



# **UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

**EXTENSIÓN SAN PABLO DE LA TRONCAL**

**CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y  
AUDITORIA**

## **TEMA**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA SERVILLANTA 2  
DEL CANTÓN LA TRONCAL EN EL PERIODO 2015**

**AUTOR:**

**DUCHE AYALA RICARDO MIGUEL**

**TUTOR:**

**ECON. MARCO QUINTEROS**

**TRABAJO FINAL PRESENTADO COMO REQUISITO PREVIO A  
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORIA – CPA.**

**LA TRONCAL – CAÑAR – ECUADOR**

**2015**



# **UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

**EXTENSIÓN SAN PABLO DE LA TRONCAL**

## **CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

### **TEMA**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA SERVILLANTA 2  
DEL CANTÓN LA TRONCAL EN EL PERIODO 2015**

**AUTOR:**

**DUCHE AYALA RICARDO MIGUEL**

**TUTOR:**

**ECON. MARCO QUINTEROS**

**TRABAJO FINAL PRESENTADO COMO REQUISITO PREVIO  
A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORIA – CPA.**

**LA TRONCAL – CAÑAR – ECUADOR**

**2015**



## **UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

**EXTENSIÓN SAN PABLO DE LA TRONCAL**

**CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

### **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Duche Ayala Ricardo Miguel**

#### **DECLARO QUE:**

El proyecto de grado denominado: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA SERVILLANTA 2 DEL CANTÓN LA TRONCAL EN EL PERIODO 2015" ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva respetando derechos intelectuales de terceros, conforme los textos introductorios, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi auditoria.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

La Troncal, 07 de Septiembre del 2015

A handwritten signature in blue ink, which appears to read "Ricardo Duche", is written over a horizontal dashed line.

**Duche Ayala Ricardo Miguel**  
**CI. 0922662291**  
**AUTOR**



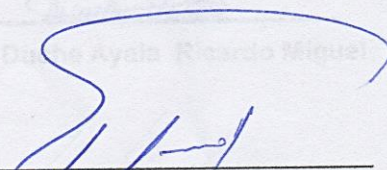
**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**  
**EXTENSIÓN SAN PABLO DE LA TRONCAL**  
**CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**EL TUTOR**

**Confiere a este trabajo**

La calificación de:

60/60

  
**Econ. Marco Quinteros**



# UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

EXTENSIÓN SAN PABLO DE LA TRONCAL

CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

CERTIFICADO

**Econ. Marco Quinteros**

***CERTIFICA:***

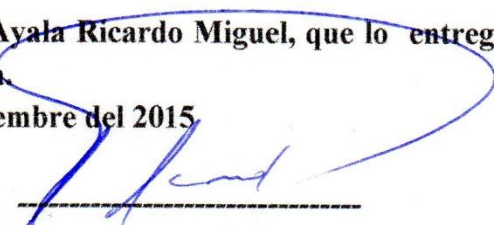
Que el trabajo titulado: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA SERVILLANTA 2 DEL CANTÓN LA TRONCAL EN EL PERIODO 2015", realizado por el Sr. Duche Ayala Ricardo Miguel, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple con las estatutarias establecidas por la UCACUE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad Católica de Cuenca.

Debido a que es una investigación particular y con el propósito de cumplir un requisito previo a la obtención del Título de INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA – CPA, su publicación y difusión no está autorizada para terceros

El mencionado trabajo consta de un documento empastado original, dos anillados y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf).

Autorizo al Sr. Duche Ayala Ricardo Miguel, que lo entregue a la Secretaria de la Unidad Académica.

La Troncal, 07 de Septiembre del 2015.

  
-----  
**Econ. Marco Quinteros**  
**TUTOR**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**  
**EXTENSIÓN SAN PABLO DE LA TRONCAL**  
**CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**AUTORIZACION**

**Yo, Duche Ayala Ricardo Miguel**

**Autorizo a la Universidad Católica de Cuenca, Extensión: San Pablo de la Troncal la publicación, en la biblioteca virtual de la institución del trabajo: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA SERVILLANTA 2 DEL CANTÓN LA TRONCAL EN EL PERIODO 2015", cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y auditoria.**

**La Troncal, 07 Septiembre del 2015**

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Ricardo Duche', is written over a horizontal dashed line.

**Sr. Duche Ayala Ricardo Miguel**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por bendecirme para llegar hasta la culminación de mis estudios, porque hiciste realidad este sueño anhelado y el logro de mi vida.

A la UNIVERSIDAD CATOLICA DE CUENCA EXTENSIÓN SAN PABLO DE LA TRONCAL por darme la oportunidad de estudiar y llegar a ser un profesional.

Al director de tesis, Econ. Marco Quintero, catedrático de esta prestigiosa Universidad por haberme guiado con sus conocimientos, y experiencia, para lograr el objetivo como es culminar mis estudios con éxito.

Agradezco además a todos los profesores que durante toda mi carrera estudiantil compartieron sus sabios conocimientos y experiencias pero de manera especial a mis Padres y abuelita; por sus consejos, sus enseñanzas y su apoyo incondicional.

De igual manera agradecer a mis compañeros y amigos con quienes compartí experiencias y conocimientos para lograr ser un buen profesional.

A todas las personas que siempre me han apoyado y han sido parte de mi vida estudiantil quiero agradecerles por su amistad, por sus consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Siempre los tendré en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén, quiero darles las gracias por formar parte de mí.

**RICARDO D**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo fruto del esfuerzo y constancia por superarme y ser un buen profesional:

A MI MADRE: Jaqueline Ayala, Por haberme apoyado en todo momento, por sus concejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada por su amor, estando en las buenas y las malas, la mujer que formo por mucho tiempo sabiéndome llevar por el camino correcto.  
PARA TI MADRE QUERIDA.

A MI PADRE: Miguel Duche; Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha orientado siempre, por el valor de ser humanista lleno de valores morales, éticos, espirituales; para salir adelante, y ser una buen hijo, profesional al servicio de la sociedad.

A MI ABUELITA: Rosario Santa cruz; a mi querida hermana, Stefannie Duche; tíos y más familiares por su apoyo incondicional para que mis anhelos se hayan hecho realidad, por darme el apoyo para la culminación de mis estudios universitarios.

**RICARDO D**

# INDICE GENERAL

	Introducción	1
I	Tema	3
II	Antecedentes	3
	<b>CAPÍTULO I</b>	
1	ASPECTOS GENERALES	5
1.1	Planteamiento del problema	5
1.2	Importancia y Justificación	6
1.3	Objetivos	7
1.3.1	Objetivo General.	7
1.3.2	Objetivos específicos	8
1.4	Descripción de la Institución o Empresa	8
1.5	Naturaleza y características	9
1.6	Reseña Histórica	9
1.7	Ubicación	10
1.8	Visión	10
1.9	Misión	10
1.10	Objetivos	10
1.11	Políticas	11
1.12	Valores	11
1.13	Organigrama	12
	<b>CAPITULO II</b>	
2	Marco Teórico Legal	13
2.1	Constitución Política del Ecuador	13
2.1.2	Plan Nacional del buen vivir	14
2.1.3	Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno	15
2.1.4	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social	18
2.1.5	Código de Trabajo	20
2.1.6	Código de Comercio	21
2.1.7	Superintendencia de bancos y Seguros	22
2.2	Plan de Negocios	23
2.2.1	Definición	23
2.2.2	Importancia del Plan de Negocios	24
2.2.3	Características del Plan de Negocios	26
2.2.4	Para que sirve el Plan de Negocio	27
2.2.5	Plan de Negocio en Marcha	28
2.2.6	Tipos de Plan de Negocios	30
2.2.7	Planificación Estratégica	31
2.2.8	FODA	32
2.3	Sistema Tributario	34
2.4	Normas Sanitarias	36
2.5	Planificación Técnica	37

2.6	Producto	38
2.7	Plaza	40
2.8	Precio	41
2.9	Promoción	41
2.10	publicidad	41
2.11	Promoción de Ventas del producto	42
2.12	Análisis de Mercado	42
2.13	Estados Financieros	44
<b>CAPITULO III</b>		
3	Aplicación Práctica de la Investigación	47
3.1	Planeación del diseño y modelo del plan de Investigación	47
3.2	Diseño del Plan de Negocios Acorde al Negocio	49
3.3	Resultados de la Encuesta Aplicada a Clientes	66
3.4	Ejecución del Plan de Negocios	74
	Conclusiones	76
	Recomendaciones	77
	Bibliografía	78
	Anexos	79

# CUADROS Y GRÁFICOS

## INDICE DE CUADROS

Cuadro Nº 1	Al ser cliente de Servillanta 2 Ud. recibe un servicio de calidad	66
Cuadro Nº 2	Las llantas que compra en Servillanta 2 tiene buena duración en su vehículo	67
Cuadro Nº 3	Ud. cree que Servillanta 2 debe ampliar su infraestructura para mejorar la atención al cliente	68
Cuadro Nº4	Sería importante que servillanta 2 cuente con un plan de negocio Para lograr los objetivos que se plantea	69
Cuadro Nº5	Ud Paga impuestos por compra de accesorios para vehículo	70
Cuadro Nº 6	Servillanta 2 brinda servicio a domicilio por la compra de accesorios de vehículo	71
Cuadro Nº 7	Servillanta cuenta son servicio de crédito a corto y largo plazo	72
Cuadro Nº 8	Usted ha recibido alguna vez un trato diferente al normal por parte del personal que vende	73

## INDICE DE GRÁFICOS

Cuadro Nº 1	Al ser cliente de Servillanta 2 Ud. recibe un servicio de calidad	66
Cuadro Nº 2	Las llantas que compra en Servillanta 2 tiene buena duración en su vehículo	67
Cuadro Nº 3	Ud. cree que Servillanta 2 debe ampliar su infraestructura para mejorar la atención al cliente	68
Cuadro Nº4	Sería importante que servillanta 2 cuente con un plan de negocio Para lograr los objetivos que se plantea	69
Cuadro Nº5	Ud Paga impuestos por compra de accesorios para vehículo	70
Cuadro Nº 6	Servillanta 2 brinda servicio a domicilio por la compra de accesorios de vehículo	71
Cuadro Nº 7	Servillanta cuenta son servicio de crédito a corto y largo plazo	72
Cuadro Nº 8	Usted ha recibido alguna vez un trato diferente al normal por parte del personal que vende	73

## INTRODUCCION

Uno de los principales problemas que tienen la mayoría de personas es la tendencia natural a quedarse estancado. Por esta razón es importante que el dueño o asociados inicien un negocio planteándose un plan de negocios que permita tener claro la misión y visión para poder cumplir con los objetivos y metas, porque el que mayores beneficios tendrán son los clientes.

El negocio también se merece la mejor planificación si tiene que llevarle hacia el éxito que tiene en mente. Independientemente de que sea un negocio nuevo o uno existente en proceso de crecimiento, mejorará sus posibilidades de triunfo si piensa primero y luego actúa.

Con el desarrollo del presente trabajo de tesis, se pretende dejar un aporte valioso al propietario de la empresa SERVILLANTA 2, del Cantón La Troncal, ya que se dejan plasmados los procedimientos adecuados para una correcta planeación de un negocio de servicio, lo que contribuye a organizar las actividades y procedimientos a seguir en el mediano y largo plazo con el fin de llegar a cumplir con las metas y objetivos propuestos inicialmente.

Su importancia radica en la capacidad de generar riqueza que al ser distribuida equitativamente, propicia tranquilidad al propietario y por ende al desarrollo a la entidad.

También se puede decir que el negocio debe contar con una planificación ya que es un procedimiento en tres fases para decidir qué acciones se deben realizar en el futuro para lograr los objetivos trazados: planear lo que se quiere hacer, llevar a cabo lo planeado y verificar la eficiencia de cómo se hizo. La planificación a través de un presupuesto dará a la empresa Servillanta 2 una coordinación general de funcionamiento.

Para ello se ha establecido tres capítulos muy bien identificados para lograr los objetivos propuestos:

El Capítulo Uno hace referencia a aspectos generales, planteamiento del problema, importancia, objetivos, descripción de la institución Naturaleza y características, reseña histórica, Ubicación, visión, misión, objetivos, políticas, valores, organigrama.

El Capítulo II se menciona el Marco Teórico Legal: Constitución Política del Ecuador, Plan nacional del buen vivir, Ley orgánica de Régimen tributario interno, IESS, Código de Trabajo, Código de Comercio, Superintendencia de Bancos, Importancia del plan de negocios, Características del plan de negocio, para qué sirve el plan de negocios, plan de negocios en marcha, tipo de plan de negocios, planificación estratégica, Foda, Sistema tributario, Normas sanitarias, Planificación técnica, Producto, Plaza, Precio, Promoción, publicidad, Promoción de ventas del producto, Análisis de mercado, Estados financieros.

Capítulo III, se desarrolla las Aplicaciones prácticas de la investigación, planeación del diseño y modelo del plan de investigación, diseño del plan de negocios acorde al negocio, Resultados de la encuesta aplicada a los clientes, Ejecución del plan de negocios, Conclusiones, recomendaciones, bibliografía.

## **I. TEMA**

Plan de negocios para la empresa Servillanta 2 del Cantón la Troncal, Provincia del Cañar, periodo 2015

## **POBLACIÓN UNIVERSO**

La población universo lo conforma un solo negocio

## **MUESTRA**

Un solo negocio conocido con el nombre de Servillanta 2

## **II ANTECEDENTES**

El Plan de Negocios es un instrumento que permite comunicar una idea de negocio para venderla u obtener una respuesta positiva por parte de los inversores.

También se trata de una herramienta de uso interno para el empresario, ya que le permite evaluar la viabilidad de sus ideas y concretar un seguimiento de su puesta en marcha; se considera una plataforma de análisis y pruebas, en la que pueden quedar archivados muchos proyectos que no necesariamente sean pobres, sino que quizás necesiten más tiempo y dedicación para conseguir el éxito esperado.

La realización del plan de negocios prevé la planificación del crecimiento sostenible, para no utilizar todos los recursos que poseemos de forma errónea si no reinvertir para lograr la rentabilidad deseada en los próximos años, además señala objetivos a cumplir, incluye el detalle del plan de acción necesario para alcanzarlos.

Por otra parte, es importante que esté elaborado con información veraz acerca de los ingresos, sin sobrestimar valores, de tal forma que permita ser actualizado con los cambios propios del dinamismo del mercado y de la situación de la empresa, en el caso de la investigación se encuentra direccionado al servicio de Servillanta negocio que se encuentra localizado en el Cantón La Troncal.

El sector automotriz ha tenido un gran auge en el Ecuador en los últimos 30 años según el Instituto de promoción de exportaciones e inversiones, habiendo crecido la demanda de adquirir un vehículo ya sea de lujo o necesidad, logrando que las

empresas dedicadas a la venta de accesorios para vehículos obtengan un crecimiento importante en sus ventas.

El Cantón la Troncal no es la excepción pues el crecimiento poblacional, da lugar a que el auge del parque automotor sea un hecho, si hablamos de esto deberíamos considerar también las cooperativas de transporte cantonales e interprovinciales que prestan su servicio, se vayan expandiendo cada día con nuevas rutas, de tal forma a que las ventas en accesorios vehiculares sea mayor en comparación a los años anteriores.

El plan de negocios propuesto para Servillanta servirá para tener información precisa, enfocada en planificar estrategias para captar la mayor cantidad posible de compradores, para estar un paso más adelante que la competencia en precios, promociones, atención y calidad de productos, con estos y demás instrumentos a evaluar podremos tomar decisiones acertadas y bien fundamentadas lo que lograra establecerá si el negocio será rentable en el futuro.

# CAPITULO I

## 1. ASPECTOS GENERALES

### 1.1. Planteamiento del problema

Hoy en día muchas de las empresas restan importancia a los planes de negocios, se puede decir que una idea de negocio y la puesta en marcha de la misma se las hace sin prever posibles consecuencias que se pueden suscitar, la inversión correcta, así como los demás aspectos en el giro de las actividades que vayamos a realizar en la atención al cliente.

Si damos una vista en el plano internacional, hay empresas que toman la realización del plan de negocios como algo del proceso de la empresa ya que existen departamentos que se encargan de realizarlos, ya sea para el lanzamiento de un nuevo producto, para la expansión del negocio y para muchas otras situaciones necesarias que se analizan en la consecución de dicho plan.

En el Ecuador las empresas grandes realizan para determinar si la inversión es viable, o si recuperarán en un tiempo prudente ya que muchas de las veces algunos empresarios temen que la idea de su negocio fracase y pierdan dinero, pero con esta herramienta se puede revisar los riesgos al que se enfrenta, como es la competencia, Crear estrategias para que el bien o servicio sea diferente a los demás que existan en el mercado local, pero no solo sirve para analizar esos panoramas sino también para conseguir una línea de crédito tanto en instituciones financieras públicas y privadas que promueven el desarrollo empresarial en base a un plan de negocios debidamente estructurado. (BARROWU, 2014)

En el Cantón La Troncal la mayoría de las personas deciden abrir sus negocios sin la más mínima idea de ver si esa inversión actual tendrá frutos en el futuro próximo, de saber en cuanto tiempo podrán recuperar su inversión, las estrategias que se consideren necesarias para que el negocio sea exitoso en relación a la competencia, pues el crecimiento desmedido y la necesidad de obtener ingresos sin pensar en el mañana hacen que se cometan estos errores en la implementación, ya que es necesario

elaborar el plan de negocios, para invertir dinero, siendo fundamental realizar un plan de negocios para brindar un servicio de calidad.

La investigación plantea realizar un plan de negocio para la empresa Servillanta 2, dedicada a la venta de partes de automóviles. Dados los aspectos que se necesiten para que esté a un paso de la competencia, la correcta distribución de las inversiones para que no fracase y siga en marcha muchos años.

Se tendrá que evaluar el Proyecto propuesto, y preguntar: ¿Es recomendable la elaboración del plan de negocios para la empresa?

## **1.2. Importancia y Justificación**

El plan de negocios propuesto para Servillanta 2, servirá para tener información precisa, enfocada en planificar estrategias para captar la mayor cantidad posible de compradores, para estar en la línea de la competencia en precios, promociones, atención y calidad de productos, con estos y demás instrumentos a evaluar para tomar decisiones acertadas y bien fundamentadas lo que permitirá establecer si el negocio seguirá siendo rentable en el futuro. (CAICEDO, 2014)

Hoy en día uno de los sectores que ha venido experimentando un crecimiento considerable es el servicio de compra venta de llantas es el Cantón la Troncal, especialmente el sector del transporte, un caso se da también en el transporte público donde se está reestructurando el modo de operación y buscando nuevas tecnologías en movilidad y servicio, se busca utilizar unidades que cuenten con llantas nuevas.

Por esta razón Servillanta 2 cuenta con un amplio y diferenciado tipo de llantas para que los transportistas puedan escoger el tipo de llanta para su medio de transporte y pueda también brindar un servicio de calidad.

Sin embargo se puede observar en las diferentes Calles del Cantón La Troncal las diferentes cooperativas de taxis, de carga en sus parqueaderos, siendo los conductores los que deben contar con las unidades de transporte en buen estado para que el usuario pueda contratarlos y realicen los fletes dentro y fuera del Cantón, satisfaciendo en este sentido al cliente, por esta razón deben estar en buenas condiciones.

El creciente comercio que vive la Ciudad, el transporte óptimo de las mercancías resulta vital, por lo cual los medios de transporte deben estar en las mejores condiciones para poder desempeñar sus labores de traslado y carga.

Para Servillanta 2 es preciso documentar las actividades y el giro que desempeña en el mercado local a fin de optimizar y a su vez los clientes tengan una idea clara y precisa de lo que el negocio les ofrece, ya que en el mercado de importación, venta y distribución de llantas el tiempo es valioso, tanto para el cliente, como para el negocio, ya que siendo más efectivo y profesional se gana la confianza del cliente y su fidelidad, así como ir forjando y posicionamiento dentro del mercado local.(ANKER, 2013)

Es importante la idea de cumplir con las actividades y procesos de atención, para determinar la filosofía organizacional del negocio Servillanta 2 la cual tendrá como misión facilitar la asignación clara de responsabilidades que tiene el negocio hacia los clientes y definir la línea base para la medición del desempeño y control, así como identificar las partes que conforman el negocio y los lineamientos bajo la cual se encuentra regida para desarrollar y confirmar un entendimiento común de lo que ofrece el negocio hacia sus clientes.

Los límites del presente negocio aseguran que el mismo incluye todo el trabajo requerido y las actividades que realiza el negocio así como los productos que ofrece, con un tiempo para terminar el estudio requerido de 4 meses, comprendidos en los meses de Julio a Octubre del 2015 con un tiempo de 8 horas diarias de Lunes a Viernes, y los días Sábados y Domingos se brinda el servicio de atención al transportista, garantizando una atención de calidad.(SERVILLANTA, 2015)

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Elaborar un plan de negocios para Servillanta 2; enfocado a mejorar el servicio de atención al cliente, que le permita convertirse en líder en el mercado del Cantón La Troncal.

### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Realizar un análisis financiero sobre la situación actual del negocio.
- Analizar el FODA del negocio y fortalecer las debilidades de Servillanta 2
- Determinar las variable que inciden en la mejora al servicio al cliente

### **1.4. Descripción de la Institución o empresa**

Servillanta 2 se dedica a la venta de accesorios partes y piezas de todo tipo de vehículos, incluyendo los pesados, además de ello su gerente cuenta con muchos años de experiencia en venta de estos artículos por lo que resulta fácil la distribución de la mercadería que necesita el cliente.

El creciente y constante movimiento de los mercados, demanda a los negocio como Servillanta 2 a ser mejores, con ellos se esmeran en dar una imagen de confianza y solides hacia sus consumidores con lo que se forja un estrecho lazo de cooperación.

Servillanta 2, realiza actividades a través de las cuales se dan a conocer los lineamientos, actividades, filosofía organizacional, constitución, alcances y mejoras en la atención al cliente a fin de ser reconocida en el mercado Troncaleño como un negocio serio, con un personal calificado para la atención al cliente.

Por lo tanto Servillanta 2, es un negocio que cuenta con una gran trayectoria en el Cantón La Troncal, no solo por su ubicación sino también por la variedad de repuestos y llantas que tiene como un surtido para satisfacer las necesidades de los clientes.

### **1.5. Naturaleza y Características**

La empresa Servillanta 2, es de naturaleza Privada por ser persona natural, o sea de un solo propietario, el mismo que cumple con ser el administrador del negocio, siendo partícipes sus miembros de la familia, quienes cumplen con las funciones administrativas, también cuenta con trabajadores contratados que también son reconocidos con todos los derechos de ley como es la afiliación al IESS y sus aportes patronales que realiza el Propietario.

La Naturaleza del negocio es brindar servicio para el sector automotriz local el mismo que es muy amplio, pues la idea de negocio luego después de ver la necesidad de las personas de proveer partes de vehículos que no había en esos momentos en el Cantón. Servillanta 2 se dedica a la venta de accesorios y partes de vehículos los mismos que son importados de otras ciudades para brindar el servicio que requiere el transportista por lo que se tiene que saber las necesidades que el comprador requiere pues hay un sin número de marcas de vehículos en el mercado que con el pasar de los años el negocio va ganando experiencia.

Entre las Principales características de Servillanta 2 son:

- Es un negocio que se dedica a la venta de llantas de todas las marcas, para los diferentes vehículos.
- Vende todo tipo de accesorios para toda marca de vehículo.
- Vende partes de vehículos como repuestos para que se mejore los servicios de transporte.
- Cuenta con un personal calificado en servicio al cliente.
- Cuenta con accesorios de las mejores marcas del mercado para la satisfacción del cliente.

## **1.6. Reseña Histórica**

Servillanta 2 como negocio se creó el 30 de agosto del 2002 en el Cantón la Troncal Provincia del Cañar, siendo en aquel entonces un negocio pequeño él propietario tuvo la visión de acrecentar el negocio para mejorar el servicio de atención y venta de llantas y repuestos de vehículo.

El señor Reyes Arellano Jaime Enrique, es la Persona Natural es el propietario del Negocio denominado Servillanta 2, por el nivel de negocio es obligado a llevar Contabilidad, y realizar las declaraciones de los impuestos al SRI.

El Señor Jaime Reyes; comenzó con este emprendimiento con muchos altibajos como muchos negocios lo hacen, pero al pasar de los años fue creciendo su clientela por sus precios económicos, buena calidad en los productos que distribuye y una atención

excelente por parte del administrador, hoy en día es una de las primeras empresas de su naturaleza que se ha logrado consolidar en tantos años en el Cantón La Troncal. Es importante manifestar que el negocio para tener y contar con el servicio ha tenido que realizar ampliaciones del local, solicitar préstamos bancarios y de esta manera contar con un local funcional para brindar la atención que requiere el Cliente.

### **1.7. Ubicación**

Servillanta 2, se encuentra ubicada en la cabecera Cantonal de la Troncal, en las calles Av. 25 de Agosto entre Héroes del Cenepa y 27 de Febrero a lado de Arte Mueble Troya.

### **1.8. Visión**

Servillanta es una empresa que brinda un servicio de calidad al cliente y se espera que hasta el año 2020 sea una empresa que preste todos los servicios de arreglo y venta de accesorios de vehículos logrando así estar en la línea de la competencia local y nacional como referente de progreso.

### **1.9. Misión**

Servillanta es una empresa que brinda un servicio de venta de accesorios para vehículos y carros sean estos local e inter Provincial, siendo un servicio de calidad y satisfacción para el cliente.

### **1.10. Objetivos**

- Llegar a ser un negocio reconocido en la zona y alcanzar la variedad de llantas y accesorios para vehículos de todas las marcas.
- Contar con precios económicos para la clientela local y de la zona.
- Brindar atención y servicio de calidad para que la clientela quede satisfecha.

### 1.11. Políticas

- Satisfacer al cliente brindando un servicio de calidad.
- Contar con accesorios para vehículos en las diferentes marcas nacionales e internacionales.
- Brindar confianza, seguridad y rapidez en la venta de los productos vehiculares.
- Ser un negocio reconocido en la zona.
- Contar con una administración propia al servicio del cliente.

### 1.12. Valores

Los valores que Servillanta 2 propone a la clientela:

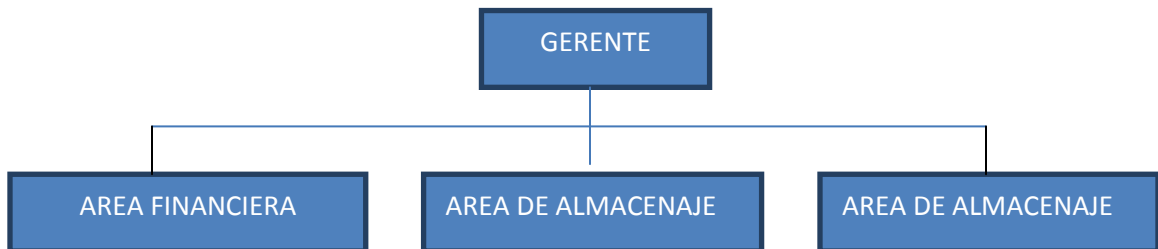
- **Honestidad.**\_ Principio de valor, que el ser humano debe practicar diariamente por lo que Servillanta 2 venderá productos de calidad y de las mejores marcas nacionales e internacionales para que el cliente quede satisfecho.
- **Confianza.**\_ Es otro valor que se practica en Servillanta 2 para que los clientes confíen en los productos y servicios personalizados pues siempre estará presente la confianza del cliente y en ser el medio de publicidad en la zona.
- **Responsabilidad.**\_ Es otro valor humano practicado por la administración y mas trabajadores del negocio en vender los productos de buena calidad para que los clientes se sientan satisfechos y cuenten con productos que les permita dar seguridad al vehículo para poder transportar a humanos y productos que se venden en el mercado.
- **Profesionalismo.**\_ La atención es profesional debido a que es un negocio que esta algunos años en el mercado y el cliente conoce la seriedad con la que se trabaja para la satisfacción completa de la clientela.

### 1.13. Organigrama

El negocio Servillanta 2 tiene una estructura organizacional funcional por cuanto existen tres departamentos bien definidos como es:

- La oficina del Gerente quien cumple con la función administrativa del negocio.
- La oficina del contador, persona que lleva al día la parte financiera del negocio, es decir todos los activos y pasivos, ingresos y gastos los mismos que se ven reflejados en los diferentes informes contables.
- Vendedor personas que se encuentran en la disposición de cumplir con la venta de llantas y más repuestos de automóviles y carros grandes de las diferentes marcas, son los encargados de brindar un buen servicio de calidad a los clientes.

El organigrama se encuentra formado así:



## CAPITULO II

### 2. MARCO TEÓRICO - LEGAL

#### 2.1 Constitución de la república del Ecuador

La investigación sustenta y fundamenta su labor de compra venta de los diferentes accesorios para carro, automóviles los diferentes repuestos sustentados también en la Constitución del Ecuador como ley que garantiza los derechos de los dueños de empresas y trabajadores para que no se violen sus derechos, para lo cual se sustenta lo siguiente:

**Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:**

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del Objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
5. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

**Art. 319.-** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

**Art. 320.-** La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

**Sección segunda. Tipos de propiedad Art. 321.-** El Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental.

**Art. 325.-** El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

**Art. 327.-** La relación laboral entre personas trabajadoras y empleadoras será bilateral y directa.(CONSTITUCIÓN, 2008. Art. 300).

### **2.1.2 Plan del buen vivir**

El Plan Nacional para el Buen Vivir está acompañado por un sistema de monitoreo y evaluación que hará posible conocer los impactos de la gestión pública y generar alertas oportunas para la toma de decisiones.

Este sistema está basado en la lógica de comparar lo programado frente a lo realizado, tomando como base la planificación nacional y la formulación realista de indicadores y metas.

El Buen Vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad. No es buscar la opulencia ni el crecimiento económico infinito.

El Sumak Kawsay fortalece la cohesión social, los valores comunitarios y la participación activa de individuos y colectividades en las decisiones relevantes para la construcción de su propio destino y felicidad. Se fundamenta en la equidad con respeto a la diversidad, cuya realización plena no puede exceder los límites de los ecosistemas que la han originado.

No se trata de volver a un pasado idealizado, sino de encarar los problemas de las sociedades contemporáneas con responsabilidad histórica. El Buen Vivir no postula el no desarrollo, sino que aporta a una visión distinta de la economía, la política, las relaciones sociales y la preservación de la vida en el planeta. El Buen Vivir promueve la búsqueda comunitaria y sustentable de la felicidad colectiva, y una mejora de la calidad de vida a partir de los valores.(RAMIREZ, 2010)

## **Sección octava**

### **Trabajo y seguridad social**

**Art. 34.-** El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas.

**Art. 278.-** Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:

1. Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles.
2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.(CONSTITUCIÓN, 2008. Art. 300)

#### **2.1.3 Ley Orgánica de régimen tributario interno**

Para entender lo que es la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno es necesario primeramente conocer sobre lo que son los impuestos en el Ecuador, ya que ellos son el sustento del Presupuesto del Estado siendo estos la primera fuente de ingreso, de esta manera es importante incentivar la cultura tributaria por parte de los contribuyentes acogiéndose a los beneficios que se otorgan. El Impuesto a la Renta es un impuesto progresivo que se paga de acuerdo a los ingresos del contribuyente constituyendo a la Conciliación Tributaria como un instrumento clave al momento de realizar los ajustes pertinentes para establecer el Impuesto a la Renta.

La administración Tributaria que está a cargo el Sistema de Rentas Internas (SRI), entre sus facultades está recaudar los tributos, la aplicación de la ley, determinación de la obligación tributaria, resolución de los reclamos de los sujetos pasivos y la potestad sancionadora por infracciones de la ley tributaria o sus reglamentos.

Los impuestos son aquellos tributos cuyo hecho generador no está constituido por la prestación de un servicio, actividad u obra de la administración, sino por negocios, actos o hechos de naturaleza jurídica o económica, que ponen de manifiesto la capacidad contributiva de un sujeto como consecuencia de la posesión de un patrimonio, la circulación de los bienes o la adquisición o gasto de la renta.(GONZÁLEZ, 2013)

La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsable. (CONSTITUCIÓN, 2008. Art. 300)

El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia, suficiencia recaudatoria, legalidad, igualdad. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos. Establecido en el art 300 de la Constitución de la República del Ecuador Asamblea Constituyente 2008 y en concordancia con el art. 6 del Código Orgánico Tributario.

Por esta razón se toma en cuenta los siguientes artículos de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno los siguientes Artículos:

**Art. 1.-** Objeto del impuesto.- Establécese el impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley.

**Art. 4.-** Sujetos pasivos.- Son sujetos pasivos del impuesto a la renta las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados de conformidad con las disposiciones de esta Ley.

Los sujetos pasivos obligados a llevar contabilidad, pagarán el impuesto a la renta en base de los resultados que arroje la misma.

**Art. 10.-9.-** Los sueldos, salarios y remuneraciones en general; los beneficios sociales; la participación de los trabajadores en las utilidades; las indemnizaciones y bonificaciones legales y otras erogaciones impuestas por el Código de Trabajo, en otras leyes de carácter social, o por contratos colectivos o individuales.

**Art. 19.- Obligación de llevar contabilidad.-** Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

Para efectos tributarios, las asociaciones, comunas y cooperativas sujetas a la vigilancia de la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria, con excepción de las entidades del sistema financiero popular y solidario, podrán llevar registros contables de conformidad con normas simplificadas que se establezcan en el reglamento.

**Art. 20.- Principios generales.-** La contabilidad se llevará por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos de América, tomando en consideración los principios contables de general aceptación, para registrar el movimiento económico y determinar el estado de situación financiera y los resultados imputables al respectivo ejercicio impositivo.

**Art. 21.- Estados financieros.-** Los estados financieros servirán de base para la presentación de las declaraciones de impuestos, así como también para su presentación a la Superintendencia de Compañías y a la Superintendencia de Bancos y Seguros, según el caso. Las entidades financieras así como las entidades y organismos del sector público que, para cualquier trámite, requieran conocer sobre la situación

financiera de las empresas, exigirán la presentación de los mismos estados financieros que sirvieron para fines tributarios.(TRIBUTARIO, 2013)

La finalidad de los impuestos es satisfacer necesidades colectivas, es decir se utilizan en obras para el bienestar social, aunque también pueden ser usados con finalidades fiscales, extra fiscales, y mixtos, y actúa como receptor de los recursos para posteriormente distribuirlo para todas las provincias del país, revirtiendo en obra social.

#### **2.1.4 Instituto Ecuatoriano de seguridad social**

La variedad de leyes, reglamentos y manuales sobre los diferentes temas para el manejo de impuestos, orientan a los contribuyentes para seguir los procedimientos en la aplicación correcta de acuerdo a su contabilidad para que realicen las declaraciones de impuestos de la empresa.

La empresa Servillanta 2 es un pequeño negocio, constituida en valores sólidos como la honestidad, el sentido del ahorro, el altruismo, la democracia participativa, la planificación, la actitud del progreso y el cumplimiento de las metas y objetivos fijados.

Cuenta con el Registro único de Contribuyentes, mismo que le permite ejercer sus transacciones de manera legal, acogiéndose a los derechos y obligaciones estipulados en cada una de las leyes establecidas en el Ecuador para las pequeñas empresa.

El Seguro General Obligatorio forma parte del sistema nacional de seguridad social y, como tal, su organización y funcionamiento se fundamentan en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia. De acuerdo al artículo 2 de la Ley del IESS, son sujetos obligados a solicitar la protección del Seguro General Obligatorio, en calidad de afiliados, todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella; en particular:

- El trabajador en relación de dependencia;
- El trabajador autónomo;

- El profesional en libre ejercicio;
- El administrador o patrono de un negocio;
- El dueño de una empresa unipersonal;
- El menor trabajador independiente; y,
- Los demás asegurados obligados al régimen del Seguro General Obligatorio en virtud de leyes y decretos especiales.

El artículo 3 de la Ley del IESS manifiesta que el Seguro General Obligatorio protegerá a sus afiliados obligados contra las contingencias que afecten su capacidad de trabajo y la obtención de un ingreso acorde con su actividad habitual, en casos de:

- Enfermedad;
- Maternidad;
- Riesgos del trabajo;
- Vejez, muerte, e invalidez, que incluye discapacidad; y,
- Cesantía(LEY, 2014)

Se celebra el contrato de trabajo mismo que es leído, firmado por las dos partes y se procede a su legalización en el Ministerio de Relaciones laborales, para iniciar los trámites de afiliación al IESS.

Se realiza la liquidación mensual de los sueldos que corresponden a los trabajadores. Para ello tiene a la mano los contratos, donde verifica el sueldo del empleado, toma en cuenta cualquier tipo de bono extra que sea otorgado por la Gerencia, se consideran las horas extras, por lo cual se respalda con el reporte mensual del registro de asistencias de cada trabajador, que indica el tiempo exacto de trabajo.

En los descuentos se toma en cuenta el aporte personal que se paga al IESS, las multas respectivas en caso de existir, de acuerdo al reglamento interno de trabajo aprobado por el Ministerio de Trabajo. Se descuentan también las cuotas que los empleados pagan por concepto de la mercadería que compran, que según la política de la empresa, se concede un descuento del 20% para los trabajadores de la empresa,

esto se respalda con las notas de venta firmadas por los empleados al momento de llevar la mercadería.

### **2.1.5 Código de trabajo**

En el cual de manera general regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

La empresa Servillanta 2, celebra contratos de trabajo con todos sus trabajadores, se rige en el reglamento interno debidamente aprobado por el Ministerio de Relaciones Laborales, para darles a sus trabajadores la estabilidad que se pretende con la aplicación del Código del Trabajo. Además la empresa como empleadora otorga a su talento humano todos los beneficios contemplados en la ley.

La empresa cumple con sus obligaciones de empleador que según el artículo 42 del Código son las siguientes:

- Pagar las remuneraciones que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones del Código de Trabajo.
- Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida; el mismo que se lo actualizará con los cambios que se produzcan.
- Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado. Permitir a los trabajadores faltar o ausentarse del trabajo para desempeñar comisiones de la asociación a que pertenezcan, siempre que ésta dé aviso al empleador con la oportunidad debida.
- Sujetarse al reglamento interno legalmente aprobado.
- Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra.
- Conferir gratuitamente al trabajador, cuantas veces lo solicite, certificados relativos a su trabajo.

Así mismo, como tiene obligaciones que cumplir existen obligaciones de los trabajadores que se tiene que hacer respetar, de acuerdo al artículo 45 del Código de Trabajo son las siguientes:

- Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos.
- Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción.
- Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador. En estos casos tendrá derecho al aumento de remuneración de acuerdo con la ley.
- Observar buena conducta durante el trabajo.
- Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal.
- Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo.
- Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses de empleadores o trabajadores. (CÓDIGO, 2014)

### **2.1.6 Código de Comercio**

Rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

Al tratarse de una empresa comercial, el Código de Comercio hace referencia a varios temas importantes que comercializa Servillanta 2 observa con frecuencia.

Entre los que se deben observar están los siguientes:

- Los Comerciantes son las personas que hacen del comercio su profesión habitual, y que son capaces de ejercer el comercio las personas que según el Código Civil sean capaces de contratar.

Se habla también de las obligaciones de los comerciantes, entre las cuales están:

- La matrícula y el registro mercantil, quiere decir que todo comerciante debe inscribirse en un gremio, una asociación, que esté de acuerdo a su actividad, que haga de ente regulador de la empresa.
- La Contabilidad Mercantil, en la cual se dan los primeros parámetros para realizar una contabilidad, sea mediante registro de ingresos y egresos o a su vez se da la posibilidad de llevar cuatro libros básicos, que son los de Libro Diario, Libro Mayor, Inventarios y libro de Caja.

Se habla de la correspondencia, que indica la obligación de conservar todos los documentos mercantiles debidamente organizados y archivados, que en la actualidad según la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno es por seis años.

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) es una entidad pública descentralizada, creada por la Constitución Política de la República, dotada de autonomía normativa, técnica, administrativa, financiera y presupuestaria, con personería jurídica y patrimonio propio, que tiene por objeto indelegable la prestación del Seguro General Obligatorio en todo el territorio nacional.

### **2.1.7 Superintendencia de Bancos y Seguros**

La Superintendencia de Bancos y Seguros ha diseñado las estructuras de datos a través de las cuales las instituciones que conforman el Sistema Nacional de Seguridad Social reportarán periódicamente a este organismo de control la información relacionada a sus operaciones de crédito.

Una vez recibida la información, la Unidad de Gestión de Información a través de sistemas automáticos de validación, procesará las estructuras remitidas, luego de lo cual enviará el diagnóstico de la validación vía correo electrónico, a los funcionarios de las entidades cuyas direcciones se encuentren registradas en la base de contactos.

#### **Misión:**

“Velar por la seguridad, estabilidad, transparencia y solidez de los sistemas financiero, de seguros privados y de seguridad social, mediante un eficiente y eficaz proceso de

regulación y supervisión para proteger los intereses del público y contribuir al fortalecimiento del sistema económico social, solidario y sostenible”.

**Visión:**

“Ser una Institución técnica de regulación y supervisión de alta productividad, prestigio y credibilidad para satisfacer con calidad los servicios que presta a los actores externos e internos, con recursos humanos competentes y tecnología de punta”.

**2.2 Plan de Negocio**

**2.2.1 Definición**

Según Jack Fleitman un plan de negocio se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa. (FLEITMAN, 2012)

Ignacio de la Vega García, afirma que el plan de negocio identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio. Examina su viabilidad tanto técnica y económica como financiera. A su vez sostiene que el plan de negocio es una herramienta indispensable para el desarrollo de una empresa. (VEGA, 2011)

El Plan de Negocios es un documento escrito, hecho por el empresario, cuya finalidad es documentar la información más relevante relacionada con la nueva empresa y su mercado.

El Plan de Negocios puede verse como un mapa donde se identifican claramente los objetivos de la empresa, las rutas a seguir para alcanzar los objetivos, los obstáculos que se enfrentarán en el camino, las herramientas que utilizarán el empresario para superar los obstáculos y los mecanismos para medir el avance del proceso.

Analizando las definiciones se puede decir que ambas coinciden en que el plan de negocios es una herramienta fundamental de carácter técnico, que permite a la persona natural o jurídica realizar una serie de actividades que permita guiar a la empresa al éxito, dependiendo de la empresa que se desee abrir ya sea en ciudad o en el área rural.

El plan de negocios permite a que una persona se vuelva emprendedora en su sector cuyo fin es el de brindar un servicio a la comunidad.

### 2.2.2 Importancia del plan de negocios

La importancia del plan de negocios radica en que permite evaluar el funcionamiento de la empresa, así como los distintos caminos que tome sobre el escenario previsto. Un plan de negocio sirve para brindar información a usuarios de la empresa, bancos, inversionistas e instituciones financieras que pudieran brindar en algún momento apoyo financiero a la empresa.

Un Plan de Negocios, permite invertir mucho tiempo y dedicación, y echar a andar una empresa es poner en práctica, una idea, por lo que es necesario ir midiendo los avances. Todo buen emprendedor debe saber que el progreso se hace cada día, con cada triunfo y aún con cada fracaso. Los logros van llegando poco a poco y van perfilando el rumbo de la empresa.

Pero hay algo aún que no todos recuerdan y practican. **El Plan de Negocios, es una herramienta que se utiliza para ordenar un proyecto, analizando muchos puntos esenciales, también es una útil herramienta para medir de forma periódica el progreso de la empresa. Se plantea cuatro recomendaciones para conseguir que esta herramienta permita medir el avance de un negocio.** (GONZÁLEZ, 2012)

Un Plan de negocio debe contar con los siguientes elementos:

1. **Planea revisiones periódicas del negocio.** Muchos factores que afectan el negocio están relacionados con un ciclo anual. Para asegurar que el Plan de Negocios continúe siendo de ayuda, revisar y poner al día anualmente. Separar el tiempo al comienzo del año fiscal.
2. **Revisar los datos para medir el rendimiento del negocio.** Comparar los resultados que se espera con los resultados reales. Como el Plan de Negocios

se proyecta avances de mercadeo, operacionales y financieros, se debe analizar detenidamente los resultados reales contra las metas y los objetivos que se había establecido en el plan.

3. **Ajustar el plan.** Partes del Plan de Negocios pueden aparecer completas y otras pueden todavía necesitar algún trabajo. Buscar maneras de mejorar lo que se ha hecho para incorporar en el plan la experiencia que se ha ganado hasta ahora como dueño de un negocio. Anticipar los eventos futuros (buenos y malos) que pudieran afectar al negocio. Tomar las acciones necesarias si algunas de las metas que se había planeado no se han cumplido.
4. **Recibe ayuda de los demás.** De haber cambiado y puesto al día el Plan de Negocios, es necesario compartir con un consultor. Estos ayudan a los empresarios a crear y revisar planes de negocios.
5. **Esfuézate por operar tu negocio de acuerdo a tu Plan de Negocios.** El Plan de Negocios es un documento que trabaja para ti, si se lo utiliza como recordatorio, tanto para el dueño como para los empleados, conocer las metas y cómo se las puede lograr. Poner al día el Plan de Negocios, es respetar el documento porque este debe ser dinámico que cambia con el tiempo, es una prueba para todos porque que se necesita para hacerlo crecer y prosperar.

La importancia de los planes de negocios para las organizaciones ha crecido tanto en los últimos tiempos, sobre todo con la apertura a un mercado global que exige que las empresas sean competitivas es decir: tener un buen precio, calidad en los productos, entregas a tiempo y con cumplir con las especificaciones que el cliente le solicite aportación que realiza.

El Objetivo del plan de negocio es alcanzar un conocimiento amplio de la empresa o la actividad que pretende poner en marcha. Al mismo tiempo encontrar socios o servir de base para convencer a estos del mérito del proyecto y conseguir recursos y capacidad necesarios para poner en marcha el plan, y de esta manera obtener el financiamiento para ejecutar el negocio.

### 2.2.3 Características del plan de negocio

El Plan de Negocios es hoy un instrumento esencial en el mundo para la presentación de los emprendedores y sus proyectos de empresa, y para la dirección de la misma empresa en términos de operatividad total. Un Plan de Negocios presenta cuatro períodos reconocibles que sirven de ayuda al empresario para que visualice con anterioridad a la elaboración del mismo, estas cuatro características son:

#### **1. Fase de factibilidad económica**

Esta es una etapa donde se explora y se realizan todos aquellos cálculos económicos que permiten visualizar con claridad el escenario donde se mueve el proyecto.

Entran en juego aspectos como inversiones, costos y los ingresos esperados. Como aspecto determinante se comparan las cifras más importantes proyectadas en el tiempo (costos, rendimiento, entre otros) para establecer si económicamente el proyecto que se trabaja es atractivo, es viable o no.

#### **2. Fase de factibilidad financiera.**

Esta es una etapa de evaluación específica de los flujos financieros más importantes (flujos de entrada y de salida) con el propósito de captar, en forma inmediata, una idea general de los recursos indispensables para que una inversión pueda comenzar.

Entonces es cuando se entra en la factibilidad financiera. Esta etapa determina si aparte de ser el proyecto económicamente viable es sostenible en el tiempo con las fuentes de crédito con las que se puede contar. Es aquí donde la conveniencia del proyecto es tenida en cuenta en un grado muy alto. Si el proyecto no cumple los parámetros establecidos, es imposible continuar.

#### **3. Fase operativa: comienzo de la empresa**

La fase operativa está más relacionada con los procesos que se van a implementar, la maquinaria y equipos, el talento humano, las materias primas e insumos, entre otros.

Si el análisis resulta positivo se tiene luz verde para continuar.

De ninguna manera hay que poner en funcionamiento un proyecto sin que cuente con la inversión necesaria y la absoluta disponibilidad de recursos.

#### **4. Fase de factibilidad de mercados**

Esta fase ajusta y evalúa las oportunidades de mercadeo objetivos que tiene el producto, o servicio en la penetración en el mercado principalmente, quiénes son los potenciales o reales clientes, cuántos son, dónde están ubicados, y el posible éxito que obtenga mediante la utilización de publicidad, distribución, oferta, entre otros).

##### **2.2.4 Para qué sirve el plan de negocios**

Un Plan de Negocios permite y sirve para que toda persona natural o jurídica inicie una aventura empresarial es recomendable elaborar un plan de negocio.

Es evidente que la realización del mismo debe tener alguna utilidad. Un emprendedor, cuando comienza a alumbrar su proyecto empresarial, es ya una persona cuyo tiempo no debe desaprovecharse en esfuerzos inútiles de ninguna clase. El tiempo que se emplea en el desarrollo de este documento debe entenderse como la primera y más importante inversión que efectúa la empresa. El plan de negocio sirve para poner claramente por escrito los distintos aspectos del negocio y discutirlos de forma objetiva, abordando todos los temas que puedan tener posteriormente mayor dificultad o requerir un mayor análisis, como, por ejemplo, qué responsabilidad vamos a asumir, qué gastos son necesarios realizar, qué beneficio podemos conseguir, que compromisos adquiere cada socio en la sociedad.

No todo emprendedor posee todos los recursos necesarios para comenzar su aventura empresarial; debe buscar financiación externa, ayudas tanto públicas como privadas. (ESPINOZA, 2013)

El plan de negocio sirve de presentación para obtener estos medios de financiación. Los posibles inversores o entidades que con cedan préstamos necesitarán saber cómo vamos a solucionar todos los aspectos de nuestro negocio, qué viabilidad presentan y bajo qué perspectivas se afrontarán. De esta forma, un plan coherente y serio

demuestra que el emprendedor está capacitado para sacar el proyecto adelante y desarrollarlo.

#### 2.2.5 Plan de negocios en marcha

El plan de negocios en marcha es la planificación que ofrece la oportunidad de cometer errores por escrito antes de verse tentado a realizarlo en la realidad. El primer intento de planificación de un negocio no suele ser el correcto; puede ser el segundo o el tercero después de que los primeros no hayan pasado una revisión minuciosa. En este punto, es en el que uno se siente seguro de la idea de negocio y agradece la suerte de que no haya salido perjudicado; ha cometido errores por escrito antes de que pasaran en realidad.

En teoría, un plan empresarial debería establecerse a partir de los objetivos de un negocio; de cómo y cuándo se van a cumplir; de los recursos que se necesitarán; de las evidencias que refuerzan estas presuposiciones. Existe algún acuerdo común sobre lo que debería contener.

La extensión dependerá de su finalidad: debería cubrir, como mínimo, el periodo hasta el cumplimiento del objetivo, que podría darse en uno, dos, tres años o más. Las necesidades de un negocio que comienza y de uno más maduro son bastante diferentes. En términos sencillos, el ciclo de vida de una empresa está compuesto de los siguientes pasos:

##### **Inicio.**

Durante los dos primeros años, los temas más importantes están relacionados con la supervivencia: encontrar clientes (y conservarlos), asegurarse de que los productos - servicios se adaptan a las necesidades cambiantes de los compradores.

##### **Primeros años.**

Durante este periodo, lo principal se asocia con la consolidación del negocio: control del mismo, contratación y retención del personal, estructura de gestión.

### **Crecimiento y años de madurez.**

Durante el resto de su vida, el negocio se enfrenta a retos expansivos: asegurar una financiación apropiada, cambio de instalaciones, entrada en nuevos mercados e introducción de nuevos productos, competencia con los mayores negocios, fusiones - adquisiciones, traspasos, protección de la posición.(FAREZ, 2012)

Como se puede ver, a medida que el negocio evoluciona la vida empieza a complicarse, por lo que se hacen más evidentes las razones por las que se necesita una planificación y por qué los estudios han mostrado que la mayoría de empresas tienen una vida útil dependiendo incluso del plan de marketing que se emplee durante todo el tiempo que presta los servicios.

La planificación le permitirá identificar todos los recursos que necesitará para completar con éxito su plan. Garantizará que al principio sabe cuánto efectivo necesitará; lo grande que debe ser la producción/servicio; cuántas personas tendrá que emplear. Demasiado a menudo se pasan por alto estos aspectos.

El plan de negocios en marcha permite a que la persona jurídica o natural se fortalezca bajo las normas constitucionales de la República del Ecuador, porque ello garantiza el normal funcionamiento del negocio empresarial, más aún cuando se tiene que realizar el importe de los impuestos al estado, los mismos que son parte integrante del presupuesto general del estado.

Por lo general, las empresas en marcha van aumentando sus unidades de negocios con la finalidad de crecer y ser más rentables. Sin embargo, un crecimiento no planificado ni controlado podría causar el fracaso de esta nueva unidad de negocio, o lo que es peor, la quiebra de toda la empresa. Por eso, todo crecimiento debe ser planificado, sin ser burocrático.

El plan de negocios para una empresa en marcha debe evaluar la nueva unidad de negocio de manera independiente y además deberá distribuir los costos fijos de toda la empresa, entre todas las unidades de negocios, incluida la nueva.

Es muy común encontrar que a las nuevas unidades de negocios no se les asigne costos de seguridad o administrativos, pues consideran que dichos costos ya son cubiertos por la empresa que ya está en marcha.

### 2.2.6 Tipos de plan de negocios

Los planes de negocios sirven, para presentar oportunidades de negocio, brindar información a potenciales inversionistas y además como una guía para la puesta en marcha y el desarrollo de las actividades de una empresa. Sin embargo, hay muchos tipos de planes de negocios que responden a las necesidades particulares de cada empresario o cada tipo de empresa. En algunos casos, es posible desarrollar un mini plan de negocios, con la finalidad de profundizar luego en su análisis, siempre y cuando logre despertar la curiosidad y el interés de un inversionista.

El análisis de un mini plan de negocios, o más específicamente de una oportunidad de negocios, se estructura de la siguiente manera:

1. Concepto o idea de la empresa o negocio.
2. Modelo de la empresa o negocio.
3. Perfil del mercado objetivo: tamaño del mercado potencial y mercado objetivo, estrategia de mercado.
4. Información del entorno que pudiera influir en el modelo de negocio y desempeño de la organización.
5. Disponibilidad y acceso a recursos naturales o físicos.
6. Disponibilidad y acceso a recursos humanos calificados.
7. Tecnología que se empleará para el desarrollo de productos o servicios.
8. Redes empresariales.
9. Recursos financieros.
10. Análisis de la oportunidad.
11. Cronograma para la puesta en marcha de la idea de negocio.

Un plan de negocios, estrictamente hablando, debe mostrar la viabilidad económica, social, técnica y ambiental de un nuevo negocio, sea para una empresa en marcha o para la creación de una nueva empresa.(WEINBERGER, 2012)

A continuación se presentan sólo los tipos de planes de negocio más representativos:

1. Plan de negocios para empresa en marcha.

2. Plan de Negocios para empresas nuevas.
3. Plan de negocios para inversionistas.
4. Plan de negocios para administradores.

Todo plan de negocios se convierte en ser una planificación estratégica para la empresa o negocio, con el fin de seguir un proceso que viabilice la consecución de los objetivos en relación a la vida de un negocio puesto en marcha, sin embargo se toma en cuenta la experiencia del dueño, y trabajadores para cumplir con lo propuesto.

### 2.2.7 Planificación Estratégica

Un plan estratégico de negocios es aquel plan que expone el método para llevar a cabo cierta actividad en cierto periodo en el futuro.(LAMBING, 2012)

La planificación estratégica se encuentra relacionada con la estrategia de liderazgo en costos, generalmente se aplica cuando el empresario quiere captar una gran porción del mercado y éste no valora la diferenciación. En este caso, el precio promedio del producto suele estar por debajo del precio promedio de la industria, con la calidad suficiente para ese mercado. Este tipo de empresas están muy enfocadas en el análisis y control de los costos, pues la eficiencia en su trabajo es una de las características fundamentales para el éxito.

La estrategia de liderazgo en costos, suele ser efectiva cuando:

El mercado está compuesto por muchos compradores sensibles a los precios.

- Existen pocas posibilidades de lograr las diferencias entre productos.
- Los compradores no valoran las diferencias entre una y otra marca.
- Cuando existe una gran cantidad de compradores con un poder de negociación.

Las estrategias de planificación empresarial están direccionadas a la actividad que podrían ser las operaciones de un negocio de una sola persona o de un importante conglomerado multinacional; podría referirse a toda la empresa o solo a una pequeña división, y relacionarse con una empresa comercial.

Los elementos para elaborar un plan estratégico de negocios se encuentra resumido de la siguiente manera:

- Resumen ejecutivo.
- Determinación de la misión.
- Ambiente del negocio.
- Plan de ventas.
- Equipo de administración.
- Datos financieros.
- Aspectos legales.
- Requerimientos de seguros.
- Otros factores clave.
- Proveedores.
- Riesgos
- Supuestos, conclusiones

El plan estratégico del negocio tiene que ver con el ambiente de los negocios incluye un panorama de los que sucede y va a influir en el desarrollo de la empresa, para esto se deben de integrar las tendencias nacionales, las tendencias de la industria y las tendencias locales.

### 2.2.8 FODA

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta estratégica que se utiliza para conocer la situación presente de una empresa. Es una estructura conceptual que identifica las amenazas y oportunidades que surgen del ambiente y las fortalezas y debilidades internas de la organización.

El propósito fundamental de este análisis es potenciar las fortalezas de la organización para:

- Aprovechar oportunidades.
- Contrarrestar amenazas.
- Corregir debilidades.

Las amenazas y oportunidades se identifican en el exterior de la organización, en su contexto. Esto implica analizar:

- Los principales competidores y la posición competitiva que ocupa la empresa entre ellos.
- Las tendencias del mercado.
- El impacto de la globalización, los competidores internacionales que ingresan al mercado local y las importaciones y exportaciones.
- Los factores macroeconómicos sociales, gubernamentales, legales y tecnológicos que afectan al sector.

Las fortalezas y debilidades se identifican en la estructura interna de la organización. Deben evaluarse:

- Calidad y cantidad de los recursos con que cuenta la empresa.
- Eficiencia e innovación en las acciones y los procedimientos.
- Capacidad de satisfacer al cliente.

El FODA de Servillanta 2 negocio en investigación se plantea lo siguiente:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Llantas de calidad de las mejores marcas comerciales.	Ampliar la infraestructura para brindar mejor servicio a la clientela.
Diversidad de accesorios para carros, automóviles de todas las marcas.	Contar con personal calificado para la venta de los productos y más servicios que tiene Servillanta 2.
Precios cómodos al alcance de los clientes.	Realizar casas abiertas para exponer los productos de las llantas para su venta al por mayor y menor.
Servillanta no tiene competencia por su ubicación geográfica, es la única en el	Mercado en crecimiento.

sector	
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Local pequeño para la clientela que visita.	Incendio en el interior del negocio por combustibles inflamables.
Accesorios de carros se deterioran rápidamente por el ambiente.	Robos de accesorios del local
Los proveedores no entregan a tiempo los pedidos.	Inundación del negocio por época invernal.

Es necesario transmitir el valor o atraktividad que el negocio es capaz de crear para sus clientes señalando un panorama competitivo en el rango y calidad de las actividades del negocio, determinando así sus ventajas competitivas. Se requiere además que el valor distintivo del producto o servicio ofrecido por el proyecto o negocio genere una base suficiente de clientes.

### 2.3 Sistema Tributario

El 29 de Diciembre del año 2007 mediante Registro Oficial se publicó la Ley de Equidad Tributaria del Ecuador, la que entre otras reformó la Ley de Régimen Tributario Interno, dentro del cuerpo legal antes mencionado nace el Régimen Impositivo Simplificado del Ecuador (RISE).

El RISE está dirigido a los pequeños negocios y a personas naturales que se desenvuelven en actividades económicas informales, su adhesión es de manera voluntaria, debido a su simplicidad se sustituyen las declaraciones del Impuesto a la Renta (IR) y del Impuesto al Valor Agregado (IVA) por el pago de una cuota mensual evitando así los costos que se incurren en las declaraciones además se trata de fomentar la cultura tributaria.

De acuerdo a la Ley de Equidad Tributaria solo podrán acogerse a este régimen las personas naturales que se dediquen a actividades económicas de baja escala y aquellas que estando en relación de dependencia realicen sus actividades de manera independiente acompañados de las siguientes características:

- Las personas que se dediquen a actividades de producción, comercialización y transferencia de bienes y servicios a consumidores finales con ingresos brutos que no superen los \$ 60.000 anuales, no tener más de 10 empleados a su cargo.

A continuación se da una breve explicación sobre el límite de ingresos establecidos para formar parte del RISE en dos etapas la primera refiriéndose a las inscripciones potenciales y la segunda a la disminución de la brecha de inscripción.

De acuerdo a la Ley de Régimen Tributario el artículo 300 de la Constitución Vigente (sobre principios tributarios) se determina que El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos.

La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables.

Toda Ley Tributaria contemplará aquellos principios, del Régimen Impositivo Simplificado contribuye con estos. Después de esto, se crearon otros Regímenes Especiales de Tributación para el Impuesto al Valor Agregado y para el Impuesto sobre la Renta basados en técnicas como cuota fija, porcentaje de las ventas, porcentaje de las compras, de las cuales la técnica más común es la de Cuota Fija, esta se basa en el pago mensual de una suma determinada de dinero que se establece mediante la legislación a los contribuyentes además de clasificarlos por categorías.

Esta técnica es denominada la más eficiente ya que toma como factor primordial los niveles de ingresos de los pequeños negocios y tiene en cuenta los bajos niveles de educación que poseen, por eso es la más simple ya que no requiere de cálculo para la liquidación de impuestos lo que permite la máxima simplificación en el cumplimiento de las obligaciones tributarias y por ende se trata de reducir los costos de cumplimiento tributario.

Para conocer los niveles de ingresos se acude a la facturación, aunque conocer el nivel de facturación de cada contribuyente es una de las variables difíciles de controlar por la Administración.

## 2.4 Normas sanitarias

Las normas sanitarias que debe tener un negocio está direccionado particularmente a cumplir con la vigilancia sanitaria de los negocios donde se da el almacenamiento de productos industriales, comerciales y que está a cargo del Ministerio de Salud la vigilancia sanitaria de los negocios para emitir el respectivo permiso de funcionamiento.

De igual forma todo negocio también debe sujetarse a las normas y reglamentos expedidos por las municipalidades y ejercida por personal calificado debidamente acreditado por la Dirección General de Salud Ambiental. Los establecimientos de almacenamiento y los negocios que prestan sus servicios en venta y comercialización de llantas y productos como accesorios deben estar rubricados lejos de cualquier otro establecimiento o actividad que por las operaciones o tareas que realizan, puede contaminar el ambiente u ocasionarse incendios por los materiales que son inflamables.

Los trabajadores que prestan el servicio deben estar protegidos con ropa adecuada, con guantes y en el mejor de los casos utilizar cascos y gafas protectoras de los ojos, estos elementos permitirán contar con seguridad para la salud y proteger la vida.

De igual manera debe haber un tacho o recipiente para colocar la basura y más desechos o desperdicios de las ventas que se realiza en el día por lo que todo estará enfundado dependiendo de cómo está organizado el negocio.

El negocio debe estar construido con materiales que faciliten su limpieza y desinfección, deben ser resistentes a la corrosión, contar con la estabilidad suficiente a la temperatura prevista ante los productos a tratar y a las soluciones químicas utilizadas en la limpieza y desinfección. Asimismo estarán diseñados de manera tal que se evite el ingreso de roedores u otras plagas. Con el fin de asegurar el éxito de las medidas higiénicas, las superficies deberán ser lisas y no rugosas ni agrietadas.(QUINTANILLA, 2011)

Tomando en consideración leyes internacionales cabe manifestar lo que se expresa en la ley de seguro social de los trabajadores, especialmente:

## **Artículo 8°.- Características Generales**

Los establecimientos y negocios deberán cumplir con las siguientes condiciones sanitarias:

- a) Los pisos deberán ser contruidos de material impermeable, inadsorbente, lavable y antideslizante; no tendrán grietas y serán fáciles de limpiar y desinfectar. Se les dará una pendiente de 2% para que los líquidos escurran hacia las canaletas de drenaje, las que estarán protegidas con rejillas removibles, a fin de facilitar la evacuación de los residuos líquidos y las labores de limpieza y mantenimiento.
- b) Las paredes deberán ser contruidos de material impermeable, inadsorbente y lavable y serán de color claro. Las paredes deberán ser lisas y sin grietas y fáciles de limpiar y desinfectar. Los ángulos entre las paredes y entre las paredes y los pisos, deberán ser abovedados y herméticos para facilitar la limpieza.
- c) Los techos deberán ser contruidos de material impermeable, resistente y que permitan su conservación y limpieza. Deben estar diseñados de tal manera que no se permita la acumulación de suciedad, la condensación y la formación de mohos; asimismo deberán estar proyectados a una altura mínima de 4 m.
- d) Las puertas serán de superficie lisa y de material inadsorbente, y cuando así proceda, deberán contar con cierre automático.(OMC, 2013)

Como se puede ver las normas de higiene tanto nacional e internacional es para proteger la salud de los trabajadores para que el empleador o dueño del negocio tome en consideración todas estas normas de higiene para conservar la salud de los trabajadores dependiendo el medio donde presta sus servicios.

### **2.5 Planificación Técnica**

La planificación técnica de un negocio que se basa en una serie de elementos técnicos que son desarrolladas, al menos como intención inicial, con el fin de apoyar mediante la formalización y el análisis en la elaboración de la estrategia, en principio por la alta dirección, y luego cada vez más por una serie de técnicos.

Es un hecho bien conocido que la mayoría de técnicas de planificación estratégica se han desarrollado para la empresa, organización que adopta frecuentemente la configuración organizativa maquina o divisional.

El estudio como el que nos ocupa tiene como terreno a organizaciones que adoptan (al menos parcialmente) configuraciones profesionales e innovadora, por lo que la planificación estratégica puede existir, aunque presentando formas y finalidades poco habituales en las empresas. Por tanto, puede ser de utilidad definir, abarcando toda su amplitud semántica, el concepto planificación estratégica, basado en una planificación técnica para lograr los objetivos propuestos.

Los negocios deben planificar para coordinar sus actividades, ya que uno de los argumentos de la planificación técnica de los negocios es que hay que tomar las decisiones conjuntamente en un solo proceso formal asegurará que los recursos del negocio dedicados a esta actividad están coordinados adecuadamente.

Para ser llevada a cabo, la planificación técnica exige que ciertos miembros de la organización lleven a cabo diferentes roles en el proceso. Dichos roles van más allá que la elaboración de los planes estratégicos: en primer lugar, el proceso comenzará cuando alguien tenga la iniciativa de iniciar el proceso, aunque la planificación se desencadene de manera automática en la organización, también habrá actividad de inicio cuando se implemente la planificación por vez primera.

## 2.6 Producto

Producto. Es el resultado final de un proceso de transformación, el cual puede ser un bien o servicio, que presenta muy satisfactorio para el consumidor. (SANCHEZ, 2012)  
Los tipos de bienes son:

**Bienes industriales.** Son productos que se utilizan para producir otros bienes. En tanto que los bienes de consumo son los productos usados por los consumidores finales para satisfacer sus necesidades personales, que puede ser bienes duraderos o perecederos.

En relación a los servicios también son comerciales o profesionales, entendiéndose por lo primero la reparación y mantenimiento de maquinaria y equipo, diseño de

instalaciones etc.; los servicios profesionales son los de administración como el que presenta Servillanta 2, al comercializar llantas y vender accesorios de carros y automóviles.

Las especificaciones que comprende el producto o servicio tiene las siguientes características: Simplicidad y practicidad, confiabilidad (que no falle), calidad (bien hecho, durable) por lo que para que este aspecto se complete se considera también el color, materiales y otras que lo especifiquen. Con todos estos elementos se puede describir el proceso de producción o prestación del servicio, mismo que va permitir identificar los costos en que incurren para su elaboración u otorgamiento del servicio, para ello se tiene que tomar en cuenta:

1. Determinar las actividades para su producción o prestación del servicio.
2. Organizar las actividades de manera secuencial.
3. Establecer los tiempos requeridos para llevar a cabo cada actividad.

El diagrama de flujo es una herramienta que muestra en forma visual y sencilla el proceso productivo y en el cual se observa la continuación y actividades que implica el mismo proceso productivo.

El Apoyo de la tecnología es de vital importancia porque permite el ahorro de tiempo y eficiencia de cada actividad que conlleva el proceso, por lo que es necesario dentro del plan de negocio realizar una estimación cercana a la inversión a realizar en el proyecto, considerando los recursos técnicos requeridos en base a los siguientes aspectos:

1. Nivel de tecnología apropiado para el proyecto así como la región donde se va a desarrollar.
2. Considerar todas las alternativas de tecnología y sus presupuestos.
3. Facilidades financieras para conseguir la tecnología y el costo de su capacitación e instalaciones.
4. Forma de registro y protección legal.

5. El costo finalmente en el que se habrá de invertir en el proyecto de negocios.  
(GONZÁLEZ, 2012)

En esta investigación se observa como Servillanta 2 relaciona la venta de llantas con más accesorios para todo tipo de carro de todas las marcas y como el producto es vendido a los clientes a satisfacción, siendo la buena atención la clave para el éxito del negocio.

El proceso productivo va a determinar las necesidades a realizar así como el equipo y herramientas requeridas e insumo necesarios para este estudio. Para iniciar este proceso la materia prima que se refiere a los elementos, partes o sustancias de las que está hecho el producto o servicio, se detalla las cantidades de insumos que están en función del volumen de producción y al período de ser elaboradas; la identificación de los proveedores y sus cotizaciones, establecer la relación directa con el departamento de compras y sobre todo estar en bajo el esquema de la capacidad instalada de la empresa hasta lograr establecer el presupuesto de producción donde se contempla: las adquisiciones de insumos, pago a proveedores, stock de inventarios y política de calidad, control de gastos de fábrica.

Esta investigación también permite determinar la mano de obra necesaria para producir y por ende se podrá calcular la inversión de costos directos del proyecto y el tiempo requerido para la proyección del plan de negocios.

## **2.7 Plaza**

El propósito fundamental de esta variable de marketing es poner el producto o servicio lo más cerca posible del cliente para que éste pueda comprarlo con rapidez y simplicidad. Tiene que ver con el lugar donde se va a ofrecer el producto y la forma de llegar al cliente.

**Ubicación:** La ubicación para muchos emprendimientos representa un factor crítico para realizar la comercialización de los productos.

## **2.8 Precio**

Los precios de los productos son determinantes a la hora de insertarse en el mercado y llegar a las manos de los consumidores. Debe registrar la forma indicada de la fijación de precios de sus productos. ¿A qué obedecen? Objetivos del precio, selección para llegar a los más acordes y una estrategia que dictamine la fijación de esos precios y que obedezca a una lógica de venta en el mercado.

## **2.9 Promoción**

La promoción es uno de los canales de la comunicación, comprende el conjunto de actividades que se desarrollan con el propósito de informar y persuadir, en un determinado sentido, a las personas que conforman los mercados objetivos de la empresa, a sus distintos canales de comercialización y al público en general.

Muchos emprendedores piensan que el producto o servicio y el precio que ofrecen es todo lo que importa, pero es necesario establecer un vínculo con el consumidor para hacer conocer lo que se ofrece, motivar la adquisición del producto e incentivar la reiteración de la compra.

En la promoción se utilizará dos canales de distribución indirecta que va del fabricante donde los productos se reciben bajo consignación y a su vez llegan al consumidor final, el segundo canal va del fabricante, a las principales tiendas o negocios para llegar al consumidor final.

## **2.10 Publicidad**

El objetivo de la publicidad es brindar información a los consumidores con el fin de estimular o crear demanda para un producto o servicio. Cada negocio requiere un plan cuidadoso y adecuado de mercadeo y publicidad, para precisar su alcance y atraer los clientes más deseados o clientes objetivos. Los principales medios publicitarios con los que se piensa llegar con el producto es contar con un presupuesto para realizar la publicidad del negocio y de los productos que se ofrece tal es el caso de:

- **Afiches Publicitarios:**

La emisión de afiches será mensualmente debido a que uno de los medios que se utiliza puede serán las revistas familiares y de eventos infantiles.

- **Radio:**

La frecuencia de mensajes va a ser de 8 veces entre las a 7 am, 10am, 1pm y 6 pm horarios en los que las personas están en sus autos, en buses ya que en estos medios el nivel de utilización de la radio es muy alto.

- **Internet:**

La página Web estará diariamente actualizándose, para medir el grado de aceptación de los clientes.

- **Hojas Volantes:**

Que serán entregados principalmente en las personas transeúntes y gente particulares de la ciudad.

- **Páginas Amarillas:**

Facilitará a nuestros clientes la posibilidad de comunicarse rápidamente con el personal de servicio al cliente.

### 2.11 **Promoción de ventas del producto**

La promoción de ventas tiene como finalidad tomar contacto en forma personal con el mercado objetivo para comunicar sobre el producto o servicio de la empresa.

### 2.12 **Análisis de mercado**

El análisis de mercado proporciona la información relacionado con las necesidades de este sobre los productos y servicios requeridos en él, además permite identificar nichos de oportunidades y a buscar un mercado potencial. El objetivo de realizar este estudio es identificar de forma directa al cliente, especialmente en los aspectos relacionados con el producto o servicio (opinión sobre precio, producto a comprar, servicio que necesita), para lo cual se recomienda apoyarse con esta investigación.

Por ello al iniciar el plan de negocios debe tenerse en claro cuál producto o servicio se ofrecerá y el mercado al cual va estar orientado.

Una vez que se identifica el producto o servicio se debe determinar la forma de obtener la información ya sea por los instrumentos de: encuesta, entrevista. La información recabada a través del estudio y análisis del mercado permitirá tomar decisiones con respecto al precio, presentación y distribución del producto. Asimismo se observa la frecuencia del consumo del producto o servicios según sea el caso a desarrollar.

Para identificar el tipo de encuesta de mercado, debe ser esmeradamente planeada y formulando preguntas claras, concretas, breves y que no impliquen cálculos complicados, que arrojen información sobre al mercado potencial del proyecto.

La aplicación del instrumentos (encuesta) también debe tener sumo cuidado para que la indagación se efectiva y correcta para los fines perseguidos, por ello es necesario establecer cómo, dónde y cuándo se va aplicar, además de quien lo aplicará.

Es preciso evaluar si la encuesta es también diseñada, por lo que en ocasiones se le solicita a gente con experiencia validar el instrumento por dos o tres personas antes de efectuar su aplicación, con la finalidad de ver si la preguntas están en relación con los datos que se desean conseguir.

Una vez utilizada la encuesta y recabada la información, se tabula y se verifica la población total de clientes potenciales, para lograr conseguir resultados validados y confiables, respecto a la factibilidad del mercado del producto o servicio del proyecto buscando con ello tomar las mejores decisiones en relación a este estudio. Se debe considerar lo siguiente: Distribución y punto de venta, Promoción del producto o servicio, promoción de ventas, marca, etiqueta y empaque.

La distribución esta función de cómo hacer llegar los productos o servicios a manos de los consumidores, buscando que el canal de distribución sea el adecuado y que cumple con las características de ser entregado en tiempo y forma; en tanto el empresario deberá considerar el costo que este concepto ocasiona, el control que pueda tener, la calidad y la capacidad de la empresa a distribuir el producto. En función de la promoción del producto o servicio es esencialmente un acto de información,

persuasión y comunicación que incluye varios aspectos de importancia, como son: la publicidad, la promoción de venta, las marcas, etiquetas y el empaque.

Este debe de apoyarse en un programa de promoción que permita incrementar el consumo del producto o servicio. En el sentido de la publicidad puede ofrecerse de las siguientes formas: periódicos, radio, volantes, televisión, revistas e Internet que es lo más novedoso y rápido.

La marca es un nombre, término, signo, símbolo o diseño. En relación a la etiqueta esta permite cuidar de forma impresa la información del producto, además de que lo exige la ley cuida la imagen del producto, por lo tanto, es inevitable diseñarlas con mucho cuidado y esmero. Otro punto que no se debe de olvidar es el empaque el cual también es un medio publicitario, aumentando el valor del producto ante el cliente.

En cuanto a la política de fijación de precios es importante que esté en función de la competencia y del valor esperado que desea recibir el empresario, por lo que en el estudio financiero se hará un análisis de la inversión en comparación a su recuperación.

### **2.13 Estados Financieros.**

Los estados financieros son una representación financiera estructurada de la posición financiera y las transacciones efectuadas por una empresa. Su propósito es brindar información fidedigna para la toma acertada de decisiones gerenciales.

Los Estados Financieros principales tienen como objetivo informar sobre la situación financiera de la empresa en una fecha determinada y sobre los resultados de sus operaciones y el flujo de fondos por un periodo determinado.

Sirven para:

- Tomar decisiones de inversión y crédito, lo que requiere conocer la estructura financiera, la capacidad de crecimiento de la empresa, su estabilidad y su rentabilidad.
- Evaluar la solvencia y liquidez de la empresa, así como su capacidad para generar fondos.

- Conocer el origen de las características de sus recursos para estimar la capacidad financiera de crecimiento.
- Formarse un juicio sobre los resultados financieros de la administración en cuanto a la rentabilidad, solvencia, generación de fondos y capacidad de crecimiento

Los Estados Financieros son importantes porque son una fotografía de la empresa que representa, y estos son la principal fuente de información para los accionistas y terceros que tengan algún interés en la empresa, sin embargo, estas personas a simple vista no pueden interpretar la verdadera información que está plasmada en ellos por ello es necesario que la situación financiera de un negocio este con todas las cuentas claras.

Los Estados Financieros interesan tanto desde un punto de vista interno o de administración de la empresa, como desde un punto de vista externo del público en general.

Desde el punto de vista interno, Estados Financieros principales interesan:

A la administración, a los empleados y a los dueños o accionistas, tanto como fuente de información para fijar políticas administrativas e informativas de la situación que guardan los intereses de los accionistas y propietarios, y de esta manera poder tomar las correctas decisiones para el adelanto de la entidad, aplicando diferentes políticas y técnicas que nos permitan el buen funcionamiento de la empresa.

Desde el punto de vista externo, los Estados Financieros pueden interesar a:

- a) Los acreedores, como fuente de información para que estimen la capacidad de pago de la empresa para cubrir créditos.
- b) Las personas o empresas, a quienes se les solicite crédito o aportaciones adicionales de capital para que estudien y evalúen la conveniencia de su inversión.
- c) Las autoridades hacendarias, para efectos de los impuestos que gravan a las empresas,
- d) Diversas dependencias gubernamentales, en relación con las concesiones y franquicias o bien para obtener información estadística, necesaria para orientar las directrices de los países.

## **Nic 1**

Las normas contables NIC/NIIF se refieren al proceso de reforma contable iniciado hace unos años en la Unión Europea para conseguir que la información elaborada por las sociedades comunitarias se rija por un único cuerpo normativo.

El objeto de esta norma consiste en establecer las bases para la presentación de los estados financieros con propósitos de información general, a fin de asegurar que los mismos sean comparables tanto con los estados financieros de la misma entidad de ejercicios anteriores, como con los de otras entidades diferentes.

Para alcanzar dicho, objetivo, la Norma establece en primer lugar, requisitos generales para la presentación de los estados financieros y, a continuación, ofrece directrices para determinar su estructura, a la vez que fija los requisitos mínimos sobre su contenido. Tanto el reconocimiento como la valoración y la información a revelar sobre determinadas transacciones y otros eventos, se abordan en otras normas, e interpretaciones.

Esta norma no aplica a información financiera interina condensada. Esta norma aplica igualmente a los Estados Financieros de una empresa individual y Estados Financieros Consolidados para un grupo de empresas.(SIEGEL, 2014)

Los Estados Financieros se clasifican en:

- Estado de Situación Económica.
- Estado de Situación Financiera.
- Flujo del Efectivo.
- Estado de cambios en el Patrimonio.
- Notas Aclaratorias

Representa la situación de los activos y pasivos de una empresa así como también el estado de su patrimonio. En otras palabras, la situación financiera o las condiciones de un negocio, en un momento dado, según se reflejan en los registros contables. El Estado de Situación Financiera es importante porque muestra la posición financiera de una empresa en un punto específico en el tiempo. Indica las inversiones realizadas por una compañía bajo la forma de activos y los medios a través de los cuales se financiaron los activos.

## CAPITULO III

### 3. APLICACIÓN PRÁCTICA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Planeación del diseño y modelo del plan de negocios

La creciente globalización y tecnificación de los negocios, han generado una gran presión por crear nuevas estrategias que permitan mejorar o mantener las utilidades económicas obtenidas en el pasado. Esto genera, además un agobio en los directivos que se asumen responsables de la "creación de estrategias ganadoras", siguiendo los formatos tradicionales que la literatura entrega en abundancia como Dirección Estratégica.

El modelo diseñado del plan de negocios debe tener un enfoque global e integrador de la gestión estratégica y los procesos que caracterizan este modelo son:

- Proceso Declarativo
- Proceso Analítico.
- Proceso de Ejecución.
- Proceso de Control y Compromisos
- Proceso de Compensación

El modelo del plan de negocios es el diseño de estrategia no sólo debe considerar los elementos básicos, cuales son los servicios o productos y el mercado que el dueño o empresario los atienden; como el menor costo, la diferenciación, o la solución integral para que el cliente vaya satisfecho.

Se debe considerar el modelo de negocios, con el cual se ejecuta la estrategia. Este modelo de negocios tiene que ver con la forma de organizar la empresa para satisfacer adecuadamente las políticas para que el cliente se sienta conforme con el servicio. Para la ejecución exitosa del negocio, las personas juegan un rol fundamental, de este modo la estrategia de negocios permite generar nuevas expectativas de competencia y mejorar el servicio y lograr el objetivo de la empresa.. (MINSBELRG, 2013)

En el caso de la empresa Servillanta 2 es necesario aplicar los cinco procesos básicos cuya finalidad será el mejorar la atención al cliente y satisfacer sus necesidades, porque si ofrece productos de calidad y un buen servicio el cliente regresa y se encarga de realizar solito publicidad para que otros clientes que necesitan de accesorios de carros vayan y lo adquieran en Servillanta.

El diseño de plan de negocios que se plantea para Servillanta 2, para que mejore sus ventas en base al buen servicio y atención al cliente es:

1. RESUMEN EJECUTIVO
2. LA EMPRESA, SUS PRODUCTOS.
3. ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE MERCADO.
  - a) Clientes
  - b) Tamaño y tendencias de mercado
  - c) Competencia y competitividad
  - d) Porción de mercado y ventas
  - e) Evaluación de la estrategia
4. ASPECTOS ECONÓMICOS DEL NEGOCIO.
5. PLAN DE MARKETING.
6. PLAN DE DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN.
7. PLAN DE OPERACIÓN.
8. EQUIPO DE GESTIÓN.
  - a) Organización
  - b) Personal clave
  - c) Compensaciones
  - d) Otros inversores
  - e) Gratificaciones
  - f) Directorio

## **9. PROGRAMACIÓN GLOBAL.**

El programa global hace referencia a la planificación de las actividades de venta y comercialización de los productos en el mercado local, brindando al cliente un servicio de calidad.

## **10. RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS.**

**Riesgos críticos** de pronto puede darse un incendio en el local, robos de los accesorios de vehículos, robos a clientes estando en el local.

**Problemas:** pueden ser de carácter laboral, conflictos entre los trabajadores por querer llegar a ser jefes de ventas.

**Supuestos:** Un temblor natural que destruya el local, inundación en época invernal.

## **11. PLAN FINANCIERO.**

- a) Estados Resultados y Balances actuales
- b) Estados Resultados Proforma
- c) Balance Proforma
- d) Flujo de Tesorería Proforma
- e) Análisis de puntos de quiebre
- f) Control de Costos

## **12. PROPUESTA**

- a) Financiamiento deseado
- b) Oferta
- c) Capitalización
- d) Uso de los fondos
- e) Retorno para los inversionistas

### **3.2. Diseño del plan de negocios acorde al negocio**

Se presenta como propuesta para el negocio en estudio un diseño de plan de negocios para mejorar la administración, la infraestructura, el personal de atención al cliente, almacén de repuestos y llantas.

## **PROPUESTA DE DISEÑO DEL PLAN DE NEGOCIOS ACORDE AL NEGOCIOSERVILLANTA 2**

### **1. Visión de Servillanta 2.**

Servillanta es una empresa que brinda un servicio de calidad al cliente y se espera que hasta el año 2020 sea una empresa que preste todos los servicios de arreglo y venta de accesorios de vehículos logrando así estar en la línea de la competencia local y nacional como referente de progreso.

### **2. Misión de Servillanta 2.**

Servillanta es una empresa que brinda un servicio de venta de accesorios para vehículos y carros sean estos local e inter provincial, siendo un servicio de calidad y satisfacción para el cliente.

### **3. Valores Corporativos.**

- a. Trabajar en forma entusiasta, honesta y eficiente.
- b. Preocupación constante por mantener el prestigio de las marcas que se representa.
- c. Respaldar con la verdad cada acción, tarea o decisión que se tome.
- d. Dar a los clientes un trato franco, amable y eficiente. Procurar diariamente el mejor rendimiento y el crecimiento de la empresa.

### **4. Formulación de Objetivos Globales.**

Los objetivos globales que se establecen para que el área de venta de accesorios de vehículos de Servillanta 2, se encuadre dentro de la misión que Servillanta 2, debe alcanzar son los siguientes:

- OBJETIVO A: Elevar el porcentaje de disponibilidad de repuestos en un 5% anual.
- OBJETIVO B: Incrementar las ventas en un 10% anual.
- OBJETIVO C: Levantar una base de datos de los clientes y utilizar dicha información para proporcionarles un servicio de calidad y la satisfacción de sus necesidades.

## **5. Formulación de Estrategias**

Las estrategias a seguir para alcanzar los diferentes objetivos son las siguientes:

### **6. Estrategia para lograr el Objetivo A.**

OBJETIVO A: Elevar el porcentaje de disponibilidad de repuestos en un 5% anual.

- Renovación del sistema de información.
- Reingeniería de los procesos de generación automática de pedidos para existencia y de almacenamiento de información de la demanda, tanto real como insatisfecha.
- Generación de un programa especial para mejorar la disponibilidad de repuestos de los nuevos modelos lanzados al mercado.
- Capacitación constante del personal de ventas, de acuerdo con los avances tecnológicos de los nuevos modelos de máquinas.

### **7. Estrategia para lograr el Objetivo B.**

OBJETIVO B: Incrementar las ventas en un 10% anual.

- Reforzar las promociones especiales de repuestos de altísima rotación para enganchar a los clientes hacia la compra de repuestos originales de menor rotación.
- Campaña de marketing directo, a través del Vendedor de Campo, con todos los clientes en las Provincias pertenecientes a la zona asignada a Servillanta 2.

- Apertura de otros almacenes de sub distribución de repuestos dentro de la zona asignada, con el objetivo de acercar o globalizar el servicio y brindar una mejor atención a los clientes en las diferentes Lugares aledaños a la matriz.
- Realizar capacitación para los sub distribuidores en cuanto a mercadeo, avances tecnológicos y atributos del producto.
- Levantamiento de información sobre los almacenes piratas y los almacenes de repuestos genéricos.
- Estudio continuo de los precios de la competencia con el fin de mantener precios muy competitivos que incentiven al cliente a la compra de repuestos legítimos.

## **8. Estrategia para lograr el Objetivo C**

OBJETIVO C: Levantar una base de datos de los clientes y utilizar dicha información para proporcionarles un servicio de calidad y la satisfacción de sus necesidades.

- Levantamiento de una base de datos completa y actualizada de los clientes de Mostrador y Servicio.
- Levantamiento de la información de los clientes por parte de los sub distribuidores, en sus respectivas zonas.
- Programa de visitas periódicas del vendedor de campo a los clientes dentro de la zona asignada.
- Elaborar una planificación y cronograma de actividades el fin es que los clientes cuenten con todos los servicios de orientación y capacitación para que brinden un servicio de calidad a los clientes.

## **9. Formulación de Políticas**

Las políticas, normas o directrices generales a seguir para la toma de decisiones que lleven a la consecución de los objetivos planteados son las siguientes:

## **10. Políticas para alcanzar el Objetivo A.**

OBJETIVO A: Elevar el porcentaje de disponibilidad de los repuestos en un 5% anual.

- La renovación del sistema de información de la empresa deberá continuarse, teniendo un período máximo de cinco meses como plazo para su operación en óptimas condiciones.
- Con el fin de mejorar la disponibilidad de los repuestos de stock, se establece un plazo de dos meses para poner en marcha la reingeniería de los procesos de generación automática de pedidos para existencia y de almacenamiento de información de la demanda, tanto real como insatisfecha, de acuerdo al Sistema de Mínimos, Máximos para el Control de Inventario, el cual se resume a continuación:

### **SISTEMA DE MINIMOS – MAXIMOS PARA EL CONTROL DE INVENTARIO**

El Sistema de Mínimos, Máximos es la herramienta recomendada por Servillanta 2 para el Control de Inventario, que al utilizar métodos y registros adecuados, además de una empresa que proporciona estadísticas precisas y actualizadas, permite alcanzar los siguientes objetivos que son característicos de un buen control de repuestos:

- Control adecuado de la duración del ciclo de los pedidos para stock.
- Establecer mínimos correctos, stock de seguridad y cantidades de pedidos (manteniendo un registro histórico de las necesidades de los clientes, incluyendo las ventas perdidas).
- Manejar políticas razonables de aprovisionamiento.
- Contabilización correcta de todas las transacciones.
- Prácticas adecuadas de depósito o almacenamiento.
- Entrenamiento adecuado del personal encargado del control de inventario.
- Mejoramiento continuo del sistema.

## **11. Políticas para alcanzar el Objetivo B.**

### **OBJETIVO B: Incrementar las ventas en un 10% anual.**

- Para incentivar a los clientes hacia la compra de repuestos originales de menor rotación, el Departamento de Repuestos deberá evaluar trimestralmente y procurar la mayor eficacia y la aplicación permanente de las promociones especiales de repuestos de altísima rotación. El Departamento de Repuestos deberá establecer promociones especiales de grupos de repuestos de alta rotación al menos una vez al año.
- Para promover la compra de repuestos originales de calidad garantizada donde el distribuidor autorizado, se deberá establecer una campaña de marketing directo, a través del Vendedor de Campo, con todos los clientes en las provincias pertenecientes a la zona asignada a Servillanta 2. Para incrementar la participación de mercado se dará prioridad al contacto personalizado con los nuevos clientes y con los clientes potenciales.
- Con el objetivo de acercar o globalizar el servicio a los clientes en las diferentes localidades aledañas a la matriz, dentro de la zona asignada a Servillanta 2, se deberá evaluar y analizar, por lo menos una vez al año, la necesidad y factibilidad de apertura de otros almacenes de sub distribución de repuestos, que busquen generar en los clientes de provincias la percepción del respaldo cercano, la buena imagen de la empresa.
- La búsqueda de la pronta y eficaz atención a sus necesidades.
- Brindar una mejor atención a los clientes de los lugares aledaños al Cantón, se deberán realizar, por lo menos tres veces al año, capacitación para los sub distribuidores de repuestos en cuanto a temas relacionados con el mercadeo, la aplicación de promociones especiales, los avances tecnológicos y los atributos del producto.

## **12. Políticas para alcanzar el Objetivo C.**

OBJETIVO C: Levantar una base de datos de los clientes y utilizar dicha información para proporcionarles un servicio de calidad y la satisfacción de sus necesidades.

- El Departamento de Repuestos deberá realizar la actualización y depuración de la base de datos de los clientes que se dispone por el momento, tanto de Mostrador como del Taller de Servicio Sevillanta 2.
- El personal de ventas deberá confirmar, con todos y cada uno de los clientes registrados en el sistema, que los datos disponibles se encuentren debidamente actualizados, caso contrario deberá requerirse la información correcta al cliente.
- Los sub distribuidores tienen el deber de presentar la información actualizada de los clientes, en sus respectivas zonas o provincias, en un plazo no mayor a tres meses.
- En el caso de las provincias donde no hay sub distribuidores, el Vendedor de Campo es la persona encargada de la actualización de la información de los clientes, igualmente, en un plazo máximo de tres meses.
- El Director de Repuestos, con base en la información actualizada de los clientes y en coordinación con el Vendedor de Campo, deberá presentar un programa de visitas periódicas de este último a los todos clientes dentro de la zona asignada con el fin de mantener el debido contacto con los clientes, brindarles respaldo, buscar satisfacer sus necesidades en cuanto a repuestos, ofrecerles el servicio de mantenimiento y reparación por parte del Taller Servillanta 2, comunicarles e incentivarles a que aprovechen las promociones especiales, venderles el producto y, finalmente, ver su nivel de satisfacción en cuanto al servicio que han recibido.

### 13. Plan Operativo

#### 13.1 Matriz del Plan Operativo

ACCIONES	JUSTIFICACIÓN	METODOS	RESPONSABLE	RECURSOS	COSTO	LUGAR
Elevar el porcentaje de disponibilidad de repuestos en un 5% anual	Aumentar el índice de satisfacción de los clientes en un 5% anual	Renovación del sistema de información	Director de sistemas			Oficina
		Reingeniería de los procesos de generación automática de pedidos y de almacenamiento de la demanda insatisfecha.	Director de repuestos Director de sistemas			Oficina
		Generación de un programa especial para mejorar la disponibilidad de repuestos de los nuevos modelos lanzados al mercado	Director de repuestos			Oficina
	Mejorar la calidad y eficiencia del personal en el conocimiento del producto	Capacitación constante del personal Ventas, de acuerdo con los avances tecnológicos y modelos de llantas.	Gerente de ventas			Oficina
Incrementar las ventas en un 10% anual	Incentivar a los clientes a comprar llantas nuevas y repuestos originales para los carros y automóviles	Reforzar las promociones especiales de llantas de marca y repuestos de carros y automóviles hacia la compra del producto original.	Gerente de Ventas Director de repuestos			Zona Asignada
		Campaña de marketing directo con los clientes	Director de repuestos			Zona Asignada
	Globalizar o acercar el servicio a clientes de otras provincias	Apertura de otros almacenes de sub distribución a nivel local	Director de repuestos			Oficina
		Capacitación al personal en primeros auxilios por	Director de repuestos			Zona Asignada

		cualquier motivo u accidente que pueda surgir				
	Monitorear continuamente los movimientos de la competencia	Levantamiento de información sobre almacenes piratas y almacenes de repuestos genéricos	Director de repuestos			Zona asignada
		Estudio continuo de los precios de la competencia y mantenimiento de precios competitivos	Director de repuestos			Zona asignada
Levantar una base de datos de los clientes y utilizar la información para brindarles un servicio de calidad	Generar la interacción entre los clientes y Servillantas 2	Levantamiento de datos de la clientela de mostrador	Director de repuestos			
		Levantamiento de información de clientes de otras provincias	Director de repuestos			
		Programa de visita del vendedor de campo a clientes de otras provincias	Director de repuestos			

Realizado Por. Ricardo Duche

#### 14. Cronograma de Cumplimiento del Plan Operativo.

El Cronograma de Cumplimiento del Plan Operativo

#### 15. Modelo de Seguimiento del Plan Operativo.

ACCIONES	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO	LO HECHO	CUMPLIDO (%)	FALTA (%)	RAZONES FALTA	NUEVA ACCIÓN
Elevar el índice de satisfacción de los clientes en un 5% anual	Índice al servicio del cliente					
Incrementar las ventas en un 10% anual	Volumen de ventas anuales					
Utilizar la información de los clientes para proporcionar un mejor servicio	Número de compras y volumen de compras anuales por cliente y por provincias					

Realizado por: Ricardo Duche

## 16. Flujo de Caja del Presupuesto de Costos del Plan Operativo

INDUSTRIA ...							
Presupuesto de Caja							
20...							
	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>							
Saldo inicial Caja - Banco	\$ 85.123,69	\$ 131.340,04	\$ 183.596,91	\$ 239.055,53	\$ 299.338,13	\$ 366.435,83	\$ 442.862,49
VENTAS A CONTADO	\$ 630.365,75	\$ 661.884,04	\$ 708.215,92	\$ 771.955,35	\$ 856.870,44	\$ 968.263,60	\$ 1.113.503,14
RECUPERACION POR VENTAS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>SUBTOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$ 715.489,44</b>	<b>\$ 793.224,08</b>	<b>\$ 891.812,83</b>	<b>\$ 1.011.010,88</b>	<b>\$ 1.156.208,57</b>	<b>\$ 1.334.699,43</b>	<b>\$ 1.556.365,63</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>							
COMPRAS EFECTIVO	531567,23	558145,5915	597215,7829	650965,2034	722571,3757	816505,6546	938981,5028
PAGOS CXP	32679,34	34313,307	36715,23849	40019,60995	44421,76705	50196,59677	57726,08628
PAGO RENTA SUELDOS Y SALARIOS	446,45	491,095	540,2045	594,22495	653,647445	719,0121895	790,9134085
PAGO DE IMPUESTOS	13378,93	14716,823	16188,5053	17807,35583	19588,09141	21546,90055	23701,59061
ADQUISICIÓN ACTIVO FIJO	1867	1960,35	2097,5745	2286,356205	2537,855388	2867,776588	3297,943076
	4210,45	0	0	0	0	1	2
<b>SUBTOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 584.149,40</b>	<b>\$ 609.627,17</b>	<b>\$ 652.757,31</b>	<b>\$ 711.672,75</b>	<b>\$ 789.772,74</b>	<b>\$ 891.836,94</b>	<b>\$ 1.024.500,04</b>
<b>A-B (Saldo operativo)</b>	<b>\$ 131.340,04</b>	<b>\$ 183.596,91</b>	<b>\$ 239.055,53</b>	<b>\$ 299.338,13</b>	<b>\$ 366.435,83</b>	<b>\$ 442.862,49</b>	<b>\$ 531.865,59</b>

Servillanta 2 cuenta con estrictas políticas de crédito y riguroso tratamiento a la cartera de clientes; se realiza una exhaustiva investigación de los potenciales clientes y se analiza su evolución con ventas al contado, para luego determinar la factibilidad de crédito. Visitas periódicas a los clientes para verificación de salida del producto, reposición del que está por terminarse y recaudación de abonos de las ventas a crédito. Servillanta para mejorar su proceso de compra de todo tipo de llantas de las diferentes marcas y de igual manera los diferentes accesorios de carros, permite que se le proponga la utilización de una serie de formularios los mismos que le van a ayudar a mejorar el control diario de ingreso y salida de la mercadería para que tenga un mejor

control y en base a ello pueda hacer el pedido a los acreedores. Para ello es importante agregar los posibles formularios para lograr el objetivo de la empresa.

Por esta razón es importante que el dueño de Servillanta 2 cuente con el siguiente diseño de gráficos para tener un inventario de ingresos y de egresos.

### FLUJO GRAMA DE ADQUISICIÓN SERVILLANATA

<b>Nombre del Proceso: ADQUISICION DE MERCADERÍA</b>						
<b>Entrada: Elaboración de pedido de Mercadería</b>		<b>Salida: ingreso o mercadería a bodega.</b>				
<b>Responsable: Asistente de Importaciones (Ricardo Duche)</b>						
<b>Frecuencia: 5 Mensuales (3 Contenedores)</b>						

N°	ACTIVIDAD	Tiempo				
		○	□	D	⇒	▽
1	Asistente solicita pedido a proveedor					
2	Asistente y Proveedor confirman pedido					
3	Asistente reserva contenedor					
4	Asistente solicita a agente afianzado apertura de DUI (Documento Único de importación)					
5	Asistente envía información de embarque a proveedor					
6	Asistente aplica seguro de transporte marítimo					
7	Proveedor aplica embarque con naviera					
8	Agente afianzado realiza trámites de nacionalización para ingreso de contenedores a puerto.					
9	Agente realiza pago de aranceles e IVA					
10	Asistente contrata empresa de transporte					

	terrestre.					
11	Empresa de transporte traslada la mercadería desde puerto a bodegas del Cantón la Troncal Servillanta 2					
12	Aseguradora realiza custodia armada					
13	Asistente revisa y recibe mercadería					
<b>TOTAL</b>						

**FUENTE: Servillanta 2**

**Elaborado Por: Ricardo Duche**

## FLUJOGRAMA PROCESO DE VENTA SERVILLANTA 2

<b>Nombre del Proceso: VENTA DE MERCADERÍA</b>						
<b>Entrada: Cliente solicita modelo de llanta</b>		<b>Salida: Cliente recibe pedido.</b>				
<b>Responsable: Vendedor (Ricardo Duche)</b>						
<b>Frecuencia: 200 Mensuales</b>						

N°	ACTIVIDAD	Tiempo				
		○	□	D	⇒	▽
1	Vendedor atiende llamada del cliente					
2	Vendedor toma nota del pedido del cliente					
3	Vendedor consulta bodega disponibilidad del producto					
4	Vendedor confirma pedido y solicita que sea facturado					
5	Facturación emite factura egreso de bodega y orden de despacho.					
6	Jefe de bodega entrega pedidos personalmente al cliente o los envía por flete a su destino local o de provincia					
7	Cliente recibe el pedido y reporta al vendedor novedades					
<b>TOTAL</b>						

**FUENTE: Servillanta 2**

**Elaborado Por: Ricardo Duche**

**PROCESO DE SERVICIO AUTOMOTRIZ Y CAMBIO DE LLANTAS**

**SERVIENTREGA 2**

<b>Nombre del Proceso: SERVICIO AUTOMOTRIZ</b>						
<b>Entrada: Cliente llega al Centro de Servicio</b>		<b>Salida: Cliente recibe auto</b>				
<b>Responsable: Jefe de servicio</b>						
<b>Frecuencia: 5 diarios</b>						

N°	ACTIVIDAD	Tiempo				
		○	□	D	⇒	▽
<b>1</b>	<b>Cliente llega centro Servicio</b>					
<b>2</b>	<b>EL jefe del servicio lo atiende</b>					
<b>3</b>	<b>Cliente recibe asesoramiento</b>					
<b>4</b>	<b>Jefe servicio realiza la venta</b>					
<b>5</b>	<b>Jefe de Servicio asigna a técnico de auto para cambio de llantas y balanceo</b>					
<b>6</b>	<b>Mecánico realiza servicio vendido</b>					
<b>7</b>	<b>Técnico informa al jefe y cliente sobre los servicios adicionales</b>					
<b>8</b>	<b>Cliente Autoriza</b>					
<b>9</b>	<b>Técnico finaliza el trabajo</b>					
<b>10</b>	<b>Cliente recibe el auto en perfectas condiciones</b>					
<b>TOTAL</b>						

**FUENTE: Servillanta 2**

**Elaborado Por: Ricardo Duche**

## ESTRATEGIA DE PRODUCTO

COMPONENTE DE MERCADOTECNIA	PRODUCTO		
ESTRATEGIA	Maximizar los estándares de calidad del producto		
OBJETIVO	General lealtad en los clientes		
PROPÓSITO	Dar valor agregado a los productos y servicios de Servillanta 2		
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	COSTO UNITARIO	PRESUPUESTO
Insumos de cafetería	Departamento administrativo y financiero		USD 360,00
Franelógrafo	Departamento de ventas y Marketing	USD 100,00	USD 100,00
Stickers logo de la empresa	Departamento de ventas y Marketing	USD 0,180	USD 280,00
Fundas logo de la empresa	Departamento de ventas y Marketing	USD 0,025	USD 50,00
Gigantografía empresa 6m X 1,50 m	Departamento de ventas y Marketing	USD 170,00	USD 174,00
Rótulos servicios y marcas asociadas	Departamento de ventas y Marketing	USD 30,00	USD 120,00
Diseño paredes del taller	Departamento de ventas y Marketing	USD 200,00	USD 200,00
Cinta de embalaje	Departamento Administrativo	USD 10,00	USD 1.000,00
TOTAL DE PRESUPUESTO			USD 2.284,00

**FUENTE: Servillanta 2**

**Elaborado Por: Ricardo Duche**

## ESTRATEGIA DE PROMOCION Y PUBLICIDAD

COMPONENTE DE MERCADOTECNIA	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD		
ESTRATEGIA	Incrementar la venta		
OBJETIVO	Captar mercado objetivo		
PROPÓSITO	Dar a conocer los productos y servicios de Servillanta 2		
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	COSTO UNITARIO	PRESUPUESTO
Inflable publicitario gigante	Departamento de ventas	USD 300,00	USD 300,00
Elaboración de publicidad volantes	Departamento de ventas	USD 0,23	USD 230,00
Modelos de percepción de clientes y entrega de volantes.	Departamento de ventas	USD 600,00	USD 600,00
Afiches publicitarios Oficinas	Departamento de ventas	USD 75,00	USD 75,00
Tarjetas de presentación vendedores	Departamento de ventas.	USD 1,28	USD 640,00
Cuñas de radio en JP-Radio Estelar, Troncal Estereo.	Departamento de ventas.	USD 10.080,00	USD 10.080,00
Publicidad en prensa	Departamento de ventas.	USD 5780,00	USD 5780,00
Credencia personal empresa	Departamento de ventas	USD 5,00	USD 70,00
Premios sorpresa para clientes	Departamento de ventas	USD 660,00	USD 660,00
TOTAL DE PRESUPUESTO			USD 18.415,00

**FUENTE: Servillanta 2**

**Elaborado Por: Ricardo Duche**

### 3.3 RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES.

#### 1. ¿Al ser cliente de Servillanta 2 Ud. Recibe un servicio de calidad?

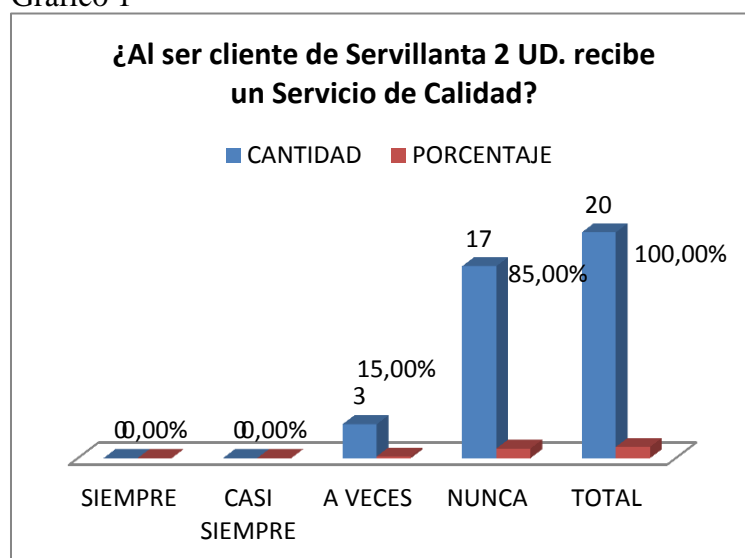
Cuadro 1

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SIEMPRE	0	0,00%
CASI SIEMPRE	0	0,00%
A VECES	3	15,00%
NUNCA	17	85,00%
TOTAL	20	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes

Autor: Ricardo Duche

Gráfico 1



Fuente: Encuesta a clientes

Autor: Ricardo Duche

### ANÁLISIS

Observando el gráfico se puede decir que el 85% de los clientes manifiestan contestando la encuesta que siendo cliente de Servillanta nunca han recibido un servicio de calidad, por lo que recomiendan que debe haber una mejor atención en el servicio al cliente.

**2. ¿Las llantas que compra en Servillanta 2 tienen una buena duración en su vehículo?**

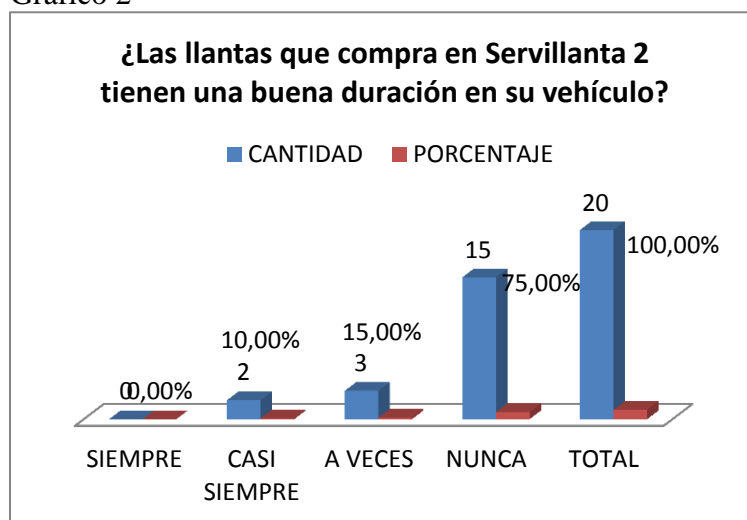
Cuadro 2

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SIEMPRE	0	0,00%
CASI SIEMPRE	2	10,00%
A VECES	3	15,00%
NUNCA	15	75,00%
TOTAL	20	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes

Autor: Ricardo Duche

Gráfico 2



Fuente: Encuesta a clientes

Autor: Ricardo Duche

## ANÁLISIS

Realizando el respectivo análisis se puede decir que el 75% de los clientes al responder a la encuesta manifiestan que nunca las llantas que se compra en Servillanta 2 tienen una buena duración en los vehículos, por lo que se recomienda que deben mejorar la calidad de las Llantas, para lograr un mayor prestigio y la satisfacción del cliente.

**3. ¿Usted cree que Servillanta 2 debe ampliar su infraestructura para mejorar la atención al cliente?.**

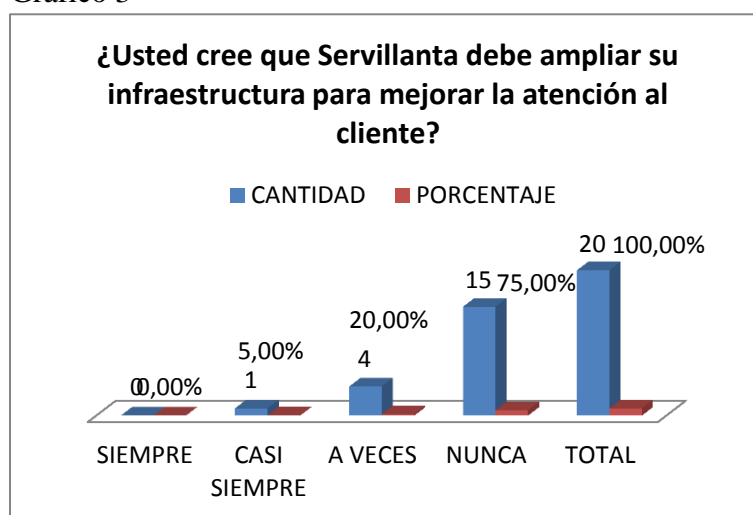
Cuadro 3

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SIEMPRE	0	0,00%
CASI SIEMPRE	1	5,00%
A VECES	4	20,00%
NUNCA	15	75,00%
TOTAL	20	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes

Autor: Ricardo Duche

Gráfico 3



Fuente: Encuesta a clientes

Autor: Ricardo Duche

## ANÁLISIS

Observando el gráfico se puede expresar que el 75% de la clientela de Servillanta, se manifiesta que no es necesario ampliar el local por cuanto las condiciones de la infraestructura son funcionales, lo que si hace falta es que se mejore el trato a la clientela para que tenga más clientela, y pueda vender los accesorios para carros.

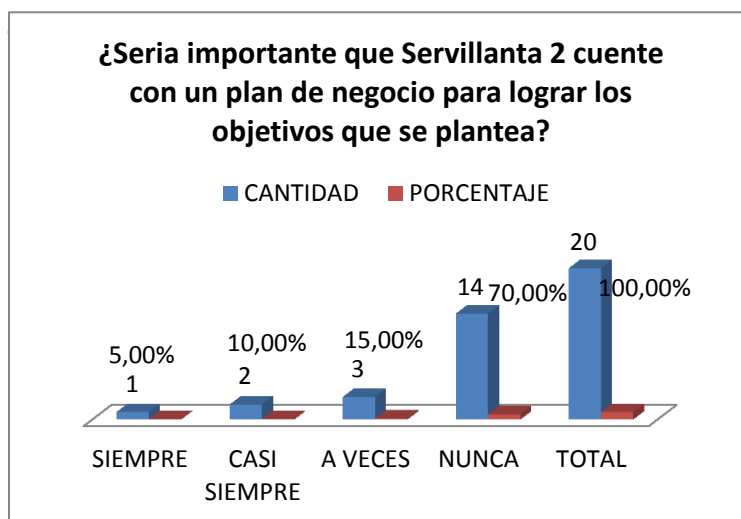
**4. ¿Sería importante que Servillanta 2 cuente con un plan de negocio para lograr los objetivos que se plantea?.**

Cuadro 4

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SIEMPRE	1	5,00%
CASI SIEMPRE	2	10,00%
A VECES	3	15,00%
NUNCA	14	70,00%
TOTAL	20	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes

Autor: Ricardo Duche



Fuente: Encuesta a clientes

Autor: Ricardo Duche

## ANÁLISIS

En el gráfico se puede observar que más del 70% de la clientela se pronuncia que Servillanta nunca ha contado con un plan de negocio para lograr cumplir con los objetivos y metas de la empresa, por lo que es necesario que se plantee y diseñe un plan de negocios para lograr cumplir con los requerimientos que exige la competencia.

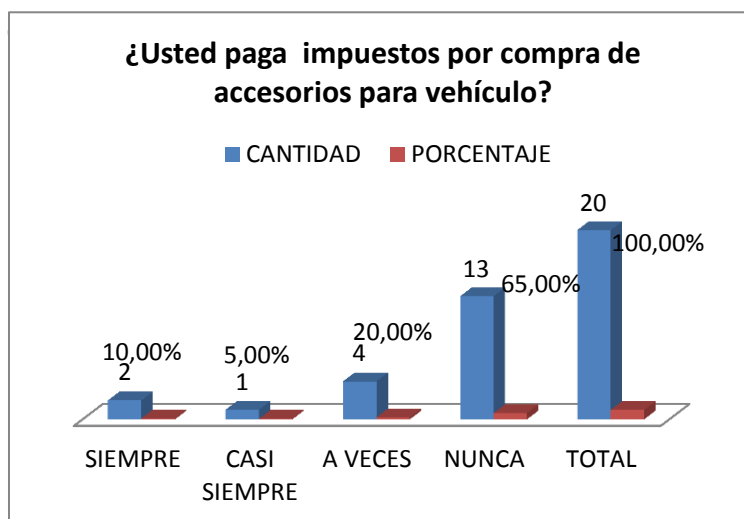
## 5. ¿Usted paga impuestos por compra de accesorios para vehículo?

Cuadro 5

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SIEMPRE	2	10,00%
CASI SIEMPRE	1	5,00%
A VECES	4	20,00%
NUNCA	13	65,00%
TOTAL	20	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes

Autor: Ricardo Duche



Fuente: Encuesta a clientes

Autor: Ricardo Duche

## ANÁLISIS

Analizando el gráfico se puede decir que más del 65% de los clientes de Servillanta se pronuncian indicando que nunca han pagado impuestos por la compra de algún accesorio que hayan comprado para sus vehículos, pero si hace necesario que se organice de la mejor manera, para que se agilice la venta de los accesorios de vehículos

**6. ¿Servillanta brinda Servicio a domicilio por la compra de accesorio de vehículo?**

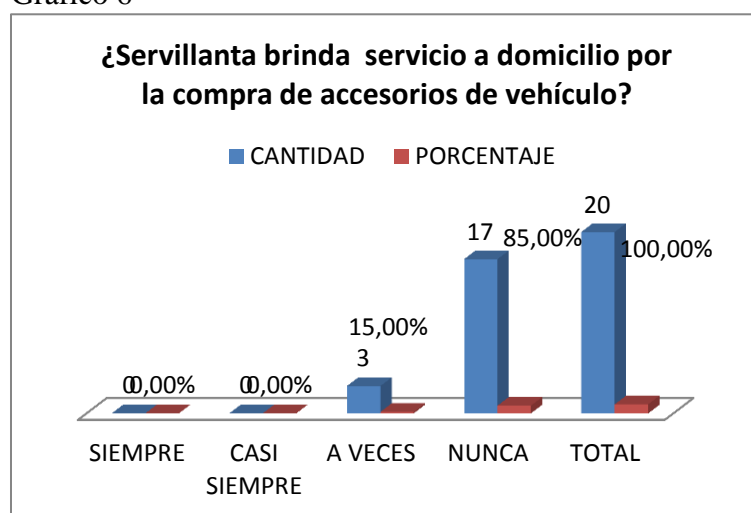
Cuadro 6

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SIEMPRE	0	0,00%
CASI SIEMPRE	0	0,00%
A VECES	3	15,00%
NUNCA	17	85,00%
TOTAL	20	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes

Autor: Ricardo Duche

Gráfico 6



Fuente: Encuesta a clientes

Autor: Ricardo Duche

**ANÁLISIS**

Al analizar el gráfico se puede observar que más del 80% de la clientela nunca han dado servicio a domicilio por la compra de llantas o accesorios para vehículos, pero si sería bueno que brindarían este servicio porque de alguna manera estarían cumpliendo con un servicio de calidad.

## 7. ¿Servillanta cuenta con servicio de crédito a corto y largo plazo?.

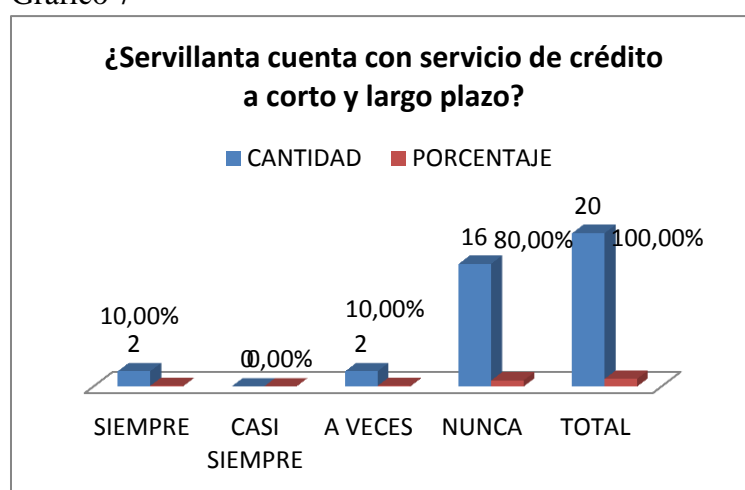
Cuadro 7

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SIEMPRE	2	10,00%
CASI SIEMPRE	0	0,00%
A VECES	2	10,00%
NUNCA	16	80,00%
TOTAL	20	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes

Autor: Ricardo Duche

Gráfico 7



Fuente: Encuesta a clientes

Autor: Ricardo Duche

## ANÁLISIS

Al aplicar la encuesta y observar en el gráfico los resultados se puede decir que el 80% de la clientela se expresa manifestando que en ningún tiempo o temporada Servillanta haya dado un servicio de crédito a corto y largo plazo, pero si sería bueno que los propietarios dieran crédito para que mejoren inclusive sus ingresos económicos y contraten personal calificado.

**8. ¿Usted ha recibido alguna vez un trato diferente al normal por parte del personal que vende?.**

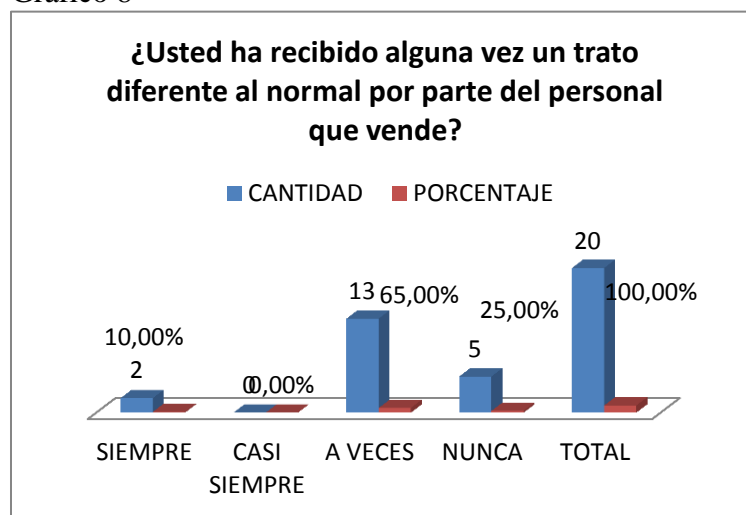
Cuadro 8

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SIEMPRE	2	10,00%
CASI SIEMPRE	0	0,00%
A VECES	13	65,00%
NUNCA	5	25,00%
TOTAL	20	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes

Autor: Ricardo Duche

Gráfico 8



Fuente: Encuesta a clientes

Autor: Ricardo Duche

## ANÁLISIS

Una vez revisado los resultados de la encuesta aplicada se puede decir que más del 60% de la clientela a veces han recibido un trato diferente al normal por parte del personal que vende los accesorios y llantas al cliente, pero si es necesario que se contrate personal calificado para mejorar el servicio al cliente.

### **3.4 Ejecución del plan de negocios**

Para ejecutar un plan de negocios es necesaria la predisposición de llevarlo a cabo, es decir emprender un negocio se requiere del factor económico, dinamismo de quien creó la idea y ponerse en acción de buscar la infraestructura de funcionamiento.

La ejecución del plan de negocios es hacer realidad todas las ideas que se planteó antes, dentro del contenido del plan de negocios.

Si no se pone en pie la ejecución del plan de negocios junto con un seguimiento y control adecuados, todo el plan quedaría en el aire y la idea no se convertiría en una empresa sostenible, ni se tendría las herramientas para medir su evolución.

Esta etapa es esencial para el surgimiento y crecimiento de la empresa, por lo que se recomienda realizar un plan de implementación, el mismo que debe contener un plan operativo más preciso que presente temas como:

- Objetivos precisos
- Procedimientos.
- Presupuestos
- Especificación de obligaciones de cada empleado.
- Organigramas detallados.

Estos aspectos antes mencionados serán controlados por sistemas de control bien organizados. La organización de la ejecución nos va a permitir planificar el tiempo y los recursos para cumplir con los plazos y satisfacer las necesidades de cada área.

La ejecución del plan de negocios consiste también en comercializar las llantas de todas las marcas a precios bajos y buena garantía porque es importante que el negocio crezca y sobre todo tenga buena publicidad para comercializar los productos y en ese sentido estar en la línea de la competencia tomando en cuenta el control.

Para este control antes mencionado es recomendable asignar un encargado que maneje los sistemas de control, y de un seguimiento detallado al progreso de cada parte del plan negocios, para de esta manera medir los objetivos que se van alcanzando y registrar los resultados.

La ejecución del plan de negocios esta encajado en 5 elementos de suma importancia como son los objetivos precisos, procedimientos, presupuesto, especificación de obligaciones de cada empleado y el organigrama o matriz del plan operativo para que toda la empresa funcione con normalidad.

Por esta razón es fundamental que toda persona que apertura un negocio debe tener paciencia y sobre todo buen humor para motivar a la clientela para que adquieran los accesorios automotrices en Servillanta 2, a precios de oferta y combos promocionales, a precios bajos.

Durante la implementación y al finalizar la misma se realizará un proceso de monitoreo y evaluación continua, para lo cual es indispensable la generación y utilización de indicadores de desempeño que permitan visualizar en un breve análisis la situación real y actualizada de la puesta en marcha del plan, con el objetivo de establecer correcciones y adoptar decisiones sobre la marcha para asegurar el destino estratégico que es objetivo del plan.

Estos indicadores deben provenir de decisiones políticas establecidas por la alta gerencia y que de preferencia deben estar señaladas en este mismo plan. Si bien los indicadores, por su propia naturaleza, corresponden a la observación de una realidad dinámica, requieren de cierta permanencia en el tiempo para permitir la comparación de desempeños entre diferentes periodos.

## **CONCLUSIONES**

En conclusión se puede decir que Servillanta 2 no cuenta con una base de datos de clientes, por cuanto no tiene un sistema informático instalado en la empresa, porque todo se lo realiza a mano solo lo que cuenta son los factureros donde se encuentran los nombres de los clientes y personas que compran a diario cualquier accesorio de carros y automóviles.

Servillanta 2 no cuenta con un plan operativo donde todos los trabajadores puedan contar con la función que deben realizar, sin embargo cada trabajador tiene su conocimiento de lo que puede realizar en cada área sin llevar un control de lo que existe en cada una de ellas.

Servillanta dos, si bien es cierto está al día en sus declaraciones del IVA, pero falta la afiliación de los trabajadores, por lo que se realiza contratos de seis meses con todas las remuneraciones laborales de manera junta pero sin la afiliación al IESS, esto hace que cualquier accidente que tenga el trabajador sea atendido en los centros de salud pública existentes en la Troncal.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda al dueño de Servillanta 2 que su negocio o empresa debe modernizar el sistema informático para que pueda tener una base de datos de su potencial clientela, para que pueda brindar un servicio de calidad, para que los clientes se lleven una buena impresión y regresen de nuevo, sin embargo es importante que el personal que labora conozcan cómo se da el proceso de recepción y venta de los productos que se comercializa.

Se recomienda realizar un plan operativo de la empresa por cuanto este recurso se convierte en una herramienta de gran valía porque ayuda a mejorar el funcionamiento de cada uno de los departamentos creados para su administración y comercialización de los productos.

Crear una base de datos de los clientes, de los posibles clientes, esto ayudará a tener una idea de que es lo que está pasando con el negocio, pero al contar con una base de datos puede crear nuevas estrategias de trabajo para que se dé una buena atención al cliente y a su vez el cliente baya satisfecho por la compra.

## **BIBLIOGRAFIA**

- ANKER. (2013). Plan de Negocios. México. Palmas.
- BARROWV, Paúl. (2014). Poner en Marcha un negocio. Madrid. Eae.
- CAICEDO, Ignacio. (2014) El negocio herramienta de éxito. Quito. Luz.
- Constitución Política del Ecuador. (2008). Quito, Editores.
- Código de trabajo. (2014). Quito. Editores.
- ESPINOZA, A. (2013). Los negocios y emprendedores. Caracas. Palmas.
- FLEITMAN, Jack. (2012). Plan de negocios de empresas. España. Editorial Mac Grau.
- FARES, J. (2012). Administración empresarial de negocios. Madrid Zeus.
- GONZÁLEZ; Lejeune. (2013). Los Impuestos, Quito. Luz
- GONZÁLEZ, Nora (2012). Plan Estratégico de Negocios. Quito. Alba.
- LAMBING. (2012). Plan estratégico de Negocios. Madrid. Zaens
- Ley de Régimen Tributario Interno. (2013). Quito. Editores.
- LEY, IESS. (2014), Ley de afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. Quito. Editores.
- MINSBELRG, James. (2013). El proceso Estratégico de los negocios. Quinn. Phh.
- OMC. (2013). Organización mundial del comercio. Buenos Aires. Paz.
- QUINTANILLA, Carlos. (2011). Plan de Negocios para comercializar Automóviles. Guatemala. Cross
- RAMÍREZ, J. (2010) El buen Vivir, Quito, Laines.
- SANCHÉZ, L. (2012). El producto medio de satisfacción para el cliente. México. Palmas.
- SERVILLANTA. (2015). Venta de llantas y accesorios. Troncal.
- VEGA, Ignacio. (2011). Plan de Negocios, Madrid, CEIE.
- WEINBERGER, Karen. (2012). Plan de Negocios. Lima Lastra.

# **ANEXOS**

**CRECIMIENTO ANUAL DESDE EL AÑO 2014 – 2020**

	CRECIMIENTO ANUAL	5%	7%	9%	11%	13%	15%
<b><u>INGRESOS DE EFECTIVO</u></b>	<b><u>AÑO 2014</u></b>	<b><u>AÑO 2015</u></b>	<b><u>AÑO 2016</u></b>	<b><u>AÑO 2017</u></b>	<b><u>AÑO 2018</u></b>	<b><u>AÑO 2019</u></b>	<b><u>AÑO 2020</u></b>
VENTAS A CONTADO	\$ 630.365,75	\$ 661.884,04	\$ 708.215,92	\$ 771.955,35	\$ 856.870,44	\$ 968.263,60	\$ 1.113.503,14
RECUPERACION POR VENTAS							

<b><u>EGRESOS DE EFECTIVO</u></b>	<b><u>AÑO 2014</u></b>	<b><u>AÑO 2015</u></b>	<b><u>AÑO 2016</u></b>	<b><u>AÑO 2017</u></b>	<b><u>AÑO 2018</u></b>	<b><u>AÑO 2019</u></b>	<b><u>AÑO 2020</u></b>
COMPRAS EFECTIVO	\$ 531.567,23	\$ 558.145,59	\$ 597.215,78	\$ 650.965,20	\$ 722.571,38	\$ 816.505,65	\$ 938.981,50
PAGOS CXP	\$ 32.679,34	\$ 34.313,31	\$ 36.715,24	\$ 40.019,61	\$ 44.421,77	\$ 50.196,60	\$ 57.726,09
PAGO RENTA	\$ 446,45	\$ 491,10	\$ 540,20	\$ 594,22	\$ 653,65	\$ 719,01	\$ 790,91
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 13.378,93	\$ 14.716,82	\$ 16.188,51	\$ 17.807,36	\$ 19.588,09	\$ 21.546,90	\$ 23.701,59
PAGO DE IMPUESTOS	\$ 1.867,00	\$ 1.960,35	\$ 2.097,57	\$ 2.286,36	\$ 2.537,86	\$ 2.867,78	\$ 3.297,94
ADQUISICIÓN ACTIVO FIJO	\$ 4.210,45	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,00	\$ 2,00

<b><u>DATOS ADICIONALES</u></b>	
SALDO INICIAL AÑO 1	\$ 85.123,69
SALDO MINIMO POR AÑO	\$ 115.000,00
TASA ACTIVA	12,77%
TASA PASIVA	3,50%
OBLIGAC. BANCARIAS AÑO 1	\$ 15.235,00

**BALANCE GENERAL 2014**

<b>BALANCE GENERAL 2014</b>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>A. CORRIENTE</b>		<b>CORRIENTES</b>	
efectivo y equivalentes	\$ 21.456,34	DXP (NO RELACIONADOS)	\$ 32.679,34
<b>CX C</b>		<b>NO CORRIENTES</b>	
inv. Mercaderías	\$ 84.673,21	CTAS Y DOC PAGAR (NO RELACIONADOS)	\$ 70.145,72
		OBLIGACIONES BANCARIAS	\$ 15.235,00
<b>t. a. corriente</b>	<b>\$ 106.129,55</b>		
		<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 118.060,06</b>
<b>A. NO CORRIENTE</b>		<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 46.241,69</b>
Inmuebles	\$ 15.400,00	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 164.301,75</b>
Enseres	\$ 4.210,45		
Maquinaria	\$ 1.146,98		
Equipo comp.	\$ 289,87		
Vehículos	\$ 37.124,90		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 58.172,20</b>		
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 164.301,75</b>		

## ESTADO DE RESULTADOS 2014

<b>ESTADO DE RESULTADO 2014</b>		
<b>INGRESOS</b>		
VENTAS	\$	630.365,75
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$	<b>630.365,75</b>
<b>COSTOS Y GASTOS</b>		
<b>COSTOS</b>		
INVENTARIO INICIAL	\$	85.123,69
COMPRAS NETAS	\$	531.567,23
INVENTARIO FINAL	\$	(84.673,21)
	\$	532.017,71
<b>GASTOS</b>		
<b>SUELDOS Y</b>		
SALARIOS	\$	13.378,93
<b>BENEFICIOS</b>		
SOCIALES	\$	2.560,00
APORTE IESS	\$	1.023,56
	\$	
HONORARIOS	550,00	
	\$	
ARRENDAMIENTOS	446,45	
	\$	
MANT. REPARAC	76,51	
COMBUSTIBLES	\$	1.145,00
SUMINISTROS	\$	2.906,35
	\$	
SEGUROS	54,96	
IMPUESTO	\$	1.867,00
SERVICIOS PUBLICOS	\$	1.023,56
PAGO BIENEES	\$	15.400,00
<b>TOTAL GASTOS</b>	\$	<b>40.432,32</b>
<b>TOTAL COSTOS Y</b>		
<b>GASTOS</b>	\$	<b>572.450,03</b>
<b>UTILIDAD</b>	\$	<b>57.915,72</b>
<b>PARTICIPACION</b>		
TRABAJADORES	\$	8.687,36
<b>UTILIDAD</b>		
<b>GRAVABLE</b>	\$	<b>49.228,36</b>

**INDUSTRIA ...**  
**Presupuesto de Caja**  
**20...**

	<i>AÑO 2014</i>	<i>AÑO 2015</i>	<i>AÑO 2016</i>	<i>AÑO 2017</i>	<i>AÑO 2018</i>	<i>AÑO 2019</i>	<i>AÑO 2020</i>
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>							
Saldo inicial Caja - Banco	\$ 85.123,69	\$ 131.340,04	\$ 183.596,91	\$ 239.055,53	\$ 299.338,13	\$ 366.435,83	\$ 442.862,49
VENTAS A CONTADO	\$ 630.365,75	\$ 661.884,04	\$ 708.215,92	\$ 771.955,35	\$ 856.870,44	\$ 968.263,60	\$ 1.113.503,14
RECUPERACION POR VENTAS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b><i>SUBTOTAL DE INGRESOS</i></b>	<b>\$ 715.489,44</b>	<b>\$ 793.224,08</b>	<b>\$ 891.812,83</b>	<b>\$ 1.011.010,88</b>	<b>\$ 1.156.208,57</b>	<b>\$ 1.334.699,43</b>	<b>\$ 1.556.365,63</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>							
COMPRAS EFECTIVO	531567,23	558145,5915	597215,7829	650965,2034	722571,3757	816505,6546	938981,5028
PAGOS CXP	32679,34	34313,307	36715,23849	40019,60995	44421,76705	50196,59677	57726,08628
PAGO RENTA	446,45	491,095	540,2045	594,22495	653,647445	719,0121895	790,9134085
SUELDOS Y SALARIOS	13378,93	14716,823	16188,5053	17807,35583	19588,09141	21546,90055	23701,59061
PAGO DE IMPUESTOS	1867	1960,35	2097,5745	2286,356205	2537,855388	2867,776588	3297,943076
ADQUISICIÓN ACTIVO FIJO	4210,45	0	0	0	0	1	2
<b><i>SUBTOTAL EGRESOS</i></b>	<b>\$ 584.149,40</b>	<b>\$ 609.627,17</b>	<b>\$ 652.757,31</b>	<b>\$ 711.672,75</b>	<b>\$ 789.772,74</b>	<b>\$ 891.836,94</b>	<b>\$ 1.024.500,04</b>
<b>A-B (Saldo operativo)</b>	<b>\$ 131.340,04</b>	<b>\$ 183.596,91</b>	<b>\$ 239.055,53</b>	<b>\$ 299.338,13</b>	<b>\$ 366.435,83</b>	<b>\$ 442.862,49</b>	<b>\$ 531.865,59</b>

## FOTOGRAFÍAS

### ENTREVISTA AL DUEÑO DEL NEGOCIO



### ENCUESTA A CLIENTES

