



Tecnología Superior en Administración.

TEMA:

“Estudio de Factibilidad para la creación e implementación de una Lubricadora en la ciudad de Cuenca.”

Proyecto de Plan de Negocios previo a la aprobación del proyecto

Autor: Janneth del Rocío Aguirre Saltos.

Tutor: MSc. Byron Báez.

Cuenca, 21 de octubre de 2021.

DEDICATORIA

Dedico con todo mi amor esta tesis primeramente a Dios, ya que gracias a Él he logrado concluir mi carrera, a mi madre quien en todo mi camino ha sido padre y madre para mí, me enseñó que los sueños se cumplen con dedicación y perseverancia y sin ella no lo habría logrado, gracias por guiarme por el camino del bien, por esa razón de te doy mi trabajo en ofrenda a tu paciencia y amor madre mía, te amo.

A mi esposo por su apoyo constante y su confianza, por su amor y por brindarme el tiempo necesario para realizarme profesionalmente, en especial a mi hija Bianka Valentina que ha sido mi principal motor para poder culminar esta etapa importante de mi vida, a mis hermanos y familia en general por sus palabras y su compañía en este camino.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer con el corazón a Dios porque gracias a su misericordia me encuentro con vida y puedo culminar mis estudios.

A mi madre, esposo, hija, hermanos, suegros, cuñados y familiares en general, quienes me llenaron de energías positivas para seguir progresando personal y profesionalmente.

A mis compañeros de estudio, pero en especial a Marcelo quien ha contribuido con su compañerismo y trabajo en equipo en este proceso de formación.

A la prestigiosa institución ITI, a mis queridos tutores los mismos que han sido un apoyo y un pilar fundamental para poder culminar los estudios con éxito gracias a su doctrina, experiencia y conocimiento, para cumplir mi meta establecida.

AUTORÍA

Yo, Janneth del Roció Aguirre Saltos autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente.

Janeth Aguirre.

Cuenca, 21 de octubre de 2021

.

MSc. Byron Báez.

Tutor de Trabajo de Titulación.

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MSc. Byron Báez.

Cuenca, 21 de octubre de 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **MSc. Byron Báez** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Sta. Janneth Aguirre Saltos por sus propios derechos, en calidad de autora del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - la Sta. Janeth Aguirre realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Estudio de Factibilidad para la creación e implantación de una Lubricadora en la ciudad de Cuenca.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MSc. Byron Báez**.

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Byron Báez** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sta. Janeth Aguirre, como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Estudio de Factibilidad para la creación e implantación de una Lubricadora en la ciudad de Cuenca.”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

MSc. Byron Báez.

Janneth del Rocío Aguirre Saltos

Cuenca, 21 de octubre de 2021

Índice de contenido

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CERTIFICACIÓN.....	iv
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	v
ÍNDICE DE ILUSTRACION.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
1 RESUMEN.....	- 1 -
Organización empresarial.....	- 1 -
Estudio de mercado.....	- 1 -
Derecho empresarial.....	- 2 -
Análisis financiero.....	- 2 -
2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	- 3 -
2.1 Creación de la empresa.....	- 3 -
2.2 Descripción de la empresa.....	- 3 -
2.2.1 Importancia.....	- 3 -
2.2.2 Características.....	- 4 -
2.2.3 Actividad.....	- 4 -
2.2.4 Tamaño de la empresa.....	- 5 -
2.2.5 Necesidades que satisfacer.....	- 5 -
2.2.6 Localización de la empresa.....	- 7 -
2.2.7 Filosofía empresarial.....	- 7 -
2.2.8 Filosofía empresarial.....	- 8 -
2.2.9 Políticas.....	- 10 -
2.3 FODA.....	- 11 -
2.4 Desarrollo organizacional.....	- 12 -

2.4.1	Tipo de Estructura.....	- 13 -
2.4.2	Formalización.	- 13 -
2.4.3	Centralización – Descentralización.....	- 14 -
2.4.4	Integración.	- 14 -
2.4.5	Organigrama Empresarial	- 14 -
2.4.6	Funciones del Personal	- 15 -
3	PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING-	21 -
3.1	Objetivo de mercadotecnia	- 21 -
3.2	Investigación de mercado	- 21 -
3.3	Modalidad.	- 22 -
3.4	Plan de Muestreo.....	- 22 -
3.5	Análisis de las encuestas	- 24 -
3.5.1	Pregunta 1.	- 24 -
3.5.2	Pregunta 2	- 25 -
3.5.3	Pregunta 3	- 26 -
3.5.4	Pregunta 4	- 27 -
3.5.5	Pregunta 5	- 28 -
3.5.6	Pregunta 6	- 29 -
3.5.7	Pregunta 7	- 30 -
3.5.8	Pregunta 8	- 31 -
3.5.9	Pregunta 9	- 32 -
3.5.10	Pregunta 10	- 33 -
3.6	Análisis General.....	- 34 -
3.7	Entorno empresarial	- 35 -
3.7.1	Microentorno.....	- 35 -
3.7.2	Macroentorno.....	- 40 -
3.8	Producto y servicio	- 45 -

3.8.1	Producto Esencial.....	- 45 -
3.8.2	Producto real.	- 45 -
3.8.3	Características.....	- 46 -
3.8.4	Calidad.....	- 46 -
3.8.5	Estilo.....	- 47 -
3.8.6	Marca.....	- 47 -
3.8.7	Producto aumentado.....	- 47 -
3.9	Plan de introducción al mercado.....	- 48 -
3.9.1	Distintivos y Uniformes.....	- 48 -
3.9.2	Materiales de identificación.....	- 51 -
3.9.3	Canal de distribución y puntos de ventas.....	- 55 -
3.9.4	Financiamiento.....	- 56 -
3.9.5	Riesgo y oportunidades del negocio	- 56 -
3.10	Fijación de Precios	- 57 -
3.10.1	Fijación de precios por servicio.....	- 57 -
3.11	Implementación del negocio	- 62 -
3.11.1	Arriendo del local.....	- 62 -
3.11.2	Equipos Industriales.....	- 62 -
3.11.3	Equipos de computación.....	- 63 -
3.11.4	Muebles y Enseres	- 63 -
3.11.5	Equipos Industriales de Seguridad.....	- 63 -
3.11.6	Suministros de oficina.....	- 64 -
3.11.7	Servicios básicos.....	- 64 -
3.11.8	Materiales de limpieza	- 65 -
3.12	Estudio arquitectónico.....	- 65 -
3.12.1	Estructura interna de Biancar.....	- 65 -
4	PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	- 67 -

4.1	Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos.	- 67 -
4.1.1	Por primera vez.	- 67 -
4.1.2	Renovación.	- 67 -
4.2	Patente Municipal.	- 67 -
4.2.1	Las personas naturales NO obligadas a llevar contabilidad deben presentar: - 67 -	
4.2.2	Las personas naturales obligadas a llevar contabilidad y personas jurídicas deben presentar:	- 68 -
4.2.3	Trámite para sacar la patente municipal cuenca	- 68 -
4.3	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)	- 69 -
4.4	Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual	- 69 -
4.5	Permiso de funcionamiento del Ministerio del Interior o P.A.F. (Permisos Anuales de Funcionamiento)	- 70 -
4.6	Permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)	- 71 -
4.6.1	Permiso de funcionamiento.	- 71 -
4.7	Servicios de Rentas Internas	- 71 -
5	PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	- 73 -
5.1	Objetivo de área.	- 73 -
5.2	Impacto ambiental.	- 73 -
5.2.1	Contaminación que ocasiona la basura:	- 74 -
5.2.2	Contaminación en los procesos de elaboración:	- 74 -
5.2.3	Consumo de electricidad:	- 75 -
5.2.4	Consumo de agua.	- 75 -
5.2.5	Impacto social.	- 75 -
6	PROCESO FINANCIERO	- 77 -
6.1	Introducción.	- 77 -
6.2	Inversiones	- 77 -

6.3	Activos Fijos	- 77 -
6.4	Activos diferidos.....	- 78 -
6.5	Capital de trabajo	- 78 -
6.6	Sueldos.....	- 79 -
6.7	Depreciación activos fijos.....	- 80 -
6.8	Amortizaciones	- 80 -
6.9	Estructura capital	- 80 -
6.10	Tabla de Amortización.....	- 81 -
6.11	Punto de equilibrio.	- 82 -
6.12	Estado de Resultados.....	- 83 -
6.13	Flujo de caja	- 83 -
6.14	Cálculo del TIR y el VAN.....	- 84 -
6.15	VAN (Valor Actual Neto).....	- 84 -
6.16	TIR (Tasa Interna de Retorno)	- 85 -
	CONCLUSIONES.....	- 86 -
	RECOMENDACIONES	- 87 -
	ANEXOS	- 88 -
	Referencias	- 92 -

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1	Pirámide de Maslow	- 5 -
Ilustración 2	Ubicación Geográfica de BianCar	- 7 -
Ilustración 3	Organigrama empresarial BianCar	- 14 -
Ilustración 4	Pregunta 1, gráfico horizontal	- 24 -
Ilustración 5	Pregunta 2, gráfico horizontal	- 25 -
Ilustración 6	Pregunta 3, gráfico horizontal.	- 26 -
Ilustración 7	Pregunta 4, gráfico horizontal.	- 27 -
Ilustración 8	Pregunta 5, gráfico horizontal	- 28 -
Ilustración 9	Pregunta 6, gráfico horizontal.	- 29 -
Ilustración 10	Pregunta 7, gráfico horizontal.	- 30 -
Ilustración 11	Pregunta 8, gráfico circular	- 31 -
Ilustración 12	Pregunta 9, gráfico circular.	- 32 -
Ilustración 13	Pregunta 10, gráfico en barra horizontal	- 33 -
Ilustración 14	Esquema microentorno BianCar.....	- 35 -
Ilustración 15	Ubicación geográfica BianCar	- 36 -
Ilustración 16	Esquema macroentorno BianCar	- 40 -
Ilustración 17	Diseño uniforme administrador	- 48 -
Ilustración 18	Diseño uniforme para Mecánicos	- 49 -
Ilustración 19	Diseño uniforme para Mecánicos	- 50 -
Ilustración 20	Imagotipo BianCar	- 51 -
Ilustración 21	Anverso tarjeta de presentación.....	- 52 -
Ilustración 22	Reverso de la tarjeta de presentación, Edalv	- 53 -
Ilustración 23	Hoja membretada, BianCar	- 54 -
Ilustración 24	Estructura de BianCar.....	- 66 -
Ilustración 25	Contenedores para el reciclaje	- 74 -
Ilustración 26	Activador y decodificador	- 88 -
Ilustración 27	Caja de herramientas SATA	- 88 -
Ilustración 28	Herramientas para desarme de tapicerías	- 89 -
Ilustración 29	Camilla para mecánica	- 89 -
Ilustración 30	Banco de pruebas para 6 inyectores	- 90 -
Ilustración 31	Kit para medir presión de bombas de combustible	- 90 -
Ilustración 32	Asiento para mecánico con cajón y abndaja.....	- 91 -

Ilustración 33Aspiradora industrial 3 en 1	- 91 -
--	--------

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1Puesto de Administrador	- 15 -
Tabla 2Méritos aspectos a considerar, Administrador	- 16 -
Tabla 3Puesto de Mecánico	- 17 -
Tabla 4Méritos aspectos a considerar, Mecánico	- 18 -
Tabla 5Puesto de Varios Servicios	- 19 -
Tabla 6Méritos aspectos a considerar, Varios servicios	- 20 -
Tabla 7Pregunta 1	- 24 -
Tabla 8Pregunta 2	- 25 -
Tabla 9Pregunta 3	- 26 -
Tabla 10Pregunta 4	- 27 -
Tabla 11Pregunta 5	- 28 -
Tabla 12Pregunta 6	- 29 -
Tabla 13Pregunta 7	- 30 -
Tabla 14Pregunta 8	- 31 -
Tabla 15Pregunta 9	- 32 -
Tabla 16Pregunta 10	- 33 -
Tabla 17Proveedores.	- 38 -
Tabla 18Financiamiento publicidad	- 56 -
Tabla 19Cambio de Aceite y filtro, estándar de costos.	- 58 -
Tabla 20Cambio de filtro de aire, estándar de costos	- 59 -
Tabla 21Lavado completo de vehículo, estándar de costos	- 60 -
Tabla 22Lubricado, estándar de costos	- 61 -
Tabla 23Arriendo del local.	- 62 -
Tabla 24Equipos industriales	- 62 -
Tabla 25Equipos de computación	- 63 -
Tabla 26Muebles y enseres	- 63 -
Tabla 27Equipos industriales de seguridad	- 63 -
Tabla 28Suministros de oficina	- 64 -
Tabla 29Servicios básicos	- 64 -
Tabla 30Materiales de limpieza	- 65 -

Tabla 31 Activos Fijos.....	- 77 -
Tabla 32 Activos diferidos	- 78 -
Tabla 33 Capital de trabajo.....	- 78 -
Tabla 34 Total inversión.....	- 79 -
Tabla 35 Sueldos	- 79 -
Tabla 36 Décimos.....	- 79 -
Tabla 37 Total décimos	- 79 -
Tabla 38 Depreciación Activos fijos	- 80 -
Tabla 39 Amortizaciones.....	- 80 -
Tabla 40 Estructura de capital	- 81 -
Tabla 41 Tabla de amortización	- 81 -
Tabla 42 Costos fijos	- 82 -
Tabla 43 Margen de contribución.....	- 82 -
Tabla 44 Punto de equilibrio	- 82 -
Tabla 45 Ventas proyectadas.....	- 82 -
Tabla 46 Estado de Resultados.....	- 83 -
Tabla 47 Flujo de caja	- 84 -
Tabla 48 Cálculo del TIR y el VAN.....	- 85 -

“Estudio de Factibilidad para la creación e implantación de una Lubricadora en la ciudad de Cuenca.”

Janneth del Rocío Aguirre Saltos MSc. Byron Báez

Cuenca, 19 de septiembre de 2021

RESUMEN

La presente tesis contiene información bibliográfica, misma que es el sustento para el desarrollo de la tesis en su totalidad, se consideró citar determinadas definiciones para lograr una mejor comprensión de la misma y evitar criterios subjetivos que puedan causar confusión y así tener una dirección clara hacia donde se apunta y que se pretende realizar

Organización empresarial

En este capítulo se parte con la idea de la empresa, considerando las personas que son indispensables para la operación y apertura de la microempresa.

Estudio de mercado

Este capítulo parte del análisis del mercado local a través de una encuesta que arroja detalles e información de las preferencias y gustos del cliente, es en torno a la información obtenida que se determina las características que debe cumplir la lubricadora al momento de brindar sus servicios para ser consumido por el público objetivo.

Adicionalmente se establece elementos distintivos de la empresa como nombre, marca, uniforme, estrategias de comercialización y los costos de producción para determinar el valor de la venta del producto para obtener ganancias económicas.

Derecho empresarial

Se realizará una recopilación de información de la normativa vigente en la ciudad de Cuenca y requisitos obligatorios que se debe cumplir para la constitución, apertura y posterior operación de la empresa bajo el criterio de brindar un buen servicio.

Análisis financiero.

En este último capítulo se consolida toda la información adquirida en forma teórica y estadística mediante un análisis económico para determinar si los indicadores utilizados como el VAN y la TIR son aceptables para implementar y ejecutar el plan de negocio.

Además, utilizaremos dos hojas de trabajo contable como el Estado de resultados y el Flujo de Efectivo, en donde recopilaremos toda la información financiera para determinar los niveles de efectivos necesarios para la operación y el resultado neto de la rentabilidad en dólares abstraídos a valor actual.

1 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

1.1 Creación de la empresa

BianCar se crea como una microempresa que presta diferentes servicios a propietarios de vehículos y choferes.

BianCar además presta servicios y comercializa productos que son requeridos para en la lubricadora, además BianCar plantea trabajar con equipos tecnológicos para lograr mejores resultados en cuanto a la solución de fallas técnicas que tengan los vehículos, así como también solventar las dificultades en menor tiempo posible

BianCar abre sus puertas como una microempresa cuencana con el fin de crecer progresivamente y expandir su producto a nivel nacional e internacional.

BianCar es un producto que puede ser adquirido por personas mayores de edad.

1.2 Descripción de la empresa.

1.2.1 Importancia.

La importancia de estudio de este proyecto de factibilidad radicaré en identificar el grado de aceptación y rentabilidad de la lubricadora a través del estudio de mercado realizado a propietarios de vehículos. Los datos obtenidos aportarán a la toma de decisiones para el diseño estructural de la microempresa, determinar el mercado y el dinamismo económico generado dentro de la población local.

Además, con el estudio de factibilidad se logrará identificar los procesos de calidad que se deben cumplir para su operación cuanto a los servicios brindados y los productos ofertados a los clientes para la reparación de sus vehículos.

En resumen, se puede decir que la importancia de este proyecto radica en investigar todos los detalles y directos e indirectos referentes a la lubricadora, ya que estos son decisivos para el funcionamiento y operación de la misma, a través de los mismos se podrá determinar las condiciones físicas que debe cumplir una lubricadora, los requisitos para su apertura, la legislación laboral y la aceptación del mercado, si todos estos detalles son favorables la apertura de la lubricadora es factible.

1.2.2 Características.

Responsabilidad social: BianCar propone trabajar responsablemente aplicando los protocolos de bioseguridad sugeridos por el Ministerio de Salud Pública (MSP) y la Organización Mundial de la Salud (OMS) con el fin de evitar proteger al cliente interno y externo. La responsabilidad de BianCar también estará enmarcada con el cliente donde se le brinde las garantías del servicio y el producto que se le facilita sea de calidad en lo posible utilizando productos biodegradables que impacten en menor escala al ambiente.

Investigación e innovación: BianCar será una empresa que esté comprometida a cumplir con los procesos de calidad mediante la utilización progresiva de las tecnologías y agregando servicios complementarios acorde a las necesidades del cliente y las nuevas tendencias tecnológicas que se puedan aprovechar y aplicar en la Lubricadora.

Responsabilidad ambiental: BianCar contribuirá a minimizar el impacto ambiental a través de la selección de productos menos agresivos con el ambiente, además contará con basureros de reciclaje en zonas estratégicas dentro del local, así como también la utilización de contenedores para separar los desechos inorgánicos en base a su material y nivel de toxicidad.

Además, se tiene planteado trabajar coordinadamente con el municipio y diferentes entidades comprometidas con el ambiente para disminuir los impactos producidos por productos utilizados en la lubricadora.

1.2.3 Actividad.

BianCar es una microempresa que ofrecerá servicios de mantenimiento de vehículos, cambios de aceite, cambio de filtros, venta de una gama completa de productos y equipos de primera necesidad de los vehículos.

Adicional de lo antes mencionado BianCar propone utilizar equipos y materiales tecnológicos para dar solución al inconveniente que presenta el vehículo, con lo cual también se optimizará el tiempo de espera de los usuarios.

1.2.4 Tamaño de la empresa.

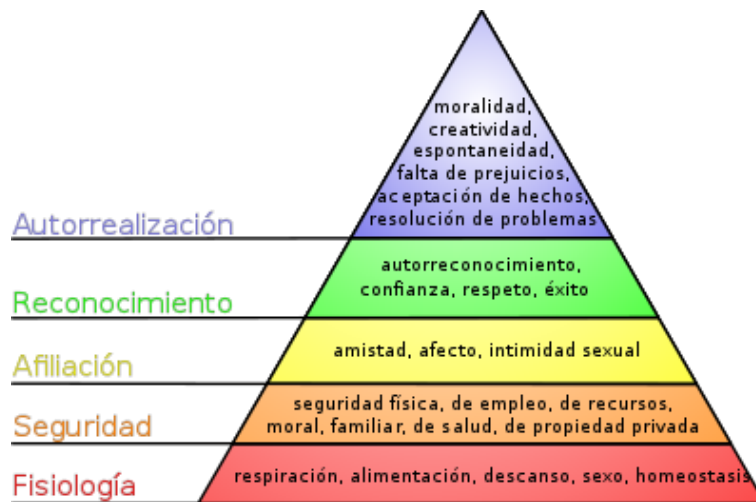
BianCar es una microempresa que contará con dos áreas básicas: área de gerencia y área de servicios.

La empresa contará con:

- Administrador.
- Mecánicos.
- Varios servicios.

1.2.5 Necesidades que satisfacer

Ilustración 1 Pirámide de Maslow



Google (2021). *Pirámide de Maslow*. Recuperado de: <https://psicologiymente.com/psicologia/piramide-de-maslow>.

1.2.1.5 Necesidad Fisiológica.

BianCar al ser una empresa que solucione inconvenientes relacionados con objetos inanimados no solventara directamente una necesidad básica humana, sin embargo, si se considera al vehículo con un ente vivo necesario para que el ser humano desarrolle sus actividades se podría asociar con el descanso, alimentación y sexo; debido que el transporte te lleva de un punto a otro con estos fines

1.2.2.5 Necesidad de Seguridad.

Primero está la seguridad sanitaria, que abarca todos los protocolos de bioseguridad para evitar el contagio de la actual pandemia COVID-19, ésta estará basada en los lineamientos y sugerencias de las entidades sanitarias, para ello BianCar tendrá un manual donde se detallarán los procesos que deberá seguir cada trabajador en base a la actividad que esté desarrollando

Seguridad de propiedad privada, donde se le garantizará que el servicio y producto sea de buena calidad, además de ello se le garantizará confianza donde su vehículo no sufrirá ninguna alteración y los bienes que se encuentren dentro del mismo se respetarán para ello se contará con servicio de cámaras de vigilancia y monitoreo durante la intervención del vehículo.

Seguridad de trabajo/empleo, esta se va a garantizar mediante el cumplimiento de todas las leyes y reglamentos del trabajo vigentes en Ecuador, respetando los derechos de los trabajadores, velando por su seguridad física y mental, mediante la firma de un contrato donde especifique lo dicho anteriormente.

1.2.3.5 Necesidad Social – Afiliación.

La primera necesidad social es interna y trata sobre propiciar un buen ambiente de trabajo, en el que las habilidades y cualidades de cada empleado sean consideradas igual de valiosas y necesarias para la empresa, sintiéndose así parte de un todo y no piezas individuales que pueden ser descartables en algún momento, además de esto, es necesario incentivar la creatividad y habilidades individuales de cada uno de los trabajadores.

La siguiente es externa y se trata de la relación empresa-clientes. BianCar buscará siempre mantener relaciones de confianza y solidaridad con sus clientes y proveedores a través de una comunicación clara, un proceso de supervisión y control de la producción para garantizar calidad del servicio, además de una capacitación semestral a nuestro personal, y así poder brindar un servicio de calidad.

1.2.4.5 Necesidad de Reconocimiento.

A través de la investigación del presente proyecto que propone el aprovechamiento de tecnologías se propone posicionarse en el mercado cuencano que es propietario de un vehículo o a su vez labora como chofer mediante el cumplimiento de las normas de calidad (ISO 9001 y 14001), mismas que son indicadores de calidad a nivel mundial.

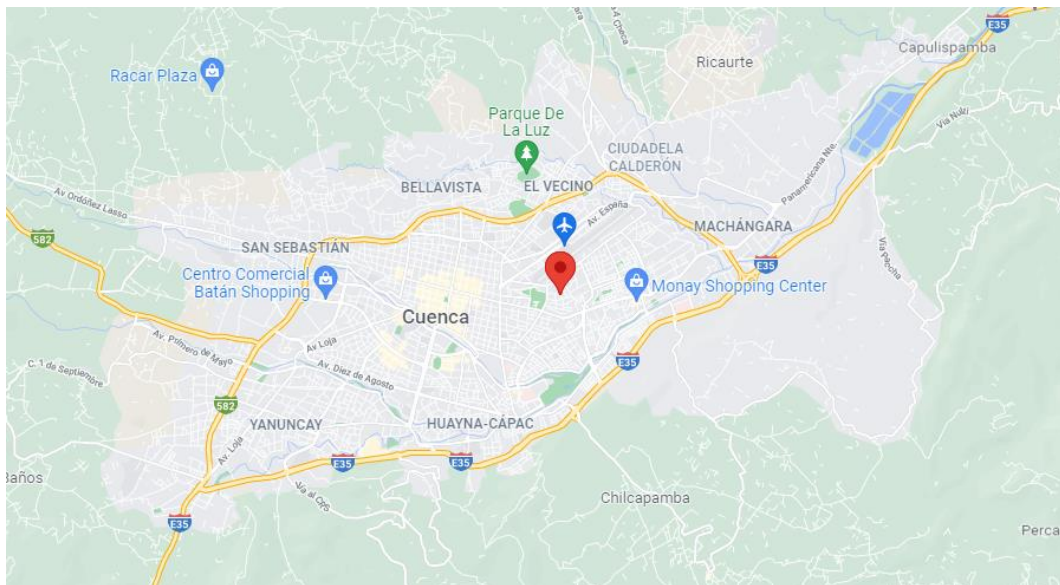
1.2.5.5 Necesidad de Autorrealización.

BianCar llegará a ser una empresa reconocida por la calidad de productos que oferta al mercado, innovación en los servicios ofertados y por su compromiso social dentro de la comunidad, con sus habitantes y colaboradores.

1.2.6 Localización de la empresa

BianCar estará ubicado en la parroquia Totoracocha, ciudad de Cuenca, provincia de Azuay, Ecuador, en las calles, Calles Rio Palora y Cutucú.

Ilustración 2 Ubicación Geográfica de BianCar



Google maps (2021) Ubicación geográfica BianCar. Recuperado de <https://www.google.com/maps/place/2%C2%B053'47.5%22S+78%C2%B059'16.5%22W/@-2.8979057,-78.9892664,13z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d-2.8965127!4d-78.9879038?hl=es>

1.2.8 Filosofía empresarial

“La filosofía empresarial es un conjunto de principios y creencias que guían todas las decisiones de una organización. Su objetivo es sentar las bases sobre las que un negocio construirá sus productos y relaciones.” (Douglas da Silva, 2021)

1.2.1.8 Misión.

- Prestar servicios de óptima calidad mediante el uso de tecnología.

1.2.2.8 Visión.

- Ser la empresa líder en la ciudad de Cuenca en cuanto a la prestación de servicios de la lubricador y productos complementarios ofertados al cliente.

1.2.3.8 Objetivos.

Conjunto de fines o metas que se propone alcanzar un investigador en un trabajo, proyecto o estudio. Por lo general, los objetivos de investigación están alineados con el campo de conocimiento específico en que está inscrito un trabajo, y buscan ampliar los conocimientos o teorías que se hayan formulado en torno a determinada materia. (Significados, 2021)

General

- Realizar un estudio de factibilidad para la prestación de servicios de la lubricadora y venta de productos para vehículos en la ciudad de Cuenca.

Específicos

- Fundamentar teóricamente el desarrollo del proyecto mediante la recopilación de información en base a fuentes documentales.

- Diagnosticar la situación actual en torno al mercado automotor en la ciudad de Cuenca.
- Plantear la propuesta factibilidad para apertura de una lubricadora en la ciudad de Cuenca, mediante los resultados obtenidos en la investigación.

1.2.4.8 Meta.

“Es el resultado esperado o imaginado de un sistema, una acción o una trayectoria, es decir, aquello que esperamos obtener o alcanzar mediante un procedimiento específico.” (Editorial Etecé, 2021)

- Ser la empresa pionera en prestar un servicio de calidad en mantenimiento de los vehículos en la provincia del Azuay.

1.2.5.8 Estrategias.

“Es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos.” (Westreicher, Estrategia, 2020)

- Estudiar las preferencias, sugerencias y necesidades del mercado automotor
- Analizar los servicios y productos más cotizados en el mercado automotor.
- Determinar el costo de los bienes y servicios para obtener utilidad
- Desarrollar un plan de marketing.
- Establecer alianzas con otros negocios y microempresas aledaños a BianCar
- Formar convenios con las cooperativas de taxis de la parroquia.

1.2.9 Políticas.

1.2.1.9 Los trabajadores.

- Ser puntuales y responsables con la empresa, cumplir con los horarios, metas y tareas establecidas por la microempresa.
- Ser respetuosos con los compañeros, la empresa y los clientes.
- Cuidar de su aseo y presentación personal.
- Cumplir estrictamente con las tareas que les sean asignadas.
- Mantener relaciones estrictamente laborales dentro de la empresa, toda relación de índole amorosa está prohibida dentro de las instalaciones.
- No podrán fumar, beber o consumir ningún tipo de sustancia estupefaciente dentro de las instalaciones de la empresa.
- No podrán laborar en estado de embriaguez, menos aún bajo el estado inconsciente de alguna sustancia estupefaciente.
- El trabajador tendrá la obligación de informar y justificar a la microempresa su ausencia o inasistencia al trabajo
- Los trabajadores tienen derecho a presentar reclamos y quejas respecto a anomalías presentadas entre compañeros, o con algún cliente, o desacuerdo respecto a la remuneración percibida, pero bajo ningún motivo deberá existir insultos, menos aún agresión física
- Gozarán de todos los derechos y beneficios estipulados en la ley del trabajador.

1.2.2.9 La microempresa.

- Respetar las libertades individuales de los trabajadores siempre y cuando estas no violenten contra las libertades o derechos de terceros y la misma empresa.
- Es responsable de la seguridad integral de los trabajadores y clientes de la empresa.

- Debe siempre cumplir con sus obligaciones: jurídicas, sociales y económicas con los empleados, con los proveedores. clientes y con el estado.
- Es responsable de capacitar a todo su personal semestralmente para que pueda brindar a los clientes un servicio de calidad.
- Mantendrá un alto estándar de calidad constante en sus productos a través de la innovación constante.

1.2.3.9 El cliente

- Mantendrá el respeto con trabajadores y la empresa.
- Podrá ejercer su libre ejercicio de presentar una queja ante un mal servicio o un producto adquirido de mala calidad, pero bajo ninguna circunstancia podrá menospreciar ni denigrar a algún trabajador de la empresa.
- Puede interactuar y sugerir a trabajadores o la empresa ideas de colaboración mutua, mejoramiento de procesos de los servicios de mantenimiento de los vehículos.

1.3 FODA.

Es una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información que posees sobre el negocio. Es decir, estudia la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia a futuro.

Es un método que representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características propias del negocio y el entorno en el cual éste compete” (Cafferri, 2019)

1.3.1.1 Fortalezas.

- Personal de servicios cuenta con el conocimiento técnico y experiencia para la operación de la misma.
- Personal administrativo cuenta con el conocimiento técnico para la administración de la microempresa

- Cuenta con local propio.
- Aprovechamiento de tecnología para la prestación de servicios
- Aprovechamiento de tecnologías para la administración de la microempresa.

1.3.2.1 Oportunidades.

- Poca competencia en el sector.
- Contactos y cercanía con dirigentes de empresas transportistas.
- Se ubica en una zona céntrica de la ciudad de Cuenca.
- Eliminación de impuestos de productos importados por el nuevo gobierno.
- Incremento del parque automotor en la ciudad de Cuenca.

1.3.3.1 Debilidades.

- Baja capacidad de inversión.
- Bajo acceso a crédito financiero.
- Poca experiencia en la administración empresarial.
- Marca desconocida en el mercado local y nacional.

1.3.4.1 Amenazas.

- Crisis económica.
- Inestabilidad política.
- La creciente delincuencia nacional a raíz de la emergencia sanitaria.
- Difícil competencia con las casas de autos.
- Alta cantidad de impuestos.
- Productos sustitutivos

1.4 Desarrollo organizacional

Es el conjunto de procesos para potenciar el crecimiento de una organización junto al rendimiento de su plantilla.

El desarrollo organizacional agrupa aquellas técnicas, estrategias y medidas implementadas por una organización para fomentar el funcionamiento y crecimiento de la organización. (Bizneo, 2021)

1.4.1 Tipo de Estructura.

1.4.1.1 Diferenciación.

En BianCar la comunicación será de tipo vertical, irá desde la cabeza de mando hasta los niveles más bajos del mismo, esto se hará para facilitar la ejecución, control y supervisión de procesos, con el fin de satisfacer al cliente.

La organización será de tipo jerárquico y está estructurada de la siguiente manera:

- Nivel Gerencial
- Nivel Operativo

Nivel Gerencial.

- Administrador (propietario)

Nivel Operativo.

- Mecánicos
- Varios servicios

1.4.2 Formalización.

La microempresa se registrará a manuales de procesos, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, creada para su identificación, y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, cumplimiento de impuestos, cotizaciones a la seguridad social (para el propietario y sus empleados) y la legislación laboral. Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, teniendo así el respectivo permiso de funcionamiento.

1.4.3 Centralización – Descentralización.

BianCar centrará sus actividades en las áreas de servicios y comercialización de productos; de estas depende la satisfacción de los clientes y la creación de valor para el posicionamiento de la empresa a nivel nacional e internacional.

La descentralización se dará en la delegación de funciones a partir del nivel Gerencial permitiendo, las sugerencias, participación, la toma de decisiones y el empoderamiento de los empleados, todo esto en el beneficio y satisfacción de nuestros clientes y en el reconocimiento de la empresa.

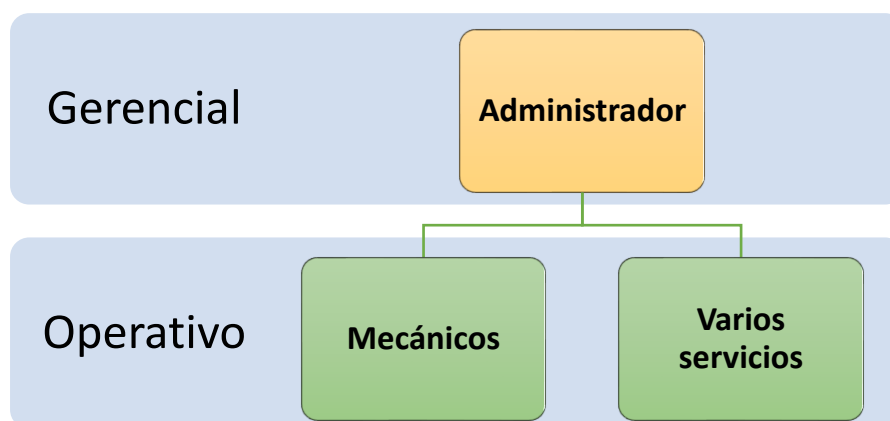
1.4.4 Integración.

La integración organizacional se basará en el sistema de gestión a través de los procesos de compras, ventas y servicios, este sistema permitirá llevar un control completo de entrada y salida de los bienes o productos que serán ofertados al cliente, como también se llevará un registro de servicios brindados a los clientes, identificando la interrelación entre estos (producto-servicio) con el fin de mejorar los procesos de cada servicio.

1.4.5 Organigrama Empresarial

Es un esquema gráfico que representa la estructura interna de una organización, reflejando las relaciones jerárquicas y las competencias de la misma. Este esquema brinda información esencial sobre las estructuras departamentales y la organización de una empresa para comprenderla de un vistazo. (ESERP, 2021)

Ilustración 3 Organigrama empresarial BianCar



Aguirre J. (2021). Organigrama empresarial, Empresa BianCar, Cuenca

1.4.6 Funciones del Personal

Tabla 1 Puesto de Administrador

Detalles generales del puesto Administrador.	
Empresa	BianCar
Unidad Administrativa	Área Gerencial
Misión del puesto	Supervisar las funciones delegadas a los empleados para un eficiente manejo general de todas las áreas, solucionar anomalías e inconvenientes presentados en la empresa. Atender las quejas que se presenten por parte de los empleados y clientes. Responsabilizarse de la dirección de la empresa, distribución del trabajo para los empleados del establecimiento, compra de materia, planificación de actividades estratégicas de la empresa
Denominación del puesto	Administrador
Rol del puesto	Administración y supervisión de procesos de servicios Desarrollo de plan estratégico empresarial Desarrollo de plan de marketing de la empresa Llevar el sistema contable de la empresa
Remuneración	700,00 \$

Aguirre J. (2021). Puesto de Administrador, Empresa BianCar, Cuenca

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2 Méritos aspectos a considerar, Administrador

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Administración de empresas.	Mínima 2 años en el cargo de Administrador en empresas de servicios. 1 año auxiliar o ayudante de mecánica 1 año ventas de productos y artículos para vehículos	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing Digital • Procesos de calidad • Gestión de Talento Humano • Sistema contable 	<ul style="list-style-type: none"> • Puntualidad • Respeto • Adaptabilidad. • Trabajo bajo presión • Creatividad. • Comunicación • Liderazgo. • Iniciativa. • Integridad.

Aguirre J. (2021). *Méritos aspectos a considerar, Administrador*. Cuenca.

Tabla 3 Puesto de Mecánico

Detalles generales del puesto Mecánico	
Empresa	BianCar
Unidad administrativa	Operativo
Misión del puesto	Proporcionar un buen servicio al usuario en general, conservando los autos de los clientes en un estado de operación eficiente y seguro, satisfaciendo sus necesidades y expectativas en el mejor tiempo posible.
Denominación del puesto	Mecánico
Rol del puesto	Desarrollar todas las actividades relacionadas con la revisión técnica, diagnóstico, mantenimiento preventivo, desmontaje, reemplazo de componentes, reparación y ensamblaje de vehículos automotores. Informar al usuario respecto al estado de su vehículo, las opciones que se pueden tomar y las consecuencias que se pueden presentar en cada una de las opciones presentadas
Remuneración	750,00\$

Aguirre J. (2021). Puesto de mecánico. BianCar, Cuenca

Méritos aspectos a considerar

Tabla 4 Méritos aspectos a considerar, Mecánico

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnología Automotriz superior.	6 meses como ayudante de mecánica. 2 Años como mecánico principal	<ul style="list-style-type: none"> • Mecánica automotriz • Electromecánica • Relaciones humanas 	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptabilidad. • Creatividad. • Respeto • Comunicación. • Compromiso. • Decisión. • Puntualidad • Solidaridad. • Iniciativa. • Integridad. • Sociabilidad. • Trabajo en equipo. • Responsabilidad. • Innovador

Aguirre J. (2021). Méritos a considerar, Mecánico. Cuenca.

Tabla 5 Puesto de Varios Servicios

Detalles generales del puesto Varios Servicios	
Empresa	BianCar
Unidad administrativa	Operativo
Misión del puesto	Colaborar con la limpieza, mantenimiento y orden de las instalaciones físicas de la microempresa
Denominación del puesto	Varios servicios
Rol del puesto	<p>Desarrollar todas las actividades relacionadas con el mantenimiento y limpieza de las instalaciones. Colaborar con la separación de los residuos de la mecánica.</p> <p>Informar al administrador y mecánicos respecto de alguna avería presentada en las instalaciones.</p> <p>Llevar un registro e historial de los bienes que son cambiados.</p>
Remuneración	500,00\$

Aguirre J. (2021). Puesto de Varios servicios. BianCar, Cuenca

Méritos aspectos a considerar

Tabla 6 Méritos aspectos a considerar, Varios servicios

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller. Cursando estudios en administración	1 año en cargo similar. 1 año en servicio al cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones humanad • Computación básica 	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptabilidad. • Creatividad. • Respeto • Comunicación. • Compromiso. • Decisión. • Puntualidad • Solidaridad. • Iniciativa. • Integridad. • Sociabilidad. • Trabajo en equipo. • Responsabilidad. • Innovador

Aguirre J. (2021). Méritos a considerar, Varios servicios. Cuenca.

2 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

2.1 Objetivo de mercadotecnia

“Mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual, grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes. Se trata de entender todo lo que hay detrás de una venta, para motivarla e incentivarla.” (Jaimes, 2018)

Posicionar la marca Lubricadora BianCar en la población local como un servicio basado en el aprovechamiento de equipos tecnológicos bajo el cumplimiento de normas locales e internacionales donde los productos ofertados y procesos de servicio son amigables con el ambiente.

2.2 Investigación de mercado

“La investigación de mercados es el proceso mediante el cual las empresas buscan hacer una recolección de datos de manera sistemática para poder tomar mejores decisiones, pero su verdadero valor reside en la manera en que se usa todos los datos obtenidos para poder lograr un mejor conocimiento del consumidor.

La investigación de mercados es una técnica que sirve para recopilar datos de cualquier aspecto que se deseen conocer para después poder interpretarlos y al final hacer uso de ellos para una correcta toma de decisiones.” (QuestionPro, 2021)

Lubricadora BianCar consideró la investigación aplicada, documental, de campo y de laboratorio en la elaboración de la investigación de mercado. En la primera se realizó el estudio del parque automotor de la ciudad de Cuenca y los servicios más solicitados por parte de los propietarios y choferes de vehículos. Para ello se llevó a cabo una investigación documental recurriendo a fuentes primarias y secundarias, recolectando información sobre equipos tecnológicos utilizados para reparación e identificación de inconvenientes de vehículos.

Por otro lado, se recurrió a la investigación de campo para obtener información del entorno en el que se desenvolverá la microempresa, aplicando una técnica de obtención de información la cual es una encuesta. Finalmente, se llevará a cabo una investigación de in situ en donde se prestará los servicios propuestos para la creación de la lubricadora, en donde se establecerá su infraestructura, servicios y procesos.

2.3 Modalidad.

“Se refiere al tipo de estudio que se llevará a cabo con la finalidad de recoger los fundamentos necesarios de la investigación.” (Tesis de Investigadores, 2018)

La recolección de datos se realizó a través de encuestas de forma virtual durante una semana compartiendo los links de la encuesta a propietarios de vehículos, choferes y propietarios de negocios de repuestos para vehículos en el sector centro de la ciudad de Cuenca, esta encuesta consta de 10 preguntas, algunas de ellas son cerradas y otras de opción múltiple de respuesta.

2.4 Plan de Muestreo

“Es una herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población.” (Melissa J, 2010)

En este trabajo existe un universo definido, se tomó como sujetos de estudio a personas propietarios de vehículos y choferes de profesión, todos ellos son mayores de edad considerando tanto hombres como mujeres, para esta encuesta se considera solamente mayores de edad, porque es la edad legal en la que las personas pueden maniobrar un vehículo libremente y sin restricción por las calles, por tanto, no se considera a personas menores de edad en este estudio.

Se toma en cuenta a este target puesto a que este emprendimiento va dirigido a las personas que legalmente pueden tener un vehículo por tanto es este grupo de personas quien puede solicitar el servicio o adquirir un producto que oferta la lubricadora.

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{149 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (149 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{143,10}{1,330}$$

$$n = 107$$

Formula obtenida del documento. (Torres, Paz, & Salazar)

2.5 Análisis de las encuestas

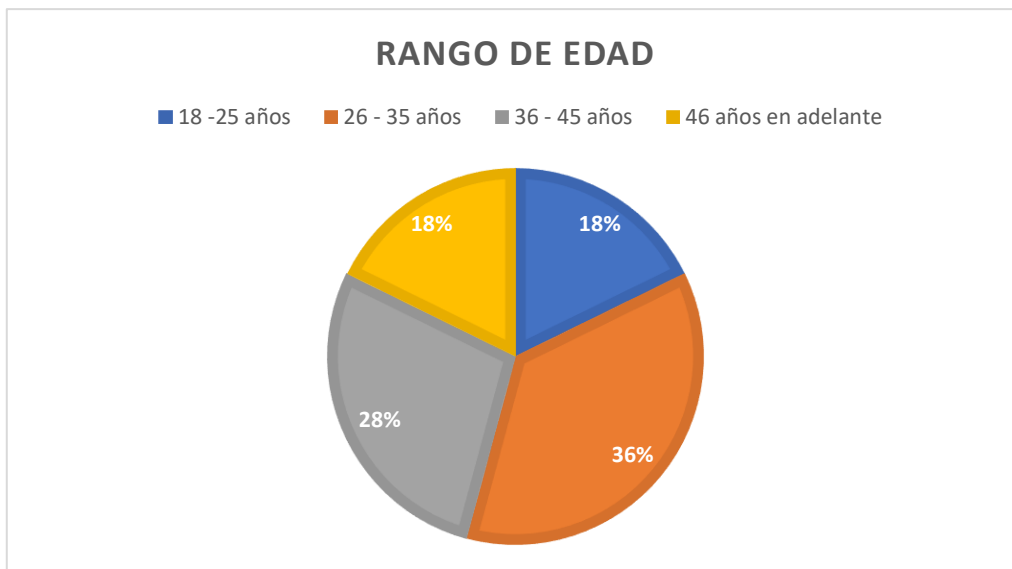
2.5.1 Pregunta 1.

Tabla 7 Pregunta 1

Respuestas	Cantidad	%
18 -25 años	19	18
26 - 35 años	39	36
36 - 45 años	30	28
46 años en adelante	19	18
TOTAL	107	100,00

Aguirre J. (2021). *¿Rango de Edad?.* Cuenca.

Ilustración 4 Pregunta 1, gráfico horizontal



Aguirre J. (2021). *Pregunta 1, gráfico circular.* Cuenca.

Análisis: El grupo etario de personas que mayormente poseen un vehículo están en un rango de 26 a 35 años, mientras que el segmento con menor cantidad de vehículo se encuentra en edades más jóvenes comprendidas de 18 a 25 años, lo cual arroja un dato relevante para estudiar minuciosamente el comportamiento y las preferencias de estos grupos para el lanzamiento de campañas de marketing, considerando que cada rango etario es distinto.

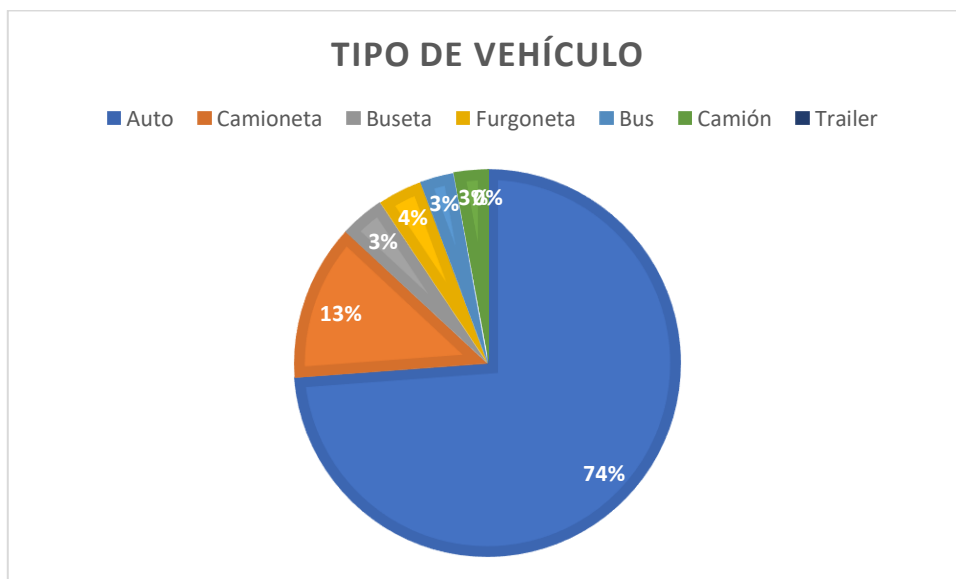
2.5.2 Pregunta 2

Tabla 8 Pregunta 2

Respuesta	Cantidad	%
Auto	79	74
Camioneta	14	13
Buseta	4	4
Furgoneta	4	4
Bus	3	3
Camión	3	3
Trailer	0	0
TOTAL	107	100

Aguirre J. (2021). ¿ Seleccione el tipo de vehículo que posee?. Cuenca.

Ilustración 5 Pregunta 2, gráfico horizontal



Aguirre J. (2021). Pregunta 2, gráfico circular. Cuenca.

Análisis: De las 107 personas encuestadas la mayor cantidad de ellas tiene auto y camioneta, según los datos obtenidos se concluye que el parque automotor de Cuenca es relativamente nuevo.

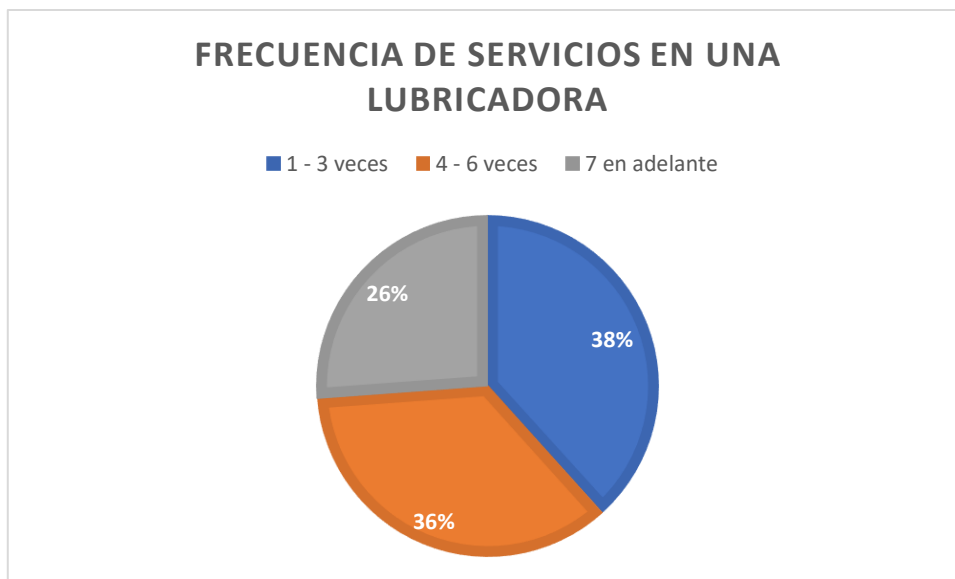
2.5.3 Pregunta 3

Tabla 9 Pregunta 3

Descripción	Cantidad	Porcentaje
1 - 3 veces	41	38
4 - 6 veces	38	36
7 en adelante	28	26
TOTAL	107	100,00

Aguirre J. (2021). *¿Con qué frecuencia lleva usted su vehículo a una lubricadora cada año?*
Cuenca.

Ilustración 6 Pregunta 3, gráfico circular.



Aguirre J. (2021). *Pregunta 3, gráfico horizontal.* Cuenca.

Análisis: De los 107 encuestados la mayor cantidad de ellos afirma acudir a una lubricadora de una a 3 veces, seguido con una diferencia mínima por personas que asisten de 4 a 6 veces y en menor cantidad un grupo de personas que frecuenta las lubricadoras con mayor cantidad.

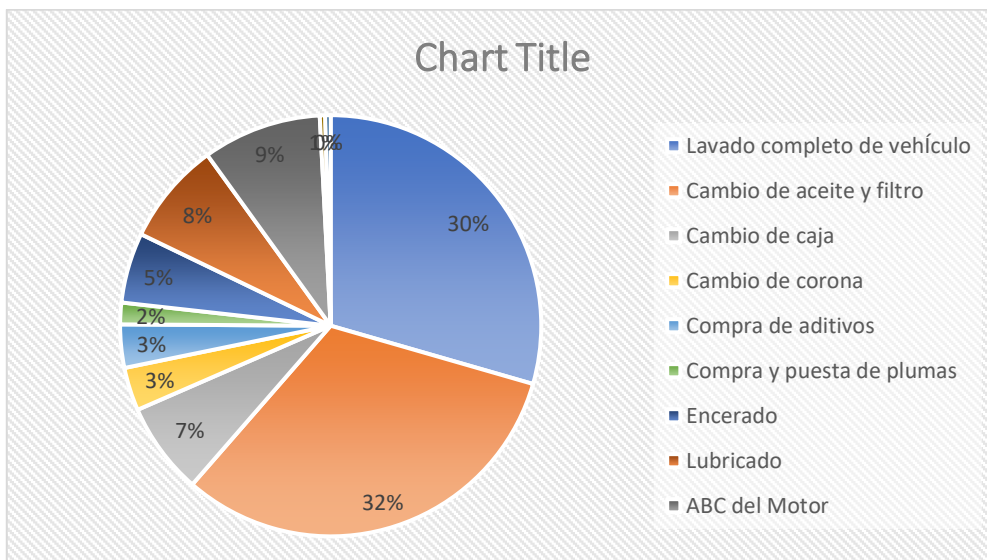
2.5.4 Pregunta 4

Tabla 10 Pregunta 4

4. ¿Seleccione los servicios que suele requerir con más frecuencia en la lubricadora?		
Respuesta	Cantidad	%
Lavado completo de vehículo	32	29
Cambio de aceite y filtro	34	32
Cambio de caja	8	7
Cambio de corona	4	3
Compra de aditivos	4	3
Compra y puesta de plumas	2	2
Encerado	6	5
Lubricado	8	8
ABC del Motor	10	9
Alineación – Balanceo	0	0
Repuestos	0	0
TOTAL	107,00	100,00

Aguirre J. (2021). 4. ¿Seleccione los servicios que suele requerir con más frecuencia en la lubricadora?. Cuenca.

Ilustración 7 Pregunta 4, gráfico circular.



Aguirre J. (2021). Pregunta 4, gráfico circular. Cuenca.

Análisis: De los datos obtenidos se puede evidenciar que los servicios más solicitados en una lubricadora son: lavado completo del vehículo, cambio de aceite y filtro, mientras que en escalas menores se presentan otros como ABC del motor y lubricado.

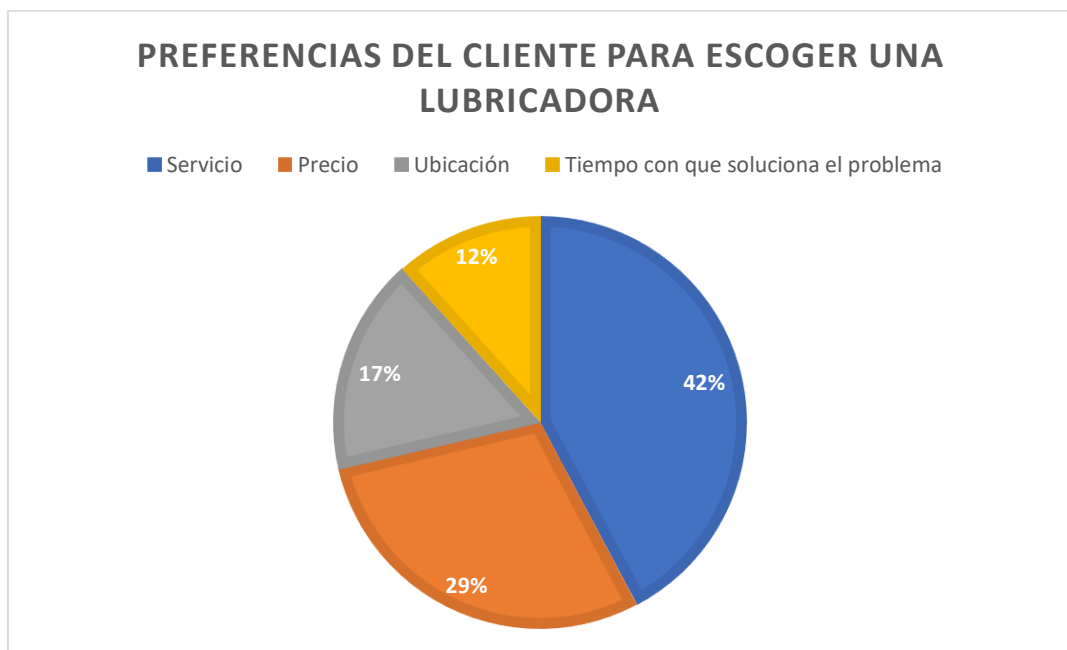
2.5.5 Pregunta 5

Tabla 11 Pregunta 5

5. Seleccione dos opciones, ¿Qué elemento considera usted más importante al momento de seleccionar una lubricadora?		
Respuesta	Cantidad	%
Servicio	45	42
Precio	31	29
Ubicación	18	17
Tiempo con que soluciona el problema	12	12
TOTAL	107,00	100

Aguirre J. (2021). *Seleccione dos opciones, ¿Qué elemento considera usted más importante al momento de seleccionar una lubricadora?.* Cuenca

Ilustración 8 Pregunta 5, gráfico horizontal



Aguirre J. (2021). *Pregunta 5, gráfico horizontal.* Cuenca.

Análisis: De las 107 personas encuestadas, todos consideran que el servicio es más importante que cualquier otra característica que pueda haber, es decir para lograr captar el mercado hay que desarrollar estrategias de buen servicio e incluso fidelización del cliente.

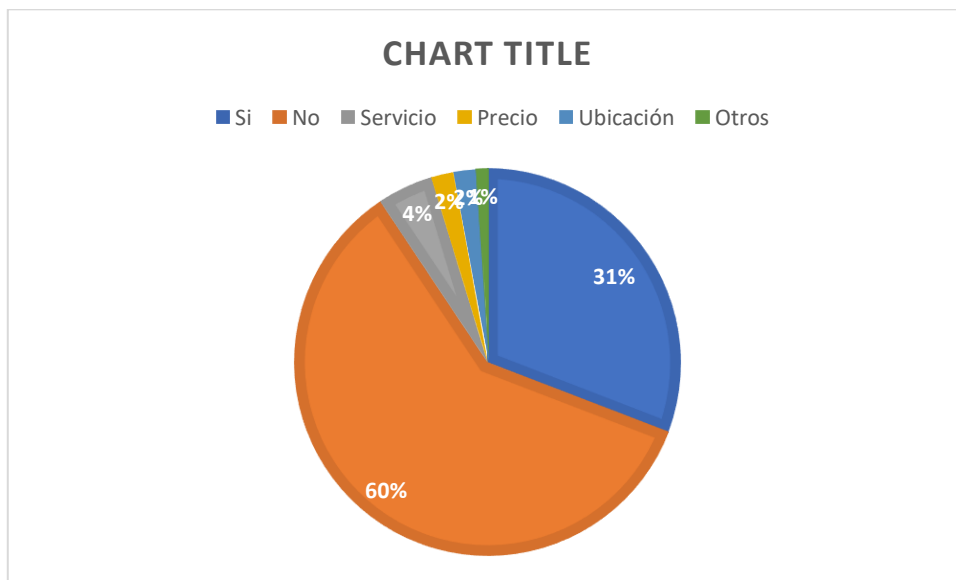
2.5.6 Pregunta 6

Tabla 12 Pregunta 6

6. ¿Cambiaría la lubricadora de confianza que usted actualmente tiene por una que ofrezca un servicio integral?		
Respuesta	Cantidad	%
Si	33	31
No	64	60
Servicio	5	5
Precio	2	2
Ubicación	2	2
Otros	1	1
TOTAL	107	100,00

Aguirre J. (2021). ¿Cambiaría la lubricadora de confianza que usted actualmente tiene?, en caso de ser si la respuesta por favor indicar la razón. Cuenca.

Ilustración 9 Pregunta 6, gráfico circular.



Aguirre J. (2021). Pregunta 6, gráfico circular. Cuenca.

Análisis: De los 107 encuestados la mayor cantidad de la población no se arriesga a cambiar de lugar de servicio, lo cual denota que una vez fidelizado el cliente es un poco más sencillo retenerlo, eso ayuda a entender que la competencia es fuerte, es necesario competir por servicios mas no por precio.

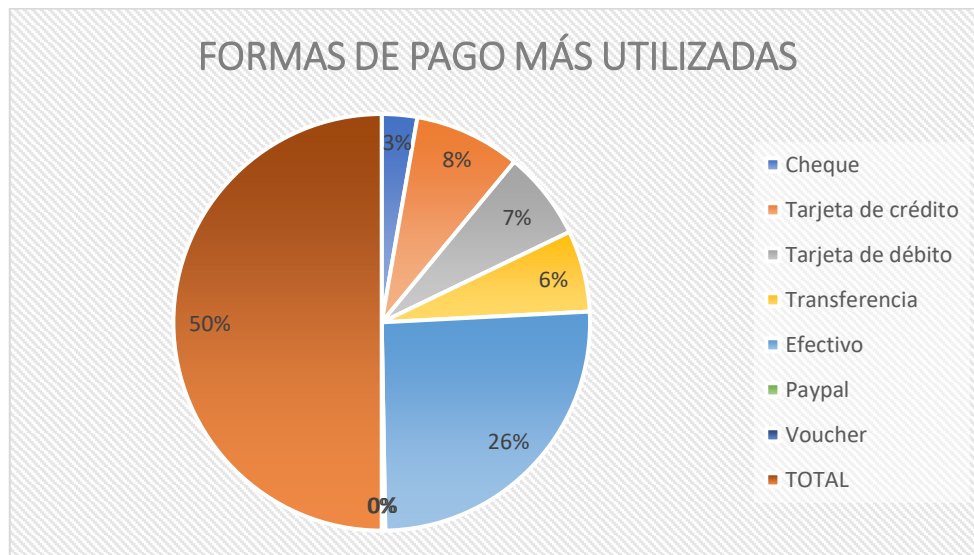
2.5.7 Pregunta 7

Tabla 13 Pregunta 7

7. Escoja tres opciones ¿Cómo suele realizar sus pagos en las lubricadoras?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje2
Cheque	6	5,49
Tarjeta de crédito	18	16,48
Tarjeta de débito	15	13,74
Transferencia	14	12,64
Efectivo	55	51,10
Pay pal	1	0,55
Voucher	0	0,00
TOTAL	107	100

Aguirre J. (2021). 7. ¿ Escoja tres opciones ¿Cómo suele realizar sus pagos en las lubricadoras?. Cuenca.

Ilustración 10 Pregunta 7, gráfico horizontal.



Aguirre J. (2021). Pregunta 7, gráfico circular. Cuenca.

Análisis: De los 107 encuestados la mayor cantidad paga los servicios en dinero efectivo, muy distante de este modo de pago se encuentra el pago con tarjetas de crédito, débito y transferencia, mientras que un grupo pequeño de personas realizan pagos con cheque y solo una persona con Pay pal, lo cual da la idea que los negocios se deben acoplar a los avances progresivos de la tecnología en todos sus niveles.

2.5.8 Pregunta 8

Tabla 14 Pregunta 8

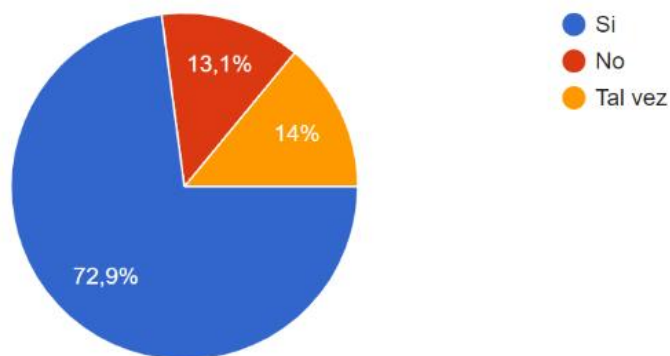
8. ¿Llevaría su vehículo a una lubricadora donde se utilice herramientas tecnológicas?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	78	72,9
No	14	13,1
Tal vez	15	14
TOTAL	107	100%

Aguirre J. (2021). 8. ¿Llevaría su vehículo a una lubricadora donde se utilice herramientas tecnológicas?. Nueva Loja.

Ilustración 11 Pregunta 8, gráfico circular

8. ¿Llevaría su vehículo a una lubricadora donde se utilice herramientas tecnológicas?

107 respuestas



Aguirre J. (2021). Pregunta 8, gráfico circular. Cuenca.

Análisis Con este dato obtenido se puede considerar que dar un valor agregado al servicio puede influir en cierto modo a captar el cliente objetivo, sin embargo, el punto más relevante será la calidad de servicio.

2.5.9 Pregunta 9

Tabla 15 Pregunta 9

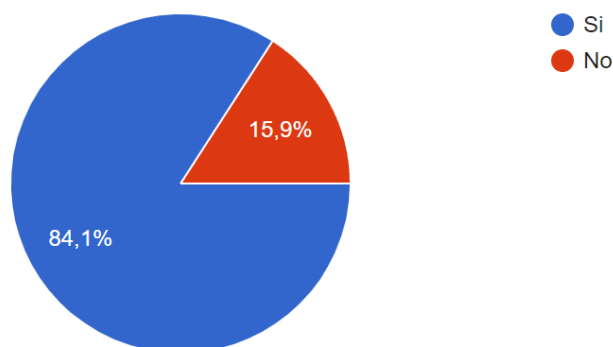
9. ¿Le gustaría a usted que un mecánico le visite a su domicilio o donde se encuentre, cuando tenga inconvenientes con su vehículo, o tenga sospecha de alguna avería que usted no puede detectar?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	90	84.1
No	17	15.9
TOTAL	107	100%

Aguirre J. (2021). 9. ¿Le gustaría a usted que un mecánico le visite a su domicilio o donde se encuentre, cuando tenga inconvenientes con su vehículo, o tenga sospecha de alguna avería que usted no puede detectar?. Cuenca.

Ilustración 12 Pregunta 9, gráfico circular.

9. ¿Le gustaría a usted que un mecánico le visite a su domicilio o donde se encuentre, cuando tenga inconvenientes con su vehículo, o tenga sospecha de alguna avería que usted no puede detectar?

107 respuestas



Aguirre, J. (2021). Pregunta 9, gráfico circular. Nueva Loja.

Análisis: El 89.1% de la población encuestada estaría dispuesta a recibir servicio a domicilio, en contra de un 15,9% que no aprueba el servicio. Con este dato se puede considerar nuevas modalidades de trabajo para una prestación de servicio más personalizada, además de ello se debe considerar los materiales y herramientas de trabajo que se deben utilizar.

2.5.10 Pregunta 10

Tabla 16 Pregunta 10

10. Selecciones tres opciones ¿Qué medios suele utilizar usted para informarse respecto a productos, servicios y descuentos?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje ²
Facebook	34	31,41
WhatsApp	27	24,91
Twitter	7	6,50
Instagram	14	13,36
Radio	9	8,30
Televisión	5	4,69
Volantes, trípticos	4	3,97
Publicidad en carteles	7	6,86
TOTAL	107	100

Aguirre J. (2021). 10. Seleccione tres opciones ¿Qué medios suele utilizar usted para informarse respecto a productos, servicios y descuentos? Cuenca.

Ilustración 13 Pregunta 10, gráfico en barra circular



Aguirre J. (2021). Pregunta 10, gráfico en barra circular. Cuenca.

Análisis: Conforme los datos obtenidos se logran evidenciar que los propietarios de vehículos y choferes centran mayormente su atención en redes sociales como Facebook, WhatsApp e Instagram, dentro de los medios tradicionales se considera la publicidad en radio y carteles, con estos detalles obtenidos se puede desarrollar un plan de marketing en los medios más utilizados por parte del cliente objetivo.

2.6 Análisis General.

Con el estudio desarrollado se constata que no existe una brecha abismal entre hombres y mujeres en cuanto al acceso de bienes automovilísticos en la ciudad de Cuenca, esa información revela que las diferencias de género que hasta hace un tiempo atrás era muy notable hoy en día empieza a tener equivalencia.

Las personas que poseen un vehículo o trabajan en uno en calidad de choferes frecuentan los servicios de las lubricadoras 3 veces al año y por cada ocasión que llevan su vehículo a la lubricadora gastan un promedio de 21 a 30 dólares en su gran mayoría.

Con el desarrollo de las encuestas realizadas a un público adulto se ha logrado evidenciar que gran parte de la población es fiel a un productor de bienes o servicios, las personas consideran más importante la calidad del servicio antes que el precio y la eficiencia de atención.

Debido que las personas son fieles a un servicio y no cambian constantemente el proveedor es necesario que la microempresa BianCar refuerce el servicio y analice con más detalle el servicio de la competencia, sobre esa base se puede comenzar a trabajar y desarrollar un plan de marketing

La forma de pago más utilizada por los usuarios de lubricadoras es el efectivo, sin embargo, un grupo de personas opta por pagar con otros medios poco convencionales como tarjeta de crédito, tarjeta de débito, transferencia, etc. Para ello se requiere profundizar un poco más en el tema y conocer las razones por las cuales las personas aún no utilizan los medios modernos de pago una de las primeras incógnitas que surge es si las demás lubricadoras competentes prestan esa facilidad o el cliente no está acostumbrado al manejo de los medios digitales para realizar transacciones comerciales.

Los usuarios en su gran mayoría aceptan la utilización de equipos tecnológicos para el servicio, así como también gran parte de la población encuestada está de acuerdo con recibir los servicios que presta la lubricadora en su domicilio.

2.7 Entorno empresarial

“El entorno empresarial es el conjunto de factores que influyen en la actividad de una compañía. Pueden tener un origen interno o externo y son de distinta naturaleza.

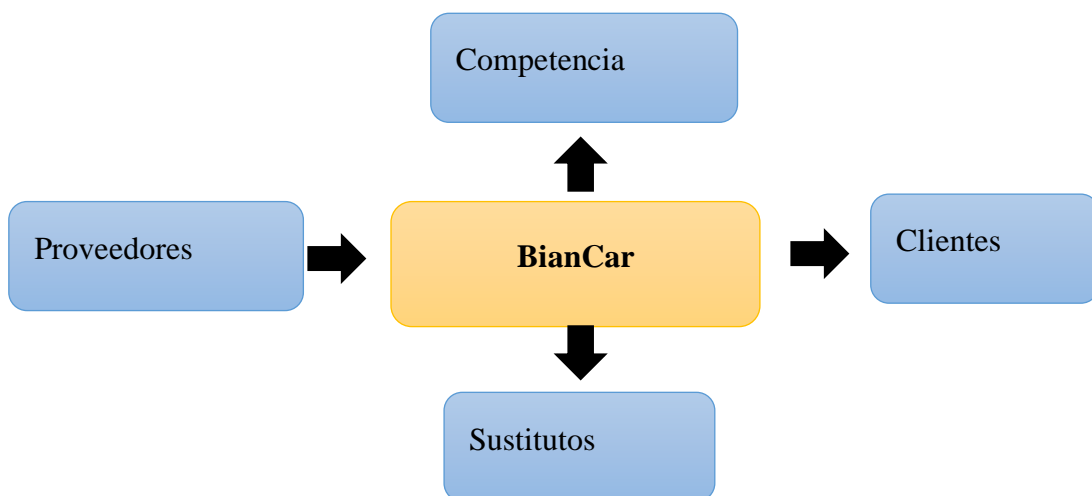
Este entorno además se caracteriza por ser cambiante en el tiempo y muchas veces difícil de predecir.” (Westreicher, Entorno empresarial, 2020)

2.7.1 Microentorno.

“El microentorno también es conocido como entorno específico, entorno de acción directa o entorno inmediato. Se refiere a todos los aspectos o elementos relacionados en forma permanente con la empresa y que influyen tanto en las operaciones diarias como en los resultados. Algunos de esos elementos son: clientes, proveedores, competidores y reguladores.” (ESAN, 2016)

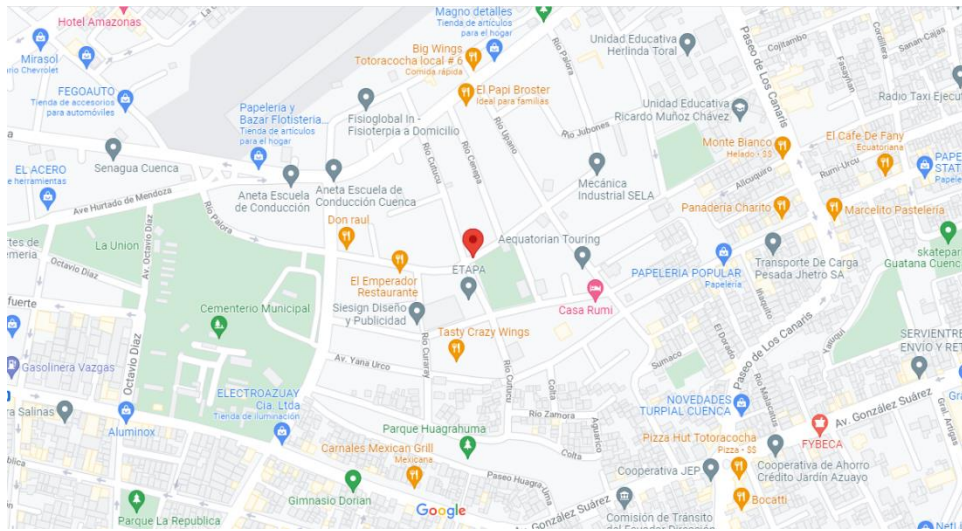
Lubricadora BianCar considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Ilustración 14 Esquema microentorno BianCar



Aguirre J. (2021). *Esquema microentorno BianCar*. Cuenca.

Ilustración 15 Ubicación geográfica BianCar



Google Maps (2021) *Ubicación geográfica de BianCar. Recuperado de Ubicación. Recuperado de <https://www.google.com/maps/place/2%C2%B053'47.5%22S+78%C2%B059'16.5%22W/@-2.8967163,-78.9883222,17z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d-2.8965127!4d-78.9879038?hl=es>*

2.7.1.1 Competencia directa.

Es una situación en la que dos o más empresas ofrecen productos o servicios que son esencialmente iguales. Como tal, estas empresas están compitiendo por el mismo mercado potencial.

Es un término que describe a una compañía que produce un bien o servicio prácticamente idéntico que se ofrece a la venta en el mismo mercado que los producidos por una o más compañías alternativas. (Helmut Sy Corvo, 2019)

Luego de realizar un recorrido en el sector donde se plantea la ubicación de la Lubricadora BianCar, se encontró que en un perímetro de 1 km a la redonda aproximadamente existen 8 lubricadoras, pero en el sector oeste de la ciudad de Cuenca, es donde se localiza la mayor cantidad de lubricadoras.

2.7.2.1 Competencia indirecta.

“Es la competición entre los proveedores de diferentes tipos de productos que satisfacen las mismas necesidades. En otras palabras, la competencia indirecta es la

competencia entre compañías que hacen productos ligeramente diferentes pero que persiguen a los mismos clientes.” (Helmut Sy Corvo, 2021)

- En el perímetro de un kilómetro a la redonda no se encuentran empresas ni establecimientos que brinden servicios o productos, lo que se podría denominar como una competencia ligeramente indirecta es una lavadora de vehículos que se encuentra a dos kilómetros aproximadamente.

2.7.3.1 Sustitutos.

“Es aquel que puede satisfacer la misma necesidad que otro. De esta forma, a ojos del consumidor, el bien sustituto puede reemplazar la función de otro, sean o no similares en cuanto a sus características o precio. Los servicios sustitutos se comportan de igual manera, por lo que para simplificar vamos a obviar la diferencia entre bienes y servicios.” (Roldán, Productos sustitutos, 2017)

No existen empresas que oferten ni presten servicios que solventen las mismas necesidades cerca al lugar donde se plantea ubicar la lubricadora; sin embargo, a una cuadra de distancia aproximadamente existe un local que vende repuestos para vehículos.

2.7.4.1 Proveedores.

“Puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias y bienes, artículos principalmente, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o que directamente se compran para su venta. Un proveedor también ofrece servicios profesionales intangibles como horas de consultoría, formación, etc.” (Circulante, 2021)

Teniendo en cuenta que la calidad en los productos es uno de los principios fundamentales con los que trabaja la Lubricadora BianCar, pondrá en consideración los productos que serán utilizados que no afecten el medio ambiente para que su servicio sea óptimo.

Tabla 17 Proveedores.

Tabla de proveedores		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Golden Bear	Producto de buena calidad amigable con el ambiente	Lubricantes para vehículos de gasolina y diésel.
Valvoline Daily Protection	Aceites que cumple con los requisitos europeos y japoneses para límites de desgaste	Aceites multigrado
Quaker State Advanced Durability	Resistencia mejorada cuando el motor es sometido a altas revoluciones y/o bajo cargas elevadas. Excelente desempeño contra la formación de Lodos y otros depósitos peligrosos. Máxima protección para motores turbo y súper cargados. temperaturas.	Aceite para vehículos
Aceite AmazonBasics	Ofrece una resistencia a la viscosidad y a la avería térmica, además de ayuda a combatir la quema de la volatilidad	Aceite de motor sintético.
Havoline	SAE 10W-40 Proporciona una protección completa	Aceites y lubricantes
Pennzoil	Mayor economía de combustible. Protección de la potencia. Protección incomparable contra el desgaste. ... Excelente desempeño en temperaturas extremas	Aceites líquido y combustible
Fórmula Shell	Lubricante Mineral para Motores a Gasolina, provee excelente desempeño de limpieza y rendimiento en mantenimientos de los autos de pasajeros	Aceites y lubricantes
Castrol GTX Motor Oil	Brinda protección superior contra sedimentos del motor Brinda protección avanzada contra la descomposición térmica y pérdida de viscosidad	Lubricantes

Tedasa	Empresa con más de 40 años de experiencia, ubicada en el Austro del país.	Accesorios, repuestos, aceites, filtros, lubricantes para vehículos de todo tipo
Austrofilme	Empresa ecuatoriana radicada en Cuenca, oferta todo tipo de filtros	Filtros de aire y aceite
Prosein	Cuenta con 25 años de experiencia en el mercado ofertando productos y equipos de protección	Uniformes y equipos de seguridad industrial para personal de trabajo
Indegisa	Empresa ecuatoriana que provee productos de calidad a nivel nacional	Maquinaria y equipos industriales
Ecuasoltic	Empresa ecuatoriana que oferta productos de calidad al mercado	Equipos informáticos
Imposopapel	25 años de experiencia en el mercado	Papelería (productos de oficina)

Aguirre J. (2021). *Proveedores*. Cuenca.

2.7.5.1 Clientes.

“Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.” (Thompson, 2021)

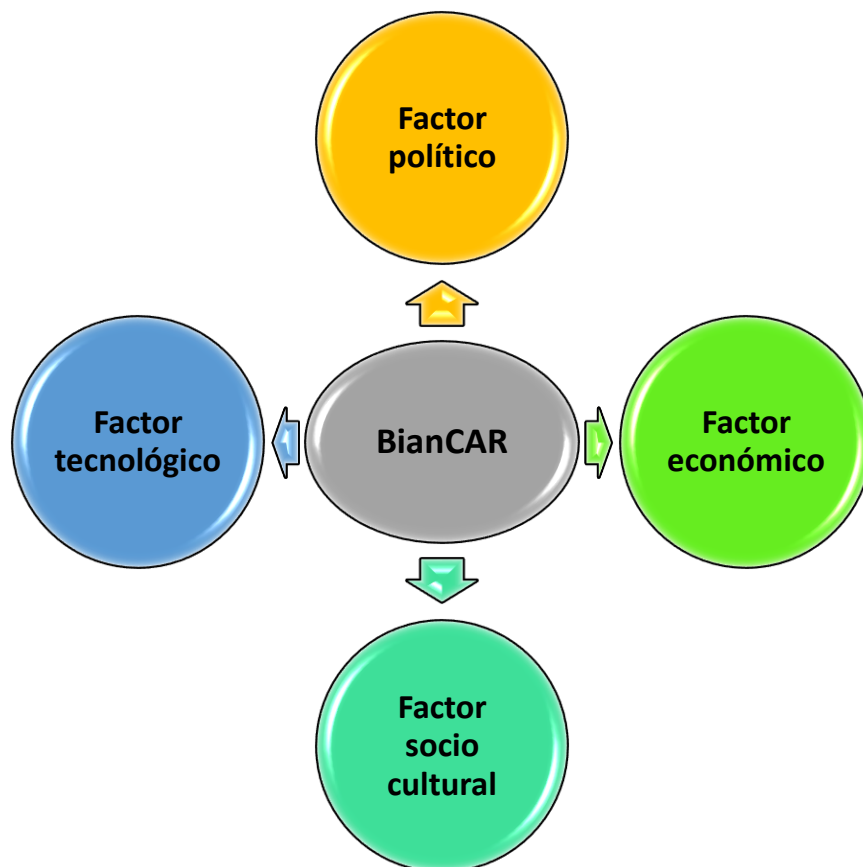
Lubricadora BianCar, es una microempresa que estará enfocada a personas adultas tanto hombres como mujeres, propietarios de vehículos o choferes, como también se considera a empresas, cooperativas de transporte, instituciones educativas y financieras, que cuentan con transporte terrestre (vehículo).

2.7.2 Macroentorno

“Define aquellas fuerzas externas que van a tener un impacto indirecto sobre la organización, y que existen independientemente de que haya actividad comercial o no. Debemos tener en cuenta también, que la empresa no podrá ejercer ninguna influencia sobre el macroentorno.” (Ranís, 2016)

Son aquellos factores sobre los que la microempresa “Lubricadora BianCar” no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Ilustración 16 Esquema macroentorno BianCar



Aguirre J. (2021). *Esquema macroentorno. BianCar*. Cuenca.

2.7.1.2 Factor Político

A nivel nacional, el Ministerio del Ambiente es el ente regulador del manejo ambiental. Sin embargo, en los casos en donde los Gobiernos Autónomos

Descentralizados no están acreditados al Sistema Único de Manejo Ambiental, el Ministerio del Ambiente se convierte en la autoridad nacional ambiental y tiene la potestad de regular

En el caso de las lubricadoras se sigue un proceso para sacar una ficha ambiental, en proyectos de bajo impacto o una licencia ambiental, si el impacto es alto. (Ministerio de Ambiente Agua y Transición Ecológica, 2021)

En el Acuerdo Ministerial N° 142 se establecen las condiciones obligaciones y requisitos que deben cumplir las lubricadoras en el Ecuador.

2.7.2.2 Factor Económico

Para 2021 se estima que la economía se recupere y crezca 3,1%, equivalente a un Producto Interno Bruto (PIB) de USD 67.539 millones en valores constantes. Esta recuperación de la economía ecuatoriana será dinamizada principalmente por el Gasto de los Hogares, que se incrementaría en USD 3.441 millones, por mayores importaciones de bienes de consumo (USD 136,2 millones) y un incremento en las remesas recibidas (USD 272,5 millones).

Las exportaciones de bienes y servicios aumentarían USD 1.095,2 millones, con la expectativa de recuperación en la venta de petróleo crudo y derivados, así como de los productos no petroleros, en particular banano y plátano, camarón y cacao, que mantendrían la dinámica de crecimiento.

Por su parte, las importaciones de bienes y servicios crecerían en 3,2% frente a 2020, porcentaje que corresponde a USD 936,6 millones. Esto se explicaría por una mejora en el dinamismo de la economía interna.

En cuanto a la Formación Bruta de Capital Fijo para 2021 se prevé una reducción en la inversión pública de USD 171,2 millones, mientras que la privada subiría en USD 114 millones.

Actualmente el Ecuador y el mundo están atravesando una etapa de recuperación económica, para lograrlo cada gobernante de turno ha tomado medidas diferentes para

conseguir resultados positivos para sus naciones sin embargo no siempre estas medidas han sido aceptadas por la población local. (Banco Central del Ecuador (BCE), 2021)

El parque automotor matriculado en Ecuador creció en más de 1,4 millones de vehículos en una década, lo que situó la cifra por sobre los 2,4 millones de unidades a 2018, informó este viernes 1 de noviembre de 2019 el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Por provincias, el mayor número de vehículos matriculados se registra en Pichincha, cuya capital es Quito, con 540 827, seguido por Guayas, cuya capital es Guayaquil, con 529 603 unidades.

Les siguen Manabí (207 420), Azuay (154 697), Los Ríos (131 764), El Oro (116 063), Tungurahua (107 224), Santo Domingo de los Colorados (81 253), Cotopaxi (70 996) y Loja (69 424).

El resto de provincias acumulan un total de 394 380 unidades matriculadas. Por otro lado, al comparar el parque automotor con otros países de la región, Chile es el país con el mayor número de vehículos matriculados por cada mil habitantes, seguido por Colombia, Perú, Bolivia y Ecuador. (El Comercio, 2019)

La venta de vehículos registra un repunte y con ello el incremento del parque automotor de Cuenca

A raíz de la pandemia hubo una baja considerable del 10 al 15 % en la comercialización de los carros seminuevos como nuevos, ya que la gente estaba algo temerosa por invertir, sin embargo, vemos con optimismo el futuro a mediano y largo plazo. alrededor de 79.000 vehículos fueron matriculados el 2013 en la Empresa Municipal de Movilidad (EMOV EP) y 87.000 en el 2020, a pesar de la pandemia. (El Mercurio, 2021)

En el Ecuador con el nuevo mandatario (Guillermo Lasso) se ha optado por disminuir el subsidio del combustible y eliminar impuestos de varios productos importados, situación que no ha sido bien vista por diferentes grupos sociales y partidos políticos opositores.

La situación económica del Ecuador empieza a recuperarse después de un largo periodo de estancamiento a causa de la pandemia mundial (COVID - 19).

2.7.3.2 Factor Sociocultural

El 25 de septiembre de 2015, los líderes mundiales adoptaron un conjunto de objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible. Cada objetivo tiene metas específicas que deben alcanzarse en los próximos 15 años. (PNUD, 2021)

Siguiendo la promesa de no dejar a nadie atrás, los países se han comprometido a acelerar el progreso para aquellos más atrasados. Es por esto que los ODS han sido diseñados para traer al mundo varios “ceros” que cambien la vida, lo que incluye pobreza cero, hambre cero, SIDA cero y discriminación cero contra las mujeres y niñas.

Todo el mundo es necesario para alcanzar estos objetivos ambiciosos. Se necesita la creatividad, el conocimiento, la tecnología y los recursos financieros de toda la sociedad para conseguir los ODS en cada contexto.

El 2020 fue un año difícil para el mundo y en particular para el Ecuador. La emergencia sanitaria causada por la COVID-19 provocó una profunda recesión que redundó en un repunte de la pobreza. Esta crisis amplificó los desequilibrios macroeconómicos que el país estaba intentando subsanar desde el fin del boom de los precios del petróleo. Además, la crisis puso en evidencia algunas debilidades estructurales como la carencia de amortiguadores macroeconómicos, la elevada informalidad, un sistema de salud poco preparado y las grandes brechas en el acceso a servicios públicos.

Ecuador aún requiere hacer frente a desafíos remanentes de la crisis sanitaria como extender la vacunación al 100% de la población, promover la recuperación de la actividad económica y proteger a los grupos más vulnerables. Superar estos desafíos es crítico para concretar una rápida recuperación de la crisis.

Entre tanto, el crecimiento y la creación de empleo de calidad podrían ser favorecidos por una mejora sistemática del ambiente de inversiones que permita retomar una senda de crecimiento menos dependiente del petróleo que, en el mediano plazo, podría verse desplazado por energías renovables. Adicionalmente, al ser altamente vulnerable a los efectos del cambio climático, Ecuador necesita afrontar medidas para

mitigar los efectos de este desafío global y, con la ayuda del sector privado, desacoplar el crecimiento de la economía de la emisión de gases de efecto invernadero.

Por otro lado, Ecuador también requiere mejorar la eficiencia de sus políticas públicas para proteger a la población más vulnerable y ofrecer el acceso a mayores oportunidades. En este sentido, es crítico afrontar desafíos de larga data como los altos índices de desnutrición infantil, promover una mayor calidad de los servicios públicos, mejorar la eficiencia y progresividad del gasto en salud, educación y protección social y cerrar las brechas que afectan a la población rural. Para tal efecto, es fundamental basar la toma de decisiones en evidencia, y mejorar la gestión de los recursos públicos y la coordinación entre los diferentes niveles de gobierno y sectores. (Banco Mundial, 2021)

Hoy en día el Ecuador registra un mejoramiento económico, padece inestabilidad política debido a inconformidad con el gobierno actual por parte de partidos políticos opositores, y las noticias que tildan al actual mandatario (Guillermo Lasso) como evasor de impuestos en paraísos fiscales

2.7.4.2 Factor Tecnológico

“Es la primera vez en la historia que una innovación avanza tan rápidamente como lo han hecho las tecnologías digitales: en apenas veinte años han llegado a cerca del 50 % de la población del mundo en desarrollo, y han transformado las sociedades. Al mejorar la conectividad, la inclusión financiera, el acceso al comercio y a los servicios públicos, la tecnología puede ser un gran elemento igualador.” (ONU, 2020)

Hoy en día la automatización de servicios y aplicación de sistemas tecnológicos para la producción de bienes y servicios es un punto elemental y diferenciador de la competencia. Con su aplicación se logra tener mayor efectividad en los procesos, se economiza recursos que generalmente están destinados al pago de personal y se consigue optimizar tiempo, donde la espera del cliente es menor para ser atendido.

2.8 Producto y servicio

“Producto: es una cosa o un objeto producido o fabricado, algo material que se elabora de manera natural o industrial mediante un proceso, para el consumo o utilidad de los individuos.” (Significados, 2021)

“Servicio: es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado.” (Sánchez, 2016)

Lubricadora BianCar es una microempresa que presta servicios a propietarios de vehículos, choferes y empresas, el servicio está dirigido a un mercado adulto.

2.8.1 Producto Esencial.

Es una expresión utilizada en el ámbito del marketing para designar un producto o servicio básico provisto por la empresa, por lo que ésta es identificada y sirve para satisfacer la necesidad base para la cual fue concebido y producido. Las características de un producto esencial incluyen su tamaño, configuración, estilo y color. Si el producto esencial fuera un servicio, sus características incluyen el cronograma, frecuencia, ámbito, etc. (Nunes, 2018)

El servicio esencial que oferta Lubricadora BianCar es el cambio de aceite.

2.8.2 Producto real.

“Tiene que ver con la forma cómo se presenta el producto a la audiencia y qué características lo diferencian de la competencia. Esto permitirá que los clientes prefieran determinada marca en lugar de otra. Este nivel incluye lo referente al tamaño del producto, diseño del empaque, su olor o sabor. Además, todo lo que tiene que ver con su presentación y publicidad.” (Bercan, 2021)

Lubricadora BianCar se brinda servicios, mismo que tiene las siguientes características:

- Calidad: los productos utilizados son amigables con el ambiente y el personal es altamente capacitado.
- Funcionalidad: Los servicios pueden ser solicitados los 365 días del año
- Presentación: Espacio físico de la Lubricadora en la Provincia de Azuay, ciudad Cuenca, parroquia Totoracocha,
- Tamaño: Microempresa
- Marca: Lubricadora BianCar

2.8.3 Características.

Para la prestación de servicios en la Lubricadora es necesario que el cliente o usuario se acerque al establecimiento directamente o solicite el servicio a través de las redes sociales de la microempresa.

2.8.4 Calidad.

Para la prestación del servicio se considera el manual de Buenas Prácticas Ambientales y Atención de Calidad, mismos que son adaptados y aplicados minuciosamente dentro de la microempresa, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Tiempo medio de espera.
- Tiempo promedio arreglo o solvencia de una avería.
- Nivel de conformidad de servicio por parte del usuario.
- Cantidad de productos vendidos por día.
- Cantidad de servicios diarios.
- Cantidad de materiales inorgánicos reciclados
- Cantidad de agua utilizada por día
- Consumo de energía eléctrica

2.8.5 Estilo.

Lubricadora BianCar tiene un estilo semiformal, debido que la idea es extenderse en el mercado nacional, brindando servicios a empresas de transportes donde se mantiene una interacción formal mientras que con la población en general ya sean choferes o propietarios de vehículos se puede generar mayor interacción y grado de confianza.

2.8.6 Marca.

Es un signo distintivo, cuya principal función es la de diferenciar y hacer únicos a los productos y/o servicios de una empresa frente al resto de competidores. La marca es, por así decir, lo que da identidad y significado a un producto o servicio concretos. (Nuño, 2017)

Lubricadora BianCar es un término que donde se conjugan palabras, la primera “Lubricadora” hace referencia a la idea de negocio que se plantea desarrollar, mientras que BianCar es la unión de dos palabras la primera “Bian” en honor a mi hija de nombre Bianca, mientras que “Car” una palabra ingles que significa carro, porque es el bien con el que se trabaja a diario, dando soluciones a las problemáticas o averías que tenga el mismo.

2.8.7 Producto aumentado.

“Es aquel que supera las expectativas que los consumidores habían depositado en él. El producto va adquiriendo valor para convertirse en el objeto favorito de los consumidores.” (Diccionario de Marketing, 2021)

Lo que diferencia a Lubricadora BianCar de la competencia es que la propuesta que se plantea en el proyecto investigativo es la utilización de equipos tecnológicos y el servicio a domicilio, además se propone la venta de productos que son los más requeridos por el mercado.

2.9 Plan de introducción al mercado

2.9.1 Distintivos y Uniformes

2.9.1.1 Área Gerencial.

El administrador usará el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

- **Administrador.**
 - Camiseta blanca para hombre; Camiseta blanca para mujer
 - En el costado izquierdo de la camisa tendrá un borde de la marca de la empresa
 - Pantalón jean semi-formal, color azul marino

Ilustración 17 Diseño uniforme administrador



Aguirre J. (2021). Diseño uniforme administrador. Cuenca

2.9.2.1 Operativo.

- **Mecánicos.**

- Overol Color rojo
- En el bolsillo principal, ubicado a la altura del pecho se estampará la marca de la empresa BianCar
- Botas punta de acero
- Guantes
- Casco

Ilustración 18Diseño uniforme para Mecánicos



Aguirre J. (2021). Diseño uniforme Mecánico. BianCar. Cuenca.

2.9.3.1 Operativo.

- **Varios Servicios.**

- Pantalón jean industrial
- Camisa jean industrial, el bolsillo principal ubicado a la altura del pecho se estampará la marca de la empresa BianCar
- Botas punta de acero
- Guantes
- Casco

Ilustración 19Diseño uniforme para Mecánicos



Aguirre J. (2021). Diseño uniforme Mecánico. BianCar. Cuenca.

2.9.2 Materiales de identificación.

2.9.1.2 Imagotipo.

Ilustración 20 Imagotipo BianCar



Aguirre J. (2021). Imagotipo BianCar. Cuenca.

Elementos a destacar:

- En el centro se visualiza la silueta de un auto, mismo que hace referencia al sector económico que se dedica la microempresa
- El logotipo del establecimiento “BianCar”
- El eslogan de la microempresa es “Servicio de Excelencia”
- Los colores usados:
 - * Color negro de fondo.
 - * Letras color azul y rojo
 - * La silueta del auto es de color rojo y blanco.
 - * El fondo negro para denotar prestigio, formalidad y modernidad
- El Isotipo resalta la silueta del auto, ubicándose en el centro.

2.9.2.2 Tarjetas de presentación

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa

Ilustración 21 Anverso tarjeta de presentación



Aguirre J. (2021). Anverso tarjeta de presentación. Biancar. Cuenca

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del administrador, se observa también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

Ilustración 22 Reverso de la tarjeta de presentación, Edalv

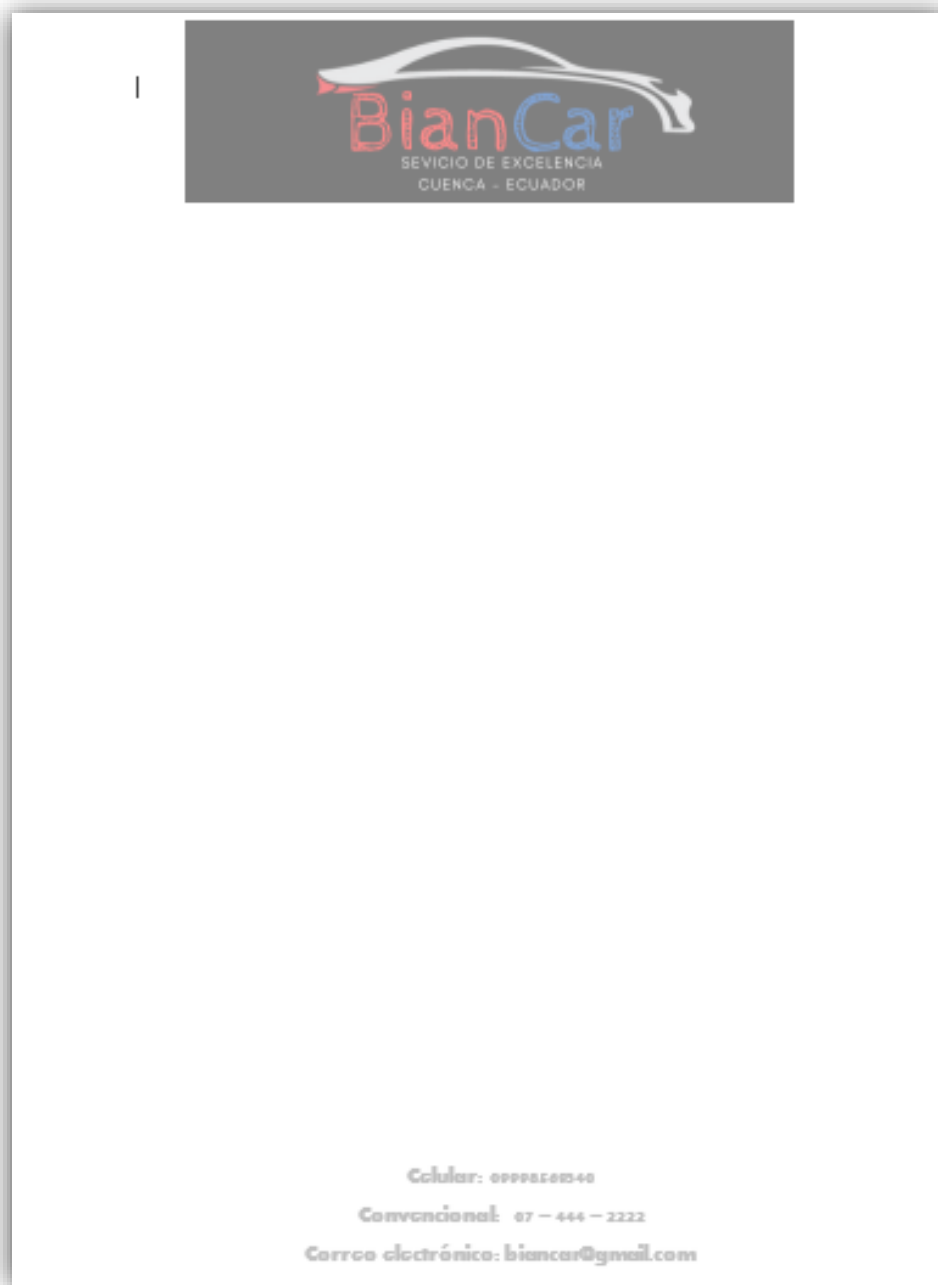


Aguirre J. (2021). Reverso tarjeta de presentación. BianCar. Cuenca.

2.9.3.2 *Hoja membretada.*

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

Ilustración 23 Hoja membretada, BianCar



Aguirre J. (2021). Hoja membretada.BianCar. Cuenca.

2.9.3 Canal de distribución y puntos de ventas

“Los canales de distribución son la ruta o el camino a través del cual el producto se transfiere desde el lugar de la producción, hasta el consumidor final. Comúnmente se puede transferir de forma directa e indirecta.” (EFFICY, 2021)

El canal de distribución y punto de servicio físico de la Lubricadora BianCar es su establecimiento ubicado en la ciudad de Cuenca, parroquia Totoracocha, en las calles Rio Palora y Cutucú.

2.9.1.3 Promoción.

Es un elemento o herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal. (Tompson, 2010)

El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook y WhatsApp.

Una vez el negocio esté mejor posicionado en el mercado local, se optará por desarrollar un plan de marketing a nivel nacional.

2.9.2.3 Contacto.

- Tarjetas de presentación.
- E-mail.
- WhatsApp.
- Facebook.
- Instagram
- YouTube
- Publicidad en carteles.

2.9.3.3 Correspondencia.

- A través de mail corporativo.

2.9.4.3 Negociación.

- Directa en el establecimiento.
- Telemercadeo.
- Servicio a domicilio.
- Convenios con empresas de transporte

2.9.4 Financiamiento

Tabla 18 Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	100 unidades	9,00
Publicidad en Facebook	4 veces por semana	50,00
Publicidad en YouTube	4 veces por semana	25,00
Publicidad en carteles	1 vez por mes	50,00
TOTAL		134,00
TOTAL ANUAL		1.608,00

Aguirre J. (2021). Financiamiento publicidad. BianCar. Cuenca.

2.9.5 Riesgo y oportunidades del negocio

Lubricadora BianCar afronta como riesgo el posible estancamiento y retroceso de la economía nacional, debido a los cambios que trae cada gobierno nuevo.

Si bien el actual gobierno se está abriendo al mercado internacional los movimientos sociales y políticos opositores al gobierno muestran rechazo por las medidas tomadas, en caso que estos grupos logren liderar marchas o movimientos en contra de las medidas se puede generar una paralización económica.

Además, la actual pandemia que se va controlando de forma progresiva aún no está erradicada en forma completa, las posibles amenazas que esta trae consigo es una posible mutación del virus que sea más fuerte y resistente a las vacunas o antibióticos.

2.10 Fijación de Precios

Es el proceso mediante el cual las organizaciones evalúan la retribución económica a recibir al producirse la transacción de un determinado producto o servicio ofertado. Esta decisión influirá sobre la capacidad de captar y mantener clientes, sobre la rentabilidad y el beneficio de la compañía. (Josean, 2021)

2.10.1 Fijación de precios por servicio.

Para determinar los precios de los cambios de aceite se tomará en cuenta el costo de los productos utilizados para la prestación del servicio y la mano de obra. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

- Imprevistos
- Mano de obra
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)
- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA
- Costo de servicio

En la descripción se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio final del servicio

A continuación, se presentan los costos de los servicios:

- Cambio de aceite
- Cambio de filtro
- Lavado de vehículo
- ABC del Motor
- Lubricado

2.10.1.1 Cambio de aceite y filtro



Tabla 19 Cambio de Aceite y filtro, estándar de costos.

 Tecnológico Internacional			FICHA TÉCNICA DE SERVICIOS	
			SERVICIO ESTÁNDAR DE COSTOS	
NOMBRE DEL SERVICIO:	Cambio de aceite y filtro		Código	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN			Mecánico	
MATERIALES/HERRAMIENTAS	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Mecánico	Salario Diario	25	0,2	0,63
Aceite y filtro	Costo	20	1	20,00
FOTOGRAFÍA			Total bruto	20,63
			5% imprevistos	1,03
			Total neto	21,66
			Mantenimiento. 5%	1,08
			Factor costo 10%	2,17
			M.O. 15%	3,25
			G. Admin 10%	2,17
			20% utilidad	4,33
			Subtotal	34,65
			12% IVA	4,16
			10% servicio	3,47
Total	42,27			

Aguirre J. (2021). Cambio de aceite y filtro, Cuenca.

2.10.2.1 Cambio de filtro de aire

Tabla 20 Cambio de filtro de aire, estándar de costos.

			FICHA TÉCNICA DE SERVICIOS	
			SERVICIO ESTÁNDAR DE COSTOS	
NOMBRE DEL SERVICIO:	Cambio de filtro		Código	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN			Mecánico	
MATERIALES/HERRAMIENTAS	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD UTILIZABLE	TOTAL
Mecánico	Salario Diario	25	0,5	1,56
Filtro de aire	Costo	10	1	10,00
FOTOGRAFÍA			Total bruto	11,56
			5% imprevistos	0,58
			Total neto	12,14
			Mantenimiento. 5%	0,61
			Factor costo 10%	1,21
			M.O. 15%	1,82
			G. Admin 10%	1,21
			20% utilidad	2,43
			Subtotal	19,43
			12% IVA	2,33
			10% servicio	1,94
Total	23,70			

Aguirre J. (2021) Cambio de filtro de aire, estándar de costos, Cuenca.

2.10.3.1

Lavado completo de vehículo

Tabla 21 Lavado completo de vehículo, estándar de costos

 Tecnológico Internacional			FICHA TÉCNICA DE SERVICIOS	
			SERVICIO ESTÁNDAR DE COSTOS	
NOMBRE DEL SERVICIO:	Lavado completo de vehículo		Código	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN			Mecánico	
MATERIALES/HERRAMIENTAS	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD UTILIZABLE	TOTAL
Mecánico	Salario Diario	25	1	3,13
Agua	Costo	0,25	10	2,50
Shampoo	Unidad lavadas	80	1	1,33
Esponja	Tiempo de vida	6,00	1	0,07
Cera para autos	Cantidad de autos	60,00	1	3,00
Silicona para autos	Cantidad de lavadas	75,00	1	1,50
Teflón para autos	Unidad	0,50	1	0,00
Desengrasante	Cantidad de lavadas	15	1	3,00
FOTOGRAFÍA			Total bruto	14,53
			5% imprevistos	0,73
			Total neto	15,25
			Mantenimiento o. 5%	0,76
			Factor costo 13%	1,53
			M.O. 15%	2,29
			G. Admin 10%	1,53
			20% utilidad	3,05
			Subtotal	24,40
			12% IVA	2,93
			10% servicio	2,44
			Total	29,77

Aguirre J. (2021) Lavado completo de vehículo, estándar de costos, Cuenca.

2.10.4.1 Lubricado

Tabla 22 Lubricado, estándar de costos.

			FICHA TÉCNICA DE SERVICIOS	
			SERVICIO ESTÁNDAR DE COSTOS	
NOMBRE DEL SERVICIO:	Lubricado		Código	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN			Mecánico	
MATERIALES/HERRAMIENTAS	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD UTILIZABLE	TOTAL
Mecánico	Salario diario	25,00	1	3,13
Silicona	Cantidad promedio	5,00	1	0,10
FOTOGRAFÍA			Total bruto	3,23
			5% imprevistos	0,16
			Total neto	3,39
			Mantenimiento. 5%	0,17
			Factor costo 10%	0,34
			M.O. 15%	0,51
			G. Admin 10%	0,34
			20% utilidad	0,68
			Subtotal	5,42
			12% IVA	0,65
			10% servicio	0,54
			Total	6,61

Aguirre J. (2021) Lubricado completo de vehículo, estándar de costos, Cuenca.

2.11 Implementación del negocio

2.11.1 Arriendo del local.

Tabla 23 Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$275,00	\$1.650,00	\$3.300,00

Aguirre J. (2021). Arriendo del local. BianCar. Cuenca

2.11.2 Equipos Industriales

Tabla 24 Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Aspiradora industrial 3 en 1	3	\$672,00	\$2.016,00
Camilla para mecánica	5	\$60,00	\$300,00
Cañón espuma para lavado de autos	3	\$70,00	\$210,00
Engrasadora neumática de 5g	2	\$315,00	\$630,00
Hidrolavadora industrial	2	790,00	\$1.580,00
Cepillos para limpieza de tapicería	5	63,00	\$315,00
Kit para llenado de refrigerante	5	69,00	\$345,00
Pistola tornado para limpieza de auto	5	94,00	\$470,00
Recolector succionador de aceite	5	380,00	\$1.900,00
Asiento para mecánico	5	40,00	\$200,00
Banco de pruebas para 6 inyectores	3	927,00	\$2.781,00
Scanner control universal	3	250,00	\$750,00
Kit Osciloscopio automotriz	3	499,00	\$1497,00
Multímetro	5	322,00	\$1610,00
Compresímetro profesional	3	186,00	\$558,00
Bomba para purga de frenos	3	63,00	\$189,00
Activador y decodificador de sensores	3	290,00	\$870,00
Caja de herramientas SATA	5	325,00	\$1.625,00
Dados para extracción de sensores	5	73,00	\$365,00
Herramientas para tapicería	5	37,00	\$185,00
Kit para medir compresión de aceite	5	188,00	\$940,00
Kit para limpieza de inyectores	5	299,00	\$1.495,00
Llave para filtros	5	19,00	\$95,00
TOTAL			\$20.926,00

Aguirre J. (2021). Equipos industriales. BianCar. Cuenca.

2.11.3 Equipos de computación

Tabla 25 Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora de escritorio	1	\$500.00	\$500.00
Laptop	1	\$300.00	\$300.00
Impresora EPSON	1	\$125.00	\$125.00
Cámara	1	\$15,00	\$15,00
Parlantes	1	\$25,00	\$25,00
Repetidor WIRELESS	1	\$45,00	\$45,00
TOTAL			\$1.010,00

Aguirre J. (2021). Equipos de computación. BianCar. Cuenca.

2.11.4 Muebles y Enseres

Tabla 26 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Silla	5	25,00	\$125,00
Escritorio	2	\$150,00	\$300,00
Archivador	2	\$45.00	\$90.00
Teléfono	1	\$35,00	\$35,00
Estantería	2	\$95,00	\$190,00
TOTAL			\$740,00

Aguirre J. (2021). Muebles y enceres. Biancar. Cuenca.

2.11.5 Equipos Industriales de Seguridad

Tabla 27 Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor 10 Lb	2	\$35.00	\$70,00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2.00	\$10,00
Dotación del personal	3	110	\$330,00
TOTAL			\$410,00

Aguirre J. (2021). Equipos industriales de seguridad. BianCar. Cuenca.

2.11.6 Suministros de oficina

Tabla 28 Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, paquete	1	\$3,50	\$3,40
Folder	3	\$1,50	\$4,50
Grapas (caja)	1	\$1,15	\$1,15
Resaltador	1	\$1,25	\$1,25
Esferos BIC	3	\$0,40	\$1,20
Libreta	1	\$0,75	\$1,50
Carpeta de cartón	3	\$0,35	\$1,05
Tijera	1	\$0,45	\$0,45
TOTAL			\$14,50
TOTAL ANUAL			\$174,00

Aguirre J. (2021). Suministros de oficina. BianCarCuenca.

2.11.7 Servicios básicos

Tabla 29 Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$35,00
Luz	\$80,00
Teléfono	\$20,00
Internet	\$15,00
TOTAL	\$150,00
TOTAL ANUAL	\$684,00

Aguirre J. (2021). Servicios básicos. Biancar. Cuenca.

2.11.8 Materiales de limpieza

Tabla 30 Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda pequeña	1	\$3.50	\$3.50
Trapeador	1	\$4,50	\$7.00
Cloro 1 Gal	1	\$4,00	\$4.00
Desinfectante amonio cuaternario Gal	1	\$12.00	\$12.00
Fundas basura industriales (10unidades)	1	\$1.75	\$1.75
Lavavajillas líquido 500ml	2	\$1.40	\$2.80
Pala recogedora	1	\$2.50	\$2.50
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$5.99	\$5.99
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$9.50	\$9.50
TOTAL			\$49,04
TOTAL ANUAL			\$633,48

Aguirre J. (2021). Materiales de limpieza. Biancar.

2.12 Estudio arquitectónico

“El estudio de arquitectura es el espacio de trabajo destinado para que los arquitectos y diseñadores elaboren proyectos y reuniones para construir todo tipo de estructuras edilicias y paisajes exteriores.” (BRV Arquitectura, 2019)

Se toma en cuenta para el diseño de la lubricadora la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa la capacidad de producción.

2.12.1 Estructura interna de BianCar.

La Lubricadora BianCar contará con diferentes áreas tales como:

1. Almacén: Sitio donde estarán los repuestos y productos requeridos por los clientes para el arreglo o mantenimiento de sus vehículos.
2. Oficina: donde se realizará todo el proceso administrativo y contable.
3. Bodega: Almacenamiento de materiales y herramientas de trabajo.
4. Comedor y área de descanso.
5. Área de atención.

Ilustración 24 Estructura de BianCar



Aguirre J. (2021). Estructura de BianCar. Cuenca.

3 PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los trámites y permisos pertinentes.

3.1 Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos.

3.1.1 Por primera vez.

- Copia del RUC O RISE actualizado.
- Factura de la compra de un extintor de 10 lbs o el extintor físico.
- Copia del predio municipal del año en curso o del año anterior.
- Visto bueno del local emitido por el personal del Departamento de Prevención Contra Incendios.

3.1.2 Renovación.

- Numero de RUC o permiso anterior.
- Copia del predio municipal del año en curso o año anterior. (o certificado de avalúo catastral actualizado).

Nota: Si existen cambios, presentar RUC y Registro Municipal Obligatorio actualizados.

3.2 Patente Municipal.

Para ejercer un negocio en la ciudad de Cuenca es importante registrar la patente municipal. Este es un impuesto de declaración anual y es un requisito indispensable para sacar el RUC.

3.2.1 Las personas naturales NO obligadas a llevar contabilidad deben presentar:

- Formulario de la declaración de Patente Municipal (Debidamente lleno).
- Cédula (Original y Copia)
- Papeleta de Votación (Original y Copia)
- Registro Único de Contribuyentes (Copia)

- Licencia de Conducir Profesional (Original y Copia)
- Este requisito solo en caso de realizar actividades de transporte
- Clave Predial
- Sacar permiso de funcionamiento en la Jefatura de Control Sanitario de la Dirección Provincial de Salud del Azuay (Este documento según el tipo de negocio)

3.2.2 Las personas naturales obligadas a llevar contabilidad y personas jurídicas deben presentar:

- Patente Municipal Cuenca (Requisitos y Trámite)
- Formulario de declaración de patente municipal (Debidamente lleno y suscrito por el representante legal)
- Cédula (Original y Copia)
- Papeleta de Votación (Original y Copia)
- Escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica (Solo en caso de las empresas nuevas)
- Copia
- Nombramiento del representante legal (Copia)
- Clave predial
- Sacar permiso de funcionamiento en la Jefatura de Control Sanitario de la Dirección Provincial de Salud del Azuay (Este documento según el tipo de negocio).

3.2.3 Trámite para sacar la patente municipal cuenca

El trámite se lo debe realizar en las Ventanillas de Rentas.

Acercarse y proporcionar el número de RUC del contribuyente.

El funcionario de ventanilla obtendrá la información proporcionada por el SRI sobre su patrimonio y procederá con la emisión de los títulos.

Finalmente, el contribuyente debe firmar las respectivas declaraciones para constancia.

DATO: Para conocer más sobre los requisitos y el trámite para la obtención de la Patente Municipal, ingresa a este LINK (<http://www.cuenca.gov.ec/?q=node/10510>). (Andrade, 2016)

3.3 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021).

- Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

3.4 Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas \$ 208,00. La protección de la marca tiene una duración de 10 años y puede ser renovada indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento. El procedimiento que se debe realizar es el siguiente (SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES, 2021):

- Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
- Seleccione (programa/servicios)
- Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL
- Llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)
- Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.

- Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LÍNEA.
- Ingrese con su usuario y contraseña
- Ingrese a la opción PAGOS
- Opción TRAMITES NO EN LÍNEA
- Opción GENERAR COMPROBANTE
- Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)
- Ingrese los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE
- Imprima el comprobante
- Y asista el BANCO DEL PACÍFICO a pagar la tasa de \$16,00 o realice el pago en línea (Manual de uso)
- Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió de SENADI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado)
- Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar.
- Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

3.5 Permiso de funcionamiento del Ministerio del Interior o P.A.F. (Permisos Anuales de Funcionamiento)

Para obtener el Permisos Anuales de Funcionamiento (P.A.F.), se debe seguir los siguientes pasos:

- Ingresar a la página: http://www.mdi.gob.ec/app.sitmint7/logueo/login_ms_pf.php.
- Regístrese como usuario del sistema P.A.F.
- Registre su establecimiento
- Ingrese un trámite de nuevo permiso
- Generar trámite
- Verificación de requisitos: Aquí se debe adjuntar la Patente y LUAE.

- Notificaciones recibidas: para conocer la fecha de pago del permiso en el Banco del Pacífico.
- Cancela el comprobante de pago.
- Ingresar al portal para imprimir el Permiso Anual de Funcionamiento. (Medina, 2021)

3.6 Permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)

3.6.1 Permiso de funcionamiento

El permiso de funcionamiento, es el documento otorgado por la autoridad de Salud a los establecimientos sujetos de Control y Vigilancia Sanitaria, que cumplen con los requisitos determinados de acuerdo al tipo de establecimiento. El trámite de renovación o por primera vez se lo puede realizar en la Dirección Provincial y en las áreas de salud más cercanas.

Los propietarios o representantes legales de los negocios deberán presentar una solicitud dirigida al titular de la Dirección Provincial de Salud, con su nombre, número de la cédula o del Registro Único de Contribuyentes (RUC); nombre o razón social o denominación del establecimiento; actividad que se realiza y la ubicación. (MSP, 2013)

Las estaciones de servicio registradas para el expendio de combustibles líquidos derivados de hidrocarburos y lubricantes (servicios complementarios) deben cancelar un valor de 85 dólares para obtener el permiso de funcionamiento (Agencia de Regulación y Control de Vigilancia Sanitaria, 2014)

3.7 Servicios de Rentas Internas

En esta entidad obtener el RISE (Régimen Impositivo Simplificado) no tiene ningún costo (SRI, 2020).

- Para obtener el RISE se necesita:
- Cédula de identidad.

- Certificado de votación actualizado.
- Documento que certifique el lugar donde se realizará la actividad económica, como planilla de agua, luz, teléfono u otros servicios; contrato de arriendo; pago de Impuesto Predial.

Para obtener el permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), se debe seguir los siguientes pasos.

Ingresar a la página: <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>

- Crear el usuario y contraseña.
- Declarar el año en curso.
- Llenar datos de Establecimiento.
- Buscar actividad económica de su establecimiento.
- Aceptar y declarar
- Acercarse al Banco del Pacífico o BanEcuador con el comprobante de ARCSA después de 24 horas.
- Al cabo de 48 horas revisar el portal del ARCSA para obtener su permiso de funcionamiento. (Medina, 2021)

4 PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

4.1 Objetivo de área.

Lubricadora BianCar es consciente que la actividad que desarrollara genera desechos inorgánicos por la utilización mediante la utilización de los productos que se utilizan, mismos que tienen un alto impacto ambiental en el aire, agua y tierra.

Una de las mayores problemáticas que afronta este tipo de negocios es que generan mucho daño ambiental y los propietarios muchas no son conscientes respecto al tratamiento de los residuos que genera la actividad, provocando daños en el agua especialmente cuando los desechos son vertidos en riachuelos, ríos vertientes más aun cuando no existe un plan de manejo ambiental para su operación.

En los últimos años se está aplicando normativas y protocolos de manipulación y separación de residuos contaminantes, situación que en cierto modo menora la contaminación de los recursos naturales.

En vista de los impactos generados por este tipo de negocio se plantea desarrollar un plan de manejo ambiental donde se trate cuidadosamente los desechos, se optimice la energía eléctrica, y se tome las medidas necesarias para menorar la contaminación de los recursos renovables y no renovables.

4.2 Impacto ambiental

“Es la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada, en términos simples el impacto ambiental es la modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza.”
(GRN, 2020)

Identificación de impactos ambientales que pueda los servicios de la Lubricadora BianCar.

4.2.1 Contaminación que ocasiona la basura:

Los materiales utilizados para la prestación del servicio y los empaques donde vienen los materiales de trabajo.

Una de las medidas para mitigar o contrarrestar los efectos de contaminación causados por parte de la empresa es clasificar los desechos orgánicos e inorgánicos en contenedores de diferentes colores, donde se separe los materiales que si se pueden reciclar. Además, se plantea trabajar con empresas recicladoras de vidrio, cartón y plásticos a quienes se les venderá el material reciclado.

Ilustración 25 Contenedores para el reciclaje



Contenedores. (2021). Fuente: <https://www.significadodelcolor.com/colores-del-reciclaje/>

4.2.2 Contaminación en los procesos de elaboración:

La contaminación generada durante el proceso de servicio está asociada con líquidos que pueden regarse en el suelo y la basura que genera los productos al momento de cambiar un repuesto por otro.

4.2.3 Consumo de electricidad:

- Equipos industriales para la prestación de servicios.
- Consumo de energía por parte de los equipos tecnológicos (computadora, impresora)

4.2.4 Consumo de agua.

El mayor consumo de agua se produce al momento de lavar las herramientas de trabajo y los vehículos que soliciten el servicio.

- Medidas para contrarrestar los impactos generados la microempresa.
- Se colocarán contenedores para separar los desechos orgánicos e inorgánicos.
- Utilizar una planta de manejo de aguas residuales
- Utilizar productos amigables para el medio ambiente.
- Desconectar los equipos en horas no laborales
- Utilizar los recursos energéticos únicamente cuando sea necesario

4.2.5 Impacto social.

4.2.1.5 Trabajo

Lubricadora BianCar desarrollará un plan de gestión de talento humano con el fin de garantizar que el trabajador se sienta parte de la empresa, tenga la posibilidad de ascender de puesto y sus opiniones serán valoradas considerando, que el trabajador realmente es un colaborador que busca mejorar sus condiciones y las de la empresa con el fin de lograr un desarrollo colectivo.

Además, se dará la oportunidad de insertarse en el ámbito laboral a personas que carecen de experiencia, pero estarán bajo la supervisión de la persona que tiene experiencia, con el fin de evitar percances con los clientes.

Los trabajadores tendrán un proceso de capacitación e inducción previo a su ingreso laboral, como también se les capacitará progresivamente en torno al manejo de nuevas herramientas tecnológicas para obtener mayor eficiencia en el trabajo.

4.2.2.5 *Dinamización económica*

Lubricadora BianCar propone trabajar coordinadamente con empresas y cooperativas de transporte terrestre, generando mayor interacción a nivel interno de la ciudad y mayor dinamismo económico en el sector.

La ejecución del emprendimiento permitirá que otras ideas surjan y se innove día a día servicios o productos que existen en la localidad.

La apertura de BianCar genera un impacto positivo en el sector y la ciudad debido a que crea fuentes de empleo, por ende, las personas tienen un ingreso económico y esto conlleva a mejorar su estilo de vida.

5 PROCESO FINANCIERO

5.1 Introducción.

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero del proyecto “Lubricadora BianCar”, donde se indica la perspectiva del punto de vista económico y en donde se estudia cada punto financiero hasta llegar a la inversión total que se requiere para lograr posesionar la marca dentro del mercado automotriz en la parroquia Totoracocha, ciudad Cuenca, provincia de Azuay.

5.2 Inversiones

Una inversión determina recursos con el objetivo de obtener un beneficio de compra o creación de activos o de capital, es decir el acto de no consumir esos recursos ahora para satisfacer necesidades en el presente, sino de destinarlos a satisfacer necesidades en el futuro.

5.3 Activos Fijos

Abarca equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando como total de activos fijos \$3.604,00.

Tabla 31 Activos Fijos

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Equipos industriales/seguridad	2155,90
Equipos de Computación	1010,00
Muebles - enseres	740,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	3905,90

Aguirre J. (2021). Estructura Activos Fijos de BianCar. Cuenca.

5.4 Activos diferidos

Concierne en todos los gastos o inversión para la creación de la empresa.

Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$250 en lo que determina pagar la obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, traslado, etc.

Tabla 32 Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	250
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	250

Aguirre. (2021) Activos diferidos de BianCar. Cuenca

5.5 Capital de trabajo

Son todos los recursos a utilizar en el transcurso de 1 año como: sueldos, servicios básicos, etc.

En lo que concierne al establecimiento, en el periodo de un año se dispone a pagar un total en sueldos veintisiete mil ciento ochenta y un dólares con ochenta centavos, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de mil ochocientos dólares, material de oficina (papelería, lápiz, etc.) ciento setenta y cuatro dólares, material de limpieza (trapeador, desinfectante, etc.) setecientos setenta y seis dólares con veintiocho centavos, el alquiler de local tres mil trescientos dólares, publicidad con mil seiscientos ocho dólares, costo de materia prima de tres mil quinientos setenta y cinco dólares, gastos financieros dos mil ochocientos dólares, dándonos un total cuarenta y un mil doscientos quince dólares con ocho centavos.

Tabla 33 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	27181,80
Servicios Básicos	1800,00
Material oficina	174,00
Material limpieza	776,28
Mantenimiento auto	0,00
Alquiler local	3300,00
Publicidad	1608,00
Adquisición productos	3575
Gastos financieros	2.800,00
TOTAL INVERSIÓN	41215,08

Aguirre J. (2021) Capital de trabajo de BianCar. Cuenca

Tabla 34 Total inversión

TOTAL INVERSIÓN	
Capital de trabajo	41215,08
Activos diferidos	250
Activos fijos	3905,90
TOTAL	45370,98

Aguirre J. (2021) Total inversión de BianCar. Cuenca.

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de **449850,98**

5.6 Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales.

Tabla 35 Sueldos

SUELDOS					
PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Gerente - Administrativo	700,00	8400,00	793,800	1020,600	8626,80
Mecánico	750,00	9000,00	850,500	1093,500	9243,00
Varios servicios	500,00	6000,00	567,000	729,000	6162,00
TOTAL	1950,00	23400,00	2211,300	2843,100	24031,80

Aguirre J. (2021) Sueldos de BianCar. Cuenca.

Tabla 36 Décimos

PERSONAL	SUELDOS	DÉCIMO 4°	DÉCIMO 3°	TOTAL DÉCIMOS
Gerente - Administrativo	700,00	400,00	700,00	1100,00
Mecánico	750,00	400,00	750,00	1150,00
Varios servicios	500,00	400,00	500,00	900,00
TOTAL	1950,00	1200,00	1950,00	3150,00

Aguirre J. (2021) Décimos de BianCar. Cuenca.

Tabla 37 Total décimos

TOTAL SUELDOS	TOT. DÉCIMOS	TOT ANUAL
24031,8	3150	27181,80

Aguirre J. (2021) Total décimos de BianCar. Cuenca.

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$47967,80 anual.

5.7 Depreciación activos fijos.

En esta tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$440,89.

Tabla 38 Depreciación Activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Industriales	2155,90	10%	215,59
Edificio	0	20%	0,00
Vehículos	0,00	5%	0,00
Equipos de Computación	1010,00	33,33%	336,63
Muebles y Enseres	740,00	10%	74,00
TOTAL DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS			626,22

Aguirre J. (2021) Depreciación Activos fijos de BianCar. Cuenca.

5.8 Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a cincuenta dólares, ya que el monto por constitución equivale a doscientos cinco dólares.

Tabla 39 Amortizaciones

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución	250	20%	50

Aguirre J. (2021) Amortizaciones de BianCar. Cuenca.

5.9 Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$25370,98 que equivale a una estructura

del 56%; costo 12% con una tasa de descuento de 6,7 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$20.000,00 con una estructura del 44% , el costo es del 14 % que otorga el 6,2% de tasa de descuento; con un Total Inversión de \$ 45370,98 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 12,9% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla 40 Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	25370,98	56%	12%	6,7%	
Capital Financiero	20000,00	44%	14%	6,2%	
TOTAL INVERSIÓN	45370,98	100%		12,9%	TMAR

Aguirre J. (2021) Estructura de Capital de BianCar. Cuenca.

5.10 Tabla de Amortización

Tabla 41 Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO	20000,00			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	20000,00
1	5825,67	2.800,00	3.025,67	16.974,33
2	5825,67	2.376,41	3.449,26	13.525,06
3	5825,67	1.893,51	3.932,16	9.592,90
4	5825,67	1.343,01	4.482,66	5.110,24
5	5825,67	715,43	5.110,24	0,00

Aguirre J. (2021) Tabla de Amortización de BianCar. Cuenca.

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 20.000,00 con una tasa del 14 % en un plazo de cinco con años; lo que con lleva al pago de interés de 715,43 y a su vez el pago capital de 5110,24 de que al final del periodo establecido nos da un saldo de cero dólares.

5.11 Punto de equilibrio.

Tabla 42 Costos fijos

Costos fijos	
Materia prima	297,92
Arriendo	275,00
Sueldos	2265,15
Ser. Básicos	187,00
TOTAL	3025,07

Aguirre J. (2021) Costos fijos de BianCar. Cuenca.

Tabla 43 Margen de contribución

Servicio	Cambio de filtro y aceite	Cambio de filtro de aire	Lavado completo	Lubricado	TOTAL SERV.
Precio	34,65	19,43	24,4	5,42	83,9
Costo	20,63	11,56	14,53	3,23	49,95
Ganancia	14,02	7,87	9,87	8,65	40,41
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN					

Aguirre J. (2021) Margen de contribución de BianCar. Cuenca.

Tabla 44 Punto de equilibrio

VENTA	10,22	24,4	249,3
COSTO	10,22	14,53	148,4
GASTO			100,8
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Aguirre J. (2021) Punto de Equilibrio de BianCar. Cuenca.

En el punto de equilibrio se indica la cantidad de atenciones que alcanza a cubrir todos los costos donde no existe pérdida ni ganancia, de acuerdo a los análisis realizados se determina que la empresa debe atender 10 personas diariamente, lo cual representa en el mes 306,49 personas a atender.

Para proyectar los ingresos no hemos basado en las preguntas 3, 4 y 5 para de la encuesta reflejando el nivel de demanda insatisfecha con un 50% de proyección por lo que los ingresos serían:

Tabla 45 Ventas proyectadas

Proyección de atención de clientes			
540	13176	158112,00	Ventas
540	7846,2	94154,40	Costo

Aguirre J. (2021) Ventas proyectadas de BianCar. Cuenca

5.12 Estado de Resultados

El Estado de Resultados se basa en un periodo de cinco años, en el mismo que tendremos ventas para conocer el monto de utilidad en el primer año y proyectarlas para los 5 años de análisis económico.

Tabla 46 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		158112,00	162871,17	167773,59	172823,58	178025,57
COSTO DE VENTAS		94154,40	96988,45	99907,80	102915,02	106012,77
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		63957,60	65882,72	67865,79	69908,55	72012,80
GASTOS ADMINISTRATIVOS		27181,80	27999,97	28842,77	29710,94	30605,24
SERVICIOS BÁSICOS		1800,00	1854,18	1909,99	1967,48	2026,70
MATERIAL OFICINA Y LIMPIEZA		950,28	978,88	1008,35	1038,70	1069,96
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		3300,00	3399,33	3501,65	3607,05	3715,62
PUBLICIDAD		1608,00	1656,40	1706,26	1757,62	1810,52
DEPRECIACIONES		626,22	626,22	626,22	626,22	626,22
AMORTIZACIONES		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
UTILIDAD OPERATIVA		28441,30	29317,73	30220,55	31150,55	32108,53
GASTOS FINANCIEROS		2800,00	2376,41	1893,51	1343,01	715,43
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		25641,30	26941,33	28327,04	29807,54	31393,10
BASE IMPOSITIVA		9294,97	9766,23	10268,55	10805,23	11380,00
UTILIDAD NETA		16346,33	17175,10	18058,49	19002,31	20013,10

Aguirre J. (2021) Costo de ventas de BianCar. Cuenca.

La tabla es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, los servicios contemplados en el primer año rendirán una utilidad neta de \$16346,99 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$20013,10.

5.13 Flujo de caja

El flujo de caja corresponde en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado, accediendo llevar el control de ingresos como egresos para de esta manera saber el nivel de fluidez que posee la empresa.

Tabla 47 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		28441,30	29317,73	30220,55	31150,55	32108,53
DEPRECIACIÓN		626,22	626,22	626,22	626,22	626,22
AMORTIZACIÓN		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
- BASE IMPOSITIVA		9294,97	9766,23	10268,55	10805,23	11380,00
- GASTOS FINANCIEROS		2800,00	2376,41	1893,51	1343,01	715,43
- PAGO CAPITAL		3.025,67	3.449,26	3.932,16	4.482,66	5.110,24
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICIÓN DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-45370,98	13.996,88	14.402,05	14.802,55	15.195,86	15.579,09

Aguirre J. (2021) Flujo de caja de BianCar. Cuenca.

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$13.996,98, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$15.579,09

5.14 Cálculo del TIR y el VAN.

Para finalizar el análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

5.15 VAN (Valor Actual Neto).

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el van es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$6.457,91.

5.16 TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 18,47% que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 12,88 % con el TMAR.

Tabla 48 Cálculo del TIR y el VAN

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	6.457,91
TIR	18,47%
TMAR	12,88%

Aguirre. J (2021) Cálculo del TIR y el VAN de BianCar. Cuenca

CONCLUSIONES

- A través del análisis técnico realizado en cuanto a la fundamentación teórica y los datos recopilados a través de encuestas se determina que la apertura de la Lubricadora en la ciudad de Cuenca si es factible, debido que el parque automotor en Cuenca crece constantemente.
- Para la apertura de la lubricadora se debe considerar como un punto alto de análisis la calidad de servicio al cliente, dado que los habitantes de Cuenca consideran este factor más importante antes que precio, ubicación y solución del problema del vehículo, sin embargo, si se logra dar un buen servicio de calidad, eficiencia de tiempo y competir con costos, el grado de obtener clientes fieles es bastante alto.
- Debido que la mayor cantidad de habitantes de Cuenca posee autos y camionetas se debe considerar que las instalaciones de la lubricadora sean adecuadas para este tipo de vehículos.
- De acuerdo al análisis financiero la inversión realizada para la apertura de la microempresa se recuperará progresivamente desde el primer año de operación, además se considera como punto alto que BianCar se ubicará en una zona donde no existe mayor competencia.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda establecer un cronograma de capacitación continua para los colaboradores de la microempresa para ser más competitivos en cuanto a calidad de servicio y eficiencia.
- Es recomendable trabajar en coordinación con diferentes organismos estatales o privados que tengan como objetivo cuidar el medio ambiente, a través de estas alianzas y trabajo estratégico, ya que a través del trabajo mancomunado se obtendrá mayor facilidad para conocer sobre procesos modernos y avanzados para mitigar el impacto ambiental a causa de la actividad económica realizada.
- Es recomendable realizar un análisis más minucioso e introspectivo respecto al tipo de servicio que prefiere el cliente, esto va desde el trato personal hasta una interacción a través de medio digitales, de esta manera se podrá obtener ideas más claras sobre las preferencias del mercado objetivo evitando criterios subjetivos que difícilmente puedan arrojar datos claros y reales.

ANEXOS

Ilustración 26 Activador y decodificador



Ilustración 27 Caja de herramientas SATA



Ilustración 28 Herramientas para desarme de tapicerías



Ilustración 29 Camilla para mecánica



Ilustración 30 Banco de pruebas para 6 inyectores



Ilustración 31 Kit para medir presión de bombas de combustible



Ilustración 32 Asiento para mecánico con cajón y bandeja



Ilustración 33 Aspiradora industrial 3 en 1



Referencias

- Agencia de Regulación y Control de Vigilancia Sanitaria. (Agosto de 2014). *Guía de Requisitos que se requieren para la Obtención del Permiso de Funcionamiento de los Establecimientos sujetos a Vigilancia y Control Sanitario*. Obtenido de Documento PDF: <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/Guia-Requisitos-que-se-requieren-para-obtener-el-permiso-de-funcionamiento.pdf>
- Álvarez, P., & Espín, S. (2007). *Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de los concentrados y/o mermelada de Araza, a los Estados Unidos*. Quito: Escuela Politécnica Nacional.
- AMS. (s.f.). <http://www.ams-sumilleresmadrid.com>. Obtenido de <http://www.ams-sumilleresmadrid.com>: <http://www.ams-sumilleresmadrid.com/wp-content/uploads/2014/05/Los-licores-bebida-universal.pdf>
- Andrade, C. (25 de Julio de 2016). Patente Municipal Cuenca (Trámite y Requisitos). *Noticias Ecuador*. Cuenca, Sucumbíos, Ecuador: NOTICIASEC.
- Banco Central del Ecuador (BCE). (30 de Noviembre de 2021). *LA ECONOMÍA ECUATORIANA SE RECUPERARÁ 3,1% EN 2021*. Obtenido de Página Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1394-la-economia-ecuatoriana-se-recuperara-3-1-en-2021>
- Banco Mundial. (28 de Septiembre de 2021). *Ecuador: panorama general*. Obtenido de Página web Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview#1>
- Bercan, R. (2021). *Producto básico, real y aumentado y los efectos que produce en el cliente*. Obtenido de Wombo: <https://wuombo.com/producto-basico-real-aumentado-los-efectos-produce-cliente/>
- Bizneo. (2021). *Desarrollo Organizacional de una empresa*. Obtenido de Blog Bizneo: https://www.bizneo.com/blog/desarrollo-organizacional/#Que_es_el_desarrollo_organizacional
- BODEGACHORRO. (s.f.). <http://www.bodegachorro.com>. Obtenido de <http://www.bodegachorro.com>: <http://www.bodegachorro.com/licores.html>
- BRV Arquitectura. (2019). *¿Qué es un estudio de arquitectura?* Obtenido de Blog BRV: <https://www.brv-arquitectura.com.ar/que-es-un-estudio-de-arquitectura/>

- Caferri, C. (Noviembre de 2019). *Significado de FODA*. Obtenido de El Español: <https://www.aboutespanol.com/que-es-el-foda-2480179>
- Cartay, R. (13 de Febrero de 2020). *https://delamazonas.com*. Obtenido de <https://delamazonas.com>: <https://delamazonas.com/plantas/frutas/el-araza/>
- Circulante. (2021). *¿Qué es un proveedor?* Obtenido de Blog Financiero: <https://circulante.com/finanzas-corporativas/que-es-un-proveedor/>
- Deborah. (25 de Julio de 2015). *https://www.definicion.co*. Obtenido de <https://www.definicion.co>: <https://www.definicion.co/comercializacion/>
- Diccionario de Marketing. (16 de Abril de 2021). *Producto aumentado*. Obtenido de Diromfidencial: <https://dircomfidencial.com/diccionario/producto-aumentado-20161011-1638/>
- Douglas da Silva. (26 de Abril de 2021). *¿Cómo hacer una filosofía empresarial en 5 pasos?* Obtenido de Página web Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/filosofia-empresarial/>
- ECONOMIPEDIA. (05 de Febrero de 2017). *https://economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com>: <https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>
- Editorial Etecé. (05 de Agosto de 2021). *Meta*. Obtenido de Conceptode: <https://concepto.de/meta/>
- EDUCALINGO. (s.f.). *https://educalingo.com*. Obtenido de <https://educalingo.com>: <https://educalingo.com/es/dic-es/factibilidad>
- EFFICY. (2021). *Qué son los canales de distribución y cómo aplicarlo según tu negocio*. Obtenido de Effic.com: <https://www.effic.com/es/canales-de-distribucion/>
- El Comercio. (01 de Noviembre de 2019). *Parque automotor de Ecuador creció en 1,4 millones de vehículos en una década*. Obtenido de Página web periodico El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/parque-automotor-ecuador-crecimiento-decada.html>
- El Mercurio. (19 de Julio de 2021). *El mercado automotriz repunta en Cuenca*. Obtenido de Página web: <https://elmercurio.com.ec/2021/07/19/el-mercado-automotriz-repunta/>
- ESAN. (31 de Octubre de 2016). *¿Qué es el microentorno y cómo influye en las empresas?* Obtenido de Conexionesan: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/que-es-el-microentorno-y-como-influye-en-las->

empresas/#:~:text=El%20microentorno%20tambi%C3%A9n%20es%20conocido,diarias%20como%20en%20los%20resultados.

- ESERP. (2021). *Que es el organigrama de una empresa*. Obtenido de Página web Eserp Bussines & Law School: https://es.eserp.com/articulos/organigrama-empresa/?_adin=02021864894#que-es-un-organigrama-empresarial
- FRANCHOXBAR. (s.f.). <https://franchoxbar.wordpress.com>. Obtenido de <https://franchoxbar.wordpress.com>: <https://franchoxbar.wordpress.com/licores/>
- GRN. (2020). *Imapacto Ambiental*. Obtenido de Gestión de Recursos Naturales: <https://www.grn.cl/impacto-ambiental.html>
- Helmut Sy Corvo. (10 de Junio de 2019). *Competencia directa. Definición, características y ejemplos*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/competencia-directa/>
- Helmut Sy Corvo. (2021). *Competencia indirecta: características y ejemplos*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/competencia-indirecta/>
- <https://www.significados.com>. (11 de Mayo de 2017). Obtenido de <https://www.significados.com>: <https://www.significados.com/fabrica/>
- IESS. (11 de 01 de 2021). *IESS*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/home-preguntas-frecuentes/>
- Jaimes, J. (23 de Abril de 2018). *¿Qué es Mercadotecnia? Ejemplos prácticos, reales y geniales con los que puedes responder a esta pregunta*. Obtenido de Página web rdstation: <https://www.rdstation.com/es/blog/mercadotecnia/>
- Josean. (2021). *Fijación de precios | Objetivos, métodos, estrategias y ejemplos [Guía completa]*. Obtenido de Negociosy Empresa: <https://negociosyempresa.com/fijacion-determinacion-de-precios/>
- Medina, C. (2021). *Permisos Quito*. Obtenido de Página Municipio de Quito : <https://permisosquito.com/permisos-funcionamiento-licorerias-cervecerias-quito/>
- Melissa J. (04 de Septiembre de 2010). *Principios de muestreo*. Obtenido de Blog: <http://principiosdemuestreo.blogspot.com/2010/09/plan-de-muestreo.html>
- Ministerio de Ambiente Agua y Transición Ecológica. (13 de Septiembre de 2021). *Lubricadorea bajo control ambiental*. Obtenido de Ministerio de Ambiente Agua y Transición Ecológica: <https://www.ambiente.gob.ec/lubricadoras-bajo-control-ambiental/>

- MSP. (2013). *Conozca los requisitos y valores a pagar para obtener el permiso de funcionamiento de establecimientos comerciales y de servicios*. Obtenido de Ministerio de Salud Pública: <https://www.salud.gob.ec/conozca-los-requisitos-y-valores-a-pagar-para-obtener-el-permiso-de-funcionamiento-de-establecimientos-comerciales-y-de-servicios/>
- Niño, M., & Otálvaro, M. (2013). *El Arazá en Colombia, características, producción y potencial exportador*. Bogotá: UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO.
- Nunes, P. (06 de Enero de 2018). *Producto Esencial*. Obtenido de Know.net: <https://marcandoanalisis.com/2014/06/18/los-tres-niveles-de-los-productos-que-ofrecemos-a-los-clientes/>
- Nuño, P. (24 de Noviembre de 2017). *¿Qué es marca?* Obtenido de Economipedia: <https://www.emprendepyme.net/que-es-una-marca.html>
- ONU. (2020). *Influencia de las tecnologías digitales*. Obtenido de Página web Organización de las Naciones Unidas: <https://www.un.org/es/un75/impact-digital-technologies>
- Pashanasi, B. (s.f.). <http://www4.congreso.gob.pe>. Obtenido de <http://www4.congreso.gob.pe>: <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/1999/ciencia/cd/inia/inia-i4/inia-i4-07.htm#:~:text=Las%20semillas%20deben%20ser%20sembradas,puede%20germinar%20en%20bolsas%20pl%C3%A1sticas>.
- Pérez, J., & Merino, M. (2020). <https://definicion.de>. Obtenido de <https://definicion.de>: <https://definicion.de/licor/>
- PNUD. (2021). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Pucio, P. (s.f.). <https://www.monaconatureencyclopedia.com/>. Obtenido de <https://www.monaconatureencyclopedia.com/>: <https://www.monaconatureencyclopedia.com/eugenia-stipitata-2/?lang=es>
- QuestionPro. (2021). *Investigación de mercados. Qué es, importancia, tipos, beneficios*. Obtenido de Blog Questions pro: https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-mercados.html#que_es_investigacion_de_mercados

Ramírez, N. (2017). *http://www.alambiques.com*. Obtenido de <http://www.alambiques.com: http://www.alambiques.com/licores.htm>

Ranís, A. (20 de Diciembre de 2016). *Macroentorno*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/macroentorno.html>

Rey, U. (s.f.). *https://www.monografias.com*. Obtenido de <https://www.monografias.com: https://www.monografias.com/trabajos/comercializa/comercializa.shtml#:~:text=La%20funciones%20universales%20de%20la,y%20evaluar%20bienes%20y%20servicios>.

Roldán, P. (07 de Enero de 2017). *Productos sustitutivos*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/bien-sustitutivo.html>

Roldán, P., Pérez, J., & Gardey, A. (2019). *Intermediario*. Obtenido de Definición.de: <https://definicion.de/intermediario/>

Sánchez, J. (13 de Febrero de 2016). *Servicio*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>

SE. (s.f.). *http://www.2006-2012.economia.gob.mx*. Obtenido de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx: http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion>

SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES. (12 de 01 de 2021). *SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/>

Significados. (2021). *Objetivos*. Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/objetivo/>

Significados. (2021). *Política*. Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/politica/>

Significados. (2021). *Producto*. Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/producto/>

SRI. (16 de 12 de 2020). *SRI*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/regimen-impositivo-simplificado-rise>

SUPERCAMARERO. (06 de Diciembre de 2019). *https://www.supercamarero.com*. Obtenido de <https://www.supercamarero.com: https://www.supercamarero.com/2019/12/que-son-los-licores-y-sus.html#:~:text=los%20licores%20son%20aguardientes%20compuestos,diferentes%20respecto%20al%20destilado%20original>.

- Tesis de Investigadores. (13 de Junio de 2018). *Tipo y Modalidad de la Investigación. Ejemplo*. Obtenido de Blog Tesis de investigación: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2013/06/tipo-y-modalidad-de-la-investigacion.html>
- Thompson, I. (2021). *Definición de cliente*. Obtenido de Página promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Tompson, I. (Junio de 2010). *Artículos de Promoción*. Obtenido de MarketingIntensivo: <https://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>
- Torres, M., Paz, K., & Salazar, F. (s.f.). *Tamaño de una muestra para una investigación de mercado*. Obtenido de Universidad Rafael Landívar: http://moodlelandivar.url.edu.gt/url/oa/fi/ProbabilidadEstadistica/URL_02_BAS02%20DETERMINACION%20TAMA%20C3%91O%20MUESTRA.pdf
- Ucha, F. (Marzo de 2010). <https://www.definicionabc.com>. Obtenido de <https://www.definicionabc.com>: <https://www.definicionabc.com/general/fabricacion.php>
- VLADOCEAN. (17 de Enero de 2011). <https://vladocean.wordpress.com>. Obtenido de <https://vladocean.wordpress.com>: <https://vladocean.wordpress.com/2011/01/17/%C2%BFque-es-un-sistema-de-comercializacion/>
- Westreicher, G. (30 de Mayo de 2020). *Entorno empresarial*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/entorno-empresarial.html#:~:text=El%20entorno%20empresarial%20es%20el,la%20actividad%20de%20una%20compa%C3%B1a%20C3%ADa.&text=El%20entorno%20empresarial%20engloba%20entonces,a%20lo%20cual%20debe%20desenvolverse>.
- Westreicher, G. (06 de Agosto de 2020). *Estrategia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>