



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA GABRIEL RENE MORENO



FACULTAD DE AUDITORIA FINANCIERA O
CONTADURA PÚBLICA

CARRERA: CONTADURIA PÚBLICA

PLAN DE NEGOCIO: Lubricantes & Servicios "Gran Turismo" S.R.L.

DOCENTE: HUGO JOSÉ RODRIGUEZ VASQUEZ

ASIGNATURA: LABORATORIO PROFESIONAL I

ESTUDIANTES: Osmair Lozano Guasania.

Ariel Alcides Ibarra Gabriel.

Juan Carlos Portugal Vidal.

Santa Cruz de la Sierra

Contenido

1	PERFIL DEL PLAN DE TRABAJO	4
1.1	TITULO DEL PROYECTO	4
1.2	AREA ESTRATEGICA DE DESARROLLO	4
1.3	ACTIVIDAD ECONOMICA A LA QUE SE APLICARA A EL PROYECTO	4
1.4	LOCALIZACION DEL PROYECTO.....	4
1.5	MISIÓN	4
1.6	VISIÓN	4
1.7	VALORES	5
1.8	FODA	5
2	DESCRIPCION DE LA INNOVACION O INVESTIGACION APLICADA	6
2.1	JUSTIFICACIÓN	6
2.2	MARCO REFERENCIAL	6
2.3	RESUMEN EJECUTIVO	8
2.4	CARACTERISTICAS O ATRIBUTOS DEL PROYECTO	9
2.5	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
2.6	OBJETIVO	11
2.6.1	OBJETIVO GENERAL	11
2.6.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
3	ANALISIS FINANCIEROS	11
3.1	INVERSIONES FIJAS	12
3.2	OBRAS FISICAS	12
3.3	ACTIVOS FIJOS	13
3.3.1	HERRAMIENTAS DE TRABAJO	13
3.3.2	REQUERIMIENTO DE ROPA DE TRABAJO	13
3.3.3	MUEBLES Y ENSERES.....	13
3.3.4	REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES.....	14
3.4	INVERSIONES DIFERIDAS	14
3.5	CAPITAL DE TRABAJO	15
3.6	APORTES DE SOCIOS	16
3.7	ENTORNO MACROECONOMICO	16
3.8	LOCALIZACION	16
3.9	OFERTA.....	17
3.10	POTENCIALES CLIENTES	17
3.11	DEMANDA	18
3.12	COMPONENTES DEL PROYECTO	19
3.12.1	PREPARACION DEL AREA DE TRABAJO.....	19

3.12.2	TRATAMIENTO DEL VEHICULO.....	19
3.12.3	COMPROBACION DEL VEHICULO CON EL NUEVO ACEITE.....	22
3.13	RESULTADOS GENERALES	24
3.14	PLAN DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO.....	25
4	COSTOS.....	25
4.1	INGRESOS	25
4.2	COSTOS Y GASTOS	26
4.3	FLUJO DE CAJA ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	27
4.4	VAN y TIR.....	28
4.5	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	28
4.6	COSTOS FIJOS	30
4.7	COSTEO DIRECTO “PUNTO DE EQUILIBRIO”	30
4.7.1	GRAFICO.....	31
4.8	ORGANIZACIÓN	31
4.9	ORGANIZACIÓN JURÍDICA.	32
4.10	ORGANIGRAMA	32
4.11	FUNCIONES DEL PERSONAL.....	32
4.11.1	GERENTE GENERAL.....	32
4.11.2	GERENTE DE VENTAS.....	33
4.11.3	GERENTE DE ALMACEN	33
4.11.4	GERENTE DE ADMINISTRACION	33
4.11.5	EQUIPO	33
5	CONCLUSION	33
5.1	BIBLIOGRAFIA	34

1 PERFIL DEL PLAN DE TRABAJO

1.1 TITULO DEL PROYECTO

LUBRICANTES & SERVICIOS "GRAN TURISMO" S.R.L.

1.2 AREA ESTRATEGICA DE DESARROLLO

Las áreas que queremos abarcar es toda persona que center con un motorizado, sobre todo a las personas que trabajan con el transporte público.

1.3 ACTIVIDAD ECONOMICA A LA QUE SE APLICARA A EL PROYECTO

Comercial y de servicio esta será una sociedad de responsabilidad limitada (SRL)

1.4 LOCALIZACION DEL PROYECTO

La empresa tendrá como lugar estratégico cercanías a la sede de las líneas de micro.

1.5 MISIÓN

Realizar un servicio eficiente proporcionando soluciones profesionales con el de dar a las necesidades del cliente.

1.6 VISIÓN

Ser la empresa comercializadora de lubricantes y de servicios nocturnos aportando soluciones profesionales y personalizadas en el ámbito de transporte público y privado con una atención de primer nivel.

1.7 VALORES

Transparencia y honestidad: actuar con integridad personal, equidad y transparencia en las relaciones profesionales y personales.

Capacidad de cambio: apostamos por la mejora continúa buscando soluciones creativas y eficientes que garanticen sostenibilidad.

Proximidad: comprensión y cercanía a las necesidades de nuestros clientes y colaboradores.

Responsabilidad: tener una responsabilidad con el cliente de cumplir con todo lo sea pedido.

Compromiso: comprometido con la ciudadanía en general en el abastecimiento de lubricantes y servicio de cambio de lubricantes.

1.8 FODA

Fortaleza:

- ✓ Ubicación estratégica
- ✓ Proveedores de calidad y un precio adecuado
- ✓ Implementación de horario
- ✓ Tener personal capacitado

Oportunidad:

- ✓ Tener financiamiento por parte del banco para ampliar y mejorar el lubricentro.
- ✓ Tener un amplio mercado

Debilidades

- ✓
- ✓ Alta competencia
- ✓ Principiantes en el mercado

Amenazas

- ✓ Falta de una buena infraestructura
- ✓ Existencia de producto de contrabando y mala calidad
- ✓ Competencia desleal

2 DESCRIPCION DE LA INNOVACION O INVESTIGACION APLICADA

2.1 JUSTIFICACIÓN

La presente innovación que se realizará será de utilidad para la empresa LUBRICANTES & SERVICIOS "GRAN TURISMO" S.R.L. donde se ha decidido hacer un análisis sobre el mercado de ventas de aceite y de lubricantes en horarios continuos dedicados especialmente al sector de transporte terrestre con un una atención personalizada y profesional permitiendo así que el transportista no se vea perjudicado y tenga que suspender sus labores diarias y nosotros poder incrementar las ventas y nuestros servicios, aprovechando de ayudar a los clientes en cumplir sus necesidades.

2.2 MARCO REFERENCIAL

La situación actual del mercado obliga a los dueños de vehículos a tener preferencia por productos económicos que no son de buena calidad ò de calidad que no resultan económicos. Esta es una gran oportunidad debido que este producto refleja estas dos características: "Calidad y buen precio".

El crecimiento del mercado automotriz ha tenido un alza muchas personas tienen la facilidad de obtener un crédito para adquirir un vehículo.

Actualmente nuestro mercado estará solo con producto nacional de Y.P.F.B. de la línea automotriz: SUPER ESPECIAL 2SAEW40, SUPER MULTIGRADO SAE 20W50, SUPEDR MULTIGRADO EXTRA SAE15W40, LUB-2T

Según datos Registro Único De Administración Tributaria RUAT la ciudad de Santa Cruz de la Sierra operan unas 605.540 (2017) donde a nivel nacional existe un total de vehículos de uso particular 1.800.354 unidades de transportes urbanos 97.016 y de oficial 32.679 unidades.

Se concluye que existe un mercado potencial que ha sido insuficientemente atendido por las diferentes compañías que ofrecen lubricantes que no han tomado en cuenta el estudio y la posibilidad de implementar un proyecto para cubrir este tipo de necesidad de los consumidores como es el alargamiento de la vida útil del cambio de aceite.

En base al análisis del sector y dada las características de sus consumidores, se considera un nicho de mercado en crecimiento con amplias oportunidades de expansión y probabilidades de lograr un inmediato posicionamiento, considerando que existe muy escasamente este tipo de productos e inversiones por parte del sector privado.

Lograr nuevos contratos con asociaciones, casas automotrices, cooperativas de taxis y micros entre otras, debido a que este segmento del mercado ayudará a aumentar la demanda, ya que se puede llegar a establecer un contrato estándar y de gran volumen durante un periodo, lo cual se verá reflejado en la rentabilidad del producto.

Por lo tanto, considerando el análisis situacional del sector, se concluye que la creación de la nueva empresa con el uso del producto de Y.P.F.B. que se desarrollará en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra constituiría un rentable proyecto de inversión que captará un considerable número de clientes potenciales, tomando en cuenta la aplicación de estrategias de promoción y comercialización adecuados y un sólido plan operativo y financiero, que permitirá obtener una rentabilidad normal y sostenible a largo plazo.

2.3 RESUMEN EJECUTIVO

Nuestra idea plantea un concepto de negocio con base de establecer una empresa especializada en la venta de lubricantes y el servicio de manera conjunta para el consumidor, En ningún otro campo se usan los lubricantes en tantos tipos diferentes de equipos, manejados en tan gran variedad de condiciones. Hay más personas que depositan su confianza en la calidad y en el comportamiento funcional de los aceites.

De esta forma, lo que buscamos con el concepto de negocio no es simplemente “vender”, sino coadyuvar a su buen uso de los aceites también así identificando las necesidades del consumidor y de esta forma “vender y darle un buen servicio a lo que el cliente quiere y como lo quiere”.

El presente proyecto de lubricante se presenta como una alternativa en aceites lubricantes enfocados en consumidores que esperan mejorar el rendimiento o desempeño del automóvil, entendiéndose por mejorar el rendimiento:

- Intervalos más largos entre cambios de aceites.
- Más Kilómetros por litro de combustible.
- Mayor vida útil del motor.

2.4 CARACTERISTICAS O ATRIBUTOS DEL PROYECTO

Por experiencias propias y de amistades que brindan servicios de taxis, expresos, transportes terrestres urbanos, se ha analizado el uso de este lubricante sin comprometer las propiedades que debe tener un buen aceite de lubricación tales como:

- Baja volatilidad, lo cual permite reducir el consumo de aceite.
- Mayor resistencia a la oxidación.
- Mayor estabilidad térmica a altas temperaturas, lo cual protege la ruptura de la viscosidad.
- Menor tendencia a la formación de depósitos.
- Excelente resistencia contra la formación de óxidos y barnices.

Extiende el intervalo de cambio del lubricante al doble de los lubricantes tradicionales

Aunque este sector está saturado con algunas marcas de lubricantes ya sea nacional o importado, se estima que este producto tendrá una significativa aceptación ya que los consumidores analizarán precios, durabilidad y beneficio del aceite lubricante. Se prevé que el producto ofrecido representará un valor agregado de buen nivel de aceptación y que otorgará beneficios a los consumidores.

2.5 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La empresa LUBRICANTES & SERVICIOS "GRAN TURISMO" S.R.L. implantará el uso y el servicio con el producto de Y.P.F.B. ya que se vio en la necesidad de cubrir un mercado insatisfecho sobre el uso de aceite que satisfaga las necesidades de los consumidores la cual es un aceite lubricante a un costo accesible y que tenga una mayor durabilidad en el motor.

En el mercado boliviano existen varias alternativas a la hora de elegir el mejor lubricante para motores de combustión interna, como nacionales e importados. Dentro de los nacionales el periodo de cambio es de 3000 Km, y en los importados de 5000 Km. En el país existen gran cantidad de vehículos que prestan servicios particulares como, por ejemplo: taxis, buses, vehículos de alquiler, camiones, etc., que necesitan de cambios de aceite periódicamente.

Por los motivos antes expuestos es que la empresa LUBRICANTES & SERVICIOS "GRAN TURISMO" S.R.L. se ve en la necesidad de iniciar una empresa dedicada a la venta y servicio del producto de aceite en el mercado automotriz el cual otorgue una mayor vida útil al lubricante logrando prolongar el cambio de aceite a y captar una mayor cantidad de consumidores a través del valor agregado del producto.

El mercado de aceites lubricantes se ha visto influenciado por la incursión de productos importados, la durabilidad del aceite en los automóviles, la tecnología aval y el servicio como valor agregado para el consumidor, considerados como puntos importantes de decisión al momento de realizar el cambio de aceite.

Es necesario determinar el grado de satisfacción del consumidor con los productos en mención

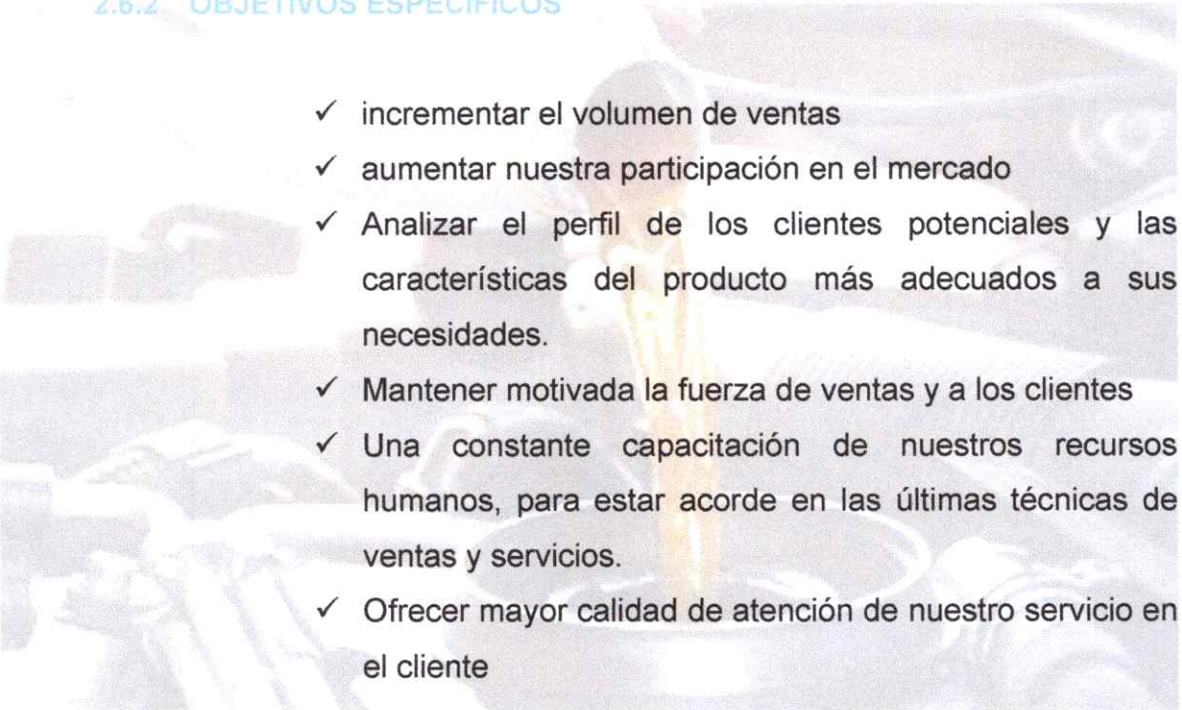
La base para la elaboración del presente proyecto es el grupo de consumidores de aceites de lubricantes para motores de combustión interna.

2.6 OBJETIVO

2.6.1 OBEJTIVO GENERAL

Vender de una forma diferenciada a la competencia con horarios exclusivos relacionada con calidad, innovación, atención personalizada y total transparencia en la venta y el servicio.

2.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 
- ✓ incrementar el volumen de ventas
 - ✓ aumentar nuestra participación en el mercado
 - ✓ Analizar el perfil de los clientes potenciales y las características del producto más adecuados a sus necesidades.
 - ✓ Mantener motivada la fuerza de ventas y a los clientes
 - ✓ Una constante capacitación de nuestros recursos humanos, para estar acorde en las últimas técnicas de ventas y servicios.
 - ✓ Ofrecer mayor calidad de atención de nuestro servicio en el cliente

3 ANALISIS FINANCIEROS

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

Para el proyecto, los accionistas tendrán que invertir el valor de total del terreno y las maquinarias. De acuerdo a lo conversado, ellos están dispuestos a realizar el desembolso del efectivo siempre que se les demuestre que el proyecto es confiable y con valores razonables.

Las inversiones del proyecto se destinan en tres fines:

- Para cubrir inversiones fijas
- Para inversiones diferidas
- Para capital de operaciones

3.1 INVERSIONES FIJAS

TERRENOS. La inversión de terrenos asciende a \$us. 110.000.- (Bs. 765.600.-) es cubierto por capital propio.

CUADRO DE REQUERIMIENTO DEL TERRENO			
(expresado en bolivianos)			
DESCRIPCION	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Oficina	100 mts2	560.-	56.000.-
Planta de producción.	200 mts2	560.-	112.000.-
Total	300 mts2	1120.-	168.000.-

3.2 OBRAS FISICAS

La planta cuenta con 300 metros cuadrados. En el edificio principal se encuentran el área de oficinas, la bodega principal, una bodega de almacenamiento.

A continuación, se presenta un gráfico de la localización de la empresa LUBRICANTES & SERVICIOS "GRAN TURISMO" S.R.L.

La empresa se encuentra ubicada en la Av. Teniente Walter vega a dos cuadras de la avenida santa cruz.

3.3 ACTIVOS FIJOS

3.3.1 HERRAMIENTAS DE TRABAJO

Las herramientas de trabajo deben estar en condiciones óptimas de utilización para el desarrollo del producto o servicio de una manera eficiente. Esta asciende a \$us. 2.000.- (Bs. 13.920.-)

3.3.2 REQUERIMIENTO DE ROPA DE TRABAJO

El personal debe contar con vestimenta adecuada para mantener la higiene y la calidad del proceso de cambio, cada empleado contará con dos juegos de uniforme los cuales serán cambiados semestralmente.

DETALLE	Nº TRABAJADORES	CANTIDAD
Gorras	20	20
Guantes	20	20
Pantalones	20	20
Camisas	20	20

3.3.3 MUEBLES Y ENSERES

La inversión en muebles y enseres se calcula tomando en cuenta los requerimientos de las cantidades físicas multiplicados por su precio en el mercado.

La inversión alcanza al monto de \$us. 10560.- (Bs. 73497.60.-) que se detalla en el cuadro de inversiones.

3.3.4 REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES

Constituyen el mobiliario necesario para cada una de las distintas áreas que forman parte de la empresa como ser, amueblamiento para la oficina de gerencia y oficinas adicionales.

REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES EXPRESADO EN BOLIVIANOS			
DESCRIPCION	UNIDAD	PRECIO UNITARIO \$us. (T/C 6.96)	VALOR TOTAL Bs.
Escritorio	4	1.000.-	27.840.-
Estantes	3	780.-	16.286,40
Sillas de escritorio	4	180.-	5.011,20
Muebles de sala	1	3.500.-	24.360.-
Total	12	6.96	73.497,60.-

3.4 INVERSIONES DIFERIDAS

Es la erogación de dinero que se efectúa para la organización y el estudio de factibilidad que asciende a \$us. 2.221,26.- (Bs. 15.460.-) en bienes intangibles.

INVERSION DIFERIDA EXPRESADO EN BOLIVIANOS	
DESCRIPCION	VALOR
Minuta de constitución	1.767.-
A.F.P.s	0.-
Padrón municipal	350.-
NIT	0.-
Fundempresa	455.-
C.N.S.	112.-
Autorización Financiamiento	636.-
Registro Gobernación	6.484.-
Software de trabajo	5.656.-
Total	15.460.-

3.5 CAPITAL DE TRABAJO

Es el conjunto de recursos del proyecto necesario para la operación normal durante un ciclo productivo para la capacidad utilizada y el tamaño determinado que asciende a \$us. 5.000.- (Bs. 34800.-)

INVERSIONES DE CAPITAL DE TRABAJO CUENTAS
Materia prima
Insumos
Materia de escritorio
Material de limpieza
operarios

3.6 APORTES DE SOCIOS

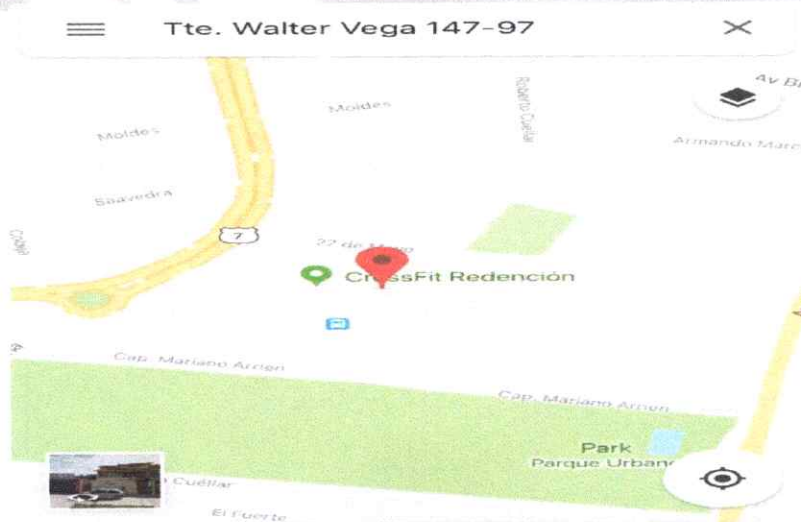
No	SOCIOS	DOLARES	BOLIVIANOS
1.	OSMARI LOZANO GUASANIA	1666.67	11.600.-
2.	JUAN CARLOS PORTUGAL VIDAL	1666.67	11.600.-
3.	ARIEL ALCIDES IBARRA GABRIEL	1666.67	11.600.-

3.7 ENTORNO MACROECONOMICO

El crecimiento económico en Bolivia ha sufrido alguna desaceleración en los últimos dos años, las medianas y pequeñas empresas han sido golpeada por políticas de estado, como el doble aguinaldo, en ese sentido necesitamos una administración eficiente de los recursos para generar utilidades.

3.8 LOCALIZACION

A continuación, se presenta un gráfico de la localización de la empresa LUBRICANTES & SERVICIOS "GRAN TURISMO" S.R.L. La empresa se encuentra ubicada en la Av. Teniente Walter vega a dos cuadras de la avenida santa cruz.



3.9 OFERTA

Oferta o ventaja competitiva, ya que al identificar plenamente a la competencia, se podrán adoptar características competitivas que distingan. Parte importante del estudio de mercado es el análisis al que se debe someter la competencia, es decir, que se pueda comprender y conocer las características de cada una de las empresas participantes en este mercado de aceites lubricantes de tal manera que se identifiquen por su grado de incidencia sobre los aceites lubricantes, a través de sus fortalezas y debilidades, ya que cada una representa una fuente de oportunidades y amenazas para la empresa.

De ahí que se desprenden los conceptos de competitividad al producto de los demás, lo cual proporcionará un espacio en la mente del consumidor, la tarea no es solo identificar estas diferencias, sino también potenciar aquellas que sean beneficiosas para el desarrollo del proyecto.

3.10 POTENCIALES CLIENTES

Un mercado se compone de personas u organizaciones que tengan necesidades por satisfacer y que estén dispuestos a pagar por ello, por ejemplo, muchos necesitan transporte y están dispuestos a pagar por ello. Sin embargo, este numeroso grupo consta de varios segmentos con diversas variedades de transporte, así uno querrá transporte eficiente y barato y otro grupo preferirá el lujo y la privacidad. Por lo general resulta casi imposible que una empresa satisfaga casi todos los segmentos que tienen necesidades diferentes, es más loable centrar todos sus esfuerzos en pocos o hasta un solo segmento, es entonces un mercado meta, el grupo de personas a las cuales la empresa dirige su programa de marketing.

Esto implica que existe la oportunidad de satisfacer la demanda insatisfecha de muchos clientes en este caso los que prestan servicios de transporte que realizan sus cambios de aceites; dicha oportunidad no compete tan solo a la

empresa, pues la competencia podría estar en capacidad de dar mayor cobertura, ya sea con una estrategia sorpresiva, mayor publicidad o innovar con el horario 24/7, o por esos insospechados cambios del comportamiento de compra del consumidor.

3.11 DEMANDA

La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción.

La demanda se clasifica de acuerdo con su probabilidad y de acuerdo con los consumidores o usuarios inmediatos.

De acuerdo a su probabilidad

Demanda efectiva o real: es la demanda totalmente cierta.

Demanda aparente: es aquella demanda probable en la cual no se conocen las pérdidas y/o mermas por comercialización, etc.

Demanda potencial: es la demanda probable que al satisfacer determinadas condiciones se le puede volver real.

De acuerdo con los consumidores o usuarios inmediatos

Demanda básica: cuando el uso o consumo es final.

Demanda derivada: cuando los usuarios o consumidores son intermediarios. Por ejemplo, la demanda de harina deriva de la demanda de pan.

Analizando los conceptos anteriormente expuestos la demanda se ubica dentro de la DEMANDA POTENCIAL, de acuerdo a su probabilidad, ya que se va a satisfacer la necesidad que tienen cierto grupo de clientes sobre otro tipo de aceites lubricantes como el alargamiento del cambio de aceite en sus vehículos.

3.12 COMPONENTES DEL PROYECTO

La prestación de servicios; para realizar un cambio de aceite del motor utilizando un sistema de calidad y brindar una satisfacción total al cliente se deben seguir los siguientes pasos.

3.12.1 PREPARACION DEL AREA DE TRABAJO

- Limpiar perfectamente el taller o área en donde nos vamos a desempeñar.
- Utilizar la ropa adecuada y los implementos de seguridad para realizar este trabajo. Es importante que la ropa de trabajo esté completamente limpia ya que la limpieza es el principal parámetro a tomar en cuenta en la calidad.
- Recibir cordialmente al cliente.
- Calcular el tiempo para la ejecución del trabajo e informar al cliente.

3.12.2 TRATAMIENTO DEL VEHICULO

- Procurar no ensuciar el vehículo internamente, lo estacionamos en una superficie horizontal.
- Apagar el vehículo, aplicar el freno de estacionamiento y colocarlo en primera velocidad si es de transmisión manual o en "Parking" si es transmisión automática.
- Dejar enfriar el automóvil por lo menos 10 minutos.
- Elevarlo con una o dos gatas y asegurarse bien de que no se caerá.
- Colocar soportes para reforzar su inmovilidad.
- Levantar el capó o cofre.
- Retirar la bayoneta y constatar que el nivel de aceite se encuentre por debajo de los parámetros normales.
- Limpiar la bayoneta con una franela y colocarla en su lugar.

- Buscar un recipiente limpio, vacío, ancho y de corta altura, donde caerá el aceite usado del auto. Este debe ser de al menos 6 a 8 litros de capacidad.
- Trasladar las herramientas y materiales necesarios al lugar de trabajo, tales como:
 - Filtro de aceite Nuevo
 - Llave para filtros
 - Aproximadamente 5 Litros de Aceite para Motor
 - Una llave inglesa o Allen (dependiendo del vehículo) para la tuerca de drenado del cárter.
 - Franela
- Localizar el tapón de drenado en la parte baja del vehículo (tapa del cárter).
- Colocar el recipiente debajo del tapón de drenaje del cárter.
- Con una llave tubo o Allen de la medida del tapón, aflojarlo girando en sentido contrario a las agujas del reloj. Terminar la operación haciéndolo girar con la mano.
- Dejar que el aceite fluya y se vacíe completamente el cárter.
- Revisar el estado del aceite usado, observando que no haya ningún resto o impurezas metálicas. Si no los hay todo marcha bien. Si no es así es que se ha producido algún desgaste inadecuado en el interior del motor.
- Limpiar el tapón y los restos de aceite que queden para colocarlo nuevamente con la mano.
- Ajustarlo con la llave de tubo y verificar que quede bien firme.
- Comprobar que no quede flojo ya que se puede salir y perder todo el aceite, ni que sea excesivamente ajustado porque se puede dañar la rosca y también se perdería todo el aceite.
- Limpiar bien el filtro que vamos a quitar para que no se resbale al utilizar la llave.

- Aflojar el filtro del aceite en sentido contrario a las manecillas del reloj con una llave para filtro.
- Completar la operación con la mano.
- Limpiar bien la base donde sienta el filtro con una franela.
- Asegurarse de que la junta de goma que llevaba el filtro usado salga con él y no quede pegada.
- Tomar el filtro y usar los dedos para aplicar una ligera película de aceite en la junta (la orilla circular del filtro), la cual actúa como un sellador.
- Enroscar el nuevo filtro, girando en el sentido de las manecillas del reloj. Una vez que está alineado de manera apropiada, el filtro se enroscará con facilidad. Ajustar el filtro con la mano, siendo cuidadoso de no apretarlo demasiado.
- Consultar el manual de usuario para la viscosidad apropiada SAE, desempeño API y la calidad requerida para el motor.
- Retirar la tapa de llenado de aceite, revisar que el empaque de la misma se encuentre en perfectas condiciones, para evitar fugas posteriormente.
- Colocar un embudo en el orificio de llenado de aceite. Verter la cantidad necesaria de acuerdo al manual del usuario. Con la utilización del embudo evitamos desagradables derrames de aceite y mantenemos una buena estética del trabajo.
- Dejar reposar el aceite unos minutos para luego retirar la bayoneta y revisar el nivel de aceite, Este debe encontrarse entre las señales "Max". Y "Min".
- Si hay un exceso de aceite el motor no se desempeñará bien, si hay escasez de este, tendremos los mismos resultados.
- Poner la tapa de llenado en su lugar.

3.12.3 COMPROBACION DEL VEHICULO CON EL NUEVO ACEITE

- Poner en funcionamiento el motor por espacio de un minuto y observar que se apague la luz testigo de presión de aceite en el tablero de instrumentos.
- Revisar posibles fugas de aceite en el filtro y en el tapón de drenaje del cárter
- Apagar el motor, dejar reposar 5 minutos el aceite y medir nuevamente su nivel con la bayoneta, medimos una vez más ya que hemos dejado que el aceite fluya internamente. y que se llene el filtro. Esto altera el nivel del lubricante.
- Si el nivel de aceite marca cerca del "Min", abrir la tapa de llenado del motor, completar con más aceite y medir con la bayoneta hasta que llegue al "Max".
- Limpiar de manera prolija cualquier derrame de aceite por más pequeño que sea.
- Cerrar el capó y bajar el auto con la ayuda de las gatas.
- Retirar los soportes de inmovilidad.
- Limpiar las herramientas que hemos utilizado con una franela limpia y colocarlas en su respectivo lugar.
- Llenar la cartilla de mantenimiento automotriz especificando el siguiente cambio de aceite (aproximadamente luego de 3.100 millas ó 5000 kilómetros). y colgarla en un lugar visible dentro del habitáculo.
- Tomar el recipiente con el aceite usado y deshacerse apropiadamente del mismo.
- El aceite usado del motor es muy tóxico para el medio ambiente y lo más importante es disponer de él de la manera más segura, para lo cual se debe transferir el aceite usado a un contenedor sellado.

- Realizar una revisión final de fugas externas, sobre todo en las cañerías.
- Dar por terminado el trabajo minuto antes de la hora programada.
- Limpiar nuevamente el área de trabajo, dejando nuestro sitio de trabajo como al inicio.
- Una vez que el cliente regrese, atenderlo con cordialidad y entregarle las llaves de su vehículo

Luego de ejecutar todos los procedimientos anteriores hemos realizado un trabajo de calidad.

Visualizar que actividad se desarrolla antes y después



BUSCA LA TEMPERATURA ADECUADA DEL MOTOR

Es recomendable que este a una temperatura templada



PREPARA EL COCHE PARA EL CAMBIO

Es necesario elevar el coche



CAMBIA EL FILTRO DEL ACEITE

Localiza el filtro del aceite y utiliza una llave especial para poder desenroscarlo



RELLENA EL DEPÓSITO CON EL ACEITE NUEVO

Coloca el embudo en el agujero y vierte el aceite limpio



COMPROBACIONES

Pon el coche en punto muerto y mira si hay algo que gotee debajo del coche



EL ACEITE VIEJO

Se debe eliminar de una forma correcta ya que es un producto muy toxico



LOCALIZA EL TAPÓN DE VACIADO

Ponte los guantes de nitrilo o vinilo para protegerte la piel de las sustancias químicas



VACÍA EL DEPÓSITO DEL ACEITE

Afloja el tapón del depósito del aceite y vacía el aceite con cuidado

3.13 RESULTADOS GENERALES

Se obtendrá que los clientes queden satisfechos por el servicio recibido un buen lubricante para el cuidado de su motor y a un buen precio calidad en el trabajo desde que entra el vehículo hasta que sale del lubricentro.

3.14 PLAN DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO

N°	ACTIVIDADES	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1	Define los servicios que brindarás	■			■							■								■							■					
2	Trámites Legales	■	■	■	■	■	■	■																								
3	Elige al equipo				■				■	■		■															■					
4	Define la localización										■	■	■	■	■																	
5	Monta la estructura				■												■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	Los proveedores																											■	■	■	■	■
7	Busca la especialización				■																											■

4 COSTOS

Los costos de fabricación se han considerado todos los rubros que representan gasto para la empresa, así como toda la información necesaria sobre las erogaciones dinero propio de las actividades que desarrolla el proyecto.

Los costos variables por la producción de jugo de naranja e insumos están de acuerdo a los precios directos desde los productos de la materia prima.

4.1 INGRESOS

El ingreso por venta del producto será de 118.52 Bs por cada unidad vendida. El cual se desglosa de la siguiente manera:

UTILIDAD (60% del Costo Total Unitario)	44.47
Costo Total Unitario	74.12

Elaboración propia

Nuestra meta de venta es de 2000 galones mensuales.

Todo esto representado en cajas de galones:

2000 galones/8 galones que contiene cada caja = 250 cajas mensuales

118.52 Bs cada galón por 8 galones que contiene cada caja = 948.23 Bs la caja de 8 galones.

4.2 COSTOS Y GASTOS

Costos Directos: Su costo constituye el primer componente del costo total. El adjetivo directo indica la relación de los productos que se están fabricando.

Directa.- Son los sueldos ganados por los trabajadores que intervienen en la elaboración del producto terminado, dándole forma a los materiales ya sea por medio del contacto físico u operando las máquinas, o prestando servicios profesionales en tareas específicas.

Indirecta:- Es la fuerza laboral que no se encuentra en contacto directo con el proceso de un determinado producto que tiene que producir la empresa. En el caso de la empresa viene hacer el departamento de control, departamento administrativo y departamento de ventas.

Costos Indirectos: Son costos que no se identifican plenamente en una actividad, departamento o producto. Los costos indirectos se cargan, por lo general a los artículos o áreas utilizando técnicas de asignación identificadas como tasas predeterminadas. En la mayoría de los casos los costos indirectos son costos fijos.

Costos Variables: Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa. Son los costos por “producir” o “vender”.

Mano de Obra Directa

Materia Prima Directa

Materiales e Insumos Directos

Comisiones sobre ventas

Costos Fijos: Son aquellos costos cuyo importe permanece constante independiente del nivel de actividad de la empresa. Como:

Alquiler de transportes para despachos fuera de la ciudad.

Depreciaciones de edificios, equipos de computación, muebles y enseres, vehículos.

Servicios Públicos (agua, luz, teléfonos)

Sueldos: soporte técnico

Seguridad

Servicio Técnico

4.3 FLUJO DE CAJA ECONÓMICO Y FINANCIERO

FLUJO DEL PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO

concepto	año 0	año 1	año 2	año 3
utilidades antes de impuestos	-	658,638.43	731,982.73	746,654.29
(-) participación de trabajadores	-	(29,795.76)	(30,797.41)	(33,998.14)
		(123,165.39)	(136,880.77)	(139,624.35)
(-) impuestos	-	)	)	)
		(210,496.81)	(258,107.68)	(267,834.92)
(-)wk movimiento	-	)	)	)
(+) depreciación	-	263,819.53	287,803.13	287,803.13
	1,686,587.0			
costo de inversión	0	-	-	-
	1,686,587.0			
flujo de fondos netos	0	490,000.00	515,000.00	515,000.00

4.4 VAN y TIR

Considerando los flujos de efectivo durante los 3 años de vida del proyecto, dando como resultado lo siguiente:

TMAR	40%
VAN	40.888,31
TIR	53%

Tabla 4.7. Resultados de Van y Tir del proyecto

Elaborado: Autoras

Teniendo en consideración los siguientes criterios de aceptación del proyecto:

Técnica	Aceptación	Rechazo
VPN	≥ 0	< 0
TIR	$\geq \text{TMAR}$	$< \text{TMAR}$

Conclusión:

En el proyecto del nuevo aceite para 12000Km, el VAN es mayor que "0" y la TIR es mayor que la TMAR de la empresa esto quiere decir que es aceptable el proyecto.

4.5 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El enfoque del análisis de sensibilidad es ver cuán sensible es un cálculo específico del VAN y de la TIR a los cambios en los supuestos implicados (variables).

VARIABLES PARA EL ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD				
		ESCENARIOS		
PROYECTO	ORIGINAL	PESIMISTA	OPTIMISTA	MODERADO
TMAR	40%			
Venta mensual	2.000,00	1.700,00	2.500,00	2.200,00
Precio	17,03	15,00	20,00	18,00
Crecimiento en Ventas	8,00%	2,00%	8,00%	8,00%
Costos Variables		3,00%	3,00%	2,50%
Costos Fijos		2,00%	2,00%	1,50%
Inversión		5,00%	5,00%	3,50%
		Costos e Inv. Suben	Costos e Inv. Baja	Promedio
VAN	40.888,31	-150.537,27	372.862,46	131.664,37
TIR	52,71%	-21,71%	148,65%	77,76%

Análisis de Escenarios para el análisis de Sensibilidad.

Fuente: Manual para el desarrollo empresario (Líderes del Tercer Milenio, Revista Mercado –Clarín.

Los resultados asentados en la tabla se interpretan de la siguiente manera:

- Escenario Moderado: si las cosas salen como esperamos el rendimiento real será del 77.76% y un VAN DE \$131.664,37
- Escenario Pesimista: mientras que si las cosas van mal y suben los costos pero a su vez la producción mensual y su precio disminuyan se obtendrá un rendimiento real negativo, o lo que es igual se perdería parte del patrimonio ya que se presenta un rendimiento de - 21.71% y un VAN de \$-150.537.27 lo cual indica que el proyecto debe ser rechazado.

- Escenario Optimista: Por otra parte, podría darse el caso en que los costos disminuyan pero la producción y el precio suban en este caso el rendimiento real será 148.65% con un VAN \$372.862,46.

4.6 COSTOS FIJOS

La estructura de los costos fijos hemos considerado el cálculo de todos posibles ingresos y de sus respectivos gastos que tendrá la empresa en su funcionamiento normal

CUADRO DE COSTOS FIJOS	
COSTOS	MES
Sueldo y salarios	31,000.00
Servicios Basicos	2,600.00
Ropa de trabajo	1,604.00
Material de limpieza	880.00
Material de escritorio	273.00
Publicidad	2,050.00
TOTAL GENERAL	38,407.00

4.7 COSTEO DIRECTO "PUNTO DE EQUILIBRIO"

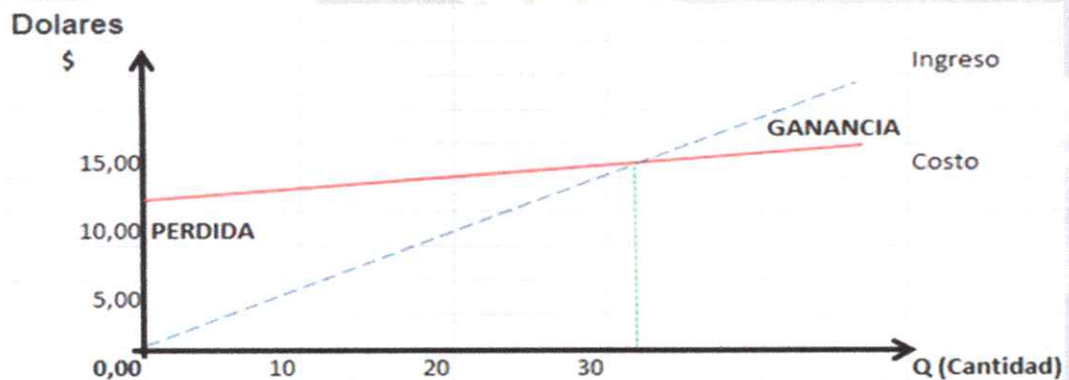
El punto de Equilibrio indica el volumen de producción o el nivel de utilización de la capacidad instalada en que los ingresos son iguales a los costos

Por lo tanto, se observa en el cuadro de costeo directo que produciendo 1,000 Unidades tenemos una pérdida de (29,567.00 Bs). Produciendo 4,344.68 unidades se obtiene el punto de equilibrio donde la empresa no gana ni pierde y vendiendo 5,000 unidades se obtiene una utilidad de Bs 5,793.00 respecto al análisis realizado.

COSTEO DIRECTO EN UNIDADES

			Qe	
UNIDADES VENDIDAS	1	1000	566.14	5,000.00
INGRESO POR VENTAS BS.	74.00	74,000.00	41,894.43	370,000.00
COSTO VARIABLE	6.16	6,160.00	3,487.43	30,800.00
COSTO FIJO	38,407.00	38,407.00	38,407.00	38,407.00
COSTO TOTAL	38,413.16	44,567.00	41,894.43	69,207.00
UTILIDA (PERD. GANANCIA)	- 38,339.16	29,433.00	-	300,793.00

4.7.1 GRAFICO



4.8 ORGANIZACIÓN

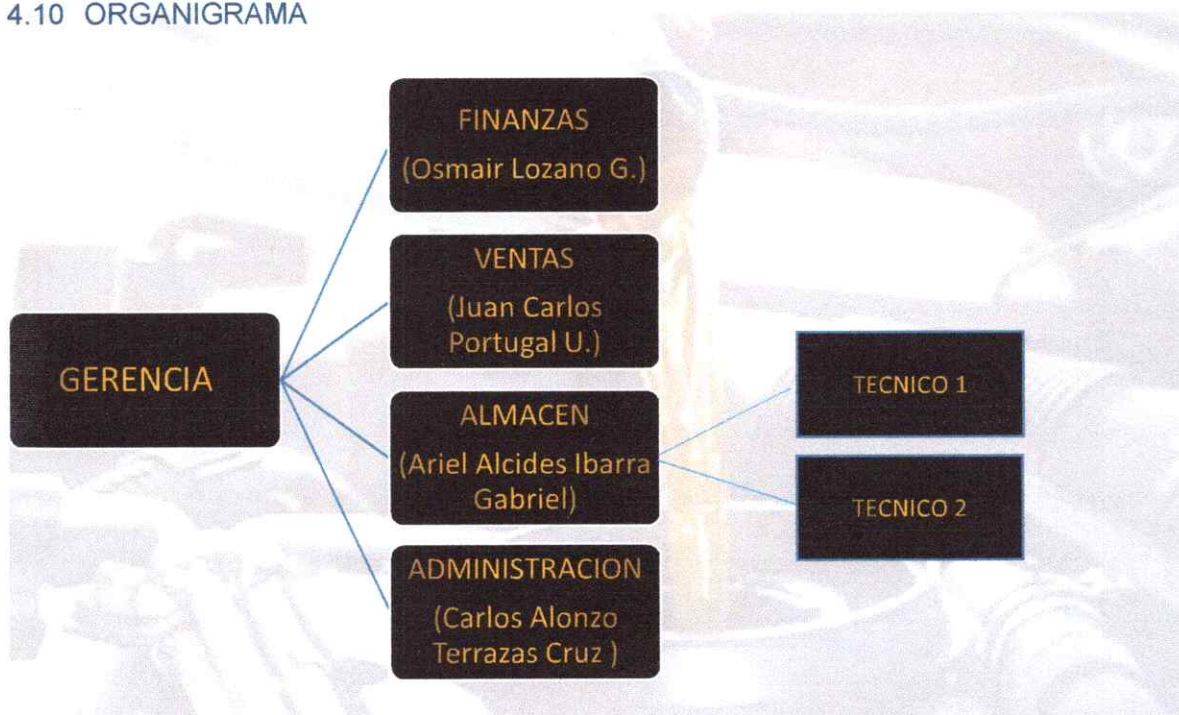
La razón social es el nombre con que se identifica la empresa que para el caso como se ha mencionado a lo largo del proyecto, se denominará LUBRICANTES & SERVICIOS "GRAN TURISMO" S.R.L.

4.9 ORGANIZACIÓN JURÍDICA.

La organización jurídica, comprende el estudio de la mejor manera de agrupar los socios de la empresa.

Después de haber analizado los diferentes tipos de sociedades, se propone conformarse jurídicamente una S.R.L. (Sociedad de Responsabilidad Limitada) como tipo de sociedad por las ventajas que ofrece frente a las otras sociedades.

4.10 ORGANIGRAMA



4.11 FUNCIONES DEL PERSONAL

4.11.1 GERENTE GENERAL

Encargado de tomar las máximas decisiones de la empresa, la cual estará bajo su responsabilidad y dependerá de sus decisiones el éxito o el fracaso de la empresa.

4.11.2 GERENTE DE VENTAS

Se encarga de la identificación de las oportunidades de negocio, se encarga de entregar el producto. Además, es el encargado de organizar la cadena de abastecimiento de manera que se pueda llegar a los consumidores finales de la manera más eficiente posible.

4.11.3 GERENTE DE ALMACEN

Se encarga de analizar, definir y llevar a cabo los registros de todos los productos que entran y salen del almacén y es el encargado de que realicen el cambio de aceite hasta que sale del establecimiento y además para satisfacer la demanda identificada por el área de ventas, conservando las exigencias de calidad que se planteó la empresa y manejando una relación coordinada con esta área.

4.11.4 GERENTE DE ADMINISTRACION

Se encarga del manejo del personal y de la operación financiera de la empresa, se ocupa de coordinar la situación de las personas en su convivencia con la empresa y se encarga de seleccionar y reclutar a los empleados, inducirlos, capacitarlos y motivarlos.

Se encarga de las remuneraciones y prestaciones de los incentivos y recompensas al igual que los riesgos y accidentes que puedan surgir, además tiene a cargo el manejo de los recursos financieros de la empresa.

4.11.5 EQUIPO

El equipo requerido es el siguiente:

Cada operario cuenta con equipos de seguridad personal tales como: guantes, botas, casco, gafas, orejeras y chalecos de seguridad.

5 CONCLUSION

Nuestro propósito, brindar un servicio eficiente proporcionando soluciones profesionales a las necesidades de nuestros clientes, ser una empresa comercializadora y de servicios no solo con atención diurna sino también nocturnos direccionada especialmente al transporte público con una

atención de alta calidad y profesionalidad con una alta responsabilidad y equidad a todos nuestros clientes.

En este caso lo que ofrecemos no es un nuevo producto sino más bien ofrecemos un servicio mejorado que beneficiara a nuestros clientes tanto como a nosotros al brindarle un servicio de calidad las 24 horas del día y los 7 días de la semana para así ganarnos la confianza y el respeto de nuestros clientes y posesionarnos en lo alto del mercado competitivo, y de esa manera lograr expandirnos a los mayores puntos posibles del departamento y del país.

5.1 BIBLIOGRAFIA

- Análisis de Escenarios para el análisis de Sensibilidad.
Fuente: Manual para el desarrollo empresario (Líderes del Tercer Milenio, Revista Mercado –Clarín
- Baca Urbina, "Evaluación de Proyectos" Cuarta Edición, Editorial: Mc Graw Hill, México, 1999
- Vázquez, Juan Carlos, Costos, Edit. Aguilar.
- www.monografias.com
- Giménez Carlos, Costos para Empresarios, Ediciones Macchi, 1.995

