencionar que no es una introducción al plan de negocios, y no será más allá de dos a tres páginas en las cuales se describirán las características definitorias del negocio y la solicitud de aprobación o financiamiento. Cualquier error que se encontrará dentro de esta sección disminuirá la confianza del lector en la exactitud y credibilidad de todo el plan”.

Dentro del resumen ejecutivo se debe considerar:

- Estado actual de la empresa
- Productos, servicio al cliente
- Resumen del presupuesto financiero
- Decisión, estrategia y/o financiamiento requerido

Gráfico N° 2
Mapa visual de un resumen ejecutivo



Fuente: Balanko, Greg (2008)
Elaborado por: Natalia Orbe O.

b) Análisis del Entorno

Es importante analizar el ámbito en el cuál funciona la empresa, considerando factores económicos (Inflación, crecimiento del PIB, tipo de cambio, etc.), políticos, o sociales entre otros. También es importante conocer el comportamiento del sector al que se incorporará la empresa. Con esto se detectan amenazas y oportunidad para hacer un planteamiento estratégico.

El análisis empresarial refleja su situación actual, definiendo cuál es la misión y visión, su forma de operación. Describe los planes de expansión de la empresa, conociendo las oportunidades y las amenazas.

(NAVAJO, P, 2012). “El análisis FODA es una técnica que permite trabajar con elementos internos y externos, presentes y futuros, que facilita la obtención de una visión global de la situación organizacional con relación al entorno”.

c) Análisis de la competencia

El poder ubicar ventajas y desventajas de la empresa frente a competidores directos o indirectos puede permitir hacer planteamientos estratégicos de marketing.

d) Análisis del Mercado

A través de técnicas propias de la “investigación de mercado” se analiza y evalúa las posibilidades de éxito del producto y/o servicio en el mercado, así como las posibles expectativas de los clientes.

e) Comunicación

Con el mercado: se determina la forma en que la empresa habrá de comunicar con el mercado para dar a conocer sus productos y/o servicios para propiciar su venta.

f) Estrategia de comercialización

La empresa determina el canal y las formas a través de las cuales hará llegar sus productos y/o servicios a manos de sus clientes.

g) Proveedores de insumos y servicios clave

La organización determina cuáles son los insumos y servicios claves para generar sus productos y/o servicios (tales como materias primas, materiales de empaque, entre otros). Evalúa las mejores opciones, establece compromisos de calidad y posibles alianzas. Considera la capacidad productiva a la cual pertenece su empresa y busca optimizarla.

h) Infraestructura y localización

Se determina el tipo de instalaciones que requiere la empresa y su costo, así como la mejor localización geográfica posible de acuerdo a la naturaleza del negocio (cerca de clientes o cerca de proveedores, por ejemplo).

i) Equipamiento, Diseño de Producto y/o Servicio, y Proceso

Se establecen las características y especificaciones del producto o servicio (diseño), así como el equipo necesario para producirlo (y el costo del mismo), y se determinan los “pasos a seguir” para la generación de los mismo (procesos) y sus formas de medir la productividad y calidad.

j) Estructura del Recurso Humano

Se establece la cantidad y el tipo de personas que realizarán las actividades de la empresa, sus funciones (descripciones de puesto), sus relaciones (organigrama), y su costo (salarios).

k) Formación del Recurso Humano

Aquí se plantea los conocimientos básicos para que el personal sepa y pueda llevar a cabo el trabajo que la empresa le encomienda (adiestramiento), y los conocimientos que pueden propiciar el desarrollo personal y profesional de los empleados como pueden ser idiomas, cursos de actualización, entre otros (capacitación), y que contribuyan finalmente a la productividad, satisfacción en el trabajo, y beneficio de la empresa.

l) Estructura del Flujo de Efectivo

El empresario puede organizar de forma conveniente, analítica y creativa la estructura de los ingresos, egresos y saldo; con la finalidad de hacer proyecciones, análisis y comparativos con los resultados reales para una toma de decisiones productivas.

m) Plan de Marketing

Un buen plan de marketing puede permitirle definir la forma de dirigirse a sus clientes actuales y de atraer a otros. También puede ayudarle a decidir a qué tipos de clientes debe orientarse, cómo ponerse en contacto con ellos y cómo realizar un seguimiento de los resultados con el fin de averiguar los métodos que contribuirían a aumentar su volumen de negocio.

Toda empresa debería contar con un plan de marketing que le permita mejorar su posicionamiento y reconocimiento social de la empresa, para de esta manera mejorar la rentabilidad empresarial.

Se debe mencionar que un plan de negocios no tiene una estructura predeterminada, sino más bien se ajusta a las necesidades empresariales para la consecución de sus metas y objetivos predeterminados, basados en la obtención de una alta rentabilidad financiera.

Dentro del plan de marketing se debe tomar en consideración el mercadeo y la comercialización.

1.3.1.7 Mercadeo y Comercialización

a) Mercado

(Publirecta, 2011). “Mercado lo forma un grupo de clientes potenciales que se identifican por tener una necesidad o deseo común y que desean y son capaces de hacer lo preciso para satisfacer esa necesidad o deseo”

Entonces, un mercado en cualquier economía lo constituye el conjunto de transacciones o acuerdos de intercambio sea de bienes o servicios entre personas con necesidades.

Uno de los desafíos más importantes a los que se deben enfrentar una empresa es conocer el mercado en el que pretende incursionar, y es ahí donde podrá obtener información de las necesidades y deseos de sus clientes. Este conocimiento es fundamental para el desarrollo de la estrategia de marketing, que tiene que adecuar las preferencias del mercado a los productos existentes y potenciales.

El mercado está formado por todos los demandantes y oferentes, que comparten una necesidad que les permitiría participar de un intercambio para la satisfacción de esa necesidad o deseo.

Un negocio para orientarse al mercadeo requiere de dos aspectos básicos:

- Que se brinde a los deseos de los consumidores
- Que se obtenga utilidad para la empresa

El mercadeo es el proceso mediante el cual una empresa hace que sus clientes reales o potenciales se interesen en los servicios o productos que vende. Este proceso implica investigar, promocionar, distribuir, vender, etc.

Tres temas clave dentro del mercadeo:

- Quién es el cliente.
- Cómo se debe llegar al cliente.
- Quién es la competencia.

El mercadeo es el corazón de la empresa, pues de este tipo de gestión depende enteramente su capacidad para asimilar las reacciones del entorno y de conocer mejor a los clientes y a la competencia. Aunque el plan de negocios es demasiado corto para que incluya todo un plan de mercado, sí debe sentar las bases del mismo.

b) Segmentación del Mercado

(FRIEND, G & ZEHLE, 2008) “Se define un segmento de mercado como un grupo de compradores lo suficientemente grande con un conjunto de necesidades y preferencias diferenciadas, al que se puede apuntar con un variado MIX comercial”.

Los beneficios de la segmentación del mercado tienden a aumentar la participación de mercado en el segmento que se incursionará, para que la segmentación funcione en la vida práctica se deberá cuantificar e identificar el segmento. Los segmentos deben ser mesurables, no en función del tamaño del potencial mercado, sino en función de la compra real. La investigación de mercado primaria es la herramienta más apropiada para identificar los segmentos de mercado.

c) Métodos de Segmentación del Mercado

- **Segmentación demográfica o descriptiva:** los indicadores sociodemográficos son utilizados como indicadores de necesidad y las variables más utilizadas son: la localidad, sexo, la edad, la renta. En la práctica es la combinación de dos o tres variables.
- **Segmentación por ventaja buscada:** pone atención en las diferencias en los sistemas de valores de los compradores. Una persona puede dar más valor a la economía (precio), otras a la duración, calidad.
- **Segmentación comportamiento mental:** se refiere al comportamiento de compra y se puede utilizar criterios como el estatus del usuario, las necesidades de los pequeños y grandes clientes, la fidelidad, y la sensibilidad a un factor de marketing.

- **Segmentación Sociocultural:** el perfil del cliente estará relacionado con los hábitos personales, generalmente estos se conocen mediante encuestas o investigaciones de mercado.

d) Investigación de Mercado

Se le conoce a la investigación de mercado como la reunión y análisis de datos de problemas relacionados con la comercialización de productos, servicios.

También se le define como la función que relaciona al consumidor, al cliente, al público en general con el especialista de marketing a través de la información, la misma que se utiliza para identificar y definir las oportunidades, debilidades que posee una empresa.

Tienen como finalidad el estudio analítico de la problemática que hace referencia a la planificación de la fabricación, producción, distribución y apoyo promocional y publicitario de los productos o servicios de una empresa con la finalidad de reducir al máximo el riesgo comercial e incrementar las ventas lo máximo posible.

- **Encuestas:** Es la herramienta más utilizada para la realización de la investigación.
- **Estudio de mercado:** Recopila, registra y analiza datos relacionados con un segmento de mercado, al cual la empresa ofertará su producto.

Con la finalidad de saber su opinión sobre todos los aspectos que se requieren para superar las expectativas del cliente.

Constituye el insumo de partida para la mezcla de mercadotecnia o marketing MIX; que se convertirán en estrategias para incrementar participación en el mercado o buscar posicionamiento.

- **Mercadotecnia:** Es un conjunto de técnicas, estrategias y aplicaciones para la consecución de los objetivos de Mercadeo.

Una vez elegido el segmento a trabajar o mercado objetivo y con el producto a ser fabricado se debe considerar el posicionamiento, es decir, otorgarle una personalidad clara y definida en el mercado y en la mente del potencial consumidor.

- **Posicionamiento:** Es la búsqueda de un espacio que ocupe el producto de la empresa en la mente del consumidor, es decir, el posicionamiento es la imagen que se forma los consumidores del producto y por ella juzgaran y favorecerá al empresario con su compra.

El posicionamiento se lo define como una imagen mental de un producto o servicio que el consumidor tiene, misma que puede incluir los sentimientos poseídos, la experiencia, es decir toda aquella información con la que cuenta el individuo.

- **MIX Comercial:** (E-Conomic contabilidad en línea) “es un análisis de estrategias de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las empresas para analizar cuatro variables básicas e imprescindibles de su actividad. Producto, plaza (distribución), precio y promoción.

Todos los componentes del MIX comercial se unen para formar la oferta, la cual consiste en una propuesta de valor que satisface las necesidades del cliente, los atributos de la oferta son definidos mediante el MIX comercial.

1.3.1.8 Plan de negocios dinámico

“El plan de negocios recoge todos los elementos de su formación comercial y su experiencia de vida en general que sean pertinentes para su negocio” (Thomsen, M, 2007).



Fuente: (Thomsen, M, 2007).
Elaborado por: Natalia Orbe O.

1.3.2 Análisis Financiero

(ORTIZ, H, 2008). “El diagnóstico financiero consiste en tomar las cifras de los estados financieros de una empresa, al igual que la información básica de tipo cualitativo, y, con base en la misma, obtener información y conclusiones importantes sobre la situación financiera del negocio, sus fortalezas, sus debilidades y las acciones que es necesaria emprender para mejorar dicha situación”

BAENA (2010) “Es un proceso de recopilación, interpretación y comparación de datos cuantitativos y cualitativos, y de hechos históricos y actuales de una empresa. Su propósito es obtener un diagnóstico sobre el estado real de la compañía, permitiendo con ello una adecuada toma de decisiones.”

Se puede decir que, el análisis financiero es un proceso de selección, relación y evaluación, donde se selecciona la información disponible respecto a un negocio, que interese al usuario, sea relevante y que afecte la decisión según las circunstancias y se relaciona de tal manera que sea más significativa, haciendo un estudio de ella.

El análisis financiero constituye el estudio de la información contable, a través del uso de indicadores y razones financieras, las mismas que indicarán la salud empresarial, las que se fundamente este conocimiento son:

- a) El conocimiento del modelo contable.
- b) Dominio de las herramientas de análisis financiero que permiten identificar y analizar factores y relaciones financieras y operativas.

Los datos cuantitativos más relevantes que un analista debe utilizar son: los datos financieros obtenidos del sistema contable de la empresa, los mismos que tendrán impacto en la toma de decisiones empresariales con atributos medibles.

a. Importancia relativa del análisis de estados financieros en el esfuerzo total de decisión

El análisis de los estados financieros comprende una parte fundamental sobre las decisiones de inversión, financiamiento y otros de suma importancia en la toma de decisiones, la importancia del análisis de estados financieros se basa en las decisiones a

ser tomadas por el inversionista o personas interesadas en la situación económica financiera de la empresa.

Todo análisis financiero constituye un elemento fundamental al momento de tomar decisiones especialmente sobre inversión acorde a las circunstancias actuales y al mercado, se puede distinguir los siguientes tipos de análisis financiero: interno y externo, de comparación y de series de tiempo.

Cuadro N° 2

Entornos de la Evaluación Financiera

ASPECTO	DESCRIPCIÓN
Rentabilidad	Capacidad de generar beneficio adicional.
Endeudamiento	Conjunto de obligaciones de pago.
Solvencia	Relación entre el total de activos y pasivos de la empresa.
Rotación	Número de veces que se mueven mercadería (inventarios), cuentas por cobrar, cuentas por pagar.
Liquidez Inmediata	Constituye la disponibilidad inmediata de efectivo que puede reflejarse tanto en caja, bancos, y otras partidas del activo fácilmente convertible en efectivo.
Capacidad productiva	Nivel de producción de la empresa.
Técnicas de interpretación	El análisis. Comparación.

Fuente: Análisis Financieros (2010) <http://www.gerencie.com/analisis-de-estados-financieros.html>

Elaborado por: Natalia Orbe O.

b. Objetivos de los estados financieros

Suministrar información fundamental a inversionistas y financistas con el fin de predecir, comparar y evaluar los flujos de tesorería.

Facilitar a los usuarios información importante para evaluar la capacidad de generar beneficios de la empresa.

Cuadro N° 3
Aspectos para entender el Análisis Financiero

<u>ASPECTO</u>	<u>DESCRIPCIÓN</u>
1. Actividad de la empresa.	Es necesario conocer cuál es la actividad de la empresa.
2. Tamaño de la empresa.	Dado por el tamaño de activos totales.
3. En qué están representados los activos.	Cada empresa tendrá el mayor porcentaje de la inversión en activos en los renglones que estén relacionados con su operación.
4. Incidencia de los activos diferidos.	Lo ideal es que los activos diferidos no representen un valor significativo, es decir, superior al 5% del total de los activos.
5. Relación deuda/patrimonio.	La deuda total puede alcanzar porcentajes de participación de hasta el 70% del total de la financiación de toda una empresa.
6. Composición del patrimonio.	Los rubros del patrimonio se ordenan en base a la permanencia de cada uno de los recursos dentro de la empresa comenzando con los permanentes hasta los más volátiles.

<p>7. Composición de la deuda.</p>	<p>Lo ideal para una empresa sería tener concentrados todos sus pasivos en renglones que no impliquen costos de intereses, que se puedan pagar con los productos que la empresa fabrica o comercializa y, en lo posible, a largo plazo.</p>
<p>8. Evolución de la deuda bancaria.</p>	<p>La financiación con deuda bancaria, teniendo en cuenta su costo y exigencia, debe manejarse con prudencia y su crecimiento debe ser proporcionado con el incremento del patrimonio para controlar el endeudamiento global; así mismo, debe reflejarse en un incremento de las ventas y las utilidades.</p>
<p>9. Volumen y crecimiento de ventas.</p>	<p>Guarda una proporcionalidad razonable con el valor de los activos.</p>
<p>10. Valor y crecimiento de la unidad operacional.</p>	<p>Para una empresa cualquiera es muy importante vender bien, pero lo más importante aún es que las ventas le reporten utilidades. Una cantidad operacional satisfactoria, como norma general, debe estar entre 5 y 10% de las ventas para empresas comercializadoras, y entre el 10 y 20% de las ventas para empresas manufactureras</p>

Fuente: Ortiz Héctor (2008) Análisis Financiero Aplicado

Elaborado por: Natalia Orbe O.

El diagnóstico de una empresa se realiza interna o externamente, se evalúa datos históricos y presentes, se toma los datos de importancia se realiza comparaciones, para ver la evolución, se puede presentar en valores absolutos o en porcentajes, se puede analizar la situación financiera de la empresa, para la toma de decisiones. Con la

interpretación de los estados financieros podemos verificar el riesgo, las necesidades que pueden ser de tecnología, financieras o administrativas.

1.3.2.1 Razones o indicadores financieros.

ESTUPIÑAN (2008) “Existen herramientas analíticas, que debe usar el administrador financiero, para tomar decisiones racionales en relación con los objetivos de la empresa, las cuales pueden expresarse en razones e índices, cuyas bases son tomadas de los estados financieros y por lo tanto, son un tipo de análisis vertical, es decir, establecidas del balance general o del estado de resultados o combinaciones de los dos cuyas razones e índices deben ser comparadas a través de tiempo con periodos anteriores o contra estándares”.

SARMIENTO, R (2008) “Se los conoce también con el nombre de índices financieros o razones financieras; son el resultado de establecer la relación numérica entre dos cantidades de las cuentas rubros o grupos de los estados financieros. Los índices señalan los puntos fuertes y débiles de la cooperativa, así como también indican la probabilidad y tendencias dando un diagnostico técnico de la misma”.

Las razones financieras evalúan el rendimiento de la empresa a partir del análisis de las cuentas del estado de resultado y del balance general, no es solo con la aplicación de una formula a la información financiera para calcular una razón determinada sino además con la interpretación del valor de la razón.

El método de análisis mediante el cálculo de razones o indicadores es el procedimiento de evaluación financiera más extendido. Se basa en la combinación de dos o más grupos de cuentas, con el fin de obtener un índice cuyo resultado permite inferir algunas características especiales de dicha relación.

1.3.2.2 Rentabilidad Financiera

1.3.2.2.1 Concepto

(MARTÍNEZ, N, 2009). “La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona **Return On Equity (ROE)**, es una medida,

referida a un determinado período de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado”.

(MEJÍA, C, 2010). “La rentabilidad es una medida por excelencia del resultado integral que se produce al combinar las bondades del sector donde se encuentre la empresa y la adecuada gestión de quien la dirige. Por esta razón, permite realizar comparaciones entre empresas diversas del mismo sector y aún entre empresas de sectores diferentes, tales que ayuden a visualizar la convivencia y tenencias estructurales de un sector con relación a otros, reflejando la dinámica de las cifras de rentabilidad”.

En otras palabras la rentabilidad financiera constituye el factor más importante para quien invierte un capital en una empresa, los factores de los cuales la rentabilidad depende, conforman el instrumento que la controla. La rentabilidad es la medida relativa de las utilidades.

$$ROE = \frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$$

Razones de Rentabilidad: Son aquellas que nos miden el nivel o grado de rentabilidad que obtiene la empresa ya sea con respecto a las ventas, con respecto al monto de los activos de la empresa o respecto al capital aportado por los socios.

Cuadro N° 4
Razones de Rentabilidad

<u>RAZONES</u>	<u>FÓRMULA</u>
Margen Bruto de Utilidad	$\frac{\text{Ventas} - \text{Costo de lo Vendido}}{\text{Ventas}}$
Margen de Utilidades Operacionales	$\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas}}$
Margen Neto de Utilidades	$\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas}}$
Rendimiento de la Inversión	$\frac{\text{Utilidad Neta Después de Impuestos}}{\text{Activos Totales}}$
Rendimiento del Capital Común	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Común}}$
Utilidad por Acción Común	$\text{Utilidad Disponible para Acciones Ordinarias}$

	Número de Acciones Comunes en Circulación
Dividendos por Acción	<u>Dividendos Pagados</u>
	Número de Acciones Comunes Vigentes
Número de Veces que se Gana el Interés	<u>Utilidad Antes de Intereses e Impuestos</u>
	Erogación Anual por Interés

Fuente: Córdoba, M. (2012)

Elaborado por: Natalia Orbe O.

1.3.2.2.2 Incidencia en la Rentabilidad

Existen muchas formas de calcular la rentabilidad, la primera se obtienen relacionando el beneficio alcanzado con los medios materiales (económicos) de lo que dispone, esto es con el activo real.

Beneficios antes de Impuestos e Intereses / Activo Real, se le conoce por sus siglas en inglés R.O.A. (Return Over Assets).







Hay que indicar que si en la empresa en cuestión de su activo tiene oscilaciones, o se maquilla a fin de año, más exacto y correcto sería tomar el Activo Total Medio (ATM), muy usado en las entidades financieras.





El ROA mide de forma separada las actividades operativas y las de inversión, de las de financiación. De esta manera con el ROA se compara dos o más empresas con diferentes pasivos y con estructuras de pasivo distintas.

Para el cálculo de la rentabilidad financiera se toma en consideración inversiones realizadas e ingresos versus los pasivos y los costos en un período determinado.

Cuadro N° 5

Tipos de Rentabilidad

RENTABILIDAD ECONÓMICA	
	Margen neto
	Margen bruto
	Rotación de Activos Fijos
	Rotación
	ROA
	BN/Ventas

RENTABILIDAD FINANCIERA	
	Veces que se ha ganado el interés
	Autonomía Financiera
	Coefficiente de Endeudamiento
	ROE

Fuente: Modelo CFN

Elaborado por: Natalia Orbe O.

1.3.2.2.3 Evaluación de la Rentabilidad Financiera

La rentabilidad incorpora en su cálculo dentro del denominador la cuantía de los fondos propios, por lo cual esta rentabilidad es un test de rendimiento o de rentabilidad para el empresario o accionista de la empresa.

Cuadro N° 6 Ratios de Rentabilidad

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\text{Resultado Neto}}{\text{fondos propios}}$$

RATIO	CÁLCULO	SIGNIFICADO
Beneficio por acción	$\frac{\text{Beneficio neto ejercicio}}{\text{Número promedio acciones}}$	Beneficio que corresponde a cada título, con independencia de que se reparta en forma de dividendos o se mantenga en forma de reserva.
Precio Beneficio	$\frac{\text{Cotización Acción}}{\text{Beneficio acción}}$	Proporción existente entre el valor de mercado y el beneficio atribuible a cada acción. Teóricamente puede representar el número.
Dividendo por acción	$\frac{\text{Dividendo Total}}{\text{Número promedio de acciones}}$	Dividendo correspondiente a cada título; mide la rentabilidad, acciones de la política de distribución de dividendos aplicada por la empresa.

Rentabilidad de las acciones	$\frac{\textit{Dividendo por acción}}{\textit{Cotización de acciones}}$	La rentabilidad que se obtiene de la inversión en acciones.
Políticas de Dividendos	$\frac{\textit{Dividendo total}}{\textit{Beneficio Neto del Ejercicio}}$	Representa el porcentaje de los resultados del ejercicio destinados a pagar dividendos.
Valor Contable de las Acciones	$\frac{\textit{Fondos Propios}}{\textit{Número de acciones al fin del ejercicio}}$	Permite conocer el valor contable o teórico de cada acción.

Fuente: Lizcano J “Rentabilidad Empresarial propuesta práctica de análisis y evaluación
Elaborado por: Natalia Orbe O.

La rentabilidad financiera puede descomponerse en otros ratios, que permitan identificar las causas que originan alteraciones en la rentabilidad, el análisis de la rentabilidad financiera se puede efectuar a través de la determinación del margen de beneficio alcanzado.

$$\frac{\text{Resultado neto}}{\text{Fondos propios}} = \frac{\text{Resultado neto}}{\text{Ventas netas}} \times \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Fondos propios}}$$

RENTABILIDAD FINANCIERA
MARGEN DE BENEFICIO
ROTACIÓN DE LOS FONDOS PROPIOS

La tasa de beneficio o margen de beneficio mide el rendimiento de la actividad global de la empresa mediante el resultado final alcanzado, mientras que la rotación evalúa la eficiencia de los capitales propios. Para evaluar la rentabilidad financiera se utilizan ratios destinados a valorar la rentabilidad de las inversiones desde el punto de vista del inversionista, quienes obtienen un rendimiento mediante los potenciales incremento de valor que experimente la empresa en el mercado de capitales.

CAPÍTULO II

2 METODOLOGÍA

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación fue de campo porque se realizó en el lugar de los hechos, se aplicarán encuestas, entrevistas para conocer la situación actual, para determinar qué servicios se pueden ofertar según los requerimientos de los potenciales clientes.

Para la realización del estudio se coordinó con la empresa, y sus clientes internos que fueron considerados para ejecutar el presente plan de negocios.

2.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

2.2.1 Por el propósito

Por el propósito la investigación es:

- a. **Cualitativo:** valora las opiniones de los autores, información recogida en la revisión bibliográfica, así como los criterios vertidos por los actores inmersos en la problemática.
- b. **Cuantitativo:** por cuanto se extrajo los indicadores de tipo cuantitativo mediante la recolección de información empírica en base a los instrumentos propuestos.

2.2.2 Por el lugar

- a. **Investigación de Campo.-**la investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir el modo y causa en las que se produce una situación o acontecimiento particular.

Rafael Graterol en su obra metodología de la investigación explica que podríamos definir a la investigación de campo como diciendo que es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la

realidad social, o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos.

Esta modalidad de la investigación se efectuara en el lugar mismo de los hechos, en la empresa “ENGINE TRUCK’S”, que se encuentra en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, con el objetivo de obtener información fidedigna de primera mano, todo esto a través de instrumentos como por ejemplo entrevistas, cuestionarios, etc.

Pasos a seguir en la investigación de campo.

- Concebir la idea a investigar: la interacción constante con el ambiente nos permite observar situaciones que a menudo despiertan una serie de interrogantes.
- Selección de la muestra: la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población.
- Marco teórico: representa el soporte inicial de la investigación. También se le llama marco teórico conceptual, marco referencial, etc.
- Definir el tipo de investigación: es necesario tener en cuenta el tipo de investigación o de estudio que se va a realizar, ya que cada uno de estos tiene una estrategia diferente.
- Establecer las hipótesis: la hipótesis es el eslabón necesario entre la teoría y la investigación que nos lleva al descubrimiento de nuevos hechos.
- Recolección de datos: la investigación no tiene sentido sin las técnicas de investigación de datos.
- Análisis de datos.
- Presentación de los resultados

b. Investigación bibliográfica o documental.- la investigación documental como una variante de la investigación científica, cuyo objetivos fundamental es el análisis de diferentes fenómenos, utiliza técnicas muy precisas de la documentación existente, que directa o indirectamente, aporta la información.

Podemos definir a la investigación documental como parte de un proceso de investigación científica, constituyéndose en una estrategia donde se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades usando para ellos diferente tipos de documentos. Indaga, interpreta, presenta datos e información sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, una metódica de análisis

teniendo como finalidad obtener resultados que pudiesen ser para el desarrollo de la creación científica.

2.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se utilizó el método inductivo, este método se aplicó para realizar el diagnóstico situacional de la empresa que permitió establecer estrategias específicas para el plan de negocios a implementarse.

2.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.

La técnica utilizada para la realización de la investigación es la observación directa en el lugar de los hechos y la aplicación de una encuesta.

a. Observación

En la preparación del estudio de mercado se inicia con la delimitación del problema que actualmente la empresa no cuenta con un plan de negocios que le permita posicionar de mejor manera la cartera de productos actuales ni diversificarse a otra línea de productos.

b. Entrevista

Se utilizó una entrevista dirigida para los clientes internos de la empresa, es decir; para el recurso humano de “ENGINE TRUCK’S”.

c. Instrumento

Se aplicó un guía de encuesta dirigida al equipo de trabajo de “ENGINE TRUCK’S”, se realizó una guía de observación.

2.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

Una vez definido el problema a investigar, formulados los objetivos y delimitados las variables se hace necesario determinar los elementos o individuos con quienes se va a llevar a cabo el estudio o investigación. Esta consideración nos conduce a delimitar el ámbito de la investigación definiendo una población y seleccionando la muestra.

2.5.1 Población

“El conjunto de todos los individuos (objetos, personas, eventos, etc.) en los que se desea estudiar el fenómeno. Estos deben reunir las características de lo que es objeto de estudio”. (LATORRE, R & ARNAL, 2009).

“Conjunto de los individuos o cosas sometidas a una evaluación estadística mediante muestreo” diccionario de la lengua española (RAE 2008).

Para la presente investigación se procederá al análisis de todos los clientes internos de la empresa “ENGINE TRUCK’S” de la ciudad de Riobamba, para conseguir resultados más reales y que permitan tener una mejor visión del problema en estudio.

Se tomó en cuenta, como población el personal que labora en la empresa automotriz “ENGINE TRUCK’S”, misma que serán intervenidos a través de una encuesta y entrevista, a fin de conocer cómo se ha venido desarrollando la operatividad de las diferentes actividades y obligaciones encomendadas.

2.5.2 Muestra

Habitualmente, el investigador no trabaja con todos los elementos de la población que estudia sino solo con una parte o fracción de ella; a veces, porque es muy grande y no es fácil abarcar en su totalidad. Por ello, se elige una muestra representativa y los datos obtenidos en ella se utilizan para realizar pronósticos en poblaciones futuras de las mismas características.

“Parte o proporción extraída de un conjunto por métodos que permiten considerarla como representativa de él” diccionario de la lengua española, (RAE, 2010).

(SIERRA, B, 2006) “Una parte representativa de un conjunto o población debidamente elegida, que se somete a observación científica en representación del conjunto, con el propósito de obtener resultados válidos, también para el universo total investigado”.

Para el efecto, no se utilizó muestreo en virtud de que se trabajó con el universo de la empresa “ENGINE TRUCK’S”, mismos que asciende a 8 personas, como se detalla a continuación:

**Cuadro N° 7
Total de la Población**

INVOLUCRADOS	PERSONAS
GERENTE GENERAL	1
JEFE DE TALLER	1
CONTADOR	1
SECRETARIA	1
TÉCNICO DE MOTORES	1
TÉCNICO DE MECÁNICA DE PATIO	1
TÉCNICO DE BOMBAS DE INYECCIÓN A DIESEL	1
OFICIAL	1
TOTAL	8

Fuente: Empresa “Engine Truck’s”,
Elaborado por: Natalia Orbe O.

2.6 PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Para el análisis de resultados se utilizó las tablas y gráficos que contendrán la información obtenida de la aplicación de las entrevistas, inmediatamente se procederá a interpretar los hallazgos relacionados con el problema de investigación, los objetivos propuestos e hipótesis planteadas.

Para el procesamiento de datos se utilizó el programa Microsoft Excel que permitió tabular y graficar los valores obtenidos en la encuesta aplicada.

2.7 HIPÓTESIS

2.7.1 Hipótesis General

- Mediante la elaboración e implementación del plan de negocios en la empresa “ENGINE TRUCK’S” se determinará la incidencia en su rentabilidad.

2.7.2 Hipótesis Específicas

- El diagnóstico administrativo financiero permitirá determinar los lineamientos para la selección del personal.
- La elaboración de la propuesta de comunicación MIX permitirá posicionar a los servicios ofertados por la empresa “ENGINE TRUCK’S”.

CAPÍTULO III

3 LINEAMIENTOS ALTERNATIVOS

3.1 TEMA: Plan de Negocios para la empresa ENGINE TRUCK'S.

3.2 PRESENTACIÓN

El crecimiento del sector empresarial de Riobamba, en los últimos años ha sido de gran importancia dentro de la economía del país en sus diferentes formas. Las nuevas tendencias empresariales se enfocan en ser competitivos tanto en bienes tangibles como en servicios.

“ENGINE TRUCK'S”, inició como una pequeña empresa en el año 2012, con capital privado de USD 263,901.60, prestando servicios de mantenimiento y reparación de vehículos a diesel y gasolina, brindando servicios como diagnóstico de fallas, mantenimiento y reparación de sistemas de refrigeración, lubricación y ruedas, tanto a vehículos de carga y de pasajeros, atendiendo básicamente el mercado local.

“ENGINE TRUCK'S”, es una empresa creada para ofertar servicios y vender repuestos al sector de la transportación en carga liviana, pesada y de transporte público. Ya que desde hace algunos años los transportistas tienen que realizar revisiones, servicios técnicos en otras ciudades como es la ciudad de Ambato, lo que incrementaba sus costos de operación y baja rentabilidad. Ante esta necesidad por la visión de una empresaria riobambeña que quiere a su ciudad aporta con nuevos servicios que permiten al usuario ser más competitivo.

La unidad de servicios está ubicada en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, en la Avenida Leónidas Proaño y Caribes, Barrio Liribamba, a dos cuadras de la Coca Cola sector Bay Pass; la empresa “ENGINE TRUCK'S”, se dedica a la prestación de servicios al sector del transporte (volquetas, camiones livianos y pesados, buses, camionetas y tracto camiones) que necesiten de reparación de motores y mantenimiento en inyección a diesel, implementando la utilización de mano de obra de la provincia, evitando la migración hacia otras ciudades y países, contribuyendo así al progreso de las familias chimboracense, su rol

actual es ofertar a los clientes productos y servicios de alta calidad, que satisfagan los requerimientos del parque automotriz de la provincia de Chimborazo.

La experiencia en el mercado local ha permitido a la empresa expandir el negocio a nivel provincial.

Es necesario desarrollar y mejorar la imagen empresarial ya que no existe publicidad (interna y externa), los clientes que actualmente posee es gracias a la difusión verbal, también por la satisfacción de los servicios. Por ello se necesita formalizar este proceso con pautas que publiciten servicios, maquinaria y personal de la empresa “ENGINE TRUCK’S”.

3.3 OBJETIVOS

3.3.1 Objetivo General

Desarrollar e implementar de un Plan de negocios para la empresa “ENGINE TRUCK’S”, de la ciudad de Riobamba para establecer su incidencia en la rentabilidad financiera, para el período marzo – septiembre 2013.

3.3.2 Objetivos Específicos

- Evaluar la estructura administrativa y financiera para elaborar una normativa de la selección de personal.
- Elaborar una propuesta de comunicación MIX para el posicionamiento de servicios a ofertar por la empresa “ENGINE TRUCK’S”.

3.4 FUNDAMENTACIÓN

a. Fundamentación científica: El plan de negocios es una guía a través de procesos secuenciales necesita para el emprendimiento, para incrementar y diversificar su cartera de servicios, teniendo lineamientos o estableciendo parámetros que se deberán cumplir de acuerdo a metas fijadas, es así que “ENGINE TRUCK’S”, ha requerido un plan de negocios con la finalidad de determinar la factibilidad de diversificar sus servicios en el

mantenimiento integral de vehículos y en la reparación y calibración de bombas e inyectores diesel.

b. Fundamentación Axiológica: Para “ENGINE TRUCK’S”, una buena práctica empresarial se alinea al cumplimiento de los valores corporativos, representando los principios directivos que orientan e involucran al talento humano con los objetivos organizacionales.

c. Fundamentación Legal: “ENGINE TRUCK’S” fue constituida como una empresa unipersonal, que para la administración tributaria la entidad es considerada como una persona natural como un emprendimiento local.

También cuenta con permisos del medio ambiente que les permite posicionarse como una empresa consciente del daño ecológico que causa el derrame de líquidos, aceites derivados del petróleo.

3.5 CONTENIDO

3.5.1 Análisis Situacional “ENGINE TRUCK’S”

3.5.1.1 Antecedentes Empresariales

En el año 2012 se inició la empresa unipersonal “ENGINE TRUCK’S”, que brinda servicios de chequeo, mantenimiento y reparación de sistemas de inyección a diesel; servicios en calibración y reparación de bombas mecánicas de inyección diesel e inyectores mecánicos; complementando el mantenimiento general del vehículo con lo referente a mecánica de patio prestando servicios como diagnóstico de fallas, mantenimiento y reparación de sistemas de refrigeración, lubricación y ruedas, que presta servicios tanto a vehículos de carga y de pasajeros, que atiende básicamente el mercado local.

Las nuevas tecnologías de vehículos a diesel, ha provocado que los propietarios de estos busquen el servicio de mantenimiento completo en otras ciudades, este comportamiento implica que los dueños de los vehículos soportan días de pérdida de trabajo lo que repercute directamente en sus ingresos, además de gastos extras como movilización, alimentación y hospedaje, cuando son más graves los daños o fallas en los automotores, debido a esto la empresa “ENGINE TRUCK’S”, brindará un servicio completo acorde a la nueva tecnología,

satisfaciendo los requerimientos y necesidades de los propietarios de vehículos livianos y pesados a diesel debido a la reducción de costos por la ubicación estratégica del taller en la ciudad de Riobamba.

El logotipo empresarial está constituido por el nombre de la empresa como se muestra a continuación:



3.5.1.1.1 Objetivo Empresarial

Satisfacer los requerimientos de servicios de mecánica automotriz a usuarios de vehículos medianos, livianos y pesados de transporte de personas y transporte de carga, asegurando la calidad y garantía para los distintos tipos de servicios ofertados.

3.5.1.1.2 Objetivos Estratégicos

- Brindar servicios de calidad para atender a más usuarios en el mercado provincial para garantizar el posicionamiento en el mediano y largo plazo.
- Garantizar la calidad del servicio para asegurar el prestigio de la empresa ratificando las características de liderazgo en el mercado local.
- Proyectar un crecimiento sostenido de la empresa con el propósito de incrementar la cobertura mercado y por ende la rentabilidad de la empresa.

3.5.1.1.3 Políticas empresariales

- Política de precios: La política de precios está basada en el costo en el mercado de los diferentes insumos que se utilizan para el mantenimiento de los vehículos, siempre utilizando los mejores productos y que sean los de más alta demanda en el mercado provincial.
- Política de ventas: Los precios de contado se aplicará a todos los usuarios.
- Política de servicio al cliente: La atención al cliente se realiza.

3.5.1.1.4 Misión

Ser una empresa líder e innovadora en el mantenimiento integral de vehículos y en la reparación y calibración de bombas e inyectores diesel, a nivel nacional. Satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes con óptima calidad, tecnología de punta y excelencia en el servicio.

3.5.1.1.5 Visión

Liderar la prestación de servicios en el mercado automotriz, siendo reconocidos por la seriedad, eficacia e insuperable calidad en nuestras labores, mediante la constante capacitación de nuestro personal y una innovación tecnológica acorde a las nuevas exigencias y requerimientos del mercado ecuatoriano; demostrando responsabilidad social y preocupación por el medio ambiente.

3.5.1.1.6 Valores Corporativos

- Integridad, honestidad y transparencia: es el sello que caracteriza, sintetiza la relación entre los clientes internos externos y proveedores.
- Responsabilidad: profesionalismo y eficiencia en todas las labores y actividades, se refleja en los niveles de eficacia y eficiencia que requiere la empresa.

- Innovación y Tecnología: la capacitación permanente fortalece la participación del talento humano en la consecución de los objetivos fijados por la empresa en el corto mediano y largo plazo.
- Lealtad: trabajo en equipo con respeto, iniciativa y creatividad.
- Liderazgo: Capacidad para la toma de decisiones responsables y flexibilidad para aceptar los cambios.

3.5.1.1.7 Servicios “ENGINE TRUCK’S”.

La empresa oferta mantenimiento integral de vehículos a Diesel, que se enfoca en el chequeo, mantenimiento y reparación de sistemas de inyección a diesel; prestando servicios en calibración y reparación de bombas de inyección diesel, inyectores mecánicos y electrónicos, además de sistemas CRDI; complementando el mantenimiento general del vehículo con lo referente a mecánica de patio prestando servicios como diagnóstico de fallas, mantenimiento y reparación de sistemas de frenos, suspensión, dirección, refrigeración, lubricación, alineación, balanceo, y vulcanización y ruedas.

Además el taller ofrece los insumos necesarios para el desarrollo completo de estas actividades (aceites, grasas, filtros, refrigerantes, kits y repuestos para la reparación de inyectores y bombas, etc.).

Cuadro N° 8
Servicios“ENGINE TRUCK’S”.

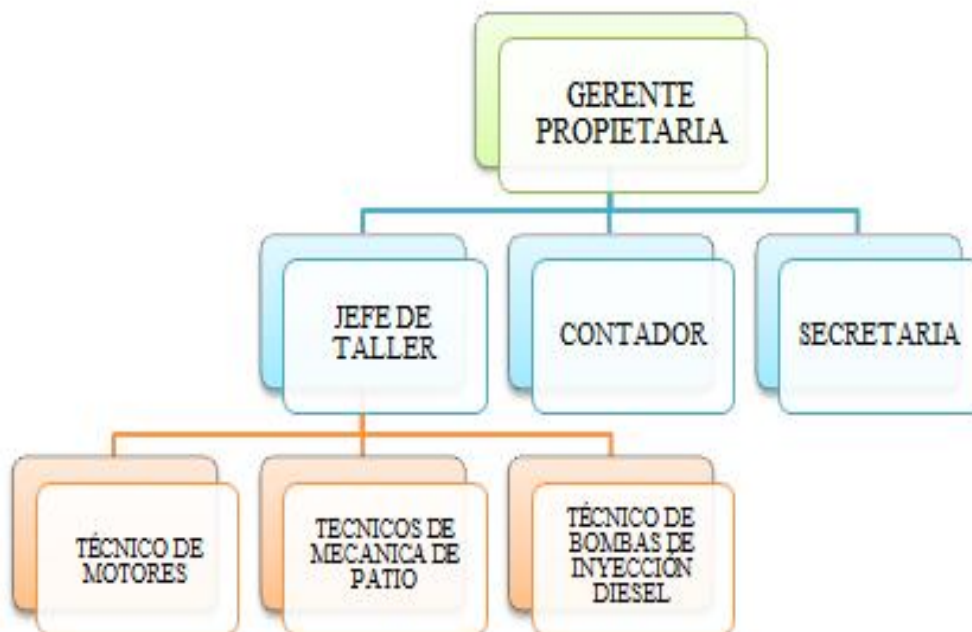
TIPOS DE SERVICIOS	
A.B.C.	Frenos: Cambio de pastillas Delanteras.
BANDA ALTERNADOR: SUSTITUIR.	Frenos: Cambio de zapatas Posteriores.
BOMBA DE AGUA: SUSTITUIR.	Frenos: Revisión/Regular Zapatas
BRAZO/MESA SUSPENSION SUSTITUIR. (1)	Reajuste General
CAMBIO DE ACEITE:CAJA/CORONA	Sustituir Filtro de Gasolina/diesel
CAMBIO DE ACEITE: MOTOR	Sustituir líquido de frenos

CORREA DISTRIBUCIÓN: SUSTITUIR.	Válvulas: Calibrar
CHEQUEO PARA VIAJE	Chequeo inyectores electrónicos CRDI (juegos)
COMPROBACIÓN COMPUTSIST INYECCIÓN.	Chequeo inyectores mecánicos (juego)
DIFERENCIAL: REPARAR (CONO Y COR.)	Chequeo Bomba CRDI
DESM/MONTINYECTORES.LIMPIEZA	Chequeo Bomba rotativa
DESM/MONT DIREC. COMP REP.	Embrague: Sust.(Disco, rulimán)
EMBRAGUE: REVISIÓN/REGULAR	

Fuente: Empresa “Engine Truck’s”
Elaborado por: Natalia Orbe O.

3.5.1.1.8 Organigrama Estructural

Gráfico N° 4
Organigrama Estructural “ENGINE TRUCK’S”.



Fuente: Empresa “Engine Truck’s”
Elaborado por: Natalia Orbe O.

3.5.1.1.9 Organigrama Funcional

Entre las competencias que desarrollan las personas que laboran en “ENGINE TRUCK’S”, están definidas de la siguiente manera:

a. GERENTE PROPIETARIA

- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de las diferentes áreas.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con los objetivos anuales.
- Verificar la consecución de los objetivos propuestos por la empresa, identificando de forma continua propuestas de mejoras a efecto de garantizar el eficiente funcionamiento de los modelos, sistemas o procesos implementados en la misma.

b. JEFE DE TALLER

- Manejo del personal para desarrollar las actividades y ejercer los controles de los servicios que la empresa brinda.
- Coordinador de todas las funciones del taller.
- Implementar los planes de trabajo necesarios para el logro de los objetivos con costo mínimo de tiempo, dinero y esfuerzo humano.

c. CONTADOR

- Analizar las cuentas específicas e individuales del balance general con el propósito de obtener la información que se requiere para determinar la posición financiera de la empresa.
- Determinar y analizar los costos de producción con el objetivo de establecer precios que aseguren la competitividad en el mercado y la rentabilidad de la empresa.
- Participar activamente brindando asesoría económica-financiera en las decisiones que adopta el nivel directivo de la empresa.
- Garantizar el manejo contable de forma eficiente elaborando balances mensuales y anuales, presupuestos, etc.

d. SECRETARIA

- Encargada de atender la central telefónica de la empresa y la administración de archivos, de manera eficiente y oportuna.

e. TÉCNICOS (PERSONAL OPERATIVO)

- Encargados de brindarle calidad al servicio y deberán tener la experiencia necesaria para el óptimo desempeño del taller.
- Planificar, organizar, dirigir y controlar los objetivos del taller de mecánica industrial.
- Controlar que el personal del taller realicen su trabajo con calidad y se cumplan las metas fijadas.

3.5.1.2 Análisis Interno

La investigación procedió al análisis de los diferentes factores o elementos que existen dentro de la empresa, con el fin de evaluar los recursos que se dispone actualmente para posteriormente detectar fortalezas y debilidades al fin de diseñar estrategias que permitan potenciar o aprovechar las fortalezas, y estrategias que permitan neutralizar o eliminar las debilidades. En este contexto se contempló las variables de servicios, marketing, financiero y la gestión de talento humano.

3.5.1.2.1 Identificación de los factores internos

Cuadro N° 9
Área de Servicios (Identificación factores internos)

Código	Factores	Comportamiento	Impacto	Implicados
AS1	Insumos	Calidad	Productos de buena calidad	Proveedores Empresa
AS2	Maquinaria y Equipos	De tipo industrial	Prestación de servicios de calidad.	Empresa Proveedores
AS3	Capacidad de Producción	Subutilizada	Menor rentabilidad	Empresa Clientes
AS4	Distribución de espacios físicos	Adecuada	Servicio de calidad, rápido y oportuno	Empresa

Fuente: Empresa Engine Truck's
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Cuadro N° 10
Área de Marketing (Identificación factores internos)

Código	Factores	Comportamiento	Impacto	Implicados
AM 1	Clientes	Ascendente	Ventas estables	Empresa Competidores
AM 2	Proveedores	Estable	Seguridad en la compra de insumos	Empresa Otros proveedores
AM 3	Servicios al cliente	Eficiente	Se crea fidelidad en la clientela	Empresa, clientes
AM 4	Ubicación Geográfica	Estratégica	Facilidad de prestación de los servicios	Empresa, clientes Proveedores
AM 5	Comunicación Mix	Ineficiente, falta de posicionamiento de la cartera de productos en el mercado	Los servicios ofertados son poco conocidos en el medio.	Empresa Clientes Medios de comunicación
AM 6	Merchandising	Inadecuado	No se estimula la promoción de los servicios hacia los clientes	Empresa, clientes

Fuente: Empresa Engine Truck's

Elaborado por: Natalia Orbe O.

Cuadro N° 11
Área de Recursos Humanos (Identificación de factores internos)

Código	Factores	Comportamiento	Impacto	Implicados
ARH1	Personal	Calificado y semicalificado	Prestación de servicio seguro	Propietaria Empleados
ARH2	Incentivos	Adecuados	Compromiso con la empresa	Propietaria Empleados
ARH3	Coordinación de tareas	Adecuada	Servicio de Calidad	Propietaria Empleados
ARH4	Sueldo	Estable	Personal satisfecho	Propietaria Empleados

Fuente: Empresa Engine Truck's

Elaborado por: Natalia Orbe O.

Cuadro N° 12
Área Financiera (Identificación de factores internos)

Código	Factores	Comportamiento	Impacto	Implicados
AF1	Capital	Propio	Respaldo para los futuros préstamos	Empresa
AF2	Utilidades	Creciente	Participación utilidades trabajadores	Empresa Empleados
AF3	Inversión	Alta	Requiere endeudamiento externo para poder comprar maquinaria adicional.	Empresa Entidades Financieras
AF4	Capacidad de Pago	Creciente	Con un nivel de ventas creciente la empresa obtiene más recursos para cubrir sus obligaciones	Empresa

Fuente: Empresa Engine Truck's

Elaborado por: Natalia Orbe O.

Cuadro N° 13
Matriz Prioridades – Ocurrencia Interna

OCURRENCIA	ALTA	AS1AF2 AS2AF3 AS3AF4 AS4 AS3 AM1 AM2 AM3 AM4 ARH1		
	MEDIA	ARH2 ARH3 ARH4		
	BAJA	AM5 AM6		
		ALTA	MEDIA	BAJA
		IMPACTO		

Fuente: Empresa Engine Truck's
Elaborado por: Natalia Orbe O.

En esta matriz encontramos únicamente códigos, ya que estos nos facilitan al manejo de la información respectiva.

Simbología de la Matriz

- **AS = Área de Servicios**

AS1= Insumos

AS2= Maquinaria y Equipos

AS3= Capacidad de Producción

AS4= Distribución de espacios físicos

- **AM = Área de Marketing**

AM1= Clientes

AM2= Proveedores

AM3= Servicios al cliente

AM4= Ubicación Geográfica

AM5= Comunicación MIX

AM6= MERCHANDISING

- **ARH= Área de Recursos Humanos**

ARH1=Personal

ARH2=Incentivos

ARH3=Coordinación de tareas

ARH4=Sueldo

- **AF = Área Financiera**

AF1= Capital

AF2= Utilidades

AF3= Inversión

AF4= Capacidad de Pago

Cuadro N° 14
Matriz Perfil estratégico interno

Código	Factor	Gran debilidad	Debilidad	Equilibrio (normal)	Fortaleza	Gran fortaleza
AS1	Insumos					
AS2	Maquinaria y Equipos					
AS3	Capacidad de Producción					
AS4	Distribución de espacios físico					
AM1	Clientes					
AM2	Proveedores					
AM3	Servicio al cliente					
AM4	Ubicación Geográfica					
AM5	Comunicación Mix					
AM6	Merchandising					
ARH1	Personal					
ARH2	Incentivos					
ARH3	Coordinación de tareas					
ARH4	Sueldo					
AF1	Capital					
AF2	Utilidades					
AF3	Inversión					
AF4	Capacidad de Pago					
SUMAN		1	4	2	8	3
		5,56%	22,22%	11,11%	44,44%	16,67%

Fuente: Empresa Engine Truck's

Elaborado por: Natalia Orbe O.

- a. Análisis:** Luego de realizar un análisis situacional de la empresa se pudo determinar que tiene un 44,44% de Fortalezas, lo cual permitirá a la empresa afrontar nuevos desafíos para incrementar su rentabilidad.

• ARH=Área de Recursos Humanos				
ARH1= Personal	10	0,06	3	0,19
ARH2= Incentivos	6	0,04	3	0,12
ARH3= Coordinación de tareas	8	0,05	3	0,15
ARH4= Sueldo	8	0,05	3	0,15
• AF= Área Financiera				
AF1= Capital	8	0,05	1	0,05
AF2= Utilidades	9	0,06	3	0,17
AF3= Inversión	10	0,06	3	0,19
AF4= Capacidad de Pago	10	0,06	3	0,19
Total	156	1,00		2,96

Fuente: Empresa Engine Truck's

Elaborado por: Natalia Orbe O.

En términos generales la situación de la empresa “ENGINE TRUCK’S” no es buena ya que el resultado arrojado como valor ponderado de respuesta luego de haber seguido el procedimiento correspondiente es de 2,96 cuya interpretación proviene de la siguiente equivalencia:

Valor ponderado de respuesta:

<3 Situación preocupante, numerosos factores han sido descuidados.

= 3 Situación algo preocupante pues han descuidado ciertos factores.

> 3 Situación favorable para la entidad en análisis pues son pocos los factores descuidados en el área interna de la empresa.

3.5.1.3 Análisis Externo

El análisis externo o análisis del entorno, permite fijar las oportunidades y amenazas que se van presentando en la organización direccionándole estratégicamente. Tales

oportunidades son provocadas por actores que no son controlables por la empresa, pero que inducen a que esta se prepare y busque aprovechar las oportunidades al tiempo de enfrentar las amenazas existentes.

3.5.1.3.1 Macro Entorno

Refleja las dimensiones económicas, políticas, legales, socio cultural y tecnológico vinculado con la actividad desarrollada por la empresa.

**Cuadro N° 16
Matriz de Factores Externos**

CÓD.	FACTOR	COMPORTAMIENTO	IMPACTO	IMPLICADOS
FACTORES ECONÓMICOS				
FE1	Inflación	Estable	Estabilidad en el precio de insumos a utilizar en el proceso de prestación de los servicios	Empresa Clientes Proveedores
FE2	Salario Básico	Ascendente	Incremento de salarios	Estado Empresa Trabajadores
FE3	Tasa de Interés Activa	Estable	Créditos Atractivos	Instituciones financieras Empresa
FE4	Precio de Combustibles	Ascendente (mínima)	Incremento en el precio del transporte de insumos	Empresa Proveedores
FACTOR POLÍTICO LEGAL				
FPL 1	Priorización del apoyo estatal para pequeñas empresas	Ascendente	Facilidades de créditos a través de entidades estatales.	Estado Empresa
FPL2	Políticas Tributarias	Ascendente	Incremento de impuestos	Estado Empresa
FACTOR SOCIO – CULTURAL				
FSC1	Desempleo	Descendente	La tasa de desempleo ha disminuido	Estado Empresa Trabajadores
FSC2	Densidad poblacional	Ascendente	Existe mayor concentración de clientes en áreas geográficas consolidadas.	Población Ubicación Geográfica

FSC3	Gustos y Preferencias	Ascendente	Incremento de clientes	Empresa Clientes
FACTOR TECNOLÓGICO				
FT1	Maquinaria y equipo	Ascendente	Mejora el proceso de servicio y calidad del mismo	Empresa Mercado de capital.
COMPETENCIA				
C1	Competidores	Ascendente	Incrementan su cuota de participación en el mercado.	“ENGINE TRUCK’S” Clientes
PROVEEDORES				
PRO1	Proveedores	Ascendente	Facilidades para la adquisición de insumos	“ENGINE TRUCK’S” Otros proveedores

Fuente: Empresa Engine Truck's

Elaborado por: Natalia Orbe O.

Cuadro N°17

Matriz Prioridades – Ocurrencia Interna

OCURRENCIA	ALTA	FE1 FE2 FE3 FT1		
	MEDIA	FE3 FPL2 PRO	FSC2 FPL1	FSC FSC3
	BAJA	C1		
		ALTA	MEDIA	BAJA
IMPACTO				

Fuente: Empresa Engine Truck's

Elaborado por: Natalia Orbe O.

a. Simbología de la matriz desarrollada

- **FE = Factor Económico**

FE1= inflación

FE2= Canasta Familiar Básica

FE3= Salario Básico

FE4= Tasa de Interés Activa

FE5= Precio de Combustibles

- **FPL = Factor Político Legal**

FPL1= Priorización del apoyo estatal para pequeñas empresas

FPL2= Políticas Tributarias

- **FSC = Factor Socio Cultural**

FSC1=Desempleo

FSC2=Densidad poblacional

FSC3=Gustos y Preferencias

- **FT = Factor Tecnológico**

FT1=Maquinaria y equipo

- **C...=. Competidores**

- **PRO = Proveedores**

Cuadro N° 18
Matriz Perfil estratégico externo

Código	Factor	Gran Amenaza	Amenaza	Equilibrio (normal)	Oportunidad	Gran oportunidad
FE1	Inflación					
FE2	Canasta Familiar Básica					
FE3	Salario Básico					
FE4	Tasa de Interés Activa					
FE5	Precio de Combustibles					
FPL 1	Priorización del apoyo estatal para pequeñas empresas					
FPL2	Políticas Tributarias					
FSC1	Desempleo					
FSC2	Densidad poblacional					
FSC3	Gustos de Referencia					
FT1	Maquinaria y equipo					
C1	Competidores					
PRO1	Proveedores					
SUMAN			5	4	2	2
			38,46%	30,77%	15,38%	15,38%

Fuente: Empresa Engine Truck's

Elaborado por: Natalia Orbe O.

a. Análisis: La matriz de perfiles estratégicos externos muestra la identificación de los factores, reconociendo su impacto en la empresa como una amenaza, oportunidad o impacto dentro de lo normal hacia la misma.

Dentro de la matriz se observa que: No existen grandes amenazas, las amenazas representan el 38,46%, el 30,77% representan factores estables, 15,38% representa oportunidades y grandes oportunidades con igual porcentaje.

Cuadro N° 19
Matriz Perfil estratégico externo

CAPACIDAD DE RESPUESTA A FACTORES ESTRATÉGICOS INTERNOS				
CAPACIDAD DE RESPUESTA A FACTORES ESTRATÉGICOS INTERNOS	Peso del Impacto		Valor de la Calificación de Respuesta	Valor Ponderado de la Respuesta
	Importancia Ponderada	Peso Específico		
• FE=Factor Económico				
FE1= Inflación	8	0,08	2	0,16
FE2= Canasta Familiar Básica	7	0,07	3	0,21
FE3= Salario Básico	8	0,08	4	0,32
FE4=Tasa de Interés Activa	10	0,10	4	0,4
FE5= Precio de Combustibles	7	0,07	3	0,21
• FPL = Factor Político Legal				
FPL1= Priorización del apoyo estatal para pequeñas empresas	6	0,06	3	0,18
FPL2= Políticas Tributarias	9	0,09	4	0,36
• FSC = Factor Socio Cultural				
FSC1=Desempleo	4	0,04	2	0,08
FSC2=Densidad poblacional	7	0,07	2	0,14
FSC3=Gustos y Preferencias	8	0,08	2	0,16
• FT=Factor Tecnológico				
FT1=Maquinaria y equipo	9	0,09	2	0,18
C =. Competidores	9	0,09	4	0,36
PRO = Proveedores	8	0,08	3	0,24
TOTAL	94	1		3

Fuente: Empresa Engine Truck's
Elaborado por: Natalia Orbe O.

b. Matriz FODA: Se analizó tanto el micro como el macro entorno empresarial, dando como consecuencia la matriz FODA de “ENGINE TRUCK’S”.

Cuadro N° 20
Matriz FODA

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
F1: Instalaciones propias	O1: Explotar nuevas tecnologías
F2: Clientes Estables	O2: Mejorar el posicionamiento de la empresa
F3: Calidad del servicio	O3: Demanda creciente del Servicio
F4: Buen Servicio al cliente	O4: Existencia de nicho de mercado
F5: Conocimientos técnicos	
F6: Estabilidad de la mano de Obra	
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1:Maquinaria y Equipo	A1: Políticas Tributarias
D2: Falta de habilidades de Marketing	A2: Competencia
D2: Falta de Capital de Trabajo	A3: Incremento de precio de los insumos
	A4: Desastres Naturales

Fuente: Empresa Engine Truck’s
Elaborado por: Natalia Orbe O.

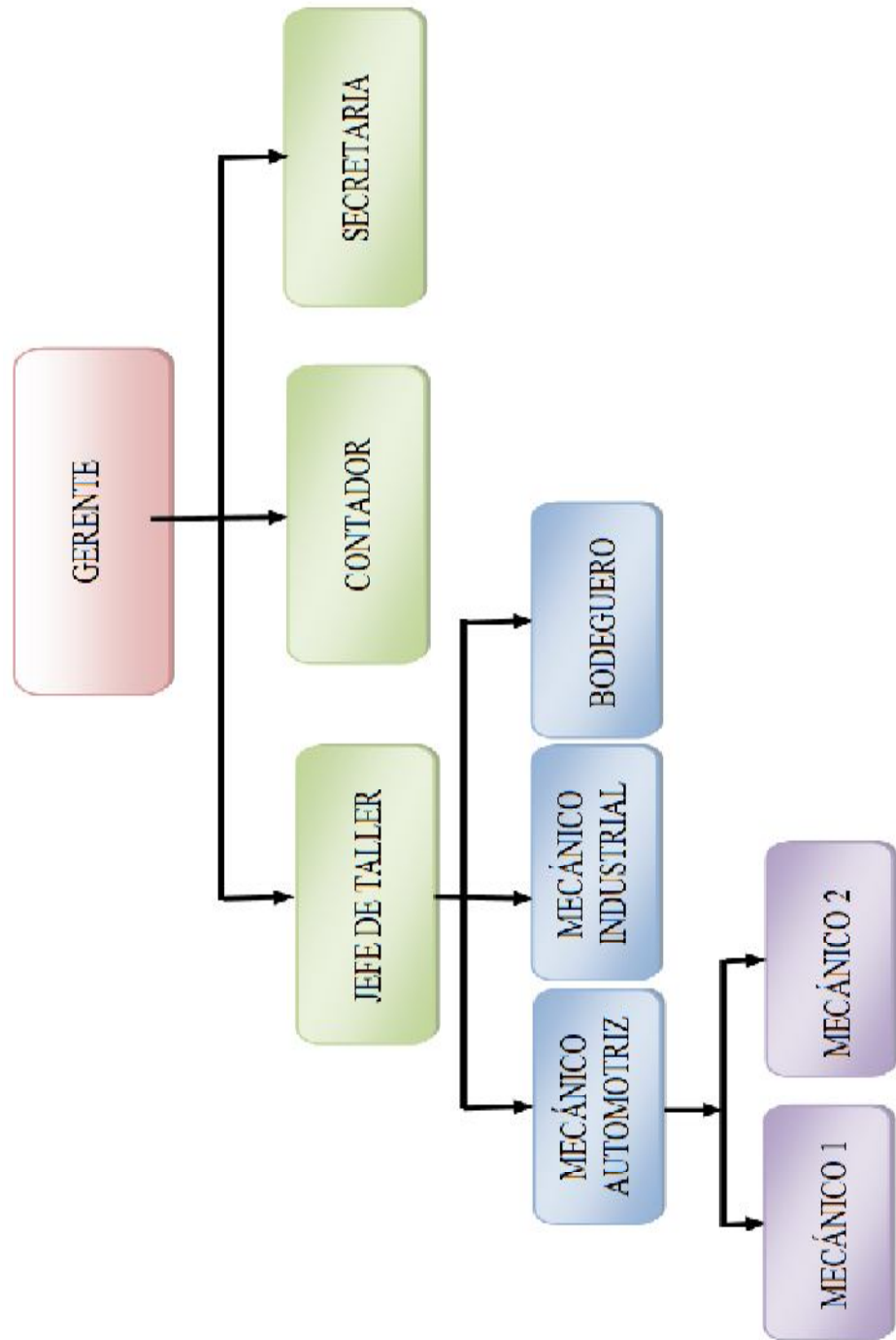
3.5.2.- Propuesta de un Modelo Administrativo para la Empresa“ENGINE TRUCK’S”,

3.5.2.1.- Objetivos:

- Conseguir un seguimiento operacional de la empresa “ENGINE TRUCK’S”, mediante la implementación de registros que ayuden o faciliten el control, llevando con claridad los trabajos encomendados a cada empleado encargado de brindar servicios de mecánica automotriz a diesel y gasolina.
- Disminuir tiempos en los procesos de trabajo.
- Capacitar al personal del taller sobre las tecnologías que se presentan actualmente
- Adquirir herramientas y repuestos de calidad.

3.5.2.2.- Organigrama Estructural

Gráfico N° 5
Organigrama Estructural “ENGINE TRUCK’S” propuestos.



Fuente: Elaboración propia.
Elaborado por: Natalia Oribe O.

3.5.2.3.- Funciones de los empleados de la Empresa a desarrollar

**Cuadro N° 21
Perfil del gerente general**

I. IDENTIFICACIÓN	
DENOMINACIÓN:	GERENTE GENERAL
NIVEL :	DIRECTIVO
N° DE CARGOS:	1
NATURALEZA:	EMPLEADO PRIVADO
II. PROPÓSITO PRINCIPAL	
<ul style="list-style-type: none"> • Gerenciar y potenciar las distintas acciones que realiza la empresa de servicio automotriz “ENGINE TRUCK’S”, orientadas al cumplimiento eficiente de las funciones y responsabilidades. • Representar y dirigir la empresa en el cumplimiento de su misión, visión, políticas de calidad y en las diferentes funciones y prestaciones de servicios. • Es responsable del desarrollo de los procesos de planeación, dirección, organización, ejecución y control que se lleven a cabo en la administración de la empresa, garantizando con ello el logro de las metas y objetivos propuestos. 	
III. COMPETENCIAS ESPECIALES	
Gerenciamiento de la motivación del personal:	Capacidad de poder hacer que los demás mantengan un ritmo de trabajo intenso, teniendo una conducta auto dirigida hacia las metas importantes.
Conducción de grupos de trabajo:	Capacidad de desarrollar y conducir un equipo de trabajo con autonomía y desarrollo.
Liderazgo:	Habilidad necesaria para orientar la acción de los grupos de trabajo en una dirección determinada.
Comunicación	Capacidad de dar reconocimiento verbal, expresando

eficaz:	emociones positivas, lo que fortalece la motivación de las personas y el equipo de trabajo.
Dirección de personas:	Esfuerzo por mejorar la formación y desarrollo, preocupándose tanto por la propia como por la de los demás.
Gestión del cambio y desarrollo de la empresa:	Plantear abiertamente los conflictos, manejarlos efectivamente en búsqueda de soluciones, para optimizar la calidad de las decisiones y la efectividad de la organización.
IV. CONOCIMIENTOS BÁSICOS O CAPACITACIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de mecánica automotriz avanzada. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de gestión estratégica, planes de mejoramiento y formatos evaluativos. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Excelente manejo de personal. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de computación y software automotrices. 	
V. REQUISITOS DE ESTUDIOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional universitario en la modalidad de especialización : INGENIERO MECÁNICO 	

Fuente: investigación bibliográfica
Elaborado por: Natalia Orbe O.

JEFE DE TALLER

Un jefe de taller es una persona responsable del control, supervisión y autorización de cualquier operación que se lleve a cabo en una reparación en el taller; actividades que ayudan a las organizaciones para alcanzar sus metas.

Para todas estas responsabilidades deberá contar con capacidad de decisión, responsabilidad, capacidad de liderazgo, orden y organización, para llevar a cabo, sin dudas su faceta de jefe de taller y coordinar los diferentes equipos como, administración, recambios y soldadura.

Cuadro N° 22
Perfil para jefe de taller

I. IDENTIFICACIÓN	
DENOMINACIÓN:	JEFE DE TALLER
NIVEL :	EJECUTIVO
N° DE CARGOS:	1
NATURALEZA:	EMPLEADO PRIVADO
II. OBJETIVO DEL PUESTO	
Proporcionar las actividades de mantenimiento preventivo y correctivo a las unidades de transporte, asegurando que los servicios se realicen conforme a los requerimientos específicos de la orden de servicio.	
III. HABILIDADES TÉCNICAS	
Manejo de computadoras y software de mantenimiento mecánico.	
Manejo de LASSER scanner.	
Seguimiento de programas de mantenimiento preventivo y correctivo.	
IV. RELACIONES DEL CARGO	
Interno:	Áreas solicitantes internas de la empresa.
Externo:	Proveedores de equipos e insumos.
V. FUNCIONES ESPECIALES	
Realizar el mantenimiento preventivo de los vehículos, de acuerdo a los requerimientos de las unidades y los resultados de la operación.	
Realizar el mantenimiento correctivo de las unidades de acuerdo a las fallas presentadas y proporcionando el seguimiento de la reparación a través de la orden de servicio.	

Elaborar la orden de servicio por cada unidad que ingresa al taller para cualquier servicio, especificando el tipo de refaccionamiento requerido y el tipo de mantenimiento a realizar.
Ubicar la orden de servicio en las unidades ingresadas al taller mecánico, con el propósito de que sean identificadas durante el proceso de mantenimiento o reparación.
Entregar la orden de servicio concluida original a la persona responsable de archivar estos documentos.
Mantener absoluto orden y limpieza dentro de las instituciones del taller, controlando de manera efectiva el inventario de herramientas.
VI. CONOCIMIENTOS BÁSICOS O CAPACITACIONES
Mecánica automotriz
Utilización de herramientas
Maquinaria y equipo
Electro-hidráulica
Mantenimiento de maquinaria pesada
Electrónica
Funcionamiento del equipo a su cargo
Electrónica
Programación
Reparación de maquinaria
Delegación de responsabilidades
Seguridad industrial

V. REQUISITOS DE ESTUDIOS

- Título profesional universitario en la modalidad de especialización :
INGENIERO MECÁNICO

Fuente: investigación bibliográfica

Elaborado por: Natalia Orbe O.

MECÁNICO AUTOMOTRIZ

Son las personas encargadas de los distintos trabajos que realicen dentro de la mecánica automotriz a diesel y gasolina bajo la supervisión del Jefe de Taller.

Cuadro N° 23
Perfil para mecánico automotriz

I. IDENTIFICACIÓN	
DENOMINACIÓN:	MECÁNICO AUTOMOTRIZ
NIVEL :	EJECUTIVO
N° DE CARGOS:	1
NATURALEZA:	EMPLEADO PRIVADO
II. OBJETIVO DEL PUESTO	
Proporcionar las actividades de mantenimiento preventivo y correctivo a las unidades de transporte, asegurando que los servicios se realicen conforme a los requerimientos específicos de la orden de servicio.	
III. HABILIDADES	
Generales	Planificación y organización Comunicación efectiva Construcción de relaciones Control de procedimientos

Técnicas	<p>Manejo de elementos de protección personal.</p> <p>Manejo de maquinaria y herramientas.</p> <p>Conocimientos en procesos industriales.</p> <p>Conocimientos en trabajo de alto riesgo.</p> <p>Manejo e interpretación de normas técnicas para procesos industriales.</p> <p>Interpretación de planos.</p>
IV. FUNCIONES ESPECIALES	
<p>Mantenimiento general del motor y del vehículo, mediante controles convencionales eléctricos.</p>	
<p>Diagnósticos de fallas del vehículo y arreglo en el menor tiempo posible.</p>	
<p>Verificar y controlar sistemas mecánicos, eléctricos y electrónicos de funcionamiento del vehículo.</p>	
<p>Mantenimiento, reparación y control del sistema de refrigeración del motor, mediante instrumentos eléctricos.</p>	
<p>Mantenimiento, reparación y control del sistema de lubricación.</p>	
<p>Mantenimiento, reparación y control del sistema de combustible diesel y gasolina, sistema de inyección mecánica y electrónica.</p>	
<p>Diagnostico, mantenimiento, reparación y regulación de inyectores y sistema de alimentación de combustible.</p>	
<p>Mantenimiento, reparación y control de sistemas de suspensión, frenos y dirección.</p>	
V. CONOCIMIENTOS BÁSICOS O CAPACITACIONES	
<p>En reparaciones de motores a diesel y gasolina, transmisión, dirección y frenos.</p>	
<p>Funcionamiento del equipo a su cargo.</p>	

Computación.
Conocimiento básico en sistema de gestión integral.
Manejo de maquinarias y herramientas.
Preparación y respuesta ante emergencias.
Identificación de peligros y de riesgos.
Conocimientos en uso y mantenimiento de elementos de protección.
VI. REQUISITOS DE ESTUDIOS
<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional universitario en la modalidad de especialización : INGENIERO MECÁNICO

Fuente: investigación bibliográfica

Elaborado por: Natalia Orbe O.

PERFIL PARA MECÁNICOS AUTOMOTRICES

Cuadro N° 24
Perfil para oficial de mantenimiento

I. IDENTIFICACIÓN
<p>DENOMINACIÓN: OFICIAL DE MANTENIMIENTO: MECÁNICO DIESEL Y GASOLINA</p> <p>NIVEL : OPERATIVO</p> <p>N° DE CARGOS: 2</p> <p>NATURALEZA: EMPLEADO PRIVADO</p>
II. OBJETIVO DEL PUESTO
<p>Proporcionar las actividades de mantenimiento preventivo y correctivo a las unidades de transporte, asegurando que los servicios se realicen conforme a los requerimientos específicos de la orden de servicio.</p>

III. HABILIDADES Y APTITUDES NECESARIAS
Saber inspeccionar y observar, ya que muchas veces los problemas de los carros no se conocen por medios de los ruidos sino por medio de la observación.
Conocer a perfección cada pieza de vehículo y para qué sirve cada uno de ellos.
Identificar cuando una pieza está bien o cuando se requiere de un cambio.
V. FUNCIONES ESPECIALES
Realizar reparaciones de mantenimiento correctivo o preventivo a las distintas unidades de transporte, previa orden de trabajo autorizada por el jefe inmediato.
Diagnosticar la magnitud de los desperfectos mecánicos para su posterior reparación.
Solicitar refacciones, herramientas y equipo a su jefe inmediato para la realización de sus funciones.
Conservar en buen estado las herramientas y equipos de trabajo.
Mantener limpia y ordenada su área de trabajo.
Informar los trabajos realizados y los que queden pendientes a su jefe inmediato, para obtener un control de mantenimiento.
Acatar las normas de seguridad, higiene y así desempeñar su trabajo con responsabilidad.
Con respecto a su trabajo deberá tener puntualidad, responsabilidad y consistencia para desempeñar sus funciones eficazmente y con calidad.
VI. CONOCIMIENTOS BÁSICOS O CAPACITACIONES
<ul style="list-style-type: none"> • En reparaciones de transmisión, frenos y dirección de equipo liviano y pesado.
<ul style="list-style-type: none"> • Computación.
<ul style="list-style-type: none"> • Electricidad del automóvil.

VI. REQUISITOS DE ESTUDIOS

- Tecnólogo en mecánica automotriz

Fuente: investigación bibliográfica

Elaborado por: Natalia Orbe O.

MECÁNICO INDUSTRIAL

Es aquella persona encargada de dar solución a problemas que involucran generalmente estructuras de partes mecánicas que están expuestas a trabajos forzados y por ende sufren desgastes o rotura de las mismas, siendo la principal necesidad en un taller de maquinaria pesada tener un equipo de soldadura.

Cuadro N° 25
Perfil para mecánico industrial

I. IDENTIFICACIÓN	
DENOMINACIÓN:	MECÁNICO INDUSTRIAL
NIVEL :	OPERATIVO
N° DE CARGOS:	1
NATURALEZA:	EMPLEADO PRIVADO
II. OBJETIVO DEL PUESTO	
Proporcionar las actividades de mantenimiento preventivo y correctivo a las unidades de transporte, asegurando que los servicios se realicen conforme a los requerimientos específicos de la orden de servicio.	
III. HABILIDADES	
Generales	Planificación y organización. Comunicación efectiva. Construcción de relaciones. Control de procedimientos.

Técnicas	<p>Manejo de elementos de protección personal.</p> <p>Manejo de maquinarias y herramientas.</p> <p>Conocimientos en procesos industriales.</p> <p>Conocimientos en trabajo de alto riesgo.</p> <p>Manejo e interpretación de normas técnicas para procesos industriales.</p> <p>Interpretación de planos.</p>
IV. COMPETENCIAS GENERALES	
<p>Poseer destrezas, habilidades operativas y conocimientos tecnológicos propios de los procesos productivos y sistemas de control.</p>	
<p>Asimismo, posee conocimientos complementarios relacionados con la matemática, física, dibujo técnico, seguridad industrial/ambiental, comunicación e informática.</p>	
<p>Capacidades poli funcionales acorde con las exigencias de calidad de la actividad productiva industrial, para conducirse con autonomía en los puestos de trabajo de la ocupación.</p>	
V. FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<p>Ejecutar el mantenimiento preventivo y correctivo básico, en sistemas mecánicos, hidráulicos, neumáticos, eléctricos, electromecánicos y electro neumáticos de maquinaria en general.</p>	
<p>Desmonta total o parcialmente maquinas o equipos, interpretando planos y catálogos para su mantenimiento/reparación.</p>	
<p>Repara o sustituir elementos o partes defectuosas de máquinas y equipos.</p>	
<p>Efectuar ajustes y verificar el resultado de trabajos realizados.</p>	
<p>Interpretar planos y esquemas técnicos e informaciones especializados, según normas y especificaciones.</p>	

Aplicar normas técnicas de calidad y seguridad industrial/ambiental.
VI. CONOCIMIENTOS BÁSICOS O CAPACITACIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Maquinaria y equipo.
<ul style="list-style-type: none"> • Funcionamiento del equipo a su cargo.
<ul style="list-style-type: none"> • Utilización de herramientas.
<ul style="list-style-type: none"> • Resistencia de materiales.
VII. REQUISITOS DE ESTUDIOS
<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional universitario en la modalidad de especialización : INGENIERO INDUSTRIAL

Fuente: investigación bibliográfica

Elaborado por: Natalia Orbe O.

BODEGUERO

**Cuadro N° 26
Perfil Bodeguero**

I. IDENTIFICACIÓN
DENOMINACIÓN: BODEGUERO NIVEL : OPERATIVO N° DE CARGOS: 1 NATURALEZA: EMPLEADO PRIVADO
II. OBJETIVO DEL PUESTO
Proporcionar las actividades de mantenimiento preventivo y correctivo a las unidades de transporte, asegurando que los servicios se realicen conforme a los requerimientos específicos de la orden de servicio.

III. HABILIDADES	
Generales	<p>Planificación y organización.</p> <p>Comunicación efectiva.</p> <p>Construcción de relaciones.</p> <p>Control de procedimientos.</p>
Técnicas	<p>Manejo de elementos de protección personal.</p> <p>Conocimientos en procesos industriales.</p> <p>Manejo e interpretación de normas técnicas para procesos industriales.</p>
IV. FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Tomar registros de bienes materiales que se ingresen a bodega del Servicio. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Almacenar físicamente con los medios disponibles y en los espacios designados. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Almacenar los registros de los materiales en medios escritos. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Efectuar salidas de bodega conforme a requerimientos de jefatura superiores. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Reportar informes mensualmente a su superior jerárquico, respecto del estado de las existencias mediante inventarios. 	
V. CONOCIMIENTOS BÁSICOS O CAPACITACIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Maquinaria y equipo. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Computación. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad. 	
VI. REQUISITOS DE ESTUDIOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Tecnólogo mecánico 	

Fuente: investigación bibliográfica
Elaborado por: Natalia Orbe O.

CONTADOR

**Cuadro N° 27
Perfil para Contador**

I. IDENTIFICACIÓN	
DENOMINACIÓN:	CONTADOR
NIVEL :	OPERATIVO
N° DE CARGOS:	1
NATURALEZA:	EMPLEADO PRIVADO
SEXO:	INDISTINTO
II. CÓDIGO DE CONDUCTA	
• Tener ética profesional.	
• Actuar de modo positivo.	
• Tener liderazgo en su labor.	
• Realizar su labor con calidad.	
• Asumir responsabilidades.	
III. HABILIDADES DEL CONTADOR	
• Visión general de los objetivos y estrategias de una organización.	
• Aplicar sus conocimientos en forma crítica.	
• Asesora en materia contable, fiscal y financiera.	
• Mantenerse actualizado.	
IV. FUNCIONES ESPECÍFICAS	
• Ser creativo y llegar a formar un líder.	

<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de negociar.
<ul style="list-style-type: none"> • Intentar superarse día a día.
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar críticas constructivas.
<ul style="list-style-type: none"> • Tener la capacidad de realizar análisis y síntesis.
<ul style="list-style-type: none"> • Análisis e interpretación de estados financieros.
<ul style="list-style-type: none"> • Métodos y determinación de costos unitarios y presupuestos.
<ul style="list-style-type: none"> • Auditoría y control, observaciones y recomendaciones.
<ul style="list-style-type: none"> • Recursos fiscales.
<p>V. CONOCIMIENTOS BÁSICOS O CAPACITACIONES</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Áreas básicas en contabilidad, finanzas, fiscal y auditoría.
<ul style="list-style-type: none"> • Áreas complementarias como: informática y derecho.
<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de estados financieros.
<ul style="list-style-type: none"> • Determinación de costos y presupuestos.
<p>VI. REQUISITOS DE ESTUDIOS</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional universitario en la modalidad de especialización : INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Fuente: investigación bibliográfica
Elaborado por: Natalia Orbe O.

SECRETARIA

**Cuadro N° 28
Perfil para Secretaria**

I. IDENTIFICACIÓN
DENOMINACIÓN: SECRETARIA
NIVEL : OPERATIVO
N° DE CARGOS: 1
NATURALEZA: EMPLEADO PRIVADO
II. MISIÓN DE LA SECRETARIA
Brindar a su jefe un apoyo incondicional con las tareas establecidas, además de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir dentro de la empresa.
III. PERFIL
<ul style="list-style-type: none">• Buena presencia.
<ul style="list-style-type: none">• Persona de buen trato, amable, cortés y seria.
<ul style="list-style-type: none">• Excelente redacción y ortografía.
<ul style="list-style-type: none">• Facilidad de experiencia verbal y escrita.
<ul style="list-style-type: none">• Persona proactiva y organizada.
<ul style="list-style-type: none">• Facilidad para interactuar en grupos.
<ul style="list-style-type: none">• Dominio en Windows, Microsoft office, Internet.
<ul style="list-style-type: none">• Brindar apoyo a todas las áreas de trabajo.
<ul style="list-style-type: none">• Desempeñarse eficientemente en su Área.
<ul style="list-style-type: none">• Aptitudes para la organización.

<ul style="list-style-type: none"> • Buenas relaciones interpersonales.
<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades para el planeamiento, motivación, liderazgo y toma de decisiones.
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para trabajar en equipo y bajo presión.
<p>IV. FUNCIONES ESPECÍFICAS</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Ser puntual en todas en todas sus actividades de funciones.
<ul style="list-style-type: none"> • Recibir e informar asuntos que tengan que ver con el área correspondiente, para que todos estén informados y desarrollar bien el trabajo asignado.
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener discreción sobre todo lo que respecta a la empresa.
<ul style="list-style-type: none"> • Evitar hacer comentarios innecesarios sobre cualquier funcionamiento o área dentro de la empresa.
<ul style="list-style-type: none"> • Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informados a los jefes de los compromisos y demás asuntos.
<ul style="list-style-type: none"> • Obedecer y realizar instrucciones asignadas por los jefes.
<ul style="list-style-type: none"> • Mejora y aprendizaje continuo.
<p>V. REQUISITOS DE ESTUDIOS</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional universitario en la modalidad de especialización : LICENCIADA EN SECRETARIADO GENERAL

Fuente: investigación bibliográfica

Elaborado por: Natalia Orbe O.

3.5.2.4.- Reglamento Interno

Las reglas son estándares aceptables compartidas por los miembros de un grupo, las cuales se establecen por la máxima autoridad de la empresa, para esto se debe saber todas las funciones que van a realizar cada uno de los empleados y en base a esto

obtener las reglas, mismas que ha ser incumplidas, serán sancionadas por la pertinente autoridad.

Art.1.Tanto por seguridad laboral y de los equipos, no se deberá llegar en estado etílico o haber consumido estupefacientes.

Art.2.Los empleados deberán tener limpio y ordenado su lugar de trabajo, con la finalidad de evitar accidentes laborales.

Art.3.Los desechos producto de las reparaciones o mantenimientos serán debidamente depositados por los mecánicos que estén en dicho trabajo, clasificándolos respectivamente en el lugar correspondiente, para esto se dispondrá depósitos con su respectivo color indicando que desechos van.

Art.4.Es compromiso de los empleados del Centro de servicio automotriz, alertar al jefe de taller, los incumplimientos que se relacionan con los factores de seguridad.

Art.5.El centro de servicio automotriz entregara a los trabajadores de mecánica la implementación adecuada de equipos de protección personal de trabajo que son:

- Gafas para protección de impactos.
- Auriculares.
- Mascarillas de protección buco-nasal.
- Guantes para químicos.
- Zapatos de goma y punta de acero.
- Overol.
- Mandil.
- Faja abdominal.
- Mascara para soldadura.

Cuando estos equipos de protección personal se hayan deteriorado se canjeara en bodega presentando los respectivos equipos dañados.

Art.6.El Jefe de Taller será encargado de instruir a los empleados de mecánica el correcto uso de los equipos de protección personal.

Art.7.Está prohibido fumar en las instalaciones del centro de servicio de automotriz debido a la presencia de materiales inflamables.

Art.8.Si un trabajador sufre de enfermedad que afecte su capacidad y seguridad para el trabajo o de sus compañeros de labor, deberá dar conocimiento breve de su estado de salud al jefe de taller, para que adopten las medidas que fueren el caso.

Art.9.Evitar inquietar en sus labores a compañeros de trabajo con juegos, riñas, discusiones, para evitar accidentes.

Art.10. Modificar, cambiar, repara o accionar maquinas, instalaciones, sistemas eléctricos. Etc., sin conocimientos técnicos o sin previa autorización del Jefe de Taller.

Art.11. El mecánico industrial encargado de soldadura desarrollara todas las medidas preventivas a fin de evitar accidentes, enfermedades profesionales o provocar incendios, utilizando debidamente el equipo protector, durante todo el desarrollo de sus actividades.

Art.12. Para el transito del personal por el centro de servicios automotriz deberán usar exclusivamente las áreas, que se han destinado y no exponerse a riesgos innecesarios.

Art.13. Los trabajadores están en la obligación de comunicar al jefe de taller de anomalías que detecten en su herramienta, maquinas, equipos e instalaciones a su cargo o cualquier situación peligrosa que observaran, para que se efectúen las reparaciones o revisiones pertinentes.

3.5.2.5.- Control del Personal

Mediante el cual se permite controlar la asistencia del trabajador y determinar las horas trabajadas, sean estas, ordinarias y extraordinarias. Estas pueden hacerse a través de:

- Un reloj de control
- Sistema computacional o
- Libro de asistencia

Se propone a continuación un formato de hoja de control:

FORMATO DE CONTROL DE PERSONAL

Gráfico N° 6 Formato de Control de Personal



MECÁNICA AUTOMOTRIZ A DIESEL Y GASOLINA

Empleado: _____

Cargo: _____

Responsable del control: _____ fecha: _____

FECHA	INGRESO	SALIDA	INGRESO	SALIDA	OBSERVACIONES

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Natalia Orbe O.

3.5.2.6.- Estrategias que debe aplicar la empresa “ENGINE TRUCK’S”

- Seleccionar proveedores competentes y optimizar las tecnologías en cuanto a equipo, herramientas y materiales perecibles, minimizando de esta forma desperdicios y contribuyendo al cuidado del medio ambiente.
- Dictar seminarios o facilitar la información para la capacitación en conocimientos técnicos de las unidades existentes y manejo tanto del equipo y herramientas
- Rediseñar las áreas y espacios físicos, considerando las dimensiones de las unidades para comodidad de mantenimiento.
- Identificar procesos de trabajo clave y controlar sus parámetros más relevantes para responder oportunamente los servicios.

3.5.2.6.1- Estrategias para el proceso de selección de proveedores:

Para tomar en cuenta a un proveedor se debe de ver si con los productos o materia prima que ofrece van a tener un alto impacto positivo en nuestra productividad, calidad y competitividad.

Las decisiones para seleccionar a los proveedores consistirán principalmente de las siguientes características:

- Que sus productos tengan la calidad satisfactoria
- Que envíe el pedido oportunamente
- El precio que sea el más bajo
- El servicio que preste sea excelente
- Que sus productos vengan con garantía de devolución por si tiene algún defecto o no son los requeridos.

Algunas de las cosas que también se debe tomar en cuenta del proveedor es:

- Su historial
- Instalaciones
- Fuerza técnica
- Nivel financiero de organización y de administración

- Reputación y
- Localización.




Función que será debidamente llevado por el jefe de taller en coordinación con el área administrativa, puesto que es la persona preparada técnicamente para la correcta selección en base a las necesidades requeridas por la empresa “ENGINE TRUCK’S”.

3.5.2.7.- Señalética de riesgo para mejorar las condiciones laborales del talento humano

La señalética de riesgos debe estar ubicada en lugares visibles y estratégicos de la empresa, para que el personal cumpla con la seguridad industrial y salud en el trabajo.

Análisis de riesgos y fuente que se originan en la empresa

Cuadro N° 29
Análisis de riesgos y fuentes

ANÁLISIS DE RIESGOS Y FUENTES		
RIESGO	FACTOR DE RIESGO	FUENTES
	<p>ERGONÓMICO</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Trabajo estático ▪ Esfuerzo físico ▪ Manejo de herramientas pesadas ▪ Herramientas, materiales de trabajo inadecuado 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El personal durante la jornada permanece de pies y caminando. ▪ Esfuerzo físico: manejo de herramientas. ▪ Trabajar a cielo abierto, sujetos a inclemencias del tiempo.
	<p>MATERIALES EXPLOSIVOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Puede explotar en presencia de chispas, llamas, contacto electrónico. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durante la manipulación de diferentes tipos de maquinaria que se utiliza dentro de la empresa.
	<p>CAÍDAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Caídas en las diferentes áreas que puede producirse en muchas de las tareas que se ejecutan en la operación. 	<ul style="list-style-type: none"> • El personal frecuentemente debe estar en constante movimiento en los diferentes niveles que tiene este proceso.

	<p style="text-align: center;">GENERAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Señalización ▪ Falta de orden y limpieza 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de señales que adviertan peligros • Falta de orden y limpieza del lugar • Limpiar con oportunidad los desechos.
	<p style="text-align: center;">FÍSICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Temperaturas extremas ▪ Vibraciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Temperaturas bajas o altas, el personal labora en condiciones de frío, sol, y humedad.
	<p style="text-align: center;">TRANSPORTE PESADO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilización de vehículos de alta capacidad como camiones, volquetas, buses, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Al momento de la reparación de los vehículos de alta capacidad, este puede estar en una mala posición y puedes sufrir una caída, afectando de forma directa al personal manipulador.
	<p style="text-align: center;">RUIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Puede causar problemas en la audición, en el personal que está sujeto a ruidos de niveles altos 	<ul style="list-style-type: none"> • Los procesos de operaciones generadas por las diferentes maquinas que mantiene la empresa afecta la capacidad auditiva del personal.
	<p style="text-align: center;">POLVO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Partículas sólidas procedentes de la manipulación de las máquinas y herramientas al momento de la reparación vehicular, están suspendidas en el aire. 	<ul style="list-style-type: none"> • El proceso que se utiliza en la operación de la empresa, está sujeto a la producción de polvo, que si el personal no se protege puede producir efectos neuromoconióticos.

	<p style="text-align: center;">GASES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Substancias que en condiciones de presión y temperatura se encuentran en estado gaseoso. ▪ La vía respiratoria constituye la vía de entrada para la mayoría de los contaminantes químicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Un análisis químico en diferentes laboratorio, puede presentar desprendimientos de gases y vapores , generalmente en forma de óxido, muchos de estos pueden tener efectos tóxicos, alérgicos o neumoconiótico
	<p style="text-align: center;">MATERIALES INFLAMABLES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Riesgo de incendio de materiales inflamables. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dentro de los materiales o herramientas de operación existen algunos altamente inflamables.
	<p style="text-align: center;">MATERIAS RADIOACTIVAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Riesgo de radiación de material radioactivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Durante el proceso de operatividad el personal se expone a materiales radioactivos, mismos que afectan a la salud ocupacional y seguridad industrial.
	<p style="text-align: center;">MATERIALES CORROSIVOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Riesgo de corrosión y quemaduras con productos químicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Varios de los productos químicos utilizados en los diferentes procesos operativos tienen carácter corrosivo, que pueden dañar la piel.
	<p style="text-align: center;">RIESGO ELECTRÓNICO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Generado por la utilización y manejo de la energía eléctrica. ▪ Puede generar o producir daños sobre el personal y bienes de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de alta y baja tensión en los procesos operativos • Riesgo de contacto electrónico.

	<p>RIESGO DE EXPLOSIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Efecto producido por efecto de conductores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Habrá que extremarse las medidas de seguridad, tanto informativas como de operatividad pues se manejan sistema de energía en todas las actividades de la empresa
	<p>PELIGRO DE INCENDIO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riesgo de incendio de material inflamable • Hay que tomar medidas encaminadas a eliminar y/o prevenir riesgos de incendio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se puede producir un incendio por el mal uso de materiales y equipos electrónicos.
	<p>MATERIALES INFLAMABLES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cortes ▪ Contusión ▪ Compresión 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo de cortes o heridas en cara y manos debido a la utilización de materiales y maquinas peligrosas.
<p>PROTECCIÓN DEL PERSONAL</p>		
		

Fuente: Departamento de Seguridad de la Compañía de Industrias Guapán
Elaborado por: Natalia Orbe O.

3.5.3 Investigación de Mercado

La investigación de mercado consiste en estudiar el mercado pasado, presente y futuro que ha tenido y tendrá la empresa dentro del cual se pretende desenvolver.

Una investigación de mercado se puede realizar de diversas maneras:

- Encuestas

- Observación directa
- Entrevistas
- Datos obtenidos de centros de información
- Estadísticas
- Cámaras de comercio etc.

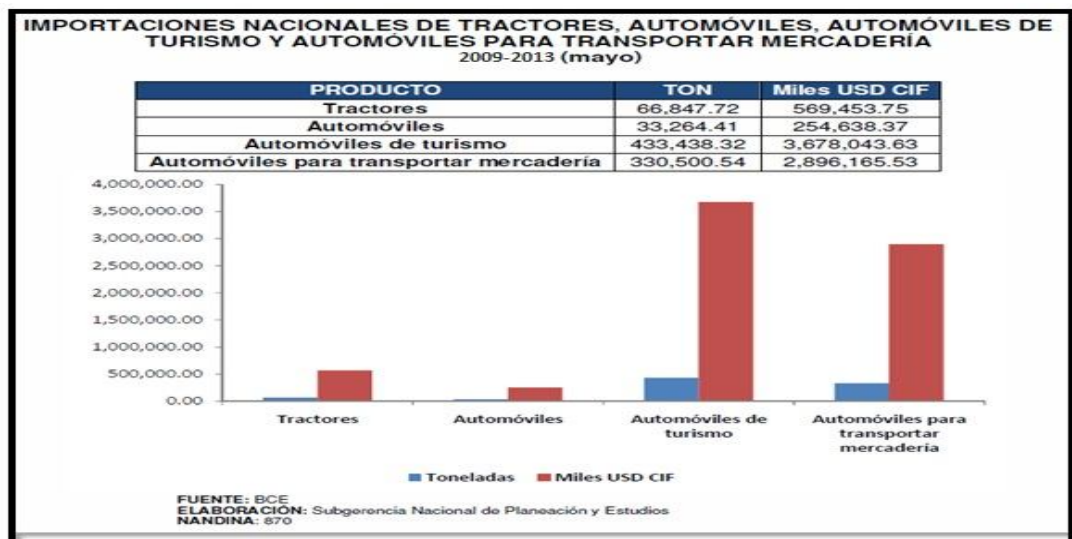
El objetivo de la investigación de mercado es:

- Analizar el sector económico en el cual se pretende incursionar
- Analizar la oferta
- Analizar la demanda
- Determinar el tamaño del mercado para la empresa

3.5.3.1 Analizar el sector económico en el cual se pretende incursionar

En el Ecuador, de acuerdo a estudios estadísticos se pudo determinar que en el año 2000 había siete autos por cada 100 habitantes, mientras que en el año 2012 la relación es de 12 autos por cada 100 personas.

Gráfico N° 7
Análisis del Sector Económico



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Gráfico N° 8
Producción de Vehículos

PRODUCCIÓN NACIONAL DE VEHÍCULOS POR EMPRESA				
2005-2013 (mayo)				
UNIDADES				
AÑO	AYMESA	MARESA	OMNIBUS BB	TOTAL
2005	1,375	3,919	25,791	31,085
2006	0	5,013	38,38	43,393
2007	0	6,309	45,454	51,763
2008	7,597	7,316	44,377	59,29
2009	6,432	8,79	55,988	71,21
2010	6,577	6,835	42,149	55,561
2011	13,092	8,995	54,165	76,252
2012	13,909	8,129	53,705	75,743
2013	7,024	1,478	23,036	31,538

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Natalia Orbe O.

3.5.3.2 Analizar la oferta

La oferta se refiere a empresas o negocios similares que ofrecen actualmente el mismo servicio que se está brindando por parte de la empresa “ENGINE TRUCK’S”.

El análisis de la oferta, permite identificar cual es la competencia y estudiarla ayuda a tener una visión más clara de que es lo que se busca con el negocio, y en cierto modo aprovechar la experiencia de la competencia para mejorar nuestro servicio y establecer ventajas competitivas, buscar valor agregado, etc.

Los puntos de análisis son:

- Competidores existentes
- Posicionamiento o cobertura de mercado
- Determinar las fortalezas y debilidades de los competidores
- Servicios que ofrecen: precios, satisfacción de clientes, estrategias que emplean, tecnología, etc.

En la ciudad de Riobamba existen 12 mecánicas artesanales a diesel las cuales no prestan las condiciones ni la tecnología adecuada para realizar los servicios de mantenimiento y reparación vehicular.

Se tomó como referencia 6 mecánicas artesanales a diesel, mismas que se lo presentan a continuación:

MECANICAS ARTESANALES A DIESEL

Cuadro N° 30
Mecánicas Artesanales a Diesel en la Ciudad de Riobamba

NOMBRE	DIRECCIÓN	TRABAJOS QUE REALIZA
MECÁNICA “ASQUI”	Av. Leopoldo Freire (Salida a Chambo)	Mantenimiento y Reparación de motores, cajas y coronas, regulación y chequeo de frenos
MECÁNICA DIESEL	tras TUBASEC	Mantenimiento y Reparación de motores, cajas y coronas, regulación y chequeo de frenos
REINA DEL CISNE	A dos cuadras del AGRO	Mantenimiento y Reparación de motores, cajas y coronas, regulación y chequeo de frenos
MECÁNICA CEBALLOS	Frente al MAGAP	Mantenimiento y Reparación de motores, cajas y coronas, regulación y chequeo de frenos
MECÁNICA EL ESCORPIÓN	media Luna (CONTROL SUR)	Mantenimiento y Reparación de motores, cajas y coronas, regulación y chequeo de frenos
TALLERES ZUÑIGA	AUTOBAMMBA	Mantenimiento y Reparación de motores, cajas y coronas, regulación y chequeo de frenos

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Natalia Orbe O.

Existen 15 mecánicas a gasolina que poseen tecnología adecuada pero para servicios de mantenimiento vehicular liviano.

MECANICAS A GASOLINA

Cuadro N° 31
Mecánicas a Gasolina en la Ciudad de Riobamba

NOMBRE	DIRECCIÓN	TRABAJOS QUE REALIZAN
ECO CAR	La cerámica	Mantenimiento y Reparación de motores
PUNTO CHECK	Av. Daniel León Borja	Regulación y chequeo de frenos
GENERAL TIRE	Av. Daniel León Borja	Cambios de aceite
CARS	Ciudadela la Sixto (cerca del camal)	Limpieza de inyectores por ultrasonido gasolina
CHECK MOTORS	Ciudadela la Sixto (cerca del camal)	ABC motores
ORO CARS	Salida a Chambo	Reparación y mantenimiento de suspensiones y direcciones
INJECTION POWER	Salida a Guano	ABC motores
HI SPEED	Av. Pedro Vicente Maldonado (Junto a la terminal Intercantonal)	ABC motores
AUTOMOTRIZ BEDÓN	Chile y Juan Montalvo	Mantenimiento de direcciones
AUTOSERVICIO	Saint Amand Monrow (cerca de la Lubricadora El Chavo)	Cambios de aceite
MOTOR PITS	Cerca de AUTOBAMBA	Reparación de motores
AUTOBAMBA		Regulación de frenos
NEW LIFE OF MOTORS	Primera Constituyente y Diego de Almagro	Chequeo de frenos
MUNDO TUERCA 1	Av. Daniel León Borja	Limpieza de inyectores por ultrasonido gasolina
MUNDO TUERCA 2	Av. Pedro Vicente Maldonado (a dos cuadras de la gasolinera de la ESPOCH)	Limpieza de inyectores por ultrasonido gasolina

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Las mecánicas no brindan un servicio complementario en lo que se refiere a bombas de inyección a diesel ya que subcontratan los servicios de los laboratorios lo que implica un costo adicional al cliente, en el montaje y desmontaje de estos elementos.

En la ciudad de Riobamba existen 7 laboratorios automotrices que actualmente complementan los servicios de las mecánicas.

LABORATORIO

Cuadro N° 32
Laboratorios en la Ciudad de Riobamba

NOMBRES	DIRECCIÓN	TRABAJOS QUE REALIZA	FACTURACIÓN MENSUAL
TURBO LABORATORIO DIESEL	Salida a San Luis	Comprobación y reparación de bombas e inyectores mecánicos, venta de repuestos para bombas	2500 a 10000
LABORATORIO TÉCNICO M&C, DIESEL INYECCIÓN	Av. Pedro Vicente Maldonado (Junto a la terminal Intercantonal)	Comprobación y reparación de bombas e inyectores mecánicos, venta de repuestos para bombas, venta de lubricantes y filtros	6000
BIO DIESEL	Ciudadela Cemento Chimborazo (AUTOBAMBA)	Comprobación y reparación de bombas e inyectores mecánicos	4000
MUNDO DIESEL	Av. Pedro Vicente Maldonado (a cuatro cuadras de la ESPOCH)	Comprobación y reparación de bombas e inyectores mecánicos y electrónicos, Venta de repuestos para bombas	7000
LABOR DIESEL TURBO PARTS	Av. Pedro Vicente Maldonado (a dos cuadras del redondel de la media luna)	Comprobación y reparación de bombas e inyectores mecánicos y electrónicos, Venta de repuestos para bombas, venta de lubricantes y filtros	4000

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Natalia Orbe O.

El taller automotriz “ENGINE TRUCK’S” brindará el servicio completo a mejores precios

3.5.3.3 Análisis de la demanda

Consiste en determinar la aceptación que puede tener un producto/servicio, es decir identificar cuáles son los posibles clientes.

El análisis de la demanda permite identificar las necesidades del consumidor, definir la naturaleza de las oportunidades que tiene el servicio.

Puntos analizar:

- Identificación de los clientes segmentados por actividad.
- Características básicas de los demandantes
- Determinación de las necesidades insatisfechas del mercado
- Identificación de los servicios que requiere actualmente

Clientes potenciales o mercado actual

Actualmente la empresa “ENGINE TRUCK’S”, cuenta con cartas de intención para futuros servicios relacionados con el mantenimiento integral de vehículos a diesel y gasolina, bombas de inyección a diesel, inyectores mecánicos, electrónicos, ABC, frenos, ruedas, suspensiones, direcciones y reparaciones de cajas y coronas entre otros servicios que garanticen el crecimiento y sostenibilidad de la empresa.

Cuadro N° 33
Clientes Potenciales para la Empresa “ENGINE TRUCK’S”,

CLIENTES POTENCIALES	
PARQUE AUTOMOTOR RIOBAMBA	
DETALLE	N. DE UNIDADES
CARGA LIVIANA	5000
CARGA PESADA	629
TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DE PASAJEROS	471
TRANSPORTE INTRAPROVINCIAL DE PASAJEROS	301
TRANSPORTE URBANO	190
VEHICULOS PARTICULARES MATRICULADOS	28000
TOTAL PARQUE AUTOMOTOR	34591

Fuente: Ref. Agencia Nacional de Transito de Chimborazo a Octubre Del 2013

Elaborado por: Natalia Orbe O.

Identificación de los clientes segmentados por actividad.

Cuadro N° 34

Identificación de los clientes segmentados por actividades

CLIENTES POTENCIALES	TIPO DE VEHICULOS	N. UNIDADES	REFERENCIA	REFERENCIA MANTENIMIENTO MENSUAL POR N. DE UNIDADES POR COOPERATIVA
COOP. DE TRANS. INTERPROVINCIAL CHAMBO	BUSES	21	SR. JOSE ROMERO / 03-2910420	130 c/15 Dias / 5460 usd
COOP. DE TRANSPORTES INTERCANTONAL REY DE LOS ANDES	CAMIONETAS	50	SR. SILVIO BERMEO / 032910270	70 c/30 Dias / 3500 usd
CIA UNITRASEEP S.A (EL PRADO)	BUSES	28	SR. AUGUSTO SEGOVIA / 032-601980	200 c/30 Dias / 5600 usd
COOP. TAXIS LA MERCED	TAXIS	58	DR. PATRICIO NARANJO	40 c/30 Dias / 2320 usd
UNIÓN DE OPERADORAS DE TAXIS DE CHIMBORAZO	TAXIS	40 COOP. AFILIADAS	SR. EDWIN VACACHELA / 032- 962481	
COMPañÍA DE TRANSPORTE EN VOLQUETAS FIALLOS CIA. LTDA	VOLQUETAS	7 UNIDADES	SR. ESTUARDO FIALLOS / 032-904281 /094082840	300 c/30 Dias / 2100

Fuente: Ref. Agencia Nacional de Tránsito de Chimborazo a Octubre Del 2013

Elaborado por: Natalia Orbe O.

3.5.4 Aplicación de las 4 P de Marketing

3.5.4.1 Producto o Servicio

Nombre: Mecánica Automotriz a diesel“ENGINE TRUCK’S”.

Servicio Automotrices:

- A.B.C.
- BANDA ALTERNADOR: SUSTITUIR.
- BOMBA DE AGUA: SUSTITUIR.
- BRAZO/ MESA SUSPENSIÓN SUST. (1)
- CAMBIO DE ACEITE: CAJA/CORONA
- CAMBIO DE ACEITE: MOTOR
- CORREA DISTRIBUCIÓN: SUST.
- CHEQUEO PARA VIAJE
- COMPROBACIÓN COMPUT. SIST. INYECCIÓN.
- DIFERENCIAL: REPARAR (CONO Y COR)
- DESM/MONT INYECTORES. LIMPIEZA
- DESM/MONT DIREC. COMP REP.
- EMBRAGUE: REVISIÓN/REGULAR
- EMBRAGUE: SUST.(DISCO, RULIMAN)
- FRENOS: CAMBIO DE PASTILLAS DELANTERAS.
- FRENOS: CAMBIO DE ZAPATAS POSTERIORES.
- FRENOS:REVISIÓN/REGULAR ZAPATAS
- REAJUSTE GENERAL
- SUSTITUIR FILTRO DE GASOLINA/DIESEL
- SUSTITUIR LÍQUIDO DE FRENOS
- CHEQUEO INYECTORES ELECTRÓNICOS CRDI (JUEGOS)
- CHEQUEO INYECTORES MECÁNICOS (JUEGO)
- CHEQUEO BOMBA CRDI
- CHEQUEO BOMBA ROTATIVA
- CHEQUEO BOMBA LINEAL

- REPARACIÓN BOMBA ROTATIVA
- REPARACIÓN BOMBA LINEAL

Servicios complementarios:

Limpieza: Es necesario que al vehículo se realice una limpieza del turbo, filtros y bloc para que el mismo no tenga ningún tipo de daño con el tiempo.

Calibración: Debido al tiempo, ritmo de trabajo, mantenimiento, peso de carga, kilómetros recorridos, las diferentes partes de vehículo se descalibran, mismas que al no ser detectadas a tiempo pueden causar daños al vehículo.

Ajuste: Algunos vehículos necesitan que se realice un ajuste en sus diferentes piezas, mismas que pueden ser adaptadas de otros vehículos similares.

3.5.4.2 Precio

El precio de un servicio debe tener relación con el logro de las metas organizacionales y de marketing.

Para poder establecer el precio de cada servicio que se va a ofertar, se debe tomar en cuenta una serie de factores que incluyen:

- Condición económica
- Susceptibilidad de los consumidores ante los precios
- Competencia en el mercado
- Nivel de demanda
- Urgencia por necesidad de comprar y muchos otros factores mas

Los precios que oferta la empresa “ENGINE TRUCK’S”, por sus servicios son los siguientes:

Cuadro N° 35
Clasificación de los precios

DESCRIPCIÓN	PRECIO USD DE VEHÍCULOS LIVIANOS	PRECIO USD DE VEHÍCULOS PESADOS
A.B.C.	20	25
BANDA ALTERNADOR: SUSTITUIR.	30	40
BOMBA DE AGUA: SUSTITUIR.	20	30
BRAZO/MESA SUSPENSIÓN SUST. (1)	20	0
CAMBIO DE ACEITE:CAJA/CORONA	6	8
CAMBIO DE ACEITE: MOTOR	35	125
CORREA DISTRIBUCIÓN: SUST.	25	30
CHEQUEO PARA VIAJE	18	22
COMPROBACIÓN COMPUT SIST INYECCIÓN.	20	40
DIFERENCIAL: REPARAR (CONO Y COR.)	35	60
DESM/MONT INYECTORES.LIMPIEZA	20	0
DESM/MONT DIREC. COMP REP.	70	90
EMBRAGUE: REVISIÓN/REGULAR	20	30
EMBRAGUE: SUST.(DISCO, RULIMAN)	45	50
FRENOS: CAMBIO DE PASTILLAS DELANTERAS.	10	15
FRENOS: CAMBIO DE ZAPATAS POSTERIORES.	15	20
FRENOS:REVISIÓN/REGULAR ZAPATAS	10	15
REAJUSTE GENERAL	17	20
SUSTITUIR FILTRO DE GASOLINA/DIESEL	15	50
SUSTITUIR LÍQUIDO DE FRENOS	16	20
VÁLVULAS: CALIBRAR	25	32
CHEQUEO INYECTORES ELECTRÓNICOS CRDI (JUEGOS)	60	120
CHEQUEO INYECTORES MECÁNICOS (JUEGO)	20	30
CHEQUEO BOMBA CRDI	80	200
CHEQUEO BOMBA ROTATIVA	0	160
CHEQUEO BOMBA LINEAL	0	150
REPARACIÓN BOMBA ROTATIVA	0	1000
REPARACIÓN BOMBA LINEAL	0	800

Fuente: Empresa "Engine Truck's"

Elaborado por: Natalia Orbe O.

Precios ofertados por la competencia en relación a los precios que oferta la Mecánica

Automotriz a dieselENGINE TRUCK'S

Cuadro N° 36

Precios Ofertados por la Competencia

DESCRIPCIÓN	EMPRESA: MECANICA A DIESEL	EMPRESA: TALLERES ZUÑIGA A DIESEL.	MECANICA Y LUBRICADO RA REYNA DEL CISNE.	LABORATO RIO DIESEL TURBO PARTS	LABORATORI O DE BOMBAS AVDA PEDRO VICENTE MALDONADO	MECANICA "ENGINE TRUCK'S
A.B.C.	20	25	25			20 livianos 25 pesados
BANDA ALTERNADOR: SUSTITUIR.	5	11	10			10 livianos
BOMBA DE AGUA: SUSTITUIR.	25	25	25			20 livianos 30 pesados
BRAZO/MESA SUSPENSION SUST. (1)						20 livianos
CAMBIO DE ACEITE CAJA/CORONA	7	7	6			6 livianos 8 pesados
CAMBIO DE ACEITE: MOTOR	6	6	5			5 livianos 8 pesados
CORREA DISTRIBUCIÓN: SUST.	26		25			25 livianos 30 pesados
CHEQUEO PARA VIAJE						18 livianos
COMPROBACION COMPUT SIST INYECCION.						22 pesados
DIFERENCIAL: REPARAR (CONO Y COR.)	60	80	60			20 livianos 20 pesados
DESM/MONT INYECTORES LIMPIEZA						35 livianos 60 pesados
DESM/MONT DIREC. COMP REP.						20 livianos
EMBRAGUE: REVISIÓN/REGULAR	25	25	25			70 livianos 90 pesados 20 livianos 30 pesados

EMBRAGUE SUST.(DISCO, RULIMAN)	50	45	30				45 livianos 50 pesados
FRENOS: CAMBIO DE PASTILLAS DELANTERAS	5	10	10				10 livianos 15 pesados
FRENOS: CAMBIO DE ZAPATAS POSTERIORES	15	15	15				15 livianos 20 pesados
FRENOS: REVISIÓN/REGULAR ZAPATAS	12	12	15				10 livianos 15 pesados
REAJUSTE GENERAL							17 livianos 20 pesados
SUSTITUIR FILTRO DE GASOLINA/DIESEL			10				12 livianos 17 pesados
SUSTITUIR LÍQUIDO DE FRENOS			20				16 livianos 32 pesados
VÁLVULAS: CALIBRAR	25	35	40				25 livianos 32 pesados
CHEQUEO INYECTORES ELECTRÓNICOS CRDI (JUEGOS)					88	60	60 livianos 120 pesados
CHEQUEO INYECTORES MECÁNICOS (JUEGO)					20	25	20 livianos 30 pesados
CHEQUEO BOMBA CRDI					100	50	80 livianos 200 pesados
CHEQUEO BOMBA ROTATIVA					170	150	160
CHEQUEO BOMBA LINEAL					180	160	150
REPARACIÓN BOMBA ROTATIVA					1100	1200	1000
REPARACIÓN BOMBA LINEAL					850	850	800

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Objetivo de precio:

La Mecánica Automotriz a diesel“ENGINE TRUCK’S”, se plantea varios objetivos al momento de establecer el precio de sus servicios como son:

- Identificar al cliente con el taller al momento del pago de servicios, cuando el taller presente precios reales sin ningún tipo de recargo y que vaya de acuerdo a su economía.
- Contribuir mediante el precio del servicio al incremento de ingresos y por ende mejorar el capital del establecimiento.
- Establecer relación precio-servicio, es decir servicios especializados tendrían un costo mayor y los servicios adicionales un costo menor.
- Ayudar mediante el precio del servicio al taller a identificar si es reconocido y aceptado en su mercado automotriz.

Descuentos

Los descuentos que otorga la empresa “ENGINE TRUCK’S” se los realiza al momento del pago de los diferentes servicios que brinda este centro de servicio automotriz, se basa en el grado de dificultad del servicio y la cantidad del pago.

Una estrategia de descuento es cuando se lo realiza a clientes nuevos para que estos se sientan atraídos y satisfechos y se sientan seguros de volver a utilizar el servicio.

3.5.4.3 Plan de Comunicación MIX

Los objetivos primordiales del plan de COMUNICACIÓN MIX dentro de la empresa “ENGINE TRUCK’S” son:

- Posicionar al taller en un mercado más amplio dentro del sector automotriz.
- Atraer, fidelizar e incrementar clientes nuevos que se sientan atraídos por el servicio del establecimiento.
- Diferenciarse de la competencia en el método de utilización de la promoción.
- Establecer un dinámico e interesante plan de promoción de su servicio.
- Romper el paradigma de necesitar la publicidad.
- Mejorar y difundir la imagen del Taller dentro del mercado automotriz.

MIX promocional

El plan de difusión promocional de los servicios de la empresa “ENGINE TRUCK’S” los realizaremos por medio de los diferentes medios de publicidad los mismos que tienen un alcance óptimo en el mercado objetivo dando a conocer la calidad del servicio y responsabilidad del establecimiento.

Por lo cual hemos establecido las siguientes técnicas promocionales:

Imagen corporativa: crear y patentar el logotipo del taller, mismo que debe ir en todos los medios publicitarios que se realicen, a continuación se propone un modelo de hoja membretada.

Diseño de hoja membretada.

Gráfico N° 9

Propuesta de un Diseño de Hoja membretada

	MECÁNICA AUTOMOTRIZ A DIESEL Y GASOLINA DE: Carmen Alicia Hernández Álvarez DIRECCIÓN: Calle Caribes y Av. Monseñor L. Proaño TELF: 0987780895 MAIL: carmit-h.a@hotmail.com
--	---

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Natalia Orbe O.

Tarjetas de presentación:

Gráfico N° 10
Propuesta de un Diseño de tarjetas de presentación



Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Material POP

Elaboración de letreros, afiches presentando el servicio, características y valor agregado también se puede realizar la entrega de recuerdos promocionales por ejemplo: esferos, gorras, calendarios, etc.

Diseño de calendario

Gráfico N° 11
Propuesta de un Diseño de Calendario



Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Tríptico

Elaboración de trípticos con la descripción del servicio, características, historia de la empresa, propietarios, etc. Esto hará que el cliente al momento de que reciba el tríptico se sienta parte del equipo “ENGINE TRUCK’S”.

Gráfico N° 12
Propuesta de un Diseño de tríptico

LABORATORIO DE BOMBAS DE INYECCIÓN DIESEL

- Calibración, Mantenimiento y Reparación de inyectores, bombas mecánicas y electrónicas
- Limpieza de inyectores por ultrasonido.
- Diagnóstico Computarizado de Sistemas Diesel (CRDI) y Gasolina
- Mantenimiento Integral de todo tipo de Vehículos.
- Mantenimiento y reparación de MOTORES DIESEL Y GASOLINA.
- Mantenimiento y reparación de sistemas de transmisión, suspensión y dirección diesel.
 - ABC Motor
 - ABC Frenos
 - ABC Ruedas

VENTA DE:

- Turbos originales y alternos.
- Repuestos para bombas de inyección e inyectores diésel.
- Aceites lubricantes y filtros en todas las marcas.

DELPHI **BOSCH** **DENSO**

HOLSET **ZEXEL**

TURBOCHARGERS **Garrett** **MASTER POWER**
by Honeywell

IHI
Turbochargers

SERVICIO DE LAVADO Y LUBRICACIÓN

HYUNDAI **NISSAN** **KIA** **TOYOTA** **Mercedes-Benz** **VW** **Mazda** **CHEVROLET** **HINO** **CAT**

DIR. AVENIDA LEÓNIDAS PROAÑO Y CARIBES
(JUNTO A LA RED DE ALTA TENSIÓN)

☎ 2 603 156 / 0987780895 / 0986509510

Fuente: Empresa “Engine Truck’s”
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Diseño de la parte Central

Gráfico N° 13
Propuesta del Diseño de la parte Central



Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Diseño de páginas Web

En la página del taller se encontrara la descripción de su servicio sus características, reseña histórica, cartera de servicios, precios, propietarios, servicios adicionales.

Gráfico N° 14
Propuesta de Diseño de páginas Web



Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Cuñas radiales y televisivas

Las cuñas radiales se realizarán en las radios difusoras de mayor aceptación de nuestro mercado esta es la radio MEGA, TURBO, BONITA también se realizará cuñas televisivas en el canal TVS, de la ciudad de Riobamba.

Anuncios en la prensa

Gráfico N° 15
Propuesta de Diseño de un Anuncios en la prensa

El anuncio está diseñado en un formato rectangular con un borde amarillo. En la parte superior izquierda hay un logo con la letra 'H' dentro de un círculo, seguido del texto 'ENGINE TRUCK'S' y 'Servicio al Cliente y Tecnología' en una línea inferior. A la derecha de esto, el texto 'MECÁNICA AUTOMOTRIZ A DIESEL Y GASOLINA' está en una línea superior, y 'CARMEN ALICIA HERNÁNDEZ ÁLVAREZ PROPIETARIA:' está en una línea inferior. Debajo del logo, hay una fotografía de un camión blanco en un taller. A la derecha de la foto, el texto 'Servicio Automotriz de Vehículo a diesel y gasolina' está en una línea superior, y 'Ofrecemos:' está en una línea inferior. Debajo de esto, hay una lista de servicios con viñetas amarillas: 'Trabajos garantizados', 'Precios Accesibles', 'Calidad en el Servicio' y 'Personal Capacitado'. En la parte inferior izquierda, el texto 'Nuestros Servicios' está en una línea superior, y debajo hay una lista de servicios: 'Cambio', 'Desarmada', 'Chequeo', 'Ajustes', 'Calibración', 'Limpieza' y 'Arreglo'. En la parte inferior derecha, el texto 'UBICACIÓN:' está en una línea superior, y debajo hay 'DIRECCIÓN: CALLE CARIBES Y AV. MONSEÑOR PROAÑO', 'Mail: carmit-h.a@hotmail.com' y 'TELF: 0987780895'.

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Presupuesto

El presupuesto de gastos permitirá a la empresa organizar y evaluar el costo que causa la implementación o difusión del marketing.

El taller automotriz a diesel y gasolina “ENGINE TRUCK’S”, como presupuesto para su plan de marketing es:

Cuadro de presupuesto publicitario

Cuadro N° 37
Presupuesto Publicitario

MATERIAL PUBLICITARIO	DETALLE	PRECIO
Elaboración de tarjetas de presentación	3000	247.50
Hojas membretadas	300	243.75
Recuerdos (calendarios)	3000	247.50
Dípticos	3000	292.50
Letreros (simples)	1	82.31
Cuñas radiales, TV, periódicamente	2	898.30
Elaboración de página web	1	700.00
Mantenimiento de red de página Web	0	60.00
TOTAL		2771.86

Fuente: EMPRESA XPOVALLAS, RADIO TURO, TVS

Elaborado por: Natalia Orbe O.

3.5.4.4 Plaza

Es la ubicación, distribución, cobertura o poner a disposición de los usuarios las ofertas y las hacen accesibles a ellos.

La distribución del servicio se lo realiza a través de la venta directa debido a que es el método más frecuente de comercialización.

Datos de cliente potenciales

Los clientes potenciales son todas las personas que utilizan con frecuencia los servicios de un profesional o empresa.

A continuación se procede a describir los datos de los clientes potenciales del taller automotriz a diesel y gasolina “ENGINE TRUCK’S”.

Cuadro N° 38
Datos de Clientes Potenciales

Edad	22 a 80 año
Sexo	Masculino y Femenino
Clase social	Medio-Alto
Nivel de ingreso	Medio-Alto
Sector de vivienda	Urbano
Clientes del servicio Automotriz:	Frecuentes

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Natalia Orbe O.

Características cualitativas de los clientes potenciales:

Expectativas: Calidad y precio del servicio automotriz

Necesidades: Servicios garantizados y disponibilidad del servicio

Exigencias: Tiempo de entrega mínimo y repuestos originales

Plaza o canales de distribución:

La plaza donde se va a comercializar los servicios de la mecánica automotriz, cubre la zona de la provincia del Chimborazo, tomando como clientes potenciales las siguientes compañías de transporte:



3.5.5. Información Económica Financiera

3.5.5.1 Plan de inversión

Cuadro N° 39
Plan de Inversión

PLAN DE INVERSIONES			
RUBROS	MONTO	FINANCIAMIENTO	
		CREDITO CFN	APORTE CAPITAL PROPIO
ACTIVOS FIJOS			
TERRENO	129,500.00		129,500.00
CONSTRUCCIÓN DE TALLER MECÁNICO	18,341.44		18,341.44
CIMENTACIÓN DE PISOS DEL TALLER MECANICO	17,727.49	17,727.49	
CONSTRUCCIÓN DE CUBIERTA EN ESTRUCTURA METALICA	9,076.65	9,076.65	
BANCO DE PRUEBAS GARNER PRODUCTS ELECTRONICO 10 HP	18,383.06	18,383.06	
EQUIPOS Y HERRAMIENTAS A DIESEL	52,440.01	52,440.01	
COMPRESOR DE AIRE DE 6.5 HP + SCANER CJ4	8,746.88	8,746.88	
HERRAMIENTAS	6,858.76	6,625.91	232.85
CAPITAL DE TRABAJO			
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO	2,827.39		2,827.39
TOTAL	263,901.68	113,000.00	150,901.68
% DE FINANCIAMIENTO	100%	43%	57%

Ing. Carmen Hernández
GERENTE
ENGINE TRUCK'S

3.5.5.2 Proyección de ventas

La proyección de las ventas del servicio nos servirá de base para el cálculo de la rentabilidad de la empresa, tomando en cuenta los costos de los servicios ofertados.

Cuadro N° 40
Proyección de Ventas

VENTAS PROYECTADAS: PRODUCTOS	PRECIO U.S\$	PRIMER AÑO U.S\$	SEGUNDO AÑO U.S\$	AÑO NORMAL U.S\$
A B C.	20 livianos	3.470	3.470	3.470
Banda Alternador: Sustituir.	25 pesados	3.360	3.360	3.360
Bomba de agua: Sustituir.	10 livianos	1.800	1.800	1.800
Brazo/Mesa Suspensión Sust. (1)	20 livianos	480	480	480
Cambio de aceite:caja/corona	6 livianos	840	840	840
Cambio de aceite: Motor	8 pesados	17.520	17.520	17.520
Correa Distribución: Sust.	5 livianos	3.060	3.060	3.060
Chequeo para Viaje	8 pesados	2.016	2.016	2.016
Comprobación ComputSist Inyección.	25 liviano	5.280	5.280	5.280
Diferencial: Reparar (Cono y Cor)	30 pesados	1.860	1.860	1.860
Desm/Mont Inyectores.Limpieza	18 liviano	960	960	960
Desm/Mont Direc. Comp Rep.	20 livianos	3.840	3.840	3.840
Embrague: Revisión Regular	22 pesados	1.800	1.800	1.800
Embrague: Sust. (Disco, rulinán)	20 pesados	3.420	3.420	3.420
Frenos: Cambio de pastillas Delanteras.	35 liviano	2.280	2.280	2.280
Frenos: Cambio de zapatas Posteriores.	60 pesados	3.300	3.300	3.300

	20 pesados		
Frenos:Revisión/Regular Zapatas	10 livianos 15 pesados	2.760	2.760 2.760
Reajuste General	17 livianos 20 pesados	1.092	1.092 1.092
Sustituir Filtro de Gasolina/diesel	12 livianos 17 pesados	3.720	3.720 3.720
Sustituir liquido de frenos	16 livianos 32 pesados	1.296	1.296 1.296
Válvulas: Calibrar	23 livianos 32 pesados	2.136	2.136 2.136
Chequeo inyectores electrónicos CRDI (juegos)	60 livianos 120 pesados	5.760	5.760 5.760
Chequeo inyectores mecánicos (juego)	20 livianos 30 pesados	2.520	2.520 2.520
Chequeo Bomba CRDI	80 livianos 200 pesados	10.080	10.080 10.080
Chequeo Bomba rotativa	200	3.840	3.840 3.840
Chequeo Bomba Lineal	160	3.600	3.600 3.600
Reparación Bomba rotativa	150	24.000	24.000 24.000
Reparación Bomba Lineal	1.000	19.200	19.200 19.200
TOTAL:		135.240	135.240

Fuente: Empresa "Engne Truck s"
Elaborado por: Natalia Orbe O.

3.5.5.3 Análisis de costos

Una vez determinada el nivel de ventas estimado, ahora procedemos a determinar los costos que causa cada uno de los servicios ofertados en el taller automotriz a diesel y gasolina “ENGINE TRUCK’S”.

COSTOS DIRECTOS

Cuadro N° 41
Costos Directos para Vehículos Livianos

VEHÍCULOS LIVIANOS					
SERVICIOS	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO	COSTO TOTAL
ABC	Spray para limpieza 4.00 USD	Litros	½	2,00	1,00
	Guape	Libras	1	1,00	1,00
	Lavado de vehículo				2,00
	TOTAL				4,00
BANDA ALTERNADOR SUSTITUIR	Banda	Alterna	1	18,00	18,00
	Guape	Libras	1	1,00	1,00
	TOTAL				19,00
SUSTITUIR LÍQUIDO DE FRENOS	Líquido de frenos	Litros	½	5,00	2,50
	Guape	Libras	½	1,00	0,50
	TOTAL				3,00
SUSTITUIR FILTRO DE GASOLINA/ DIESEL	Filtro	Unidad	2	3,50	3,50
	Guape	Libras	1	1,00	1,00
	TOTAL				4,50
CAMBIO DE ACEITE MOTOR	Aceite de motor	Galón	1	22,00	22,00
	Filtro de aceite	Unidad	1	3,50	3,50
	Guaiepe	Unidad	½		0,50
	TOTAL				26,00

Fuente: Empresa “Engine Truck’s”

Elaborado por: Natalia Orbe O.

Cuadro N° 42
Costos Directos para Vehículos Pesados

VEHÍCULOS PESADOS					
SERVICIOS	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO	COSTO TOTAL
ABC	Spray para limpieza 4.00 USD	Litros	1	4,00	4,00
	Guape	Libras	1	1,00	1,00
	Lavado de vehículo				4,00
	TOTAL				9,00
BANDA ALTERNADOR SUSTITUIR	Banda	Alterna	1	22,00	22,00
	Guape	Libras	1	1,00	1,00
	TOTAL				23,00
SUSTITUIR LÍQUIDO DE FRENOS	Líquido de frenos	Litros	1 ½	5,00	7,50
	Guape	Libras	½	1,00	0,50
	TOTAL				8,00
SUSTITUIR FILTRO DE GASOLINA/ DIESEL	Filtro	unidad	2	12,00	24,0
	Guape	Libras	1	1,00	1,00
	TOTAL				25,00
REPARACIÓN BOMBA ROTATIVA	kit de reparación (4 rodela y empaques), para que no haya fugas de diesel	Kit	1	180,00	180,00
	Spray para limpieza	Litros	½	3,00	1,50
	otras piezas internas				250,00
	Guape	Libras	½	1,00	0,50
	TOTAL				432,00
REPARACIÓN BOMBA LINEAL	kit de reparación (4 rodela y empaques), para que no haya fugas de diesel	Kit	1	160,00	160,00
	otras piezas internas				300,00

	Spray para limpieza	Litros	½	3,00	1,50
	Guape	Libras	½	1,00	0,50
	TOTAL				462,00
CAMBIO DE ACEITE MOTOR	Aceite de motor	Galón	4	22,00	88,00
	Filtro de aceite	unidad	1	6,00	6,00
	Guaípe				0,50
	TOTAL				94,50

Fuente: Empresa "Engine Truck's"

Elaborado por: Natalia Orbe O.

COSTOS INDIRECTOS

Cuadro N° 43
Costos Indirectos

MANO DE OBRA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL USD
OPERARIOS / AYUDANTES	2	325,00	7800
TECNICO MECANICA DE PATIO/ MOTORES	1	450,00	5400
TECNICO DE BOMBAS DE INYECCIÓN DIESEL	1	450,00	5400
TOTAL:	4		18600
MATERIALES INDIRECTOS			
DESENGRASANTE (CANECA)	1	35,00	35
DIESEL	10	1,05	10,5
GASOLINA	10	1,50	15
GUAÍPE	30	1,00	30
TOTAL:	51		90,5
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
GERENTE	1	700,00	8400
CONTADOR	1	60,00	720
GUARDIA	1	400,00	4800
TOTAL:	3		13920
MANTENIMIENTO			
MANTENIMIENTO COMPRESOR DE AIRE	4	30,00	120

MANTENIMIENTO DEL BANCO DE BOMBAS	2	60,00	120
ACTUALIZACIÓN DE SIMULADOR Y SCANER	4	50,00	200
TOTAL:	10		440
SUMINISTROS Y SERVICIOS			
LUZ	100		1200
AGUA	30		360
TELEFONO / CELULAR	45	540	540
LUZ	100	1200	1200
TOTAL:			2100
GASTOS DE VENTA			
RESMAS DE PAPEL	3	3	9
TARJETAS PRESENTACIÓN Y OTROS	1	60	60
PUBLICIDAD RADIAL	1	80	960
TOTAL:	5		1029
OTROS GASTOS			
OVEROLES	12	40	480
GAFAS	12	5	60
GUANTES	36	7	84
ZAPATOS DE SEGURIDAD	6	35	420
TOTAL:	66		1044

Fuente: Empresa "Engine Truck's"

Elaborado por: Natalia Orbe O.

3.5.5.4 Proyecciones financieras

BALANCE GENERAL

Cuadro N° 44
Balance General Proyectado

	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022			
	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor		
ACTIVO																						
Activo corriente	38.316,4	51.524,2	66.323,2	82.478,7	93.132,1	112.000,7	132.225,9	172.019,3	211.812,6	165.177,2												
Caja y Bancos	27.104,1	40.543,4	55.342,4	71.498,0	82.151,3	101.019,9	121.245,1	161.038,5	200.831,8	154.196,4												
Inversiones temporales	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0												
Cuentas y documentos por cobrar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0												
Cuentas y documentos por cobrar (días por cobrar)	5.635,0	5.635,0	5.635,0	5.635,0	5.635,0	5.635,0	5.635,0	5.635,0	5.635,0	5.635,0												
Inventarios	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0												
Inventario (días)	5.577,3	5.345,8	5.345,8	5.345,8	5.345,8	5.345,8	5.345,8	5.345,8	5.345,8	5.345,8												
Activos fijos neto	249.488,3	237.902,2	226.316,2	214.730,2	210.002,9	198.416,9	186.830,9	175.244,8	163.658,8	238.501,5												
	Vida útil (años)																					
Operativos	261.074,3	261.074,3	261.074,3	261.074,3	267.933,1	267.933,1	267.933,1	267.933,1	267.933,1	267.933,1												
Terreno	129.500,0	129.500,0	129.500,0	129.500,0	129.500,0	129.500,0	129.500,0	129.500,0	129.500,0	129.500,0												
Inmovimiento Agrícola	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0												
CONSTRUCCIÓN DE PISOS DEL TALLER MECÁNICO	18.341,4	18.341,4	18.341,4	18.341,4	18.341,4	18.341,4	18.341,4	18.341,4	18.341,4	18.341,4												
CONSTRUCCIÓN DE PISOS DEL TALLER MECÁNICO	17.727,5	17.727,5	17.727,5	17.727,5	17.727,5	17.727,5	17.727,5	17.727,5	17.727,5	17.727,5												
CONSTRUCCIÓN DE CUBIERTA EN ESTRUCTURA METALICA	9.076,7	9.076,7	9.076,7	9.076,7	9.076,7	9.076,7	9.076,7	9.076,7	9.076,7	9.076,7												
CONSTRUCCIÓN DE CUBIERTA EN ESTRUCTURA METALICA	18.383,1	18.383,1	18.383,1	18.383,1	18.383,1	18.383,1	18.383,1	18.383,1	18.383,1	18.383,1												
BANCO DE PRUEBAS GARNER PRODUCTS ELECTRONICO 10H	52.440,0	52.440,0	52.440,0	52.440,0	52.440,0	52.440,0	52.440,0	52.440,0	52.440,0	52.440,0												
EQUIPOS Y HERRAMIENTAS A DIESEL	8.746,9	8.746,9	8.746,9	8.746,9	8.746,9	8.746,9	8.746,9	8.746,9	8.746,9	8.746,9												
COMPRESOR DE AIRE DE 6,5 HP + SCANNER C14	6.858,8	6.858,8	6.858,8	6.858,8	6.858,8	6.858,8	6.858,8	6.858,8	6.858,8	6.858,8												
HERRAMIENTAS	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0												
Otros activos fijos	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0												
Depreciación del período	11.586,0	23.172,1	34.758,1	46.344,1	57.930,1	69.516,2	81.102,2	92.688,2	104.274,2	115.860,3												
Depreciación acumulada	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0												
Activo diferido neto	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0												
Otros activos	287.804,7	289.426,4	292.639,4	297.208,9	303.135,0	310.417,6	319.056,8	347.264,1	375.471,4	403.678,7												
TOTAL ACTIVO	287.804,7	289.426,4	292.639,4	297.208,9	303.135,0	310.417,6	319.056,8	347.264,1	375.471,4	403.678,7												

PASIVO												
	24.488,1	24.253,4	24.253,4	24.253,4	24.253,4	24.253,4	24.253,4	24.253,4	24.253,4	5.420,0	5.420,0	5.420,0
Pasivo Corriente												5.420,0
Obligaciones bancarias	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Porción corriente deuda largo plazo	18.833,3	18.833,3	18.833,3	18.833,3	18.833,3	18.833,3	18.833,3	18.833,3	18.833,3	0,0	0,0	0,0
Cuentas y documentos por pagar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Cuentas y documentos por pagar (días por pagar)	5.654,8	5.420,0	5.420,0	5.420,0	5.420,0	5.420,0	5.420,0	5.420,0	5.420,0	5.420,0	5.420,0	5.420,0
Impuestos por pagar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Otros pasivos corrientes	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Pasivo No Corriente	94.166,7	75.333,3	56.500,0	37.666,7	18.833,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Pasivo por contratar	94.166,7	75.333,3	56.500,0	37.666,7	18.833,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TOTAL PASIVO	118.654,8	99.586,7	80.753,4	61.920,0	43.086,7	24.253,4	24.253,4	24.253,4	24.253,4	5.420,0	5.420,0	5.420,0
PATRIMONIO (recursos propios)												
Capital social	150.901,7	150.901,7	150.901,7	150.901,7	150.901,7	150.901,7	150.901,7	150.901,7	150.901,7	150.901,7	150.901,7	150.901,7
Beneficios retenidos	0,0	18.248,2	38.938,0	60.984,3	84.387,2	109.146,6	135.262,6	162.735,1	190.942,4	219.149,7	282.073,3	398.258,7
Beneficios del ejercicio	18.248,2	20.689,8	22.046,3	23.402,9	24.759,4	26.116,0	27.472,5	28.207,3	28.207,3	28.207,3	28.207,3	28.207,3
TOTAL PATRIMONIO	169.149,9	189.839,7	211.886,0	235.286,9	260.048,3	286.164,3	313.636,8	341.844,1	370.051,4	398.258,7	403.678,7	403.678,7
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	287.804,7	289.426,4	292.639,4	297.206,9	303.135,0	310.417,6	319.056,8	347.264,1	375.471,4	403.678,7	403.678,7	403.678,7

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Natalia Orbe O.

ESTADO DE RESULTADOS
Cuadro N° 45
Estado de Resultados Proyectado

CUENTAS	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022			
	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor		
Ventas netas	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	
Ciudad Ingresos Operacionales	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Costo de ventas (flujo efectivo)	67.857,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	
Materiales Directos	39.720,0	39.720,0	39.720,0	39.720,0	39.720,0	39.720,0	39.720,0	39.720,0	39.720,0	39.720,0	39.720,0	39.720,0	39.720,0	39.720,0	39.720,0	39.720,0	39.720,0	39.720,0	39.720,0	39.720,0	39.720,0	
Mano de Ojra	18.600,0	18.600,0	18.600,0	18.600,0	18.600,0	18.600,0	18.600,0	18.600,0	18.600,0	18.600,0	18.600,0	18.600,0	18.600,0	18.600,0	18.600,0	18.600,0	18.600,0	18.600,0	18.600,0	18.600,0	18.600,0	
Materiales Indirectos	1.086,0	1.086,0	1.086,0	1.086,0	1.086,0	1.086,0	1.086,0	1.086,0	1.086,0	1.086,0	1.086,0	1.086,0	1.086,0	1.086,0	1.086,0	1.086,0	1.086,0	1.086,0	1.086,0	1.086,0	1.086,0	
Suministros y Servicios	2.100,0	2.100,0	2.100,0	2.100,0	2.100,0	2.100,0	2.100,0	2.100,0	2.100,0	2.100,0	2.100,0	2.100,0	2.100,0	2.100,0	2.100,0	2.100,0	2.100,0	2.100,0	2.100,0	2.100,0	2.100,0	
Mantenimiento y Seguros	2.490,4	2.490,4	2.490,4	2.490,4	2.490,4	2.490,4	2.490,4	2.490,4	2.490,4	2.490,4	2.490,4	2.490,4	2.490,4	2.490,4	2.490,4	2.490,4	2.490,4	2.490,4	2.490,4	2.490,4	2.490,4	
Costos indirectos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Otros costos	1.044,0	1.044,0	1.044,0	1.044,0	1.044,0	1.044,0	1.044,0	1.044,0	1.044,0	1.044,0	1.044,0	1.044,0	1.044,0	1.044,0	1.044,0	1.044,0	1.044,0	1.044,0	1.044,0	1.044,0	1.044,0	
Imprevistos	2.817,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Depreciaciones	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	11.586,0	
UTILIDAD BRUTA	55.796,6	58.613,6	58.613,6	58.613,6	58.613,6	58.613,6	58.613,6	58.613,6	58.613,6	58.613,6	58.613,6	58.613,6	58.613,6	58.613,6	58.613,6	58.613,6	58.613,6	58.613,6	58.613,6	58.613,6	58.613,6	
Gastos de ventas	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	
Gastos de administración	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	
UTILIDAD OPERACIONAL (BAIT)	40.847,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	
Gastos financieros	12.599,5	11.637,0	9.537,1	7.437,2	5.337,3	3.237,4	1.137,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Ciudad ingresos no operacionales	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Ciudad egresos no operacionales	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
UTILIDAD ANTES PARTICIPACION TRABAJADORES	28.248,1	32.027,5	34.127,4	36.227,3	38.327,3	40.427,2	42.527,1	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6	43.664,6
Participación de Trabajadores	4.237,2	4.804,1	5.119,1	5.434,1	5.749,1	6.064,1	6.379,1	6.549,7	6.549,7	6.549,7	6.549,7	6.549,7	6.549,7	6.549,7	6.549,7	6.549,7	6.549,7	6.549,7	6.549,7	6.549,7	6.549,7	
UTILIDAD ANTES IMPUESTO (BAT)	24.010,8	27.223,4	29.008,3	30.793,2	32.578,2	34.363,1	36.148,0	37.114,9	37.114,9	37.114,9	37.114,9	37.114,9	37.114,9	37.114,9	37.114,9	37.114,9	37.114,9	37.114,9	37.114,9	37.114,9	37.114,9	
Impuesto a la renta	5.762,6	6.533,6	6.962,0	7.390,4	7.818,8	8.247,1	8.675,5	8.907,6	8.907,6	8.907,6	8.907,6	8.907,6	8.907,6	8.907,6	8.907,6	8.907,6	8.907,6	8.907,6	8.907,6	8.907,6	8.907,6	
RESULTADO DEL EJERCICIO	18.248,2	20.689,8	22.046,3	23.402,9	24.759,4	26.116,0	27.472,5	28.207,3	28.207,3	28.207,3	28.207,3	28.207,3	28.207,3	28.207,3	28.207,3	28.207,3	28.207,3	28.207,3	28.207,3	28.207,3	28.207,3	28.207,3

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Natalia Orbe O.

FLUJO DE CAJA
Cuadro N° 46
Flujo de Caja Proyectado

CUENTAS	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos operacionales	129.605,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0
Recuperación por Ventas	129.605,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0	135.240,0
Egresos operacionales	82.729,0	79.989,4	79.989,4	79.989,4	79.989,4	79.989,4	79.989,4	79.989,4	79.989,4	79.989,4
Costo de Ventas (flujo efectivo)	67.780,0	65.043,6	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4	65.040,4
Gastos de ventas	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0	1.029,0
Gastos de administración	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0	13.920,0
Flujo de caja operacional	46.876,0	55.247,4	55.250,6	55.250,6	55.250,6	55.250,6	55.250,6	55.250,6	55.250,6	55.250,6
Ingresos no operacionales	263.901,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Otros ingresos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Contratación de pasivos largo plazo	113.000,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Aportes patrimoniales	150.901,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Egresos no operacionales	283.673,6	41.808,1	40.451,6	39.095,0	44.597,2	36.381,9	35.025,4	15.457,3	15.457,3	101.886,0
Variación de activos fijos	261.074,3	0,0	0,0	0,0	6.858,8	0,0	0,0	0,0	0,0	86.428,7
Otros activos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Participación de trabajadores	4.237,2	4.804,1	5.119,1	5.434,1	5.749,1	6.064,1	6.379,1	6.549,7	6.549,7	6.549,7
Impuestos	5.762,6	6.533,6	6.962,0	7.390,4	7.818,8	8.247,1	8.675,5	8.907,6	8.907,6	8.907,6
Financiamiento										
Pago de obligaciones financieras corto plazo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Pago de obligaciones financieras largo plazo	0,0	18.833,3	18.833,3	18.833,3	18.833,3	18.833,3	18.833,3	0,0	0,0	0,0
Gastos financieros (intereses)	12.599,5	11.637,0	9.537,1	7.437,2	5.337,3	3.237,4	1.137,5	0,0	0,0	0,0
Otros pasivos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Dividendos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Flujo no operacional	-19.771,9	-41.808,1	-40.451,6	-39.095,0	-44.597,2	-36.381,9	-35.025,4	-15.457,3	-15.457,3	-101.886,0
Flujo neto del periodo	27.104,1	13.439,3	14.799,0	16.155,6	10.653,3	18.868,7	20.225,2	39.793,3	39.793,3	-46.635,4
Saldo inicial de caja	0,0	27.104,1	40.543,4	55.342,4	71.498,0	82.151,3	101.019,9	121.245,1	161.038,5	200.831,8
Saldo final de caja	27.104,1	40.543,4	55.342,4	71.498,0	82.151,3	101.019,9	121.245,1	161.038,5	200.831,8	154.196,4
Requerimiento de caja	3.447,0	3.333,0	3.332,9	3.332,9	3.332,9	3.332,9	3.332,9	3.332,9	3.332,9	3.332,9
Requerimiento de fondeo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Natalia Orbe O.

RATIOS FINANCIEROS

Cuadro N° 47
Ratios Financieros

RATIOS FINANCIEROS	PROYECTADO				
	2013	2014	2015	2016	2017
Fondo de maniobra	13.828,3	27.270,8	42.069,8	58.225,4	68.878,7
Requerimiento de caja	3.399,8	3.287,4	3.287,2	3.287,2	3.287,2
Saldo final de caja	27.104,1	40.543,4	55.342,4	71.498,0	82.151,3
Saldo final de caja/requerimiento de caja	8,0	12,3	16,8	21,8	25,0
<u>Liquidez General</u>					
Liquidez General	1,6	2,1	2,7	3,4	3,8
Liquidez Inmediata	1,6	2,1	2,7	3,4	3,8
Tesorería	1,6	2,1	2,7	3,4	3,8
<u>Endeudamiento</u>					
Coef. Endeudamiento (Pasivo / Patrimonio)	70,1%	52,5%	38,1%	26,3%	16,6%
Pasivo / Activo	41,2%	34,4%	27,6%	20,8%	14,2%
Pasivo Largo Plazo / Pasivo Total	79,4%	75,6%	70,0%	60,8%	43,7%
<u>Equilibrio</u>					
Financiación Básica	1,1	1,1	1,2	1,3	1,3
Garantía Financiera	0,7	0,8	0,9	1,1	1,2
Solvencia Financiera	0,4	0,3	0,2	0,2	0,1
<u>Eficacia Operativa</u>					
Periodo Medio de Cobro	15,2	15,2	15,2	15,2	15,2
Periodo Medio de Pago	30,4	30,4	30,4	30,4	30,4
Periodo Medio de Existencias	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Rotación	24,2	25,3	25,3	25,3	25,3
Periodo Medio de Maduración	14,8	14,8	14,8	14,8	14,8
<u>Rentabilidad Económica</u>					
Margen neto	30,2%	32,3%	32,3%	32,3%	32,3%
Margen bruto	41,3%	43,3%	43,3%	43,3%	43,3%
Rotación de Activos Fijos	54,2%	56,8%	59,8%	63,0%	64,4%
Rotación	47,0%	46,7%	46,2%	45,5%	44,6%
ROA	6,3%	7,1%	7,5%	7,9%	8,2%
BN/Ventas	13,5%	15,3%	16,3%	17,3%	18,3%
<u>Rentabilidad Financiera</u>					
Veces que se ha ganado el interés	3,24	3,75	4,58	5,87	8,18
Autonomía Financiera	1,70	1,52	1,38	1,26	1,17
Coeficiente de Endeudamiento	0,59	0,66	0,72	0,79	0,86
ROE	10,8%	10,9%	10,4%	9,9%	9,5%

INTERPRETACIÓN:

Liquidez general:

Con la aplicación del plan de comunicación MIX, se estima tener un incremento del 60% en cada año proyectado, debido al acogimiento del grupo de los clientes potenciales quienes no han hecho uso de este servicio, ya que en la provincia de Chimborazo es la única empresa que brinda este tipo de servicios completos, abaratando así, el costo por cuestión de logística, ya que para acceder a los servicios de esta empresa tendrían que trasladarse a otras provincia lo cual representaría gastos innecesarios.

Endeudamiento:

El nivel de endeudamiento en cada año disminuye porcentualmente, gracias a los ingresos que incrementan cada año, por las ventas causadas como resultado de la difusión y aplicación del plan de comunicación MIX, mismo que para la empresa afecta de forma positiva, permitiendo cubrir con dichos rubros sus necesidades financieras.

Equilibrio:

El equilibrio financiero se mantiene positivamente en base a los ingresos y egresos que genera la operatividad de la empresa ya que por un lado, incrementa sus ingresos pero así también incrementa sus obligaciones para minimizar el costo de interés causado, basándonos en que existen intereses o saldos deudores cubriendo así en la mayor parte posible el costo del capital endeudado.

Eficacia operativa:

El periodo medio de cobro se mantiene en los años proyectados debido a que las cancelaciones de cada servicio se realiza en el momento en que se ejecutó el servicio sin dejar crédito o cuentas por cobrar, de igual manera pasa con los pagos a proveedores de la empresa ya que mantiene una política de crédito, manteniendo de igual manera el inventario en existencias de los diferentes componentes para poder ofertar los servicios de la empresa.

Rentabilidad económica:

Tanto el margen neto como el margen bruto se mantienen en los años proyectados, debido a los ingresos que afecta directamente a los egresos por temas de costos y gastos, sin embargo la rotación de activos fijos de la empresa se incrementa gracias a que cada año las ventas representan un mayor valor por la aplicación del plan de comunicación MIX, entonces si incrementan las ventas de igual manera se incrementa la rotación de activos fijos al igual que el ROA y el beneficio neto sobre ventas.

Rentabilidad financiera

Veces que se ha ganado el interés. Cada año sube el porcentaje ya que según las proyecciones se espera generar mayores ganancias para las aportaciones de los accionistas de esta empresa.

Autonomía financiera: En los años proyectados se reduce la autonomía financiera es decir la dependencia de créditos por IFIS esperando capitalizar cada ganancia en los años subsiguientes para tener aportaciones propias y no se IFIS.

Endeudamiento: Cada año aumenta su nivel de endeudamiento debido a que se pretende capitalizar las utilidades como patrimonio de la empresa, dándonos así un valor representativo para los años proyectados.

3.6 OPERATIVIDAD

Cuadro N° 48
Operatividad del Plan de Negocios “ENGINE TRUCK’S”

GRÁFICA DE GANTT	SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		2014		
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
ACTIVIDADES / TIEMPO																							
Idea de Diversificación																							
Análisis Situacional “ENGINE TRUCK’S”																							
Características del Sector																							
Entorno de la Empresa																							
Análisis FODA																							
Matriz FODA																							
Diagnóstico de la Situación Interna del área Financiera de la Empresa																							
Propuesta de un Modelo Administrativo para la Empresa “Engine Trucks”																							
Investigación de Mercado																							
Analizar la oferta																							
Análisis de la demanda																							
Aplicación de las 4 P de Marketing																							
Información Económica Financiera																							
Aplicación del modelo de propuesta																							

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Natalia Orbe O.

3.7 Matriz de comparaciones de la empresa.

Mediante la metodología de la observación directa aplicada durante una semana de labores de la empresa de servicios automotriz “ENGINE TRUCK’S”, se pudo determinar la situación anterior por la cual atravesaba la empresa antes de la implementación del plan de comunicación MIX.

Permitiéndonos comparar así con los resultados de la observación directa ya implementada el plan de comunicación MIX en la empresa de servicio automotriz, datos que se representan en la siguiente tabla:

Cuadro N° 49
Matriz de comparaciones de la situación empresarial

COMPONENTES	Resultados sin aplicación del plan de comunicación MIX	Resultados con aplicación del plan de comunicación MIX	% de aportación del plan de comunicación MIX
Número de visitas de clientes, vehículos livianos.	25	38	52%
Número de visitas de clientes, vehículos pesados.	13	18	38%
Ventas, vehículos livianos.	1127	1657	47%
Ventas, vehículos pesados.	958	1275	33%

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Interpretación:

Mientras que el incremento de clientes de vehículos livianos es del 52% y el incremento de ventas en el mismo tipo de vehículos es del 38%, representa una diferencia debido a que el incremento en cantidad de clientes no es igual que el incremento en ventas, ya que los clientes nuevos por la aplicación del plan de comunicación MIX hacen uso de los servicios de acuerdo a su necesidad, dándose este fenómeno de igual manera en los clientes de los vehículos pesados.

CAPITULO IV

4. EXPOSICIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

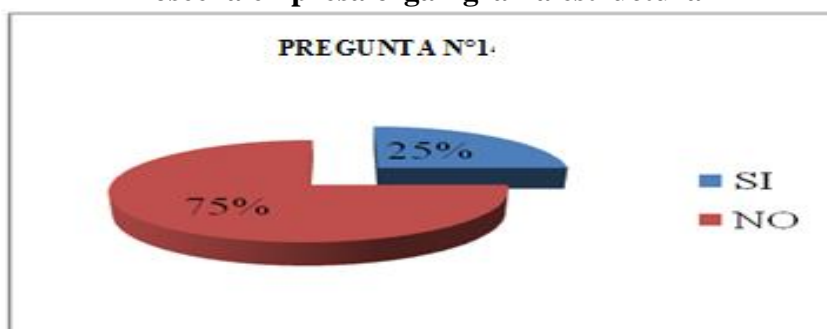
1.- ¿Posee la empresa un organigrama estructural?

Cuadro N° 50
Posee la empresa un organigrama estructural

OPCIONES DE RESPUESTA	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	2	25,00
NO	6	75,00
TOTAL	8	100

Fuente: Encuesta aplicada a la Empresa "Engine Truck's"
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Gráfico N° 16
Posee la empresa organigrama estructural



Fuente: Cuadro N° 50
Elaborado por: Natalia Orbe O.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Se puede visualizar en el gráfico, los resultados que arrojaron las encuestas aplicadas a todo el personal que labora en la empresa automotriz a diesel y gasolina "ENGINE TRUCK'S", que del 100% que equivale a 8 trabajadores, un 25%(2) respondieron que si tienen conocimiento del organigrama estructural mientras que un 75%(6) respondieron que no tienen conocimiento de la existencia del mismo. Al ser una empresa netamente joven dentro del mercado industrial, origina el desconocimiento del mismo dentro de la empresa.

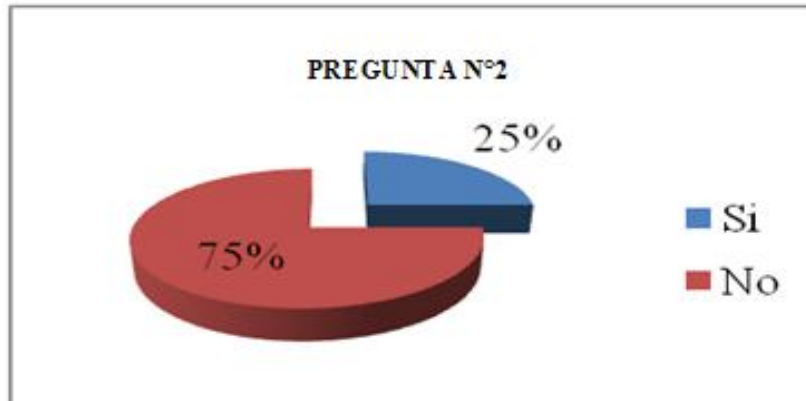
2.- ¿La empresa “ENGINE TRUCK’S” cuenta con un adecuado sistema de selección de personal y posee políticas de reclutamiento, inducción, capacitación y desarrollo del personal?

Cuadro N° 51
Sistema de selección de personal y posee políticas de reclutamiento

OPCIONES DE RESPUESTA	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
<i>Si</i>	2	25
<i>No</i>	6	75
TOTAL	8	100

Fuente: Encuesta aplicada a la Empresa “Engine Truck’s”
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Gráfico N° 17
Sistema de selección de personal y posee políticas de reclutamiento



Fuente: Cuadro N°51
Elaborado por: Natalia Orbe O.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Se puede evidenciar en el gráfico que del 100%(8) del total de trabajadores, un 25%(2) están de acuerdo con la manera de cómo se realiza el proceso que actualmente se viene aplicando en la empresa automotriz a diesel y gasolina “ENGINE TRUCK’S”, mientras que un 75%(6) señalan que el sistema de selección del personal no es adecuado y que existe la necesidad de implementar políticas de reclutamiento, inducción, capacitación y desarrollo del personal.

El sistema de personal que aplica la empresa se encuentra desactualizado, no es el adecuado, no cumple con los requerimientos exigidos por la mecánica, es por eso que se ve la necesidad urgente de implementar y mejorar tanto el sistema como el proceso efectuando reingenierías a los procesos actuales.

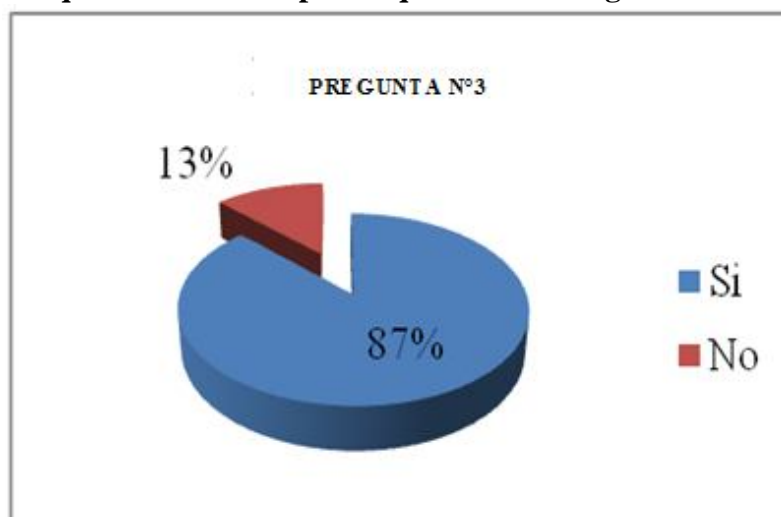
3.- ¿Considera usted que el enfoque financiero (rentabilidad) de las decisiones solo debe darlo quien responda por las finanzas de la empresa?

Cuadro N° 52
El Enfoque financiero responde quien está a cargo de las finanzas

OPCIONES DE RESPUESTA	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
<i>Si</i>	7	87,5
<i>No</i>	1	12,5
TOTAL	8	100

Fuente: Encuesta aplicada a la Empresa “Engine Truck’s”
 Elaborado por: Natalia Orbe O.

Gráfico N° 18
El Enfoque financiero responde quien está a cargo de las finanzas



Fuente: Cuadro N° 52
 Elaborado por: Natalia Orbe O.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Se concluye que del 100% de total de trabajadores de la empresa automotriz a diesel y gasolina “ENGINE TRUCK’S”, el 87%(7) de los encuestados afirma que el enfoque financiero si debe darlo quien maneja las finanzas de la empresa y el 13%(1) responde que no; a pesar de que uno de los objetivos financieros es obtener los indicadores financieros más altos en rentabilidad, flujo de efectivo entre otro.

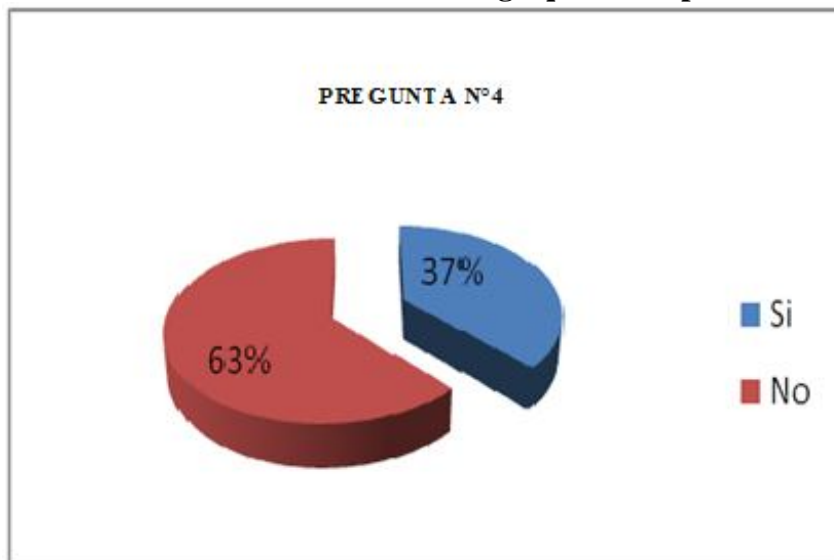
4.- ¿De acuerdo al cargo que desempeña dentro de la empresa conoce detalladamente sus funciones a desempeñar?

Cuadro N° 53
Conoce las Funciones del cargo que desempeña

OPCIONES DE RESPUESTA	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
<i>Si</i>	3	37,50
<i>No</i>	5	62,50
TOTAL	8	100

Fuente: Encuesta aplicada a la Empresa “Engine Truck’s”
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Gráfico N° 19
Conoce las Funciones del cargo que desempeña



Fuente: Cuadro N° 53
Elaborado por: Natalia Orbe O

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Podemos ver que el 37,5%(3) conocen las funciones que deben desempeñar según el cargo que ocupa, mientras que el 62,5% (5) manifiestan el desconocimiento de la misma.

Es por eso que se ve la necesidad de que la empresa resalte de manera ordenada y detallada las funciones a las cuales debe acogerse cada empleado.

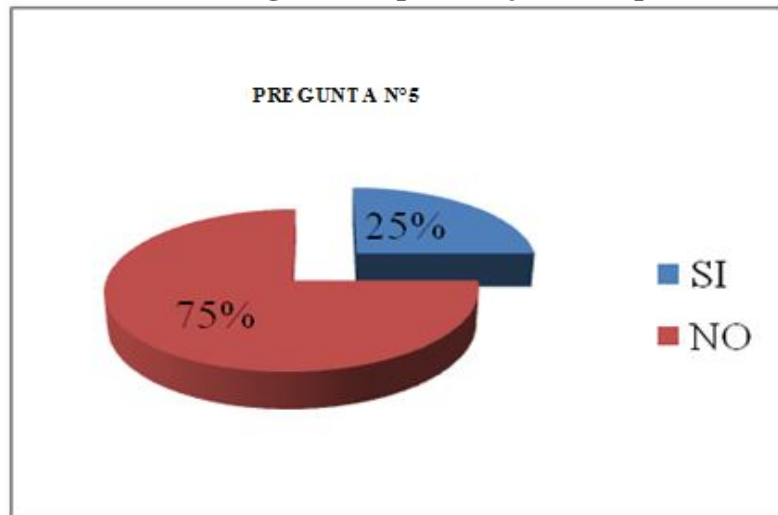
5.- ¿Se planifica reingenierías para mejorar los procesos relacionados con la rentabilidad de la empresa?

Cuadro N° 54
Se Planifica reingenierías para mejorar los procesos

OPCIONES DE RESPUESTA	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
<i>SI</i>	2	25,00
<i>NO</i>	6	75,00
TOTAL	8	100

Fuente: Encuesta aplicada a la Empresa “Engine Truck’s”
 Elaborado por: Natalia Orbe O.

Gráfico N° 20
Se Planifica reingenierías para mejorar los procesos



Fuente: Cuadro N° 54
 Elaborado por: Natalia Orbe O.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Estamos en un nuevo siglo, por el cual surge la necesidad de buscar nuevas herramientas y entre ellas están la reingeniería no necesariamente a los productos sino a los procesos que llevan al éxito, por lo que el 75% (6) de los encuestados manifiestan que la empresa automotriz a diesel y gasolina “ENGINE TRUCK’S” no planifica realizar reingeniería para mejoramiento de procesos y el 25%(2) dicen que si se está considerando a futuro realizar dichas reingenierías.

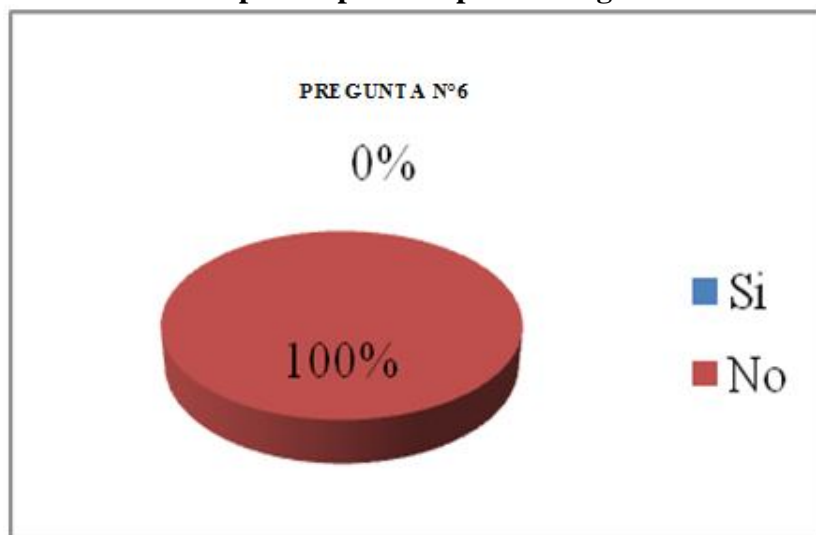
6.- ¿La empresa “ENGINE TRUCK’S” aplica un plan de negocios acorde a sus necesidades requeridas?

Cuadro N° 55
La empresa aplica un plan de negocios

OPCIONES DE RESPUESTA	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
<i>Si</i>	0	0
<i>No</i>	8	100
TOTAL	8	100

Fuente: Encuesta aplicada a la Empresa “Engine Truck’s”
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Gráfico N° 21
La empresa aplica un plan de negocios



Fuente: Cuadro N° 55
Elaborado por: Natalia Orbe O.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Se puede visualizar en el gráfico, los resultados de las encuestas aplicadas a todo el personal que labora en la empresa automotriz a diesel y gasolina “ENGINE TRUCK’S”, que el 100% del de los encuestados respondieron que la empresa no cuenta con un plan de negocios acorde a sus necesidades, y que ven la necesidad de contar con un plan de negocios que ayude al crecimiento eficiente de la mecánica.

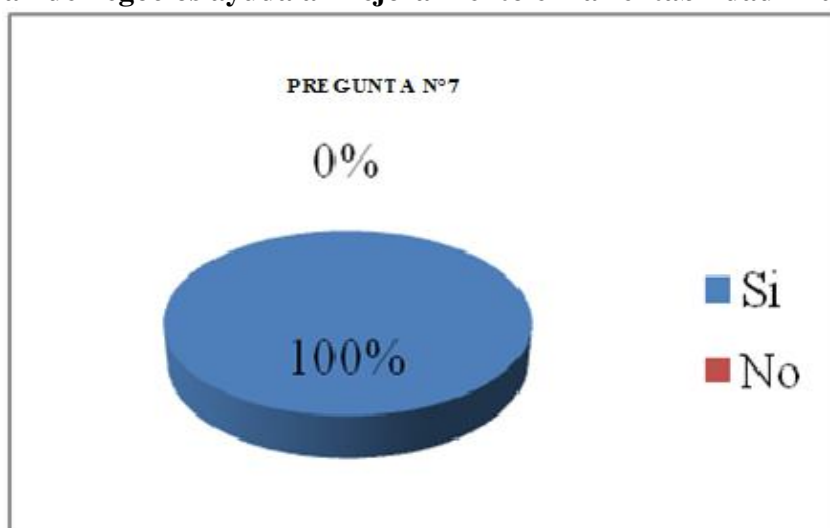
7.- ¿Considera usted que un plan de negocios ayuda al mejoramiento en la rentabilidad financiera de la empresa?

Cuadro N° 56
Un plan de negocios ayuda al mejoramiento en la rentabilidad financiera

OPCIONES DE RESPUESTA	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
<i>Si</i>	8	100
<i>No</i>	0	0
TOTAL	8	100

Fuente: Encuesta aplicada a la Empresa "Engine Truck's"
 Elaborado por: Natalia Orbe O.

Gráfico N° 22
Un plan de negocios ayuda al mejoramiento en la rentabilidad financiera



Fuente: Cuadro N° 56
 Elaborado por: Natalia Orbe O.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Podemos visualizar en el gráfico, los resultados que manifestaron los encuestados de la empresa automotriz a diesel y gasolina "ENGINE TRUCK'S", el 100%(8) del personal considera que un plan de negocios ayudaría al mejoramiento en la rentabilidad financiera de la empresa, ya que, en un plan de negocios se ve plasmado los resultado futuros que busca un negocio.

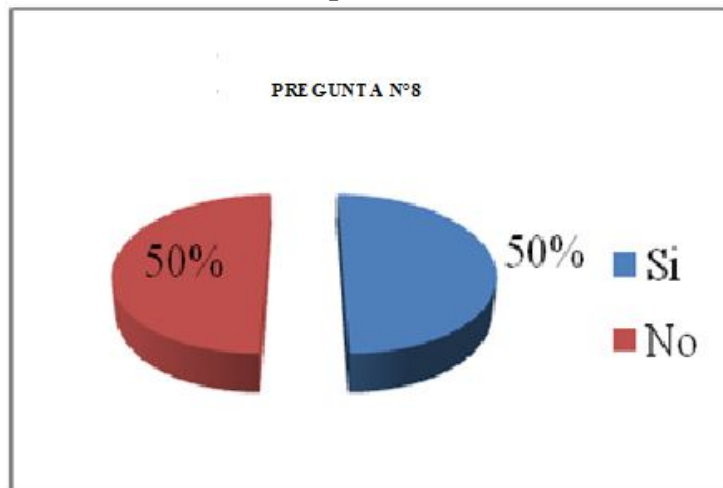
8.- ¿El clima laboral es favorable para el desarrollo de las actividades de la empresa?

Cuadro N° 57
El Clima laboral es favorable para el desarrollo de las actividades

OPCIONES DE RESPUESTA	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	4	50,00
NO	4	50,00
TOTAL	8	100

Fuente: Encuesta aplicada a la Empresa "Engine Truck's"
 Elaborado por: Natalia Orbe O.

Gráfico N° 23
El Clima laboral es favorable para el desarrollo de las actividades



Fuente: Cuadro N° 57
 Elaborado por: Natalia Orbe O.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los resultados de las encuestas aplicadas al personal de la empresa ENGINE TRUCK'S, lo cual el 50(4) manifestaron estar de acuerdo con el clima laboral existente dentro de la empresa, mientras que el otro 50%(4) respondieron que no están de acuerdo con el clima laboral que existe dentro de la empresa.

El clima laboral dentro de la empresa es importante ya que es uno de los factores indispensables para el logro y desarrollo de las actividades, es el medio ambiente (parte física) y humana, es decir la calidad de este clima influye directamente en la satisfacción de los empleados y el cumplimiento de los objetivos.

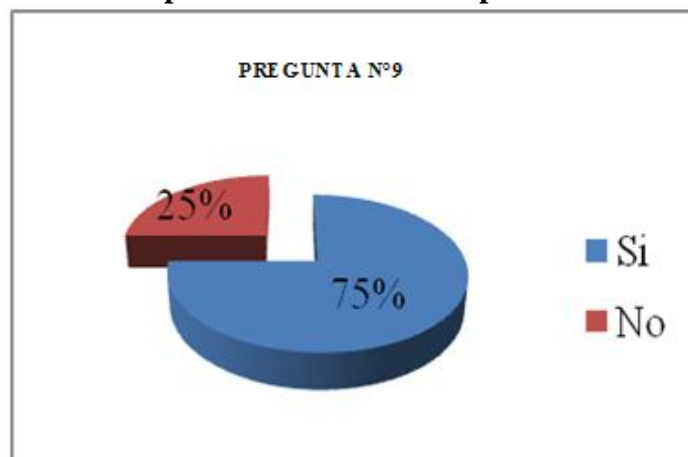
9.- ¿Cree usted que si existe un estricto cumplimiento de las tareas planificadas mensualmente?

Cuadro N° 58
Existe un estricto cumplimiento de las tareas planificada mensualmente

OPCIONES DE RESPUESTA	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
<i>SI</i>	6	75,00
<i>NO</i>	2	25,00
TOTAL	8	100

Fuente: Encuesta aplicada a la Empresa “Engine Truck’s”
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Gráfico N° 24
Existe un estricto cumplimiento de las tareas planificadas mensualmente



Fuente: Cuadro N° 58
Elaborado por: Natalia Orbe O.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La planificación de actividades es necesaria para la supervisión y el éxito de una administración, la calidad del sistema de gestión y no sobre la gestión del sistema de calidad, a lo cual el 75%(6) asegura el cumplimiento de las tareas planificadas y el 25%(2) manifiestan que no existe un estricto cumplimiento de las tareas planificada mensualmente en la empresa automotriz a diesel y gasolina “ENGINE TRUCK’S”.

La calidad del cumplimiento de la planificación de actividades es una estrategia para hacer crecer el negocio.

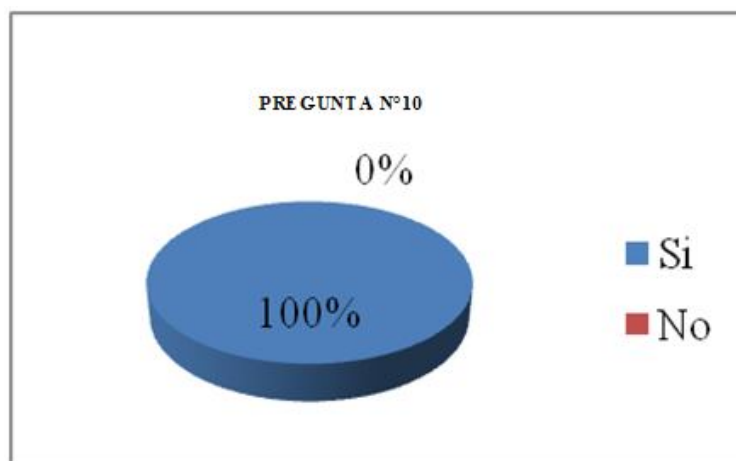
10.- ¿Cree usted que la empresa “ENGINE TRUCK’S” necesita una comunicación MIX para el posicionamiento de sus servicios ofertados?

Cuadro N° 59
Cree usted que la empresa necesita una comunicación MIX

OPCIONES DE RESPUESTA	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
<i>SI</i>	8	100,00
<i>NO</i>	0	0,00
TOTAL	8	100

Fuente: Encuesta aplicada a la Empresa “Engine Truck’s”
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Gráfico N° 25
Cree usted que la empresa necesita una comunicación MIX



Fuente: Cuadro N° 59
Elaborado por: Natalia Orbe O.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Se puede evidenciar los resultados emitidos por los trabajadores de la empresa automotriz a diesel y gasolina “ENGINE TRUCK’S”, el 100% de los encuestados respondieron que si necesitan contar con un plan de comunicación MIX, con el objetivo de que sus servicios ofertados sean posesionados en el mercado automotriz.

La finalidad u objetivo de la comunicación MIX es que la imagen de la empresa sea difundida o conocida dentro del mercado automotriz.

4.1.1 Entrevista realizada a la Sra. Gerente de la Empresa “ENGINE TRUCK’S”

Cuadro N° 60

Entrevista Sra. Gerente de la empresa “ENGINE TRUCK’S”

ENTREVISTA SE REALIZÓ A LA SRA. GERENTE DE LA EMPRESA “ENGINE TRUCK’S”	
<i>PREGUNTAS</i>	<i>RESPUESTAS</i>
1.- ¿Cuál es su criterio u opinión sobre la imagen corporativa actual de la empresa?	La empresa “ENGINE TRUCK’S”, es una empresa nueva en el mercado industrial, por lo mismo que es necesaria la aplicación de un marketing, para difundir nuestros servicios.
2.- ¿Cómo se relaciona el riesgo económico y la rentabilidad?	Todo negocio o empresa está relacionado con el riesgo, es por eso que la empresa aplicara los métodos más adecuados, con el objetivo de minimizar el riesgo.
3.- ¿Se revisa permanentemente la situación financiera antes de tomar alguna decisión?	La situación económica financieras es la parte vital de la empresa al momento de realizar cualquier inversión.
4.- ¿Qué tipo de funcionarios tiene su empresa?	El personal actual que labora en la empresa si cumple con las expectativas de la empresa, pero se requiere una mejora continua.
5.- ¿Teniendo en cuenta los valores corporativos que la empresa maneja, cual es el perfil en general que busca la empresa?	La empresa busca personal eficiente y eficaz en su desempeño laboral, personas que siempre estén actualizados y dispuestos a dar todo en su trabajo.
6.- ¿Evalúa el costo beneficio de una nueva inversión?	Es necesario realizar una evaluación y ver si es o no factible cierta inversión, ya que de esta manera podemos evitar el riesgo de perdida.
7.- ¿El enfoque de las decisiones solo debe darlo quien responda por las finanzas?	Todo el personal de la empresa debe tener conocimiento acerca de cómo está la vida económica de la empresa, para de esta maneja fortalecer las y cambiar las debilidades.
8.- ¿La empresa aplica ratios e indicadores de carácter económico para analizar y evaluar la situación económico-financiera de la entidad?	Los indicadores financieros me permite medir la salud económica financiera de la empresa “ENGINE TRUCK’S”.

Fuente: Entrevista aplicada a la Sra. Gerente de la Empresa “Engine Truck’s”

Elaborado por: Natalia Orbe O.

4.2. Comprobación de Hipótesis

Método Utilizado.

Con el objeto de comprobar la hipótesis establecida en la presente investigación se utiliza la prueba de Chi-cuadrado, el cual es un método útil para la hipótesis relacionada con la diferencia entre el conjunto de frecuencias observadas en una muestra y el conjunto de frecuencias teóricas y esperadas de la misma muestra.

En este tipo de problemas el estadístico de prueba es:

$$X = \sum (f_o - F_e)^2 / F_e.$$

X^2 = Chi-Cuadrado.

\sum = Sumatoria.

F_o = Frecuencia Observada.

F_e = Frecuencia Esperada.

Hipótesis: *Mediante la elaboración e implementación del plan de negocios en la empresa “ENGINE TRUCK’S”, se determinará la incidencia en su rentabilidad.*

Después de la recopilación, codificación y análisis de datos realizada mediante la estadística descriptiva e inferencial, me permito manifestar que los resultados, puntuaciones y frecuencias sustentan la hipótesis planteada, describiendo a continuación la verificación de la hipótesis del trabajo investigativo.

Por el diseño de los cuestionarios de múltiples alternativas, es necesario aplicar una técnica de verificación de la hipótesis, de tal manera que aplicaremos el CHI cuadrado o X^2 . Por lo cual selecciono preguntas claves o de gran importancia en el cuestionario, la misma que tiene que recoger el criterio del personal que conforma y labora en la empresa “ENGINE TRUCK’S”, sobre la implementación de plan de negocios para mejorar la rentabilidad económica-financiera de la empresa.

De tal manera que procedo a la verificación de hipótesis basándome en el planteamiento de Juan Francisco Monge Ivars, (2007), y considerando la pregunta número 6 y pregunta número 7.

Cuadro N° 61
Frecuencia Observada.

	FRECUENCIA OBSERVADA		TOTAL COLUMNA
	SI	NO	
La empresa aplica un plan de negocios acorde a sus necesidades.	0	8	8
Un plan de negocios ayuda al mejoramiento en la rentabilidad financiera.	8	0	8
TOTAL FILA	8	8	16

Fuente: Encuesta aplicada a la Empresa “Engine Truck’s”
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Determinación de la Frecuencia Esperada.

Para obtener las frecuencias esperadas multiplicamos el total de cada fila por el total de cada columna dividido para el total de la muestra de las dos variables.

$$Fe = (T. Fila * T. Columna) / N.$$

Cuadro N° 62
Frecuencia Esperada.

FRECUENCIA ESPERADA		TOTAL
SI	NO	
4	4	8
4	4	8
8	8	16

Fuente: Encuesta aplicada a la Empresa “Engine Truck’s”
Elaborado por: Natalia Orbe O.

Determinación del Grado de Libertad.

El grado de libertad se obtendrá a través de la fórmula.

$$Gl = (f-1) (c-1).$$

Gl = Grado de libertad.

F = Filas.

C = Columnas.

Cuadro N° 63
Tabla para Chi-cuadrado.

Grados libertad	Probabilidad de un valor superior - Alfa (α)				
	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
1	2,71	3,84	5,02	6,63	7,88
2	4,61	5,99	7,38	9,21	10,6
3	6,25	7,81	9,35	11,34	12,84
4	7,78	9,49	11,14	13,28	14,86
5	9,24	11,07	12,83	15,09	16,75
6	10,64	12,59	14,45	16,81	18,55
7	12,02	14,07	16,01	18,48	20,28
8	13,36	15,51	17,53	20,09	21,95
9	14,68	16,92	19,02	21,67	23,59
10	15,99	18,31	20,48	23,21	25,19
11	17,28	19,68	21,92	24,73	26,76
12	18,55	21,03	23,34	26,22	28,3
13	19,81	22,36	24,74	27,69	29,82
14	21,06	23,68	26,12	29,14	31,32
15	22,31	25	27,49	30,58	32,8
16	23,54	26,3	28,85	32	34,27
17	24,77	27,59	30,19	33,41	35,72
18	25,99	28,87	31,53	34,81	37,16
19	27,2	30,14	32,85	36,19	38,58
20	28,41	31,41	34,17	37,57	40
21	29,62	32,67	35,48	38,93	41,4
22	30,81	33,92	36,78	40,29	42,8
23	32,01	35,17	38,08	41,64	44,18
24	33,2	36,42	39,36	42,98	45,56
25	34,38	37,65	40,65	44,31	46,93
26	35,56	38,89	41,92	45,64	48,29
27	36,74	40,11	43,19	46,96	49,65
28	37,92	41,34	44,46	48,28	50,99
29	39,09	42,56	45,72	49,59	52,34
30	40,26	43,77	46,98	50,89	53,67
40	51,81	55,76	59,34	63,69	66,77
50	63,17	67,5	71,42	76,15	79,49
60	74,4	79,08	83,3	88,38	91,95
70	85,53	90,53	95,02	100,43	104,21
80	96,58	101,88	106,63	112,33	116,32
90	107,57	113,15	118,14	124,12	128,3
100	118,5	124,34	129,56	135,81	140,17

Fuente: file:///H:/chi_cuadrado.%20tabla.html.

Elaborado por: Natalia Orbe O.

Grado de Libertad.

GL = (2-1) (2-1).

G1 = (1) (1).

$G1 =$
 Nivel de confianza = 0.05.
 Chi- Cuadrado Tabla.
 $X^2_t = 3.84.$
 $X^2_c = 16$

Cuadro N° 64
Tabla de Contingencia.

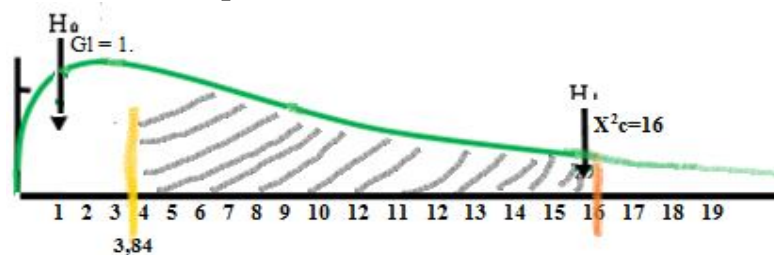
FRE. OBSERVA	FRE. ESPERAD	$X^2 = \sum (Fo - Fe)^2 / Fe$
0	4	4
8	4	4
8	4	4,00
0	4	4,00
16	16	16,00

Fuente: Encuesta aplicada a la Empresa "Engine Truck's"
 Elaborado por: Natalia Orbe O.

Chi-Cuadrado calculado = 16

$X^2_c = 16 > X^2_t = 3,84.$

Gráfico N° 26
Representación Chi-Cuadrado



Fuente: Elaboración propia
 Elaborado por: Natalia Orbe O.

El valor del chi-cuadrado calculado es de **16** con **(1)** grado de libertad por lo tanto es mayor que el chi-cuadrado tabulado cuyo valor es de **3,84** con Nivel de confianza de 0.05.

Por lo tanto queda aceptada la hipótesis general: La elaboración e implementación de un Plan de negocios para la empresa "ENGINE TRUCK'S", de la ciudad de Riobamba contribuirá en el mejoramiento de su rentabilidad.

Decisión de la Hipótesis general

Mediante la implementación de un Plan de negocios para la empresa "ENGINE TRUCK'S", permitirá incrementar la rentabilidad así como también el económico financiero de la misma.

CAPITULO V

5.1 CONCLUSIONES

- Se concluyó que la estructura administrativa y financiera de la empresa no está apropiada a sus requerimientos, las encuestas aplicadas al personal que labora en la empresa “ENGINE TRUCK’S” dio como resultado, la mala asignación de funciones, responsabilidades, falta de capacitación y el mal reclutamiento y selección del personal, también se determinó que la empresa no cumple con los parámetros de seguridad industrial y salud en el trabajo.
- Se determinó que la empresa estuvo aplicando algunas estrategias sin saber su correcto uso, es por eso que los resultados de la empresa no fueron los esperados.
- La infraestructura actual del taller está en proceso de mejoramiento y ampliación ya que es un sitio no apto para brindar todas las facilidades necesarias a sus clientes internos y externos.
- La Investigación de mercado determinó la existencia de demanda insatisfecha para la nueva línea de servicio que pretende ofertar la empresa automotriz, para abarcar otros segmentos de necesidad, basados en la ejecución del plan de negocios.
- Luego de analizar y estudio del macro y micro entorno, conjuntamente con los resultados de las encuestas aplicadas a los trabajadores de la empresa “ENGINE TRUCK’S”, se determinó falencias en políticas de implementación del marketing MIX, los cual ha impedido que la empresa tenga un posicionamiento de sus servicios ofertados por la empresa en la ciudad de Riobamba.

5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda aplicar el sistema de administración del talento humano para lograr eficiencia, eficacia y efectividad del personal, aplicando el modelo administrativo del talento humano desarrollado en la presente investigación, lo cual conllevaría a optimizar los costos de operatividad, potencialización del talento humano, seguridad industrial, salud ocupacional y ahorro en la masa salarial.
- Se recomienda que la empresa aplique estrategias que reflejen resultados óptimos y permitan cumplir con cada uno de los objetivos empresariales planteados.
- La empresa “ENGINE TRUCK’S”, debe contar con una infraestructura de calidad, para de esta manera cumplir con la seguridad y salud ocupacional tanto de sus trabajadores como de sus clientes, y de esta manera contribuir con la mejora continua y posicionar una buena imagen empresarial.
- Se recomienda que la empresa aproveche la demanda insatisfecha existente en la ciudad de Riobamba, ya que actualmente existen mecánicas que no prestan las condiciones ni la tecnología adecuada para realizar los servicios de mantenimiento y reparación vehicular.
- Aplicar el plan de marketing o comunicación MIX establecido en el presente trabajo de estudio, vigilando su correcto desarrollo e implementación para posicionar y difundir los servicios ofertados por la empresa en el mercado local con miras de expansión al mercado industrial nacional.

BIBLIOGRAFÍA

- AYALA, J (2007), “Manual de Elaboración y Evaluación de Planes o Proyectos de Negocios” (Guayaquil-Ecuador).
- BLOCK, S. &HIRT G (2008) “Fundamentos de Administración Financiera, 12^{ma} Edición (México-México).
- BALANKO-DICKSON, G (2008) “Como preparara un Plan de Negocios exitoso” (México-México).
- CHASE, R. &AQUILANO, N (2008) “Como preparara un Plan de Negocios exitoso” (México-México).
- Código orgánico de la producción comercio e inversión (2010).
- FLOR GARCÍA, G (2006) “Guía para Elaborar Planes de Negocios” (Quito-Ecuador).
- FRIEN, G. &ZEHLE, S (2008) “Como diseñar un plan de negocios” (Buenos-Aires).
- GÓMEZ, V &PALAO, J (2008) “Diez claves para ser un empresario de éxito” 12^{ma} Edición (México-México).
- HOLTON, J &KEATING, B (2007) “Pronósticos para los negocios con ForecastX” 5ta Edición (México-México).
- KLOTTER, P (2012) “MARKETING”, 14 Edición, (México). Pearson Education.
- NAYAJO, P (2012) “Planificación estratégica en organizaciones no Lucrativas” Madrid-España), Narcea ediciones.
- ORTIZ, H. (2008) “Análisis Financiero Aplicado” 13Edición (Bogotá-Colombia).

- REYES, A (2004) “Administración moderna” (México-Limusa)
- STANTON, W. & WALKER, B (2004) “Fundamentos de marketing” México
Mg Graw Hill.
- SANDHUSEN, R (2002) “Mercadotecnia” (México), CECSA
- SAGAP, N. (2007) “Proyectos de Inversión formulación y evaluación” (México)
Pearson.

WEBGRAFÍA

- Athos&Pascale (2008) Valores Corporativos. Recuperado el 20 de Junio 2013 de <http://valoresgerenciales.blogia.com/2008/120301-athos-y-pascale.php>
- E-Conomic Contabilidad en línea. (s.f.). Definición de Marketing Mix. Recuperado el 10-Mayo-2013, de <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-marketing-mix>.
- Mejía, C (2004) Valores Corporativos. Recuperado el 02 de Junio de 2013 <http://planning.co/bd/archivos/Abril2004.pdf>
- PYMES (2011). Plan de Negocios. Recuperado 10 de Mayo de 2013, de <http://www.planning.com.co/bd/archivos/Julio1999.pdf>.
- http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/Planes_De_Negocio/2005/taller_automotriz_multimarca.pdf.

SOX
NEW

PROYECTO DE TESIS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

VICERRECTORADO DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

INSTITUTO DE POSTGRADO

PROGRAMA DE MAESTRIA EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

MENCIÓN FINANZAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA ENGINE TRUCKS, DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD FINANCIERA, PERIODO MARZO – SEPTIEMBRE 2013

AUTORA

NATALIA ALEJANDRA ORBE OBREGÓN

Riobamba – Ecuador

2013

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

1. TEMA:

ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA ENGINE TRUCK'S, DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD FINANCIERA, PERIODO MARZO – SEPTIEMBRE 2013.

2 PROBLEMATIZACIÓN

2.1 Ubicación del sector donde se va a realizar la investigación

La presente investigación se lo realizará en la empresa ENGINE TRUCK'S ubicada en la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, periodo marzo – septiembre 2013.

El auge de crecimiento económico de la ciudad de Riobamba que se ha registrado durante la última década, gracias a sus habitantes se ha dado en todos los ámbitos entre ellos el comercio, la vivienda y sin dejar de lado la transportación, eje fundamental para el crecimiento económico de las grandes urbes.

Gracias a estar ubicada en el centro de país, la ciudad cuenta privilegiadamente con zonas eminentemente agrícolas lo que ha permitido el desarrollo de la transportación de vehículos pesados y es por ello que ENGINE TRUCK'S, desea ofertar sus servicios al sector del transporte (volquetas, camiones livianos y pesados, buses, camionetas y tractocamiones) que necesiten de reparación de motores y mantenimiento en inyección a diesel.

La empresa ENGINE TRUCK'S se encuentra ubicada en la avenida Leónidas Proaño y Caribes, cuenta con un área total de 1500 m² dentro del sector metropolitano del cantón Riobamba, tiene facilidades de acceso y todos los servicios básicos (luz, línea telefónica, internet, alcantarillado), para brindar al usuario un servicio de calidad.

SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

ENGINE TRUCK´S, inició como una pequeña empresa en el año 2012, prestando servicios de mantenimiento y reparación de vehículos diesel y gasolina, brindando servicios como diagnóstico de fallas, mantenimiento y reparación de sistemas de refrigeración, lubricación y ruedas, tanto a vehículos de carga y de pasajeros, atendiendo básicamente el mercado local.

El crecimiento vertiginoso y la aceptación que la empresa ha tenido desde sus inicios ha hecho que la misma tenga procesos informales, lo que se manifiesta al no poseer un edificio administrativo que le permita procesos ágiles y dinámicos de atención, por lo cual se vuelve imprescindible la formalización de procesos mediante la organización administrativa y financiera que le permita cubrir sus gastos, pagar sus obligaciones tributarias y municipales.

Otro de los atenuantes ha sido la contratación eventual de personal, que no ha respondido a las necesidades de una correcta cultura organizacional y depuración de talento humano, en la actualidad el proceso se realiza con la recepción de datos personales, una entrevista ligera y para tan solo cubrir la necesidad de personal por temporada de trabajo.

Es así, que también la empresa al no poseer empleados fijos los problemas de indemnizaciones, demandas laborales y no cumplimiento de obligaciones patronales ha hecho que ENGINE TRUCK´S, decaiga en su función operativa no así en su trabajo de atención al cliente.

Es importante también que al no poseer instrumentos de comunicación, tener personal calificado, capacitado y que se encuentre debidamente socializadas las metas y objetivos de la empresa permita un crecimiento paulatino de personal, de ingresos e innovación tecnológica.

Las actividades de servicios de mantenimiento vehicular desarrolladas por la empresa se han venido prestando con normalidad en función de las necesidades del negocio frente a sus usuarios. Satisfecho en parte a los requerimientos y rendimientos económicos del propietario, no obstante, los ingresos del negocio no son suficientes para el normal crecimiento del mismo.

La empresa no posee lineamientos de compra de tecnología de acuerdo a su crecimiento, en la actualidad se compra materiales y equipos de acuerdo a la necesidad eventual, lo que disminuye a futuro la renovación de equipos y maquinaria, ya que se realizan compras parches que no dejan rentabilidad en la empresa.

Es necesario desarrollar y mejorar la imagen empresarial ya que no existe publicidad (interna y externa), los clientes que actualmente posee es gracias a la difusión verbal, también por la satisfacción de los servicios. Por ello se necesita formalizar este proceso con pautas que publiciten servicios, maquinaria y personal de la empresa ENGINE TRUCK'S.

En la ciudad de Riobamba desafortunadamente no existe un apoyo adecuado a las nuevas inversiones, sin embargo hay personas que creen en nuevos proyectos e ideas que sus habitantes proponen, es por ello que se necesita tener siempre una mentalidad proactiva para proyectarnos a un mejor futuro de una forma organizada y socializada y alcanzar metas y un crecimiento paulatino que no obligue a un cierre de operaciones y a despido de personal que detenga el crecimiento de negocios e inversiones

2.3 Formulación del problema

¿Cómo la elaboración e implementación de un plan de negocios para la empresa ENGINE TRUCK'S de la ciudad de Riobamba y su incidirá en la rentabilidad financiera, dentro del período marzo – septiembre 2013?

2.4 Problemas Derivados

- ¿Cuál es la estructura administrativa y financiera adecuada, que incidirá en el desarrollo de la empresa ENGINE TRUCK'S?
- ¿Cómo la selección organizada de talento humano aporta a la rentabilidad de la empresa?
- ¿Qué lineamientos se deben tomar en consideración en la elección de tecnología moderna para el crecimiento empresarial?
- ¿Cómo influye la publicidad en el mejoramiento de la imagen empresarial de ENGINE TRUCK'S?

3. JUSTIFICACIÓN

El crecimiento del sector empresarial de Riobamba, en los últimos años ha sido de gran importancia dentro de la economía del país en sus diferentes formas. Las nuevas tendencias empresariales se enfocan en ser competitivos tanto en bienes tangibles como en servicios.

ENGINE TRUCK´S, es una empresa creada para ofertar servicios y vender repuestos al sector de la transportación en carga liviana, pesada y de transporte público. Ya que desde hace algunos años los transportistas tienen que realizar revisiones, servicios técnicos en otras ciudades como es la ciudad de Ambato, lo que incrementaba sus costos de operación y baja rentabilidad. Ante esta necesidad por la visión de una empresaria riobambeña que quiere a su ciudad aporta con nuevos servicios que permiten al usuario ser más competitivo.

Es por ello que se vuelve imprescindible tener la normativa adecuada para un crecimiento sostenido y contar con personal fijo bajo una depuración adecuada de talento humano capacitado y consiente de los beneficios y servicios que puede brindar a la transportación riobambeña y del centro del país.

Definir ¿qué?, ¿cómo?, y ¿a quién?, comprar y adquirir tecnología, es un proceso que permite a las empresas realizar un escogimiento minucioso de los beneficios de pre y post venta, y de esta manera poseer equipos que le permitan trabajar sin interrupciones y sin problemas de mantenimiento, siguiendo una línea de procesos de calidad y a tiempo.

Uno de los principales lineamientos que se presentará es la elaboración de un manual de procedimientos, para mejorar y automatizar los ya existentes, así como también definir el rol funcional de cada uno de los trabajadores y administradores de ENGINE TRUCK´S.

La investigación adicionalmente contempla el posicionamiento de la empresa mejorando su imagen publicitaria en sus actuales y potenciales clientes que requieran de sus servicios y repuestos, en donde el conocimiento de su ubicación, los servicios que brinda, la tecnología que posee, la calidad de trabajo y el tiempo adecuado en cada uno de los procesos que permitan dar una imagen de eficacia y eficiencia.

Es importante recalcar que los procesos y las propuestas no dan resultado sino existe un tiempo pasar de compromiso de sus administradores, empleados motivados y que conscientes de que lleva la informalidad a la formalidad de procesos adecuados les permitirán contar con una empresa con rentabilidad económica, estabilidad laboral y crecimiento tecnológico más un posicionamiento en sus clientes.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

- Desarrollar e implementar un Plan de negocios para la empresa ENGINE TRUCK´S, de la ciudad de Riobamba para establecer su incidencia en la rentabilidad financiera, para el periodo marzo – septiembre 2013.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la estructura administrativa y financiera de empresa ENGINE TRUCK´S.
- Elaborar normativas de selección de personal de acuerdo a las necesidades administrativas y operativas de ENGINE TRUCK´S.
- Determinar los lineamientos para la elección adecuada elección de tecnología que permita un crecimiento operativo de ENGINE TRUCK´S.
- Proponer el mejoramiento de la imagen empresarial de ENGINE TRUCK´S, a través de publicidad que posicione a la empresa y sus servicios.

5 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

5.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIONES ANTERIORES

La presente investigación se enmarca en la Elaboración e Implementación de un Plan de negocios para la empresa ENGINE TRUCK´S, de la ciudad de Riobamba y su incidencia en la rentabilidad financiera, que durante su corta trayectoria en el mercado industrial sus directivos no han contado con una un Plan de negocios acorde a sus necesidades, es por eso que se vio la necesidad de establecer un plan de negocios apropiado a sus Actividades Económicas-Financieras.

Para el desarrollo de la presente investigación, se realizó una revisión de trabajos afines que aportaran información complementaria a los aspectos relacionados con el problema de estudio, seguido se apoyó en Internet, Libros y en Tesis que se encuentran al alcance

en la Biblioteca de la Universidad Nacional de Chimborazo, sobre temas que se pudieran usar como referencia para la elaboración del plan de tesis.

Con la finalidad de fundamentar el presente trabajo investigativo se ha considerado importante tomar como referencia Trabajos Investigativos de similar índole, los mismos que se describen a continuación:

La tesis titulada “Estudio técnico-económico para la creación de un taller de servicios automotrices en la ciudad de Esmeraldas”, de los autores Roxana Elizabeth Valencia Navarrete y Roxana Mariuxi Valencia Navarrete, ha llegado a la siguiente conclusión: “Se determinó que al ser requerido un estudio de impacto del taller al ambiente, se diseña un plan de manejo ambiental basado en un programa de prevención y mitigación de impacto, un programa de contingencia, el programa de capacitación, el personal de salud ocupacional y seguridad, el programa de relaciones comunitarias, el programa de rehabilitación de áreas afectadas, el programa de almacenamiento y manejo de combustible”

Al igual que la tesis titulada “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios automotrices (TECNICENTRO) en la ciudad el Carmen provincia de Manabí” de la autoría de Evelyn Nathaly Carrera Ramos, concluye lo siguiente: “Utilizando la investigación primaria se pudo determinar que el 100 % de las personas encuestadas están de acuerdo con la utilización de un TECNICENTRO con tecnología avanzada. Se determinó que existe una demanda insatisfecha de 4799 vehículos en el 2012 y de 10516,6 vehículos en el 2019, por lo cual hay un incremento del 17% anual del parque automotriz, lo que indica en primera instancia que el proyecto es viable”

También se encontró la tesis sobre el tema “Implementación de un programa de mantenimiento productivo total (TPM) al taller automotriz del municipio de Riobamba” del autor: Juan Carlos Morales Flores que han llegado a la siguiente conclusión “En función a los resultados obtenidos en el análisis de la situación actual del taller del municipio del Cantón Riobamba se ha implantado el programa TPM en las instalaciones de la institución.

“como complemento al programa TPM se realiza la propuesta de seguridad y cuidado ambiental, mediante señaléticas de seguridad y equipos de protección individual para

reducir los riesgos existentes; así como las directrices y lineamientos para empezar a preocuparse por los residuos resultantes del proceso de mantenimiento”

De los tres trabajos investigativos citados anteriormente se puede determinar que tiene algo en común, es decir, que guardan relación directa o indirectamente con la Gestión Financiera que se pone en práctica día a día en las diferentes entidades crediticias y lo indispensable que es la aplicación de un sistema en la que puedan guiarse para una toma de decisiones adecuada sin poner en riesgo la actividad o vida organizacional.

Se puede determinar que la inexistencia de un plan de negocios dentro de una empresa puede incidir de manera directa para la toma de decisiones, de esta manera se estaría ayudando no solo a los directivos sino que también a la sociedad en general.

Luego de una revisión y estudio de tesis consultadas en la biblioteca de la Universidad Nacional de Chimborazo, se evidencio que no existen específicamente temas similares al estudio que se va a desarrollar.

Fundamentación Epistemológica.- La epistemología estudia cómo se genera y se valida datos y analizar siguiendo instrucciones y reglas que se emplean dentro de una organización, considerando los factores sociales, psicológicos y hasta históricos.

El servicio al cliente.-Para ENGINE TRUCK´S el objetivo principal es brindar un servicio con calidad, satisfaciendo las necesidades de sus clientes, lo que garantizará que la empresa se mantenga en el tiempo.

5.2 Fundamentación Axiológica

Axiología proviene del griego axios “valioso” y logos “tratado”, es la rama de la filosofía que trata del estudio de la naturaleza de los valores y de los juicios valorativos.

La investigación está influida por los valores, en la presente investigación se toma en cuenta el contexto socio-cultural en el que desarrolla el problema, respetando valores morales, éticos y políticos de todos quienes conforman la empresa.

“Los valores corporativos son reglas o pautas mediante las cuales una compañía exhorta a sus miembros a tener comportamientos consistentes con su sentido de existencia (orden, seguridad y desarrollo)” (Condina, A, 2008).

“Los valores, como herramientas o enfoques gerenciales, han venido ocupando un lugar cada vez más relevante en las teorías y prácticas de la administración en los últimos años.” (Condina, A, 2004).

Los valores corporativos son aquellos elementos de cultura organizacional propios de cada organización, aquellas características competitivas de sus entorno está compuesto por la competencia y las expectativas de los clientes y propietarios.

En conclusión los valores son indicios que el personal de la toda empresa o institución deben adoptarlos para la oferta de un producto o servicio a sus clientes, es decir los valores deben ser socializados para la satisfacción de los clientes.

VALORES INSTITUCIONALES:

- Integridad, honestidad y transparencia, es el sello que nos caracteriza.
- Excelente servicio y respeto a nuestros clientes y usuarios.
- Profesionalismo y eficiencia en todas las labores y actividades.
- Trabajo en equipo con respeto, iniciativa y creatividad.
- Capacidad para tomar decisiones responsables y flexibilidad para aceptar los cambios.

5.3 Fundamentación Legal

La Constitución de la República del Ecuador en el art. 325 manifiesta que el Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de autosustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

En el art. 328 de la Constitución de la República del Ecuador manifiesta que la remuneración será justa, con un salario digno que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora, así como las de su familia; será inembargable, salvo el pago de pensiones por alimentos.

La empresa ENGINE TRUCK'S, está constituida como una empresa natural, no obligada a llevar contabilidad, cumple con las exigencias que el Estado impone a los emprendimientos, así también el pago de patentes y servicios básicos.

Cuenta también con permisos medio ambientales que les permite posicionarse como una empresa consciente del daño ecológico que causa el derrame de líquidos, aceites derivados del petróleo.

5.4 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

PLAN DE NEGOCIOS

(KOENES, 1994).“El plan de negocios es la selección y organización de las acciones futuras que deberán ejecutar las personas que trabajan en la empresa y que, partiendo de los recursos que se prevé estarán disponibles, se estructuran armónicamente con miras al logro de determinados resultados, previniendo el establecimiento de los mecanismos que permitan el control del cumplimiento de los mismos.

El plan de negocios no existe en el aislamiento. No debe redactarse y luego archivarse. Se remitirá, desde luego, a los niveles inferiores para comunicar la dirección sigue la empresa y que actividades deben realizar sus elementos. Sin embargo, casi todos los planes identifican también la necesidad de más recursos que deben provenir de fuera de la empresa, donde nació el plan. (STUTELY, 2000).“

El plan de negocios es una estructuración ajustada a una empresa que tiene los recursos económicos y el talento humano disponible para emprender un mejoramiento actual o futuro, para un armónico desarrollo empresarial.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente un plan de negocios para cualquier empresa posee los siguientes beneficios:(ROJAS, 2004)

- El máximo beneficio y rentabilidad.
- Ayuda a la productividad y eficacia de la empresa.
- Permite la supervivencia y viabilidad de todos los factores relevantes del negocio.
- Es una herramienta que permite la estabilidad y la continuidad.
- Permite el crecimiento y expansión del negocio.
- Es una herramienta que permite la adaptabilidad y flexibilidad

- Permite la innovación y mejora continua para el entorno de la empresa
- Es un instrumento que permite medir la excelencia y calidad.
- Permite confrontar las ideas con la realidad porque la dinámica del plan fuerza a considerar todos los factores relevantes del negocio.
- Es un cronograma de actividades que permite coordinar la realización de tareas de acuerdo con un calendario establecido.

CARACTERÍSTICAS DEL PLAN DE NEGOCIOS:

Ajustable a la empresa.- El plan de negocios debe ser estudiado de acuerdo a la población que desea intervenir y en tal virtud debe contemplar la capacidad de cambio operativo y tecnológico que permita a la empresa implementarlo y ajustarse a sus requerimientos y necesidades de crecimiento.

Flexible.- Es la capacidad de adaptación al cambio sea este operativo, funcional y tecnológico.

Medible.- Se puede analizar el retorno de la inversión cuantificándolo en dinero.

(ROI).- es un indicador financiero de la efectividad de la inversión de mercadeo en la rentabilidad o ganancia de la empresa. También podemos definir valores financieros tangibles y su resultado en la variación del margen o beneficio de la empresa.

Validación y verificación de Resultados.- Es el proceso para garantizar que un diseño cumple con los requisitos. La verificación confirma que los productos reflejan los requisitos especificados para cada caso concreto, garantizando que “desarrolló el servicio correctamente”. La validación confirma que el producto o servicio final se ajustará al uso pretendido, garantizando que el desarrollo del producto y/o servicio correcto”.

Proyección.- Es la visión de crecimiento que se desea implantar en los usuarios y proveedores a corto, mediano y largo plazo.

Marketing.- Es la forma de cómo llegar a sus posibles usuarios, ofreciéndoles sus servicios, para así incrementar sus ventas, promocionando todos sus servicios, utilizando medios radiales, televisivos, hojas volantes, banners.

Publicidad.- Es la forma como será socializado el plan de negocios para los agentes internos que conforman el plan de negocios y los potenciales clientes que observarán los medios promocionales de la empresa sean estos impresos, de radio o televisión.

Importancia del plan de negocios

El propósito general de las empresas; en estudio Comercial, técnico, financiero y de organización, incluyendo temas como los canales de comercialización, el precio, la distribución, el modelo de negocio.

Para emprender y crecer en una empresa se requiere un plan de negocios, éste debe considerar la creación de un proyecto escrito que evalúe todos los aspectos de la factibilidad económica de su iniciativa comercial con una descripción y análisis de sus perspectivas empresariales, el plan debe incluir:

- En primer lugar, definirá y enfocará su objetivo haciendo uso de información y análisis adecuados
- Puede usarlo como una herramienta de venta para enfrentar importantes relaciones, incluidas aquellas con sus prestamistas, inversionistas y bancos.

Parte de un Plan de Negocios se tiene como principales estrategias, el comercio electrónico, que refiere a la venta de productos en el Internet, actualmente este segmento presenta el crecimiento más acelerado de la economía.

Es importante mencionar que para un Plan de Negocios óptimo el área de Marketing es importante en donde se planifica la manera de llevar la imagen corporativa a los usuarios y proveedores.

De igual forma para un plan de Negocios son analizados los productos y/o servicios que ofrecen al público al que están dirigidos y qué se ofrece. Si bien para un plan de Negocios de Marketing tiene un estrecho vínculo con el plan de medios, el Plan de Marketing define con claridad qué es el producto final, con sus variables analizadas, su presentación y los objetivos puntuales de las campañas y sus acciones.

Las empresas requieren de un mercado global que elimine las barreras físicas que imponen los mercados nacionales y ofertar una vitrina de productos y servicios a través

de la innovación y la incubación de nuevas ideas que aporten en el crecimiento empresarial.

Por lo tanto los puntos clave son los siguientes:

- Evaluar su preparación global e identificar las áreas específicas del negocio que requieren atención.
- Identificar los mercados potenciales y realizar estudios de mercado a fondo.
- Obtener ayuda práctica con la implementación.

Para obtener un plan de Negocio el proceso expansivo, obliga a los empresarios a formarse en su capacidad comercial y negociadora. Sin embargo, es importante que no sólo ellos estén inmersos en esta temática; su personal de trabajo, o aquél que esté capacitado para ello, también debería tener acceso a los aspectos más significativos del comercio, la logística, el impacto que esto implica en la organización y hasta los aspectos legales relacionados con el plan de Negocios.

RENTABILIDAD DEL NEGOCIO

En la rentabilidad operativa de una empresa si hay una palabra que entre en un mundo directivo se usa tanto o más que la de “beneficio”, es la rentabilidad, la empresa debe ser encima de todo “rentable”.

La rentabilidad económica se centra en evaluar el rendimiento de los activos totales manejados por la dirección de la empresa, con independencia del método de financiación utilizado, esto es, sin considerar quiénes han aportado los recursos (propietarios o acreedores).

RENTABILIDAD FINANCIERA

MARTÍNEZ Nay (2009), La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona **Return On Equity (ROE)**, es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado. La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente,

y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios. Además, una rentabilidad financiera insuficiente supone una limitación por dos vías en el acceso a nuevos fondos propios. Primero, porque ese bajo nivel de rentabilidad financiera es indicativo de los fondos generados internamente por la empresa; y segundo, porque puede restringir la financiación externa.

La rentabilidad financiera es, por ello, un concepto de rentabilidad final que al contemplar la estructura financiera de la empresa (en el concepto de resultado y en el de inversión), viene determinada tanto por los factores incluidos en la rentabilidad económica como por la estructura financiera consecuencia de las decisiones de financiación.

$$ROE = \frac{\textit{Beneficio Neto}}{\textit{Patrimonio Neto}}$$

ESTRATEGIAS DE RENTABILIDAD

La empresa debe utilizar por lo menos una (o todas) las estrategias siguientes para determinar su política de calidad que determinará su rentabilidad:

Cumplimiento de las especificaciones. El grado en que el diseño y las características de la operación se acercan a la norma deseada. Sobre este punto se han desarrollado muchas fórmulas de control: Sello Norven de calidad, normas ISO 9.000, ISO 14.000, etc.

Durabilidad. Es la medida de la vida operativa del producto. Por ejemplo, la empresa Ferrari garantiza que los vehículos que ellos fabrican tienen el promedio de vida útil más alto y por eso su alto precio.

Seguridad de Uso. La garantía del fabricante de que el producto funcionará bien y sin fallas por un tiempo determinado. Chrysler en Venezuela, da la garantía más amplia a sus vehículos: 2 años o 50.000 kilómetros, demostrando su confianza en la calidad de manufactura.

Existen 9 factores primordiales que influyen en la rentabilidad y los cuales iremos analizando a lo largo del trabajo:

- Intensidad de la inversión
- Productividad
- Participación de Mercado
- Desarrollo de nuevos productos o diferenciación de los competidores
- Calidad de producto/servicio
- Tasa de crecimiento del mercado
- Integración vertical
- Costos operativos
- Esfuerzo sobre dichos factores

INTENSIDAD DE LA INVERSIÓN

Cuando invertimos estamos dando algo a alguien con el fin de obtener algo mejor. Se puede invertir de muchas formas, invertir nuestro tiempo en una relación, la inteligencia en el trabajo o los fines de semana haciendo deporte para tener una buena salud.

Así como se puede invertir en cualquiera de estas situaciones esperando algo bueno a cambio, podemos invertir nuestro dinero en un fondo mutuo esperando asegurar un capital que nos garantice mantener un nivel de vida en una etapa de retiro o convertir en realidad alguno de nuestros sueños hacia futuro.

Invertir dinero es poner el dinero en algún tipo de instrumento financiero, llámese acciones, bonos, fondos mutuos, esperando más dinero a cambio.

Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición.

PRODUCTIVIDAD

Para que un negocio pueda crecer y aumentar su rentabilidad (o sus utilidades) es aumentando su productividad. Y el instrumento fundamental que origina una mayor productividad es la utilización de métodos, el estudio de tiempos y un sistema de pago de salarios.

La productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. En la fabricación la productividad sirve para evaluar el rendimiento del recurso material y humano.

Productividad en términos de empleados es sinónimo de rendimiento. En un enfoque sistemático decimos que algo o alguien es productivo con una cantidad de recursos (Insumos) en un periodo de tiempo dado se obtiene el máximo de productos.

La productividad en las máquinas y equipos está dada como parte de sus características técnicas. No así con el recurso humano o los trabajadores. Deben de considerarse factores que influyen. Al disminuir la ineficiencia, la productividad aumenta. La eficiencia es el límite de la productividad. La productividad óptima, es el nivel de eficiencia para el cual fue pretendido el proceso.

PARTICIPACIÓN DE MERCADO

Este tipo de estudio es realizado con la finalidad de determinar el peso que tiene una empresa o marca en el mercado. Se mide en términos de volumen físico o cifra de negocios. Estas cifras son obtenidas mediante investigaciones por muestreo y la determinación de los tamaños poblacionales.

De manera similar que los estudios de penetración y tamaño del mercado, las empresas contratantes de este tipo de estudios son principalmente negocios que venden a otras empresas en el área industrial, así como mercados donde no se dispone de investigaciones sectoriales (por ejemplo: educación, ciertas unidades de negocios de las telecomunicaciones, entretenimiento, etc.)

Los principales objetivos de este tipo de estudio son los siguientes:

1. Determinar la participación de mercado de la empresa y sus marcas, partiendo de las cifras de venta o volúmenes vendidos.
2. Monitorear el crecimiento de la empresa o sus marcas a lo largo del tiempo.

DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS O DIFERENCIACIÓN DE LOS COMPETIDORES.

Un nuevo producto puede ser creado o hecho "nuevo" de muchas maneras. Un concepto enteramente nuevo se puede traducir en un nuevo artículo y/o servicio. Simples cambios secundarios en un producto existente pueden convertirlo en otro "nuevo" o se puede ofrecer un producto existente a nuevos mercados que lo considerarán "nuevo". Sólo podemos considerar nuevo un producto durante un período limitado.

Esto corresponde a la actitud de innovación que es una filosofía paralela a la del concepto de mercadotecnia.

Cuando se incluye un nuevo producto debe tomarse en consideración la innovación y la calidad del producto/servicio, sin dejar a un lado la diferenciación del producto en el mercado y superando siempre a los competidores del mercado que son un gran número de compradores y vendedores de una mercancía, que además de ofrecer productos similares, igualmente tienen libertad absoluta para sus actividades inherentes y no hay control sobre los precios ni reglamento para fijarlos.

Estudios han demostrado que las industrias en crecimiento son aquellas que están orientadas a productos nuevos.

CALIDAD DE PRODUCTO/SERVICIO.

El significado de esta palabra puede adquirir múltiples interpretaciones, ya que todo dependerá del nivel de satisfacción o conformidad del cliente. Sin embargo, la calidad es el resultado de un esfuerzo arduo, se trabaja de forma eficaz para poder satisfacer el deseo del consumidor. Dependiendo de la forma en que un producto o servicio sea aceptado o rechazado por los clientes, podremos decir si éste es bueno o malo.

TASA DE CRECIMIENTO DEL MERCADO

La tasa de crecimiento es la manera en la que se cuantifica el progreso o retraso que experimenta un producto en el mercado en un período determinado. Esto tiene que ver también, con el ciclo de vida del producto, que se define por ser el clásico ciclo de nacimiento, desarrollo, madurez y expiración, aplicado a las ventas de un producto.

INTEGRACIÓN VERTICAL

La integración vertical comprende un conjunto de decisiones que, por su naturaleza, se sitúan a nivel corporativo de una organización. Dichas decisiones son de tres tipos:

1. Definir los límites que una empresa debería establecer en cuanto a las actividades genéricas de la cadena de valor de la producción.
2. Establecer la relación de la empresa con las audiencias relevantes fuera de sus límites, fundamentalmente sus proveedores, distribuidores y clientes.
3. Identificar las circunstancias bajo las cuales dichos límites y relaciones deberían cambiar para aumentar y proteger la ventaja competitiva de la empresa.

Este conjunto de decisiones permiten caracterizar a una empresa: qué bienes y capacidades forman parte de la empresa y que tipos de contratos se establecen con agentes externos.

COSTOS OPERATIVOS

Los costos en que incurre un sistema ya instalado o adquirido, durante su vida útil, con objeto de realizar los procesos de producción, se denominan costos de operación, e incluyen los necesarios para el mantenimiento del sistema.

Dentro de los costos de operación más importantes tenemos los siguientes:

a. Gastos técnicos y administrativos. Son aquellos que representan la estructura ejecutiva, técnica y administrativa de una empresa, tales como, jefes de compras, almacenistas, mecánicos, veladores, dibujantes, ayudantes, mozos de limpieza y envíos, etc.

b. Alquileres y/o depreciaciones. Son aquellos gastos por conceptos de bienes muebles e inmuebles, así como servicios necesarios para el buen desempeño de las funciones ejecutivas, técnicas y administrativas de una empresa, tales como: rentas de oficinas y almacenes, servicios de teléfonos. Etc.

c. Obligaciones y seguros. Son aquellos gastos obligatorios para la operación de la empresa y convenientes para la dilución de riesgos a través de seguros que impidan una súbita descapitalización por siniestros. Entre estos podemos enumerar: inscripción a la Cámara Nacional de la Industria de la Construcción, registro ante la Secretaría del Patrimonio Nacional, Seguros de Vida, etc.

d. Materiales de consumo. Son aquellos gastos en artículos de consumo, necesarios para el funcionamiento de la empresa, tales como: combustibles y lubricantes de automóviles y camionetas al servicio de las oficinas de la planta, gastos de papelería impresa, artículos de oficina, etc.

e. Capacitación y Promoción. Todo colaborador tiene el derecho de capacitarse y pensamos en que tanto éste lo haga, en esa misma medida o mayor aún, la empresa mejorará su productividad. Entre los gastos de capacitación y promoción podemos mencionar: cursos a obreros y empleados, gastos de actividades deportivas, de celebraciones de oficinas, etc.

Los costos de operación son los necesarios a fin de operar y mantener el sistema que se proyecta, de manera que se obtenga de éste los productos esperados, en las condiciones previstas durante la etapa de estudio y diseño.

6 HIPÓTESIS

6.1 HIPÓTESIS GENERAL

La elaboración e implementación del plan de negocios en la empresa ENGINE TRUCK'S de la ciudad de Riobamba, incidirá en su rentabilidad, en el periodo marzo – septiembre del 2013.

6.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- El plan de negocios mejorará la estructura administrativa y financiera de empresa ENGINE TRUCK'S.

- Las normativas de selección de personal estarán de acuerdo a las necesidades administrativas y operativas de ENGINE TRUCK´S.
- Los lineamientos para la elección adecuada elección de tecnología permitirá un crecimiento operativo de ENGINE TRUCK´S.
- La imagen empresarial de ENGINE TRUCK´S, a través de publicidad posicionará a la empresa y sus servicios.

7 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

El plan de negocios mejorará la estructura administrativa y financiera de empresa ENGINE TRUCK´S.

OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS 1

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Variable Independiente Plan de negocios	Es una guía, lineamientos o planes que la empresa la desea poner en acción para llegar a conseguir un objetivo.	Características	Tipo de negocio	Observación Encuesta Entrevista
		Empresa	Utilidad Ventas Costos operativos	
Variable Dependiente Estructura administrativa y financiera de empresa ENGINE TRUCK´S	Es el correcto desempeño orgánico y funcional de cada una de las personas (empleados) que son parte de la empresa y de esta forma conseguir	Correcto desempeño	Favorables Desfavorables Optima	
		Empleados	Nivel de escolaridad Sexo Experiencia	
		Rentabilidad financiera	Utilidades Pérdidas	

	rentabilidad financiera.			
--	--------------------------	--	--	--

OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS 2

Las normativas de selección de personal estará acuerdo a las necesidades administrativas y operativas de ENGINE TRUCK'S

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Variable Independiente Selección de personal	Es elegir al personal de acuerdo a su perfil académico considerando habilidades y destrezas (experiencia) en el área que responda al perfil y a la necesidad de la empresa contratante para el desarrollo individual y colectivo	Experiencia	Mínimo 3 años	Observación Encuesta Entrevista
		Nivel de escolaridad	Ninguno Básico Bachillerato Tercer Nivel Cuarto Nivel	
			Trabajo individual Trabajo en grupo	
Estructura administrativa y financiera de empresa	Es el sistema de relaciones formales dentro de una organización	Tareas asignadas	Orgánico Operativo Orgánico funcional	

	para que alcance sus objetivos en torno a las tareas asignadas			
		Clientes internos	Trabajo en equipo	
		Clientes externos	Satisfacción de clientes	

OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS 3

Los lineamientos para la elección adecuada elección de tecnología permitirá un crecimiento operativo de ENGINE TRUCK''

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Lineamientos para la elección adecuada elección de tecnología	Buscar, analizar, medir comparativamente la mejor alternativa tecnológica que permita a la empresa alcanzar alta rentabilidad justificando la inversión que demanda su implementación	Comparación	Positivo Negativo	Observación Encuesta Entrevista
		Beneficios	Alta, baja	
		Inversión	Alta Moderada Baja	
		Rentabilidad	Alta Baja	
Estructura administrativa y financiera de empresa	Herramienta que permite a la empresa identificar los resultados a ser alcanzados	Herramienta	Plan de financiamiento	
		Empresa	Rentabilidad	

		Resultados	A corto Mediana Largo plazo	
--	--	------------	-----------------------------------	--

OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS 4

La imagen empresarial de ENGINE TRUCK'S, a través de publicidad posicionará a la empresa y sus servicios.

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Imagen empresarial y publicidad	Es el posicionamiento de la empresa y sus productos y/o servicios en el mercado potencial visto desde la perspectiva de clientes y proveedores para obtener mejores ventas.	Posicionamiento	Positivo Negativo	Observación Encuesta Entrevista
		Mercado	Alta, baja	
		Usuarios	Clientes Proveedores	
		Rentabilidad	Alta Baja	
Estructura administrativa y financiera de empresa	Herramienta que permite a la empresa identificar los resultados a ser alcanzados	Herramienta	Plan de financiamiento	
		Empresa	Rentabilidad	
		Resultados	A corto Mediana Largo plazo	

8 METODOLOGÍA

8.1 Tipo de Investigación

- **Explicativo**

Se analizarán las alternativas de mercado para la expansión de la empresa, las cuales se evaluarán comparativamente a nivel del perfil, para conocer cual brinda mayores ventajas y es más apta para la empresa

- **Exploratorio**

El trabajo investigativo será desarrollado en la empresa **ENGINE TRUCK'S** en la ciudad de Riobamba puesto que estamos en permanente contacto con el problema a investigar.

- **Propositivo**

Una vez realizado el estudio acerca de la situación actual de “**ENGINE TRUCK'S**”, se propondrá alternativas que le permita mejorar los servicios que presta.

- **Descriptivo**

Se presentará un análisis razonado y profundo de las condiciones en las que se manejan los talleres de esta clase y muy puntualmente de “**ENGINE TRUCK'S**”.

- **Proyektivos**

Se presentarán posibles soluciones prácticas para corregir y mejorar el giro del negocio de “**ENGINE TRUCK'S**”

8.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En esta investigación será de campo porque se realizará en el lugar de los hechos, se aplicarán encuestas, entrevistas para conocer la situación actual, para determinar qué servicios se pueden ofertar según los requerimientos de los potenciales clientes.

8.3 POBLACIÓN

Para la presente investigación se procederá al análisis de todos los clientes internos de la

empresa “ENGINE TRUCK’S” de la ciudad de Riobamba, para conseguir resultados más reales y que permitan tener una mejor visión del problema en estudio.

Se tomó en cuenta, como población el personal que labora en la empresa automotriz “ENGINE TRUCK’S”, misma que serán intervenidos a través de una encuesta y entrevista, a fin de conocer cómo se han venido desarrollándose en la operatividad de las diferentes actividades y obligaciones encomendadas.

8.4 MUESTRA

Para el efecto, no se utilizó muestreo en virtud de que se trabajó con el universo de la empresa “ENGINE TRUCK’S”, mismos que asciende a 8 personas, como se detalla a continuación:

INVOLUCRADOS	PERSONAS
GERENTE GENERAL	1
JEFE DE TALLER	1
CONTADOR	1
SECRETARIA	1
TÉCNICO DE MOTORES	1
TÉCNICO DE MECÁNICA DE PATIO	1
TÉCNICO DE BOBAS DE INYECCIÓN A DIESEL	1
OFICIAL	1
TOTAL	8

8.5 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

El método investigativo a utilizarse en el trabajo de investigación es:

- Método Analítico – Sintético.- El método refiere a la investigación basada en una bibliografía actualizada y reciente que permita dar las pautas y lineamientos respectivos para con una visión clara analizar problema y poder resolverlo gracias a la información requerida.
- Método deductivo.- Parte de una premisa general y lo aplica de forma particular, es así que con la teoría de Planes de negocio está se empleará con ENGINE TRUCK’S de forma particular.

- Método inductivo.- Este método se aplicará para realizar el diagnóstico situacional de la empresa que permitirá establecer estrategias específicas para el plan de negocios a implementarse.

8.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- **OBSERVACIÓN**

Mediante la revisión de documentación de la empresa para determinar su situación actual y levantar una línea base, mediante análisis situacional.

- **ENCUESTA**

Mediante encuestas a las cooperativas de transporte de pasajeros, carga liviana y pesada y al parque automotor en general, con una muestra representativa.

- **ENTREVISTA**

Conocer el criterio y liderazgo que tiene la empresa actualmente e identificar sus potencialidades y necesidades con respecto a su negocio en la actualidad.

8.7 TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS PARA EL ANÁLISIS DE RESULTADOS.

Para el análisis de resultados se utilizará las tablas y gráficos que contendrán la información obtenida de la aplicación de las encuestas, inmediatamente se procederá a interpretar los resultados relacionados con el problema de investigación, los objetivos propuestos e hipótesis planteadas.

9 TALENTO HUMANO

- **ASESOR / ASESORA**
- **INVESTIGADOR: NATALIA ORBE**
- **PROPIETARIO DE ENGINE TRUCK'S: ING. CARMEN HERNÁNDEZ**
- **PERSONAL DE ENGINE TRUCK'S**

10 RECURSOS FINANCIEROS

CONCEPTO	COSTO
1. Personal	
Investigación	800,00
2. Servicios	
Encuestas	120,00
Fotocopias	100,00
Movilidad	120,00
Gastos Universidad	600,00
Empastados	100,00
TOTAL	1840,00

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL
¿Cómo la elaboración e implementación de un plan de negocios para la empresa ENGINE TRUCK'S de la ciudad de Riobamba incidirá su rentabilidad financiera, dentro del período marzo – septiembre 2013?	Demostrar la elaboración e implementación un plan de negocios en la empresa ENGINE TRUCK'S para la diversificación de la cartera de servicios en la ciudad de Riobamba en el período Marzo – Septiembre 2013.	La elaboración e implementación del plan de negocios en la empresa ENGINE TRUCK'S de la ciudad de Riobamba contribuirá a diversificar su cartera de servicios.
PROBLEMAS DERIVADOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICA
Necesidad de una estructura administrativa y financiera de empresa ENGINE TRUCK'S.	Mejorar la estructura administrativa y financiera de empresa ENGINE TRUCK'S.	El plan de negocios mejorará la estructura administrativa y financiera de empresa ENGINE TRUCK'S.
Necesidad de normativas de selección de personal de acuerdo a las necesidades administrativas y operativas de ENGINE TRUCK'S.	Elaborar normativas de selección de personal de acuerdo a las necesidades administrativas operativas de ENGINE TRUCK'S.	Las normativas de selección de personal estarán de acuerdo a las necesidades administrativas y operativas de ENGINE TRUCK'S.
Necesidad de conocer lineamientos adecuados	Determinar los lineamientos para la	Los lineamientos para la elección

para la elección de tecnología paraENGINE TRUCK'S.	elección adecuada elección de tecnología que permita un crecimiento operativo de ENGINE TRUCK'S.	adecuada elección de tecnología permitirán un crecimiento operativo de ENGINE TRUCK'S.
Necesidad de posicionar la imagen empresarial de ENGINE TRUCK'S en el mercado local.	Proponer el mejoramiento de la imagen empresarial de ENGINE TRUCK'S, a través de publicidad que posicione a la empresa y sus servicios	La imagen empresarial de ENGINE TRUCK'S, a través de publicidad posicionará a la empresa y sus servicios.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUIAR I. & Otros (2009). “FINANZAS CORPORATIVAS EN LA PRÁCTICA”. Editorial Delta, Madrid.
- ESLAVA José. (2003). “ANALISIS ECONOMICO – FINANCIERO DE LAS DECISIONES DE GESTIÓN EMPRESARIAL” Editorial Esic Madrid.
- KOENES. D (1994). “THE SUCCESSFUL SMALL BUSINES”.Ediciones Diaz de Santos S.A, Madrid.
- MENTOR P. (2009). “CREAR UN PLAN DE NEGOCIOS”. Impact Media Comercial S.A., Chile.
- ROJAS F. (2004). “COMO SE HACE UN PLAN ESTRATEGICO”. Madrid Esic
- SANTOS D. (1998), “ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO”. Ediciones Diaz de Santos. Madrid.
- STUTELY R, (2000), PLAN DE NEGOCIOS ESTRATEGIA INTELIGENTE”. Prentice Hall, México.

WEBGRAFIA

- El plan de negocios, www.cfn.gob.ec, extraído el 24 de Junio del 2013.
- Emprende Ecuador, Guía formato del plan de negocios, <http://www.emprendecuador.ec/portal/index.php?module=Pagesetter&func=vwpub&tid=15&pid=50>. Extraído el 13 de Mayo del 2013

ANEXO N° 2: Modelo de encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS
CUESTIONARIO APLICADO AL PERSONAL DE
EMPRESA “ENGINE TRUCK’S”

Objetivo.- El siguiente cuestionario tiene como objetivo efectuar un diagnostico que permita analizar la situación actual de la relación laboral, que permita visualizar la incidencia en la rentabilidad financiera.

Instrucciones.- Lea detenidamente cada una de las preguntas, con la mayor seriedad posible y marque con una (X) en la que crea lo correcto.

1.- ¿Posee la empresa un organigrama estructural?

Si..... ()

No..... ()

2.- ¿La empresa “ENGINE TRUCK’S” cuenta con un adecuado sistema de selección de personal y posee políticas de reclutamiento, inducción, capacitación y desarrollo del personal?

Si..... ()

No..... ()

3.- ¿Considera usted que el enfoque financiero (rentabilidad) de las decisiones solo debe darlo quien responda por las finanzas de la empresa?

Si..... ()

No..... ()

4.- ¿De acuerdo al cargo que desempeña dentro de la empresa conoce detalladamente sus funciones a desempeñar?

Si..... ()

No..... ()

5.- ¿Se planifica reingenierías para mejorar los procesos relacionados con la rentabilidad de la empresa?

Si..... ()

No..... ()

6.- ¿la empresa “ENGINE TRUCK’S” aplica un plan de negocios acorde a sus necesidades requeridas?

Si..... ()

No..... ()

7.- ¿Considera usted que un plan de negocios ayuda al mejoramiento en la rentabilidad financiera de la empresa?

Si..... ()

No..... ()

8.- ¿El clima laboral es favorable para el desarrollo de las actividades de la empresa?

Si..... ()

No..... ()

9.- ¿Cree usted que si existe un estricto cumplimiento de las tareas planificada mensualmente?

Si..... ()

No..... ()

10.- ¿Cree usted que la empresa “ENGINE TRUCK’S” necesita una comunicación mix para el posicionamiento de sus servicios ofertados?

Si..... ()

No..... ()

ANEXO N° 3: Modelo de guía de entrevista



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS
GUÍA DE ENTREVISTA APLICADO AL GERENTE DE
EMPRESA “ENGINE TRUCK’S”**

1.- ¿Cuál es su criterio u opinión sobre la imagen corporativa actual de la empresa “ENGINE TRUCK’S”?

.....
.....

2.- ¿Cómo se relaciona el riesgo económico y la rentabilidad?

.....
.....

3.- ¿Se revisa permanentemente la situación financiera antes de tomar alguna decisión?

.....
.....

4.- ¿Qué tipo de funcionarios tiene en su empresa?

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

5.- ¿Teniendo en cuenta los valores corporativos que la empresa maneja, cual es el perfil en general que busca la empresa?

.....
.....

6.- ¿Evalúa el costo beneficio de una nueva decisión?

.....
.....

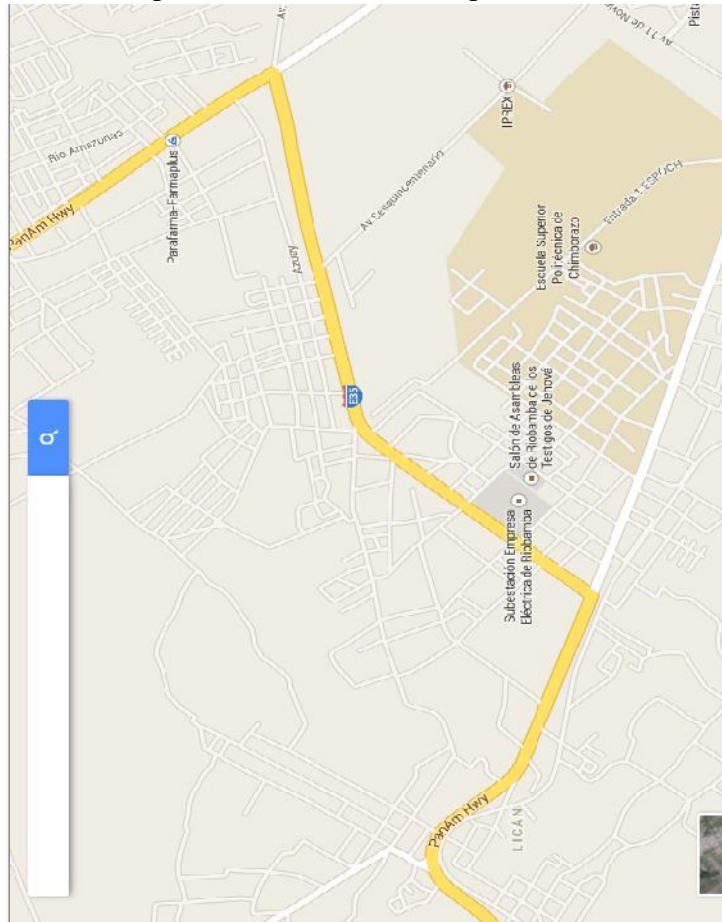
7.- ¿El enfoque de las decisiones solo debe darlo quien responda por las finanzas?

.....
.....

8.- ¿La empresa aplica ratios e indicadores de carácter económico para analizar y evaluar la situación económico-financiera de la entidad?

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

ANEXO N° 4: Mapa de ubicación de la empresa “ENGINE TRUCK’S”



ANEXO N° 5: Tabla de amortización de crédito a largo plazo

TABLA DE PAGO				
CUOTA DECRECIENTE				
MONTO INICIAL:	113.000,00			
PLAZO	84			
GRACIA TOTAL	0			
GRACIA PARCIAL	12			
INTERÉS NOMINAL	0,93%			
INTERÉS NOMINAL ANUAL	11,15%			
PERIODO DE PAGO	Mensual			
PERIODO	PRINCIPAL	INTERÉS	AMORTIZ.	CUOTA
1	113.000,00	1.049,96	0,00	1.049,96
2	113.000,00	1.049,96	0,00	1.049,96
3	113.000,00	1.049,96	0,00	1.049,96
4	113.000,00	1.049,96	0,00	1.049,96
5	113.000,00	1.049,96	0,00	1.049,96
6	113.000,00	1.049,96	0,00	1.049,96
7	113.000,00	1.049,96	0,00	1.049,96
8	113.000,00	1.049,96	0,00	1.049,96
9	113.000,00	1.049,96	0,00	1.049,96
10	113.000,00	1.049,96	0,00	1.049,96
11	113.000,00	1.049,96	0,00	1.049,96
12	113.000,00	1.049,96	0,00	1.049,96
13	113.000,00	1.049,96	1.569,44	2.619,40
14	111.430,56	1.035,38	1.569,44	2.604,82
15	109.861,11	1.020,79	1.569,44	2.590,24
16	108.291,67	1.006,21	1.569,44	2.575,65
17	106.722,22	991,63	1.569,44	2.561,07
18	105.152,78	977,04	1.569,44	2.546,49
19	103.583,33	962,46	1.569,44	2.531,91
20	102.013,89	947,88	1.569,44	2.517,32
21	100.444,44	933,30	1.569,44	2.502,74
22	98.875,00	918,71	1.569,44	2.488,16
23	97.305,56	904,13	1.569,44	2.473,58
24	95.736,11	889,55	1.569,44	2.458,99
25	94.166,67	874,97	1.569,44	2.444,41
26	92.597,22	860,38	1.569,44	2.429,83
27	91.027,78	845,80	1.569,44	2.415,24
28	89.458,33	831,22	1.569,44	2.400,66
29	87.888,89	816,63	1.569,44	2.386,08
30	86.319,44	802,05	1.569,44	2.371,50
31	84.750,00	787,47	1.569,44	2.356,91
32	83.180,56	772,89	1.569,44	2.342,33
33	81.611,11	758,30	1.569,44	2.327,75
34	80.041,67	743,72	1.569,44	2.313,16
35	78.472,22	729,14	1.569,44	2.298,58
36	76.902,78	714,55	1.569,44	2.284,00
37	75.333,33	699,97	1.569,44	2.269,42
38	73.763,89	685,39	1.569,44	2.254,83
39	72.194,44	670,81	1.569,44	2.240,25

40	70.625,00	656,22	1.569,44	2.225,67
41	69.055,56	641,64	1.569,44	2.211,09
42	67.486,11	627,06	1.569,44	2.196,50
43	65.916,67	612,48	1.569,44	2.181,92
44	64.347,22	597,89	1.569,44	2.167,34
45	62.777,78	583,31	1.569,44	2.152,75
46	61.208,33	568,73	1.569,44	2.138,17
47	59.638,89	554,14	1.569,44	2.123,59
48	58.069,44	539,56	1.569,44	2.109,01
49	56.500,00	524,98	1.569,44	2.094,42
50	54.930,56	510,40	1.569,44	2.079,84
51	53.361,11	495,81	1.569,44	2.065,26
52	51.791,67	481,23	1.569,44	2.050,68
53	50.222,22	466,65	1.569,44	2.036,09
54	48.652,78	452,07	1.569,44	2.021,51
55	47.083,33	437,48	1.569,44	2.006,93
56	45.513,89	422,90	1.569,44	1.992,34
57	43.944,44	408,32	1.569,44	1.977,76
58	42.375,00	393,73	1.569,44	1.963,18
59	40.805,56	379,15	1.569,44	1.948,60
60	39.236,11	364,57	1.569,44	1.934,01
61	37.666,67	349,99	1.569,44	1.919,43
62	36.097,22	335,40	1.569,44	1.904,85
63	34.527,78	320,82	1.569,44	1.890,27
64	32.958,33	306,24	1.569,44	1.875,68
65	31.388,89	291,66	1.569,44	1.861,10
66	29.819,44	277,07	1.569,44	1.846,52
67	28.250,00	262,49	1.569,44	1.831,93
68	26.680,56	247,91	1.569,44	1.817,35
69	25.111,11	233,32	1.569,44	1.802,77
70	23.541,67	218,74	1.569,44	1.788,19
71	21.972,22	204,16	1.569,44	1.773,60
72	20.402,78	189,58	1.569,44	1.759,02
73	18.833,33	174,99	1.569,44	1.744,44
74	17.263,89	160,41	1.569,44	1.729,85
75	15.694,44	145,83	1.569,44	1.715,27
76	14.125,00	131,24	1.569,44	1.700,69
77	12.555,56	116,66	1.569,44	1.686,11
78	10.986,11	102,08	1.569,44	1.671,52
79	9.416,67	87,50	1.569,44	1.656,94
80	7.847,22	72,91	1.569,44	1.642,36
81	6.277,78	58,33	1.569,44	1.627,78
82	4.708,33	43,75	1.569,44	1.613,19
83	3.138,89	29,17	1.569,44	1.598,61
84	1.569,44	14,58	1.569,44	1.584,03

ANEXO N° 6: Medios publicitarios



ANEXO N° 7: Medios publicitarios que aplica la empresa “ENGINE TRUCK’S”

ENGINE TRUCK'S
Science & Automotive Technology

ING. CARMEN HERNÁNDEZ A.
GERENTE

enginetrucks@hotmail.com 03 2603 156 / 0987780895 / 0986509510

DIR. Avenida Leonidas Proaño y Caribes (Junto a la red de alta tensión)

LABORATORIO DE BOMBAS DE INYECCIÓN DIESEL

- Limpieza, Calibración, Mantenimiento y Reparación de inyectores y bombas mecánicas y electrónicas.
- Diagnóstico Computarizado de Sistemas Diesel (CRDI) y Gasolina.
- Mantenimiento Integral de todo tipo de Vehículos (Lavado y Lubricación)

DEPARTAMENTO DE SERVICIOS

DEPOSITO DE MADERA

SALIDA A QUAYAGUIL AV. LEONIDAS PROAÑO BY PASS SALIDA A QUITO

CELEC SUB ESTACION FERRETERIA LIRIBAMBA COCA COLA

ENGINE TRUCK'S
Science & Automotive Technology

ENGINE TRUCK'S

- Diagnóstico Computarizado Sistemas Diesel y Gasolina.
- ABC MOTOR
- ABC RUEDAS
- ABC FRENOS

DEPARTAMENTO DE SERVICIOS

DEPOSITO DE MADERA

SALIDA A QUAYAGUIL AV. LEONIDAS PROAÑO BY PASS SALIDA A QUITO

CELEC SUB ESTACION FERRETERIA LIRIBAMBA enginetrucks@hotmail.com COCA COLA

GRANDES PROMOCIONES Y DESCUENTOS POR APERTURA

DIR. AVENIDA LEONIDAS PROAÑO Y CARIBES (JUNTO A LA RED DE ALTA TENSIÓN)

03 2 603 156 / 0987780895 / 0986509510

Tipos De Servicios Vehículos Livianos	DÍAS					
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Total
A.B.C.	1	0	0	0	1	2
Banda Alternador: Sustituir.	0	0	1	1	0	2
Bomba de agua: Sustituir.	0	0	0	0	1	1
Brazo/Mesa Suspensión Sust. (1)	1	0	0	0	0	1
Cambio de aceite: caja/corona	0	1	0	0	0	1
Cambio de aceite: Motor	0	0	0	1	0	1
Correa Distribución: Sust.	0	1	0	0	0	1
Chequeo para Viaje	0	0	0	0	0	0
Comprobación Comput Sist Inyección.	0	0	1	0	1	2
Diferencial: Reparar (Cono y Cor.)	0	0	0	0	0	0
Desm/Mont Inyectores. limpieza	0	0	0	0	1	1
Desm/Mont Direc. Comp Rep.	0	0	0	0	0	0
Embrague: Revisión/Regular	0	0	0	0	0	0
Embrague: Sust.(Disco, rulimán)	0	1	0	0	0	1
Frenos: Cambio de pastillas Delanteras.	0	0	0	1	0	1
Frenos: Cambio de zapatas Posteriores.	0	0	0	0	1	1
Frenos: Revisión/Regular Zapatas	0	0	0	0	0	0
Reajuste General	1	0	1	0	0	2
Sustituir Filtro de Gasolina/diesel	0	0	0	0	1	1
Sustituir líquido de frenos	0	1	0	0	0	1
Válvulas: Calibrar	0	0	0	1	0	1
Chequeo inyectores electrónicos CRDI (juegos)	1	0	0	0	0	1
Chequeo inyectores mecánicos (juego)	0	0	0	0	0	0
Chequeo Bomba CRDI	0	1	0	0	0	1
Chequeo Bomba rotativa	0	0	0	1	0	1
Chequeo Bomba Lineal	0	1	0	0	0	1
Reparación Bomba rotativa	0	0	1	0	0	1
Reparación Bomba Lineal	0	0	0	0	0	0
TOTAL	4	6	4	5	6	25

Tipos de servicios Vehículos Pesados	DÍAS					
	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	total
A.B.C.	1	0	0	0	1	2
Banda Alternador: Sustituir.	0	0	0	0	0	0
Bomba de agua: Sustituir.	0	0	0	0	0	0
Brazo/Mesa Suspensión Sust. (1)	0	0	0	0	0	0
Cambio de aceite: caja/corona	0	0	0	0	0	0
Cambio de aceite: Motor	0	0	0	1	0	1
Correa Distribución: Sust.	0	1	0	0	0	1
Chequeo para Viaje	0	0	0	0	0	0
Comprobación Comput Sist Inyección.	0	0	1	0	0	1
Diferencial: Reparar (Cono y Cor.)	0	0	0	0	0	0
Desm/Mont Inyectores. limpieza	0	0	0	0	0	0
Desm/Mont Direc. Comp Rep.	0	0	0	0	0	0
Embrague: Revisión/Regular	0	0	0	0	0	0
Embrague: Sust.(Disco, rulimán)	0	1	0	0	0	1
Frenos: Cambio de pastillas Delanteras.	0	0	0	0	0	0
Frenos: Cambio de zapatas Posteriores.	0	0	0	0	1	1
Frenos: Revisión/Regular Zapatras	0	0	0	0	0	0
Reajuste General	1	0	0	0	0	1
Sustituir Filtro de Gasolina/diesel	0	0	0	0	1	1
Sustituir líquido de frenos	0	0	0	0	0	0
Válvulas: Calibrar	0	0	0	0	0	0
Chequeo inyectores electrónicos CRDI (juegos)	1	0	0	0	0	1
Chequeo inyectores mecánicos (juego)	0	0	0	0	0	0
Chequeo Bomba CRDI	0	1	0	0	0	1
Chequeo Bomba rotativa	0	0	0	1	0	1
Chequeo Bomba Lineal	0	0	0	0	0	0
Reparación Bomba rotativa	0	0	1	0	0	1
Reparación Bomba Lineal	0	0	0	0	0	0
total	3	3	2	2	3	13

Tipos de servicios Vehículos Pesados	DÍAS					
	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	total
A.B.C.	0	1	0	1	0	2
Banda Alternador: Sustituir.	0	0	0	0	0	0
Bomba de agua: Sustituir.	0	0	0	0	1	1
Brazo/Mesa Suspensión Sust. (1)	0	0	1	0	0	1
Cambio de aceite: caja/corona	1	0	0	0	0	1
Cambio de aceite: Motor	0	0	0	0	0	0
Correa Distribución: Sust.	0	0	1	0	0	1
Chequeo para Viaje	0	0	0	0	0	0
Comprobación Comput Sist Inyección.	0	0	0	0	0	0
Diferencial: Reparar (Cono y Cor.)	1	0	0	0	0	1
Desm/Mont Inyectores. limpieza	0	0	0	1	0	1
Desm/Mont Direc. Comp Rep.	0	0	0	0	0	0
Embrague: Revisión/Regular	0	0	0	0	1	1
Embrague: Sust.(Disco, rulimán)	0	1	0	0	0	1
Frenos: Cambio de pastillas Delanteras.	0	0	0	0	0	0
Frenos: Cambio de zapatas Posteriores.	0	0	0	0	1	1
Frenos: Revisión/Regular Zapatras	0	0	0	0	0	0
Reajuste General	0	0	0	0	0	0
Sustituir Filtro de Gasolina/diesel	0	1	0	0	1	2
Sustituir líquido de frenos	0	0	0	0	0	0
Válvulas: Calibrar	0	0	0	0	0	0
Chequeo inyectores electrónicos CRDI (juegos)	1	0	0	0	0	1
Chequeo inyectores mecánicos (juego)	0	0	0	0	0	0
Chequeo Bomba CRDI	0	1	0	0	0	1
Chequeo Bomba rotativa	0	0	0	2	0	2
Chequeo Bomba Lineal	0	0	0	0	0	0
Reparación Bomba rotativa	0	0	1	0	0	1
Reparación Bomba Lineal	0	0	0	0	0	0
total	3	4	3	4	4	18

Tipos de servicios Vehículos Livianos	DÍAS					
	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	total
A.B.C.	1	0	1	1	0	3
Banda Alternador: Sustituir.	0	0	0	0	1	1
Bomba de agua: Sustituir.	0	1	1	0	1	3
Brazo/Mesa Suspensión Sust. (1)	0	1	0	0	0	1
Cambio de aceite: caja/corona	0	0	0	1	0	1
Cambio de aceite: Motor	0	1	0	0	0	1
Correa Distribución: Sust.	1	0	1	0	0	2
Chequeo para Viaje	0	0	0	1	0	1
Comprobación Comput Sist Inyección.	1	0	1	0	1	3
Diferencial: Reparar (Cono y Cor.)	0	0	0	1	0	1
Desm/Mont Inyectores. limpieza	0	1	0	1	0	2
Desm/Mont Direc. Comp Rep.	1	0	0	0	1	2
Embrague: Revisión/Regular	1	0	1	0	1	3
Embrague: Sust.(Disco, rulimán)	0	0	0	1	0	1
Frenos: Cambio de pastillas Delanteras.	0	1	0	0	1	2
Frenos: Cambio de zapatas Posteriores.	0	0	0	0	0	0
Frenos: Revisión/Regular Zapatras	1	0	0	1	0	2
Reajuste General	0	0	0	0	0	0
Sustituir Filtro de Gasolina/diesel	0	0	0	0	0	0
Sustituir líquido de frenos	0	0	0	0	1	1
Válvulas: Calibrar	0	0	0	0	0	0
Chequeo inyectores electrónicos CRDI (juegos)	1	1	0	0	0	2
Chequeo inyectores mecánicos (juego)	0	0	0	0	0	0
Chequeo Bomba CRDI	0	0	0	0	0	0
Chequeo Bomba rotativa	1	0	0	2	1	4
Chequeo Bomba Lineal	0	0	0	0	0	0
Reparación Bomba rotativa	0	0	1	0	0	1
Reparación Bomba Lineal	1	0	0	0	0	1
total	9	6	6	9	8	38

	DIAS					
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Total
Ventas del servicio, vehículos livianos.	350	200	180	210	187	1127
Ventas, vehículos pesados.	240	120	170	200	228	958

	DIAS					
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Total
Ventas del servicio, vehículos livianos.	420	310	270	311	346	1657
Ventas, vehículos pesados.	250	230	270	315	210	1275