



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA**  
**MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN NIVERSITARIA**  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO JESÚS OBRERO**  
**EXTENSIÓN BARQUISIMETO**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LA  
EMPRESA AUTOLAVADO CAR WASH ELIAS EXPRESS, C.A.”**

**Autor:**  
Génesis A. Benítez C.  
**Asesor:**  
Douglas E. Pérez S.

Barquisimeto, Enero del 2023.

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA**  
**MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN NIVERSITARIA**  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO JESÚS OBRERO**  
**EXTENSIÓN BARQUISIMETO**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LA  
EMPRESA AUTOLAVADO CAR WASH ELIAS EXPRESS, C.A.”**  
Trabajo Especial de Grado presentado para optar por el título de  
Técnico Superior en Contaduría.

Barquisimeto, Enero del 2023.

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
INSTITUTO UNIVERSITARIO JESÚS OBRERO  
EXTENSIÓN BARQUISIMETO

VEREDICTO

VEREDICTO

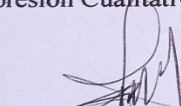
Quienes suscribimos, Prof. Douglas Pérez C.I.: V- 4.068.536 (Asesor Académico); y Prof. Yenny Nelo C.I.: V-9.615.177 (Jurado), Prof. Libia Colombo (a) C.I.: V-7.323.305 (Jurado), designados por la Coordinación Académica, con la aprobación de la Dirección del Instituto Universitario Jesús Obrero, Extensión Barquisimeto, para examinar el Trabajo Especial de Grado de la Carrera: Contaduría de (la) Br.: Génesis Alejandra Benítez Cordero C.I.: V-23.918.274

**Titulado: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE AUTOLAVADO POR LA EMPRESA CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.**

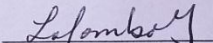
Hacemos constar que hoy, 06 de Enero del 2023

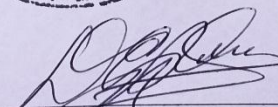
Nos reunimos en la sede del instituto para evaluar y calificar dicho trabajo y decidimos otorgarle: Calificación en %: (89) equivalente a Diecinueve (18) puntos

Expresión Cualitativa: Sobresaliente

  
Prof. (a) Yenny Nelo  
Jurado  
C.I.: V-9.615.177



  
Prof. (a) Libia Colombo  
Jurado  
C.I.: V-7.323.305

  
Prof. Douglas Pérez  
Asesor  
C.I.: V-4.068.536

## **DEDICATORIA**

**A** Dios y La Divina Pastora, por ser los inspiradores y darme fuerza para continuar en este proceso que es uno de los anhelos más deseados.

**A** mis padres por ser mis grandes pilares, gracias por su amor, apoyo, trabajo y sacrificio en todos estos años, por ustedes he llegado hasta aquí.

**A** mi hermano Malaquías, por ser uno de mis grandes compañeros de vida, este triunfo también es tuyo para ser ejemplo e inspiración.

**A** mi familia por haber sido un gran apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida.

**A** mi novio Elías Pérez y su familia (Sra. Margoth y Sra. Griselda) por ser un apoyo y por sus consejos en mi carrera universitaria.

**A** todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación y conocimiento tanto profesional, como ser humano.

## AGRADECIMIENTO

*En primer lugar, a Dios*, por guiarme desde el inicio hasta el final en la elección, en el desarrollo y culminación de la carrera de T.S.U en Contaduría, bajo su cuidado, fortaleza y dirección.

*A mis padres*, por todo el apoyo incondicional que me han brindado a lo largo de la carrera, estando para mí en mis más grandes alegrías y avances en la carrera, así como también, mis más grandes tristezas y frustraciones. Gracias por todos los consejos que me brindaron para continuar hasta el final con la mirada en alto. Gracias por el amor incondicional que me han dado desde que nací hasta la actualidad. Gracias por ser mi pilar más importante en todo mi trayecto educativo, personal y emocional.

*A mi familia*, por estar pendiente y guiarme, llenarme de tanto amor y bendiciones.

*Al Instituto Universitario Jesús Obrero*, Extensión Barquisimeto, por ser mi casa de estudio, y formarme como excelente profesional, autentica cristiana y una ciudadana comprometida y capaz, y así a todo su personal.

*A mis profesores*, por haber compartido conmigo sus conocimientos y ser una pieza importante de mi formación profesional. En especial a mi asesor, por haberme acompañado y ayudado, fue un pilar fundamental para el desarrollo y culminación con éxito el presente trabajo. A la profesora, por la paciencia y por ser excelentes profesional con enormes ganas de enseñarme y siempre a la disposición.

*A mis amigas y compañeras*, por todo el apoyo, amor y amistad incondicional. Por estar en las buenas y malas conmigo, día y noche con las actividades de la universidad. Con ustedes, la trayectoria en la universidad, fue llena de risas, alegrías, compañerismo, lecciones, aprendizajes. Las quiero un montón.

## INDICE GENERAL

VEREDICTO .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
INDICE GENERAL.....	vi
LISTA DE CUADROS.....	viii
LISTA DE GRÁFICOS .....	ixx
RESUMEN.....	x
INTRODUCCIÓN .....	1
MOMENTO I: SITUACIÓN OBJETO DE ESTUDIO.....	2
Objetivos de la investigación .....	5
<i>Objetivo General</i> .....	5
<i>Objetivo Específicos</i> .....	5
Alcance y Limitaciones.....	7
MOMENTO II: SOPORTE CONCEPTUAL .....	8
Antecedentes .....	8
Bases Teóricas .....	11
Bases Legales.....	22
Sistema de Variables.....	28
MOMENTO III: ORIENTACION PROCEDIMENTAL .....	30
Naturaleza de la Investigación .....	31
<i>Población y Muestra</i> .....	32
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....	33
Estrategias procedimentales de desarrollo de la investigación .....	34
MOMENTO IV RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	35

Metodología CANVAS.....	51
DISEÑO DE LA PROPUESTA .....	52
Objetivos de la Propuesta.....	52
Estructura de la Propuesta.....	53
MOMENTO V: CONCLUSION .....	59
Recomendaciones .....	60
REFERENCIAS.....	61
ANEXOS .....	64
INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	65
ESTRUCTURA DE COSTO .....	67

## LISTA DE CUADROS

Cuadro N° 1 Cuadro de Variables .....	29
Cuadro N° 2 Cuadro de la Muestra.....	33
Cuadro N° 3 Necesidades Básicas de los Usuarios .....	36
Cuadro N° 4 Precios de los Servicios de Auto Lavados.....	37
Cuadro N° 5 Ubicación Geográfica de Car Wash Elías Spress, C.A. ....	40
Cuadro N° 6 Riesgo de aceptación del Plan de Negocios .....	41
Cuadro N° 7 Interes de los clientes de la zona por la empresa .....	42
Cuadro N° 8 Propuesta de valor para los clientes de la empresa; <b>Error! Marcador no definido.</b>	
Cuadro N° 9 Medios para conocer a la empresa.....	43
Cuadro N° 10 Relaciones con los clientes .....	46
Cuadro N° 11 Las Fuentes de Ingresos.....	47
Cuadro N° 12 Recursos Claves.....	48
Cuadro N° 13 Actividades Claves .....	49
Cuadro N° 14 Socios Claves.....	50
Cuadro N° 15 Costos .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>



## LISTA DE GRÁFICOS

Grafico N° 1 Necesidades Básicas de los Usuarios .....	36
Grafico N° 2 Precios de los Servicios de Auto Lavados .....	38
Grafico N° 3 Ubicación Geográfica e Car Wash Elías Spres, C.A.....	40
Grafico N° 4 Riesgo de aceptación de un Plan de Negocios .....	41
Grafico N° 5 Interes dee los clientes de la zona oeste .....	42
Grafico N° 6 Propuesta de valor para los clientes de la empresa; <b>Error! Marcador no definido.</b>	
Grafico N° 7 Uso de Medios Publicitarios para conocer a la empresa.....	43
Grafico N° 8 Relaciones con los clientes.....	46
Grafico N° 9 Fuentes de Ingresos .....	47
Grafico N° 10 Recursos Claves .....	48
Grafico N° 11 Actividades Claves.....	50
Grafico N° 12 Socios Claves .....	51
Grafico N° 13 Estructura de Costos..... <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
INSTITUTO UNIVERSITARIO JESÚS OBRERO  
EXTENSIÓN BARQUISIMETO**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS  
DE AUTOLAVADO CAR WASH ELIAS EXPRESS, C.A.**

**Autor:** Génesis Benítez  
**Tutor:** Douglas Pérez  
**Fecha:** Enero 2023

**Resumen**

La presente investigación tuvo como finalidad proponer un plan de negocios para la prestación de servicios de auto lavado CAR WASH ELÍAS EXPRES, C.A. ubicada en la ciudad Barquisimeto Estado Lara, El trabajo se desarrolló bajo el paradigma positivista, como una investigación de campo de carácter descriptivo, orientada a la aplicación de tres fases: fase I: Diagnosticar las condiciones del mercado para la prestación de servicios de auto lavado por la empresa, se concluyó que las necesidades básicas de los usuarios, pueden ser cubiertas y se ajustan a la empresa, y su situación financiera y los precios para la prestación de servicios, el presentar un nuevo modelo del servicio de acuerdo a un plan de negocios, según la Metodología CANVAS. Fase II: Determinar la factibilidad técnica, económica-financiera, operativa y de mercado para la prestación de servicios de auto lavado, se demostró que la empresa cuenta una serie de condiciones idóneas para plantear un modelo de plan de negocio ajustado a la Metodología CANVAS, el cual es fácil y sencillo de implementar., fase III: Elaborar el plan de negocios basado en el modelo CANVAS partiendo del estudio de los diferentes factores que permitan satisfacer las necesidades del entorno y crecimiento económico de la empresa, para la prestación de servicios de auto lavado Para ello se diseñó el instrumento el cual consistió en una encuesta tipo cuestionario el mismo contiene de trece (13) ítems dicotómicos y fue aplicado a una población de seis (06) trabajadores como muestra representativa objeto de estudio. Los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento se representaron en gráficos para cada uno de los ítems, consiguiendo una interpretación a través de análisis que permitieron establecer las conclusiones y recomendaciones.

**Descriptor:** Servicio, Precio, Estructura de Costos, Plan de Negocio, Método Canva

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como finalidad el diseño de un plan de negocios utilizando el método CANVAS para la empresa auto lavado CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A., ya que es un instrumento que busca realizar una planeación adecuada para la reactivación comercial de la misma, donde se conozca información básica y de interés financiero y comercial, de la mano de la gerencia donde apoyada en este documento pueda servir de herramienta para la toma de decisiones acertadas.

Primeramente, se procede a diagnosticar las condiciones del mercado para la prestación de servicios de auto lavado, para después, poder determinar la factibilidad técnica, económica-financiera, operativa y de mercado para la prestación de servicios de auto lavado, según, este análisis se propone un plan de negocios que se adapte a la empresa, considerando que se presenta como un emprendimiento y pueda así seguir con sus funciones y mejorando sus resultados. La elaboración de esta investigación está desarrollada en cinco (5) momentos.

En el Momento I se afrontará la problemática del estudio, así como también las interrogantes, los objetivos, tanto generales como específicos y la justificación que no es más que el porqué de la misma y el alcance.

El Momento II está compuesto por un marco teórico en el que se describen los antecedentes e investigaciones relacionadas al tema de investigación, reseña histórica de la empresa evaluada, bases teóricas y legales que sustentan y fundamentan el estudio.

El Momento III se refiere al tipo de investigación, diseño y métodos en el que se especifica la naturaleza de la misma, la muestra, instrumentos y técnicas de recolección de datos empleados para la evaluación realizada.

El Momento IV está representado por el análisis e interpretación de los resultados, en atención a los objetivos de la investigación.

El Momento V está representado por las conclusiones y recomendaciones emanadas del estudio, para finalizar con las referencias.

## **MOMENTO I**

### **SITUACIÓN OBJETO DE ESTUDIO**

#### **Descripción Detallada de la Situación Objeto de Estudio**

En el ámbito empresarial resulta un grave y costoso error la improvisación, es por esta razón que utilizar un plan de negocio para pymes que estén por iniciar operaciones o que ya las hayan arrancado, es de gran relevancia el mismo, puesto que dará una ruta para que el negocio sea más rentable, alcance un desarrollo constante inclusive con expansión y por último y más importante perdure en el tiempo. Hablar de un plan de negocio es ordenar las ideas y luego llevarlas a cabo, puesto que este permite conocer información básica y concreta sobre la entidad que lo quiera implementar.

Según Longenecker, (2012) un “El Plan de Negocios permite identificar factores que señalan si el negocio tendrá éxito, concretar el enfoque del empresario para explotar la idea, con el fin de conquistar el Capital de Financiamiento”, (p.164)

Se puede decir entonces, que el Plan de Negocios es siempre una herramienta útil, porque a medida que el empresario lo va construyendo y lo revisa este puede detectar riesgos, oportunidades, prueba estimaciones diferentes; percibe las necesidades financieras y las vincula con los parámetros proyectados del negocio. El Plan de Negocios le permite, por otra parte, repensar su negocio con una metodología que lo aparte de los problemas del corto plazo y analizar con sus socios y colaboradores las perspectivas de la empresa, tal es el caso de la pyme en estudio CAR WASH ELIAS EXPRESS, C.A, la cual actualmente busca repensarse para continuar operando e ir creciendo sólidamente en el mercado.

De modo que para el mejor desarrollo de un negocio nuevo o en marcha es primordial llevar a cabo un previo plan de negocios, el mismo que en conjunto con un estudio de mercado, estudio técnico y estudio económico-financiero son de gran ayuda para operar y que un negocio tenga un modelo guía a seguir ayudando a tomar mejores decisiones en su desarrollo, en este caso la pyme en estudio CAR WASH ELIAS EXPRESS, C.A., actualmente desconoce todo este conjunto de factores, lo cual impide tomar decisiones acertadas en base a información oportuna y cierta.

Por otro lado, en la actualidad los servicios de auto lavado se enfocan en la limpieza del vehículo sin tener en cuenta la importancia que para el cliente representa aprovechar al máximo su tiempo, el cual sería un factor clave para la toma de decisión sobre el sitio escogido para la prestación del servicio. Adicionalmente, es importante que el usuario reciba un servicio de calidad no sólo en lo inherente al vehículo en sí, sino también a la calidad en la atención, comodidad de las instalaciones, confiabilidad en el servicio que recibe y en el cumplimiento de la oferta de valor propuesta por el establecimiento, buscando siempre la innovación.

Por lo anterior se hace necesario ofrecer un servicio integral que cumpla con las expectativas que un usuario espera encontrar en un auto lavado de estas características. A través del desarrollo del proyecto se evidencia nuestro interés por entregar a los clientes una propuesta innovadora centrada en el aprovechamiento del tiempo para ellos, bien sea en las instalaciones del auto lavado o a través del uso de nuestro servicio a domicilio de recogida y entrega del vehículo con énfasis en la calidad total del servicio prestado.

En este sentido, CAR WASH ELIAS EXPRESS, C.A. al inicio de sus operaciones fue una empresa rentable generadora de ingresos que le permitía a sus propietarios cubrir los gastos incurridos en la prestación de servicio, así como también generar ingresos para la manutención de índole personal de sus propietarios, siendo este último uno de los objetivos para lo cual se creó, que era la generación de una entrada de dinero producto de una fuente de empleo. Ahora bien, al transcurrir unos meses de operaciones los propietarios se vieron en la necesidad de cerrar la puerta de su emprendimiento, puesto que, a pesar de iniciar y lograr la formalización y la constitución de una compañía anónima, se evidenció monetariamente que el negocio no estaba produciendo suficientes ingresos para seguir funcionando.

Es decir, se determinó en aquel momento que a nivel comercial los costos eran muy altos de los productos y materiales utilizados para la prestación del servicio y se desconocía cual era la rentabilidad que se estaba obteniendo al momento de prestar un servicio, o sino no se estaba percibiendo la misma, pues esto era a consecuencia que no se llevaba un registro con exactitud de la Información Financiera que se generaba en la organización, de igual forma se hizo saber que no se contaba con un capital financiero que permitiera abastecerse de un inventario, adquirido a buen precio y así poder ofrecer precios de competencia, de igual forma se detectó que la publicidad era muy importante y necesaria, puesto que la competencia se podía ver que estaba allí presente y activa por las redes, notándose así y aceptando que este era otro gasto

el cual se debía incurrir y no se disponía de dinero para invertir en la propaganda y publicidad del negocio, que permite mantener a los clientes ya ganados y captar a nuevos usuarios.

Cabe resaltar que la empresa en estudio el investigador detecto durante el diagnóstico inicial la existencia de no solo condiciones y debilidades desfavorables y que estaban afectando a la organización como las detallas en párrafo anterior, sino que se hizo de conocimiento que se contaban con factores del entorno empresarial relevantes como una buena ubicación geográfica, una propuesta de valor de embellecimiento general a todo tipo de vehículos bien definida, relación con sus clientes y otras instituciones, unos equipos de trabajo para la prestación del servicio, una publicidad no muy impactante pero si la manejaba, siendo esto de mucho valor y oportuno para reorganizar e impulsar la marcha operativa del negocio que sea rentable, como parte del aporte que se persigue con esta investigación.

Ahora bien, según todo lo descrito en párrafos anteriores obtenido directamente de conversaciones informales y directas con su dueño, fueron muchas las debilidades y condiciones favorables que presento la empresa en estudio, y el investigador le dio a conocer a los propietarios la existencia de una valiosa herramienta como lo es el plan de negocio, que se podía implementar en su empresa, y así este reactivarla pero ya con ideas organizadas y con información básica y clave de la entidad que le permitirán operar su negocio de manera más óptima en lo técnico en lo económico y en lo financiero.

Por lo expresado anteriormente, se evidencia la importancia de planear las actividades económicas de toda organización y en este caso específico se propone el trabajar con un plan de negocios basado en la metodología CANVAS, para la prestación de servicios del auto lavado CAR WASH ELIAS EXPRESS, C.A. lo cual aprovechando que unas de sus ventajas es la de ofrecer su información segmentada y valiéndose de esto y trabajando en base al diagnóstico inicial por parte del investigador, buscara subsanar las debilidades encontradas con el fin de que el auto lavado logre posicionarse en el mercado de su misma rama, así como también obtener una rentabilidad que sea razonablemente aceptada después de cubrir sus costos y gastos.

Para dar inicio a la investigación en la empresa de estudio–auto lavado CAR WASH ELIAS EXPRESS, C.A., surgen unas series de interrogantes, las cuales serán una ruta para el desarrollo de la misma;

¿Qué conocimiento se tiene sobre las condiciones de mercado para la prestación de servicio de CAR WASH ELÍAS EXPRESS, C.A.?

¿Cómo se puede determinar la factibilidad técnica, económica-financiera, operativa y de mercado para la prestación de servicios de auto lavado CAR WASH ELÍAS EXPRESS CA?

Cuál es el método CANVA y la elaboración de un plan de negocio para la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C

Una vez dadas respuestas a las interrogantes, me apropio de la investigación para darle entrada a los objetivos de las mismas, los cuales detallo a continuación.

### **Objetivos de la investigación**

#### ***Objetivo General***

Proponer un plan de negocios para la prestación de servicios de auto lavado CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.

#### ***Objetivo Específicos***

Diagnosticar las condiciones del mercado para la prestación de servicios de auto lavado CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.

Determinar la factibilidad técnica, económica-financiera, operativa y de mercado para la prestación de servicios de auto lavado CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.

Elaborar el plan de negocios basado en el modelo CANVAS para la prestación de servicios de auto lavado CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A

### **Justificación e importancia**

Toda empresa o emprendimiento debe tener un plan de negocio, es decir un documento que le permita conocer los productos y servicios que suministra, las operaciones comerciales que desarrolla, cuáles son sus planes futuros, y el financiamiento con que cuenta y el que está requiriendo para su evolución empresarial, de igual forma mediante este se puede presentar y describir el desarrollo futuro de un emprendimiento, demostrando que el mismo es factible.

Actualmente, el objetivo básico del negocio consiste en la limpieza interior y exterior de vehículos, pero debe cumplir con características de servicio que desean los consumidores, para que este negocio sea atractivo. Primordialmente se debe saber que las personas que utilizaran el

lavado de autos lo hacen porque prefieren pagar para que alguien lo haga, pero esperan que el mismo sea realizado con calidad, esmero y gusto (como ellos mismos lo harían). De allí que es sumamente importante ofrecer al cliente valores agregados importantes que le garanticen el beneficio de volver con satisfacción al negocio

De modo idéntico, se puede señalar, que CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A., es una empresa que se desempeña en ofrecer el servicio de auto lavado de manera rápida y económica, orientada a obtener la satisfacción de nuestros clientes a través de una calidad total en el servicio, además de un trato amable por parte del personal; garantizando a sus accionistas una rentabilidad creciente y sostenible. En consecuencia, la empresa persigue la consolidarse en el sector de servicio de auto lavado, en constante crecimiento, posicionándose en la mente de los clientes como la mejor empresa para el lavado y embellecimiento de sus vehículos.

En atención a lo expuesto, esta investigación se justifica desde el punto de vista teórico, por cuanto ofrece información sobre cómo se puede elaborar un plan de negocio y consolidar a una empresa prestadora de servicio de lavado de carros e involucrar el personal de la organización al proceso de toma de decisiones, delegando así responsabilidad, promoviendo la capacidad comunicativa y la empatía como vías para el fortalecimiento del trabajo en equipo donde prevalece la cooperación y el compromiso, siendo esto un reto muy importante pues la entidad en estudio presenta la ausencia de la mayoría de todo lo antes mencionado, y es parte de lo que se busca hacerlos crecer desde lo interno hacia lo externo.

Desde la perspectiva social y empresarial, es significativo porque llevar a cabo un plan de negocios le permitirá consolidarse en el mercado con una calidad y perspectiva visionaria que le permitirá mejoría en la acción gerencial y a todos los empleados sentir que son parte activa del desarrollo del proceso, lo cual va a repercutir de manera favorable en su crecimiento de todo el y de la entidad.

En relación a lo metodológico, esta investigación evidencia su aporte al brindar a otros investigadores interesados en los tópicos planteados y a la población estudiada, los resultados obtenidos con el fin de mejorar y profundizar en la temática. En lo institucional, los resultados obtenidos del presente estudio, permitirá crear componentes correctivos que permitan optimizar la prestación del servicio y la consolidación en la organización objeto de estudio. Así mismo, la investigación significaría ser ejemplo de la aplicación de las ciencias administrativas, humanas y sociales.



Del mismo modo, se resalta que dicha investigación esta insertada en la línea de investigación contabilidad de gestión, propiciando adaptaciones de las organizaciones en pro de la optimización de su proceso de costos por servicios prestados y la rentabilidad deseada o esperada enmarcada dentro de las normativas vigentes en nuestro país como lo exige la ley orgánica de precios y costos justos, de igual forma al alcanzar lo descrito en líneas que le anteceden se consolidara en el mercado y ofrecerá estabilidad económica a sus propietarios.

### **Alcance y Limitaciones**

El alcance de una investigación indica el resultado, lo que se obtendrá a partir de ella y condiciona el método que se seguirá para obtener dichos resultados, por lo que es muy importante identificar acertadamente dicho alcance antes de empezar a desarrollar la investigación. Este estudio está centrado en proponer un plan de negocios basado en la metodología CANVAS, para la prestación de servicios de auto lavado CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A., para el posicionamiento y mejora en la prestación del servicio de dicha organización. Durante el desarrollo de esta investigación, se considera que no se confrontarán limitaciones significativas que restringieran la obtención de la información para dar desarrollo a los objetivos de la misma, gracias a que los datos serán suministrados por los mismos trabajadores de la organización. En tal sentido, se contará con la receptividad de los trabajadores al momento de la aplicación del instrumento, en donde se recolectará toda la información, el tiempo para la ejecución de los objetivos será de 45 días (2 meses) lo equivalente al lapso de duración de las pasantías.

## MOMENTO II

### SOPORTE CONCEPTUAL

Un marco teórico puede definirse como la exposición, análisis de aquellas teorías y enfoques teóricos que se consideren válidos para el correcto encuadre del problema de investigación. Por otro lado, el marco conceptual se refiere a las ideas, experiencias y conceptos que tenga sobre el tema el autor del trabajo.

A lo largo de la investigación realizada, se llevó a cabo una extensa revisión bibliográfica en el área investigativa, lo que permitió encontrar algunos estudios que orientan y soportan el desarrollo del presente trabajo. En consecuencia, Tamayo (2012), afirma que: “todo hecho anterior a la formulación del problema que sirve para aclarar, juzgar e interpretar el problema planteado constituye los antecedentes.” (p.149).

#### Antecedentes

Los antecedentes presentados a continuación son los resultados que fueron encontrados por otros investigadores sobre temas similares a la temática abordada de los Planes de negocio, las cuales proporcionan un aporte considerable para la realización del marco teórico, teniendo esta vinculación directa con la variable. Estos referentes se toman de centros estudios internacionales como nacionales.

A nivel internacional, Ortegón C., y Solano M. (2019), en la universidad pedagógica y tecnológica de Colombia, en Colombia. Titulado como “*Plan de Negocios para la Creación de Empresa de Servicios Especializados en Seguridad y Salud en el Trabajo en el Municipio de Chiquinquirá*”. El objetivo general era Elaborar un Plan de Negocios para la creación de una empresa prestadora de servicios especializados en Seguridad y Salud en el Trabajo en el Municipio de Chiquinquirá Boyacá, el tipo de estudio a emplear en este proyecto fue descriptivo, puesto que lo que se pretende es describir, buscar específicamente las necesidades del mercado en cuanto a la seguridad y salud en el trabajo para darle viabilidad al proyecto de creación de empresa. En cuanto a las conclusiones, se tiene que es viable la creación de una empresa

prestadora de asesorías y servicios especializados en temas de Salud Ocupacional en el municipio de Chiquinquirá Boyaca, ya que las variables que se encuentran en la región, tales como la aparición de nuevas empresas de diferentes sectores de la economía, la casi inexistente de competencia y la obligatoriedad de la implementación de la norma dentro de las organizaciones; generan un alto grado de viabilidad en la generación de recursos.

Por otro lado, dentro del estudio financiero, se pudo analizar los costos de puesta en marcha, los gastos legales y de constitución, de adecuaciones, equipos y publicidad los cuales suman \$46.979.507, son retornados de manera óptima y oportuna gracias a la penetración en el mercado eficiente. De modo similar, la base fundamental del crecimiento de las empresas no solo se encuentra en el departamento de Boyacá sino a nivel global y está enfocado en la creación de su valor agregado.

Ahora bien, se puede señalar que este trabajo aporta a la presente investigación información muy importante en cuanto a los resultados presentados como lo relacionado con la estimación y proyección de la demanda, la competencia, relación entre la oferta y a demanda, los canales de comercialización, la determinación de los precios del servicio, publicidad, promoción y medios publicitarios.

A nivel Nacional encontramos, Morales E. (2021), presenta en la universidad Nueva Esparta, su trabajo de grado Titulado ***“Plan de Negocios para la Creación de una Empresa Comercializadora y Distribuidora de Víveres Importados en el Municipio el Hatillo Estado Miranda para el año 2021”***. El objetivo general es el de proponer un plan de negocio para la creación una empresa comercializadora y distribuidora de víveres importados en el municipio El Hatillo estado Miranda, el contenido teórico contempló en sus bases la administración, los procesos administrativos, estudio técnico, estudio de localización, estudio de mercado, estudio económico financiero. El estudio se apoyó en un diseño mixto, modalidad de proyecto factible, tipo descriptivo, diseño no experimental, se tomaron dos poblaciones: “A” habitantes del municipio El Hatillo, “B” Los dueños y gerentes de empresas comercializadoras y distribuidoras de víveres importados que hacen vida en la Gran Caracas.

La muestra quedó conformada por trescientos ochenta y dos (382) habitantes y dos (2) encargados de empresas de ventas de víveres importados. Para recolectar la información se aplicó un cuestionario y un guion de entrevista, los resultados se presentaron a través de la

estadística descriptiva, los cuales generaron insumos para presentar el plan de negocio, quedando estructurado entre otros por el estudio de localización, el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio económico financiero, de este último se desarrolló el total de gastos operativos, la proyección de ingresos por ventas, la inversión inicial, conformación de capital, el flujo de caja en el que se calculó la tasa interna de retorno, valor presente neto, punto de equilibrio, relación costo beneficio, resultando estos datos positivos, dando por sentado la rentabilidad y viabilidad del negocio.

En las conclusiones se verificó el logro de los objetivos específicos, determinando que el plan de negocios es factible operativa, económica y financieramente. Se destaca el aporte de esta investigación con nuestro objeto de estudio puesto que en ambos trabajos se desarrollan las variables de estudio lo financiero y la investigación de mercado, como parte de las problemáticas desarrolladas.

A nivel Regional encontramos a Alburjas y Rodríguez (2022) las cuales realizaron una investigación titulada *“Plan Estratégico para la Reorganización Operativa del Taller de Costura Nora Designs 8”* en el Instituto Universitario Jesús Obrero (IUJO) en la ciudad de Barquisimeto, para la obtención del título en Técnico Superior Universitario en Contaduría, el objetivo general de la investigación fue proponer un plan estratégico para la reorganización operativa del taller de costura “Nora Designs 8” ubicado en Quíbor, municipio Jiménez, edo. Lara. Dicha investigación es de naturaleza proyectiva bajo el enfoque cuantitativo. Las técnicas de recolección de datos, fueron la encuesta y la observación directa, fueron aplicadas a las cuatro (4) personas que conforman el total de la población seleccionada del emprendimiento. Como instrumento de recolección de datos fue usado el cuestionario de preguntas cerradas, con quince (15) ítems específicos con alternativa de respuesta dicotómica (si/no).

De acuerdo a la información recolectada, analizada e interpretada, se concluye que el taller de costura Nora Designs 8 amerito la implementación de un plan estratégico para la reorganización en el área operativa, donde se ve muy involucrada la estructura organizacional del emprendimiento, así como la inclusión de estrategias que permitan el desarrollo del taller de costura, para posteriormente consolidarse como una empresa registrada a nivel legal.

Finalmente, se recomienda realizar seguimiento para prevenir fallas futuras y para tener conocimiento de las actividades y estrategias que son llevadas a cabo dentro del desarrollo del plan estratégico. Esta investigación se relaciona con nuestro estudio, puesto que en ambas se busca la reorganización de la entidad para así garantizar sus actividades comerciales y financieras.

Todos los estudios descritos anteriormente, guardan relación y de igual forma vinculación directa con la temática en estudio que en este caso corresponde a la elaboración de un Plan estratégico para la prestación de servicio en una organización, de igual manera aportan contenido teórico, legal y procedimental, generando apoyos que serán considerados para la elaboración de la presente investigación.

### **Bases Teóricas**

Como seguimiento se desarrollarán las siguientes bases teóricas de la administración, referente a esta temática. Pues la misma representa el soporte de teorías, tendencias y punto de vista que dan soporte al tema de investigación, a fin de obtener conclusiones que proporcionen las posibles soluciones de la problemática en estudio. Es así, Arias (2012) indica que: “Las bases teóricas implican un desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado para sustentar o explicar el problema planteado” (p.07). Es decir que, es en esta sección donde se plantea la información bibliográfica, siendo muy importante en la elaboración de una investigación, ya que permite, la concepción de diferentes autores sobre las ideas, conceptos y teorías que abarca el proyecto, además de agregarle validez a la investigación.

### ***Planificación***

Según Zorita (2015) Manifiesta que; Planificar. Significa “anticipar el escenario con el tiempo razonablemente suficiente como para que quede capacidad de respuesta”. Pero el plan es un medio, no un fin, un medio para alcanzar el objetivo con: Eficiencia, Productividad y. Eficacia” (p. 14). Planificar es decir con antelación suficiente para tomar las decisiones en la

empresa define el tipo de plan. Sea a corto, mediano o largo plazo, está compuesta por la agregación de los planes de cada departamento.

Es así como, el proceso de planificación sirve para asignar responsabilidades específicas para cada departamento de la empresa, cohesionados entre sí, compartiendo un solo sentido de dirección. Zorita (ob.Cit.) “La planificación es una función básica que permita que la empresa se prepare hoy para compartir en escenarios futuros mediante predicciones fundamentadas, controlando riesgos y aprovechando oportunidades” (p.15).

*Tipos de planificación.*

Según Socorro C. (2012) define qué los tipos de planificación;

La planificación es el proceso en el que se determina el cómo llegar adonde quiere, diferentes autores plantean varios modelos de esta temática, por lo cual, existe una gran variedad de tipos de planificación que están enfocados a velar por el bienestar empresarial desde diferentes ámbitos como por ejemplo en el plan estratégico en el cual se estipulan las principales estrategias para conseguir la visión a largo plazo planteada por la empresa. (s/p).

Sin embargo, la situación depende del escenario actual en el que se encuentre la empresa tomando en cuenta el entorno y la realidad en la que se desenvuelve, la holística global y permanente, que busca converger hacia una visión integradora que contenga todos los aspectos que intervienen en el proceso de planificación y la prospectiva en la que se buscan alcanzar objetivos a corto plazo

### ***Planificación Financiera***

La planeación financiera dará a la compañía una coordinación general de funcionamiento en todas sus actividades. De igual forma, es de gran importancia para la consolidación y permanencia de la compañía en el mercado que se maneja.

Para Ortega 2008, la planificación financiera consiste en;

La planifica financiera es una técnica que reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos con el fin de establecer los pronósticos y las metas

económicas y financieras de una empresa, tomento en cuenta los medios que se tienen y los que se requieren para lograrlo (p.192)

La planificación financiera es un proceso donde se decide qué acciones se llevarán a cabo a corto, mediano y largo plazo, para lograr los objetivos trazados por la compañía: el planeamiento de lo que se desea hacer, hará llevar a la práctica lo planificado y verificar lo que se logró hacer.

### ***Plan***

Según González, (2016) sostiene que el plan es el termino de carácter más integral. “El plan hace hincapié en las decisiones de carácter global. Expresando los lineamientos fundamentales prioritarios y de gran alcance al determinar las estrategias que son elementales a mediano y largo plazo, al aplicar un análisis interno y externo” (p. 41).

Por otro lado, existe una gran variedad de tipos de planes como son los de negocios el cual es un documento, claro, preciso y sencillo, que surge como resultado del proceso de planificación, el mismo que sirve para guiar para la empresa, en él se plasman los objetivos deseados y actividades a desarrollarse para alcanzarlos. Villarán, (2009), “el plan estratégico contiene un listado de los objetivos que se enfocan a conseguir la visión organizacional propuesta”. (s/p).

#### *1.2.2 Negocio*

En la NIIF 3, Ruíz (2017) nos señala de manera muy precisa que;

Un negocio se define como un conjunto dirigido y gestionado con el propósito de proporcionar una rentabilidad en forma de dividendos, menores costes u otros beneficios económicos directamente a los inversores u otros propietarios, miembros o partícipes adicionalmente, identifica tres elementos en un negocio: insumos, procesos aplicados a los insumos y productos (p. 6).

##### *1.2.2.1 Tipos de negocios*

Según Arturo, (2009) nos afirma; cuáles son los diferentes tipos o clases de negocios según su tipo de actividad;

Existe una gran variedad de tipos de negocios como son los de servicios, de producción o manufactura, de extracción, de ventas al por menor (minoristas) y de ventas al por mayor (mayoristas), que se focalizan en un segmento determinado en el que se desarrollan de allí que la empresa de estudio pertenece al es de servicios y de venta al por menor y mayor (s/p).

### 1.2.3 *Plan.*

Según González (2016) El plan es el termino de carácter más integral. “El plan hace hincapié en las decisiones de carácter global. Expresando los lineamientos fundamentales prioritarios y de gran alcance al determinar las estrategias que son elementales a mediano y largo plazo, al aplicar una análisis interno y externo” (p. 41).

### ***Plan de negocio***

Según fuente electrónica <https://www.aicad.es/plan-negocios-importancia/>, consultada un plan de negocio, sirve de guía para gerencia un negocio ya instalado y permite planificar, organizar, coordinar, llevar registro y control, así como evaluar éxitos, fallos y riesgos. La guía que nos ofrece el plan de negocios, nos permite aprovechar y planificar el empleo de recursos, definir estrategias, así como pasos y acciones. De esta forma podemos saber a dónde vamos; sin incertidumbre y reducir los obstáculos. Además, permite organizar la delegación de actividades de la empresa, quienes estarán a cargo de las actividades para implementar y administrar, coordinar, llevar control y evaluar y así alcanzar eficiencia.

Un Plan de Negocio es un documento estratégico que se hace cuando se intenta comenzar u organizar un negocio o una compañía. Este se convierte en una herramienta estratégica primordial para cualquier emprendedor, ya que integra los principales aspectos del negocio. El emprendedor y sus socios son los responsables de redactar el documento en el cual se comparten



todos los planes, objetivos y metas del emprendimiento. Por medio del plan de negocios se podrán organizar las ideas, detallar que se desea hacer y que se necesita para desarrollar e implementar la idea de negocio, este también permitirá mejorar la empresa.

### ***Precio***

Según Kotler y Armstrong (2013), el precio “es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o un servicio” (s/f), según el concepto antes citado, todo bien o producto se le adjudica un precio de venta y este va a variar y dependerá exclusivamente de su costo y el margen de utilidad que se le deba fijar en este caso en Venezuela no puede exceder del 30% según la norma que lo regula norma que lo regula Ley de Costos y Precios al Consumidor.

### ***Ubicación Geográfica***

**Ray Kroc**, legendario promotor de **McDonald's**, decía los tres elementos esenciales para alcanzar el éxito en un negocio son: ubicación, ubicación y ubicación. Esta frase es perfectamente ilustrativa de la importancia de elegir el emplazamiento adecuado para llevar a cabo un proyecto empresarial.

Como se indicó en el párrafo anterior, la importancia de la ubicación de un negocio marcará la diferencia, es decir la ubicación y las características del espacio en el que se instale, sea local comercial, oficina, pueden jugar un papel determinante en la posición competitiva y las posibilidades de éxito de muchas entidades, especialmente en sectores como el comercio de productos o servicios.

### ***Servicios***

Para Sandhusen 2002 nos dice que “Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo”., (p.285) Las actividades que son ofertadas en el mercado como servicios, llegan a beneficiar indirectamente a la persona, ya que dentro del mercado se

puede ofertar la venta de servicios profesionales, servicios de reparación de vehículos, entre otros que podemos encontrar en el mercado.

En ese sentido, Servicio se entiende como una acción destinada a satisfacer las necesidades del público de forma tangible e intangible. De acuerdo a Galviz 2011 en el sentido más amplio “es una práctica gerencial que tiene por objetivo, aumentar el nivel de satisfacción del cliente consistente en actividades identificables, diferenciables y esencialmente intangibles, que proveen beneficios individuales o colectivos, y no están atadas a la venta de un producto” (p.21), es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad que viene de los procesos de la vida diaria cuando se habla de intangibilidad. Lo que se deriva de solucionar y atender las quejas, reparar los productos defectuosos en el momento oportuno para hacerlo y tener la disponibilidad del producto o servicio garantizado, volverlo accesible a los clientes de manera fácil y cómoda.

### ***Rentabilidad***

Gitman (1997) dice que “rentabilidad es la relación entre ingresos y costos generados por el uso de los activos de la empresa en actividades productivas” (p.1). Es de allí donde se parte que siempre que se venda un producto o se preste un servicio se tendrá la intención de obtener una rentabilidad

Otros autores como De La Hoz, Ferrer, & De La Hoz (2008) describen que “la rentabilidad como un indicador amplio e importante a nivel mundial, permite que bajo su análisis financiero se tenga una valoración a una empresa sobre la capacidad que tiene para generar beneficios y así financiar sus operaciones” (p.51). De este modo tener un diagnóstico sobre la situación de una empresa, permite a los directivos tomar decisiones acertadas, teniendo en cuenta que una decisión incorrecta provocará graves problemas que se verán afectados en la mejora de la economía de la empresa.

De igual forma la rentabilidad para Hernández & Ríos (2013) “es una variable exógena, es decir una variable específica, ya que afecta la estructura financiera, la combinación de la deuda y el capital destinado al financiamiento”. (p.52). De allí que es un elemento muy importante en la empresa, ya que evalúa la gestión de la empresa para convertir las ventas en ganancias.

## ***Inventario***

Un inventario es un registro de los productos, materiales, partes o insumos que posea una empresa y piensa utilizarlos dentro de sus procesos de producción y/o prestación de servicios. Dicho registro tiene una función contable bastante concreta. En efecto Catacora. (1998) dice que los inventarios “representan las partidas del activo que son generadoras de ingresos para varios tipos de empresa, entre las cuales se encuentran las que tienen una actividad de transformación y las que se dedican a la compra y venta o comercialización”. (p.148), Se entiende entonces como inventario al registro del conjunto de bienes tangibles que se encuentran en existencia, ya sea para su transformación, venta, uso o cualquier otro aspecto que asegure el cumplimiento de los servicios hacia los clientes

## ***Estudio de Mercado***

Este es la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Aunque la cuantificación de la oferta y la demanda pueda obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, ya que proporcionan información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otra fuente de datos.

Baca y Urbina 2010, señalan que “el objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado” (s/p). El investigador del mercado, al final de un estudio meticuloso y bien realizado, podrá palpar o sentir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado.

## ***Modelo CANVAS***

El modelo para el Plan de Negocio, más utilizado en los últimos años, es el modelo de Lean Canvas. Según Silva (2022), menciona que:

Es una herramienta de gestión estratégica que permite analizar y crear modelos de negocio de forma dinámica y visual. Gracias a su formato de lienzo, dividido en 9 bloques, el modelo canvas ofrece un panorama global y simplificado de la empresa. (p. 01).

En el mismo orden de ideas el método CANVA, ofrece la posibilidad de trabajar la información segmentada y de allí se aprovechará esta fortaleza en la investigación en estudio y se afianzara el investigador en proponer y hacer más énfasis en las áreas en las que se detectó debilidades y fallas, para así presentar propuestas de fortalecimiento y posibles soluciones a sus socios, y demás interesados.

En otras palabras, este modelo de negocio permite describir las bases sobre las que una empresa se crea, proporciona o capta valor, permitiendo la evaluación, a grandes rasgos, de las ideas para el negocio y respondiendo diversas interrogantes para el mejoramiento del mismo. Por ello, el método CANVA se usa como iniciativa anticipada para plasmar el modelo empresarial que se ejecutara con el propósito de detectar la viabilidad del plan, teniendo en cuenta los 9 módulos, que representan las áreas claves que se deben analizar para el plan de negocio. Dichos módulos, reflejan la lógica que sigue una empresa para conseguir un objetivo.

### *Segmento de clientes*

Según Silva (ob. cit.) segmento de clientes es;

Es un bloque de contenido que permite identificar en qué tipos de clientes se enfoca la empresa (...) Este bloque tiene estrecha relación con la oferta de valor, porque dependiendo de la necesidad del cliente se debe construir la oferta y dependiendo de la propuesta de valor, será posible encontrar nuevos segmentos. (p.1)

Podemos decir entonces que son los diferentes grupos de personas u organizaciones que en sus objetivos estratégicos quiere alcanzar o servir, se definen como los clientes, teniendo en cuenta las necesidades y el comportamiento del modelo de negocio. En el modelo CANVAS el saber e identificar perfectamente a los clientes, es imprescindible para responder a la pregunta ¿para Quién?, actualmente la entidad en estudio ofrece sus servicios de embellecimiento general

de vehículos a todos sus usuarios de la zona cercana donde está ubicado, y quiere expandir sus servicios a otras localidades o latitudes.

### *Propuesta de valor*

Según Silva (ob. cit.): “Se refiere a los productos y servicios que ofrece la empresa que satisfacen las necesidades de sus clientes. Es el motivo por el cual el cliente le compra a nuestra empresa y no a la competencia.” (p. 01). Es la razón por la que un cliente prefiere los productos y no lo adquiere en otro sitio, se debe a la escasez de negocios que ofrecen los mismos productos en determinada zona geográfica, describiendo de esta manera las características del servicio que crea valor para un determinado segmento del mercado. en este punto es necesario definir cuál será el valor agregado que se dará al producto o servicio para que se diferencie de la competencia dando respuesta a la interrogante ¿el Qué?, es decir la entidad en estudio tiene bien definida su propuesta de valor de embellecimiento general de vehículos a sus clientes y está dispuesto a mejorarla constantemente.

### *Canales de distribución*

Según Silva (ob. cit.): “Son aquellos medios que tiene la empresa para hacer llegar la propuesta de valor a sus clientes. En este bloque del lienzo, se definen los canales de distribución más rápidos y rentables para llegar al segmento de clientes definido.” (p. 01). Se deben implementar canales con medios tecnológicos como las redes sociales y una página web propia, con la finalidad de ofrecer o hacer llegar los productos y/o servicios a los clientes y poder cumplir las necesidades de todos los grupos de interés, siendo este el medio más directo mediante el cual la empresa u organización hará llegar el producto o servicio al cliente

### *Relaciones con los clientes*

Según Silva (ob. cit.):

Se trata de identificar el tipo de relación que se pretende construir con los segmentos de clientes, la participación que tendrán en la propuesta de valor y la coherencia de esta relación con la comunicación y el posicionamiento de la marca. (p. 01).

Podemos decir entonces, que es el contacto directo con los clientes de la zona, así como promociones ofrecidas y la atención del personal, permiten mantener la fidelidad de los clientes y fortalecer la propuesta de valor ofrecida a los diferentes grupos de interés, en este punto se definen la forma en que se darán las relaciones comerciales con los clientes.

#### *Fuentes de ingresos*

Según Silva (ob. cit.): “Se refiere a la forma como la empresa será rentable.” (p. 01). Es decir, los ingresos percibidos de las ventas se obtienen mediante el pago en efectivo primordialmente. Sin embargo, al implementar nuevos canales de cobro se debe considerar el pago por medio electrónico y todos los canales que este ofrece. De continuar con la misma frecuencia y aumentando la cantidad de las ventas, se considera plenamente viable la expansión del negocio, aquí se identifican las principales fuentes generadoras de ingresos para la empresa.

#### *Recursos clave*

Según Silva (ob. cit.): “Son aquellos recursos físicos, intelectuales (como derechos de autor o patentes), humanos y financieros, que son necesarios para crear valor para el cliente.” (p. 01). Es por eso que se dice que el principal recurso clave es el talento humano quien se encarga de una atención personalizada, lo cual permite fortalecer la propuesta de valor y las relaciones con los clientes. Sin embargo, para lograr mantener una correcta armonía con los diferentes grupos de interés, se debe capacitar al personal e involucrarlo con lo organización en estudio, que se identifique con ella y así al momento de prestar el servicio a los clientes lo harán con mayor dedicación, cuidando detalle y esto fortalece y consolida la propuesta y hace crecer al negocio.

#### *Actividades clave*

Según Silva (ob. cit.): “Hacen referencia a todas aquellas tareas que son necesarias para llevar a cabo la propuesta de valor que la empresa va a ofrecer a sus clientes” (p. 01). La principal actividad clave buscar la interacción constante con sus clientes por medio de aplicativos electrónicos como Whatsapp y Facebook, facilitando la elección de compra. Esta actividad le permitirá un mayor crecimiento en la comercialización de sus servicios con una

distribución eficaz, las actividades procesos y procedimientos que deberá seguir el personal para brindar un servicio enfocados a la optimización de recursos evitando la duplicidad de acciones que generan pérdidas económicas a largo plazo.

### *Socios claves*

Según Silva (ob. cit.): “Se refiere a todos aquellos actores que proporcionan los recursos clave para ofrecerle al cliente la propuesta de valor. Esa red de socios está conformada principalmente por proveedores, pero también incluye alianzas estratégicas.” (p. 01). Dentro de la propuesta se maneja la posibilidad de la entrada de nuevos socios que vengan a inyectar capital financiero que permita se fortalezca el negocio en relación a mantener un inventario de aditivos y productos necesarios para la prestación del servicio de auto lavado, lo que garantiza se pueda ofrecer un servicio de calidad, oportuno y con precios más competitivos, y se mantenga la propuesta de valor que se planteó la entidad en estudio desde sus inicios.

### *Costos*

Según Silva (ob. cit.): “Responde al soporte financiero que requiere la operación de la empresa.” (p. 01). Consiste en detectar los costes de la empresa, dividirlos y plasmarlos, considerando cuales son prioritarios y cuales no para el modelo de negocio elegido

Partiendo de la definición de Costos el autor Sarmiento (2011), manifiesta que, “el costo es una inversión, que se hace directamente en el departamento de producción, en consecuencia, es un valor recuperable e inventariable” (p. 46). En efecto, los costos es todo aquello que va a generar ingresos, es decir, representan inversión ya sea presente o futura. Es imprescindible resaltar que, al saber el costo de un bien o servicio facilitaría conocer la cantidad de tiempo y esfuerzo que las empresas destinan a la elaboración de dichos bienes.

Es por esta razón y otras, que desde el momento en que la organización comience a mantener una información financiera al día (costos y gastos incurridos que se necesitan para la prestación del servicio), veraz y oportuna podrá fortalecer y trabajar y fijar sus precios y ganancias mediante la estructura de costo, siendo esto de mucho valor e importancia financieramente hablando para la entidad en estudio, pues le permitirá trabajar con certidumbre,

tomar decisiones y buscar mejorar sus ganancias partiendo desde las que ya está generando el negocio del auto lavado con la propuesta de valor que actualmente ofrece.

### **Bases Legales**

Las bases legales constituyen el conjunto de documentos de naturaleza legal que sirven de testimonio referencial y de soporte a la investigación, entre esos documentos están: Normas, Leyes, Reglamentos, Decretos y Resoluciones. Esto establece un marco jurídico sobre el cual se ampara la actividad desarrollada por la empresa objeto de la investigación, dotándole validez a los resultados que se obtengan.

Asimismo, el basamento legal está compuesto por un conjunto de instrumentos que sirven como testimonio referencial al estudio establecido. En esta sección se recogen las principales leyes y reglamentos que definen estrategias para las actividades relacionadas con las cuentas por cobrar. Según Pérez (2009) “Es el conjunto de leyes, reglamentos, normas, decretos. etc., que establecen el basamento jurídico sobre el cual se sustenta la investigación”. (p.65)

A continuación, se presenta una serie de artículos que poseen un vínculo al trabajo realizado:

Dentro del aspecto legal que sustentara esta investigación está en primer orden la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) Gaceta Oficial N° 36.860, en su Artículo 3 y 87, 112 el cual establece:

**Artículo 3.** El Estado tiene como fines esenciales la defensa y el desarrollo de la persona y el respeto a su dignidad, el ejercicio democrático de la voluntad popular, la construcción de una sociedad justa y amante de la paz, la promoción de la prosperidad y bienestar del pueblo y la garantía del cumplimiento de los principios, derechos y deberes reconocidos y consagrados en esta Constitución. (p.1).

La educación y el trabajo son los procesos fundamentales para alcanzar dichos fines. Como lo indica el artículo antes señalado, dentro del Título de los Principios Fundamentales, el Estado venezolano debe garantizar una diversidad de derechos inalienables al ser humano, entre ellos se encuentra la salud, la educación y el trabajo, como bases para la construcción, desarrollo, integración y evolución de la persona y la sociedad.



**Artículo 87.** Toda persona tiene derecho al trabajo y el deber de trabajar El Estado garantizará la adopción de las medidas necesarias a los fines de que toda persona pueda obtener ocupación productiva, que le proporcione una existencia digna y decorosa y le garantice el pleno ejercicio de este derecho. Es fin del Estado fomentar el empleo. La ley adoptará medidas tendentes a garantizar el ejercicio de los derechos laborales de los trabajadores y trabajadoras no dependientes.....El Estado adoptará medidas y creará instituciones que permitan el control y la promoción de estas condiciones. (p.17)

En el artículo antes referido, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (2009), expresa que el Estado venezolano debe garantizar las condiciones por medio de diversas acciones el fomento del empleo y por ende el derecho al trabajo sin exclusión de cualquier índole en su acceso por parte de los ciudadanos.

**Artículo 112.** Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país. (p.22)

Como lo señala el artículo antes indicado, el Estado venezolano debe garantizar a los ciudadanos el libre ejercicio de la actividad económica como parte del desarrollo del país y la sociedad, siempre y cuando estén consideradas como actividades lícitas y no socaven los derechos del acceso a bienes y servicios.

En este sentido y dentro del capítulo sobre los Derechos Económicos, la carta magna prohíbe el monopolio y es considerado como agente contrario a los principios de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (2009), de igual manera, garantiza el derecho a la

propiedad, pero con restricciones cuando refiera al interés público y el Estado tendrá la potestad de expropiarlo garantizando la justa indemnización.

Dentro del aspecto legal que sustentara esta investigación seguidamente abordaremos la Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras Gaceta Oficial N° 6076, 7 de mayo de 2012

**Artículo 1.** Esta Ley tiene por objeto proteger al trabajo como hecho social y garantizar los derechos de los trabajadores y de las trabajadoras creadores de la riqueza socialmente producida, y sujetos protagónicos de los procesos de educación y trabajo para alcanzar los fines del Estado democrático y social de derecho y de justicia, de conformidad con la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y el pensamiento del padre de la patria Simón Bolívar. (p.2)

Regula las situaciones y relaciones jurídicas derivadas del proceso de producción de bienes y servicios, protegiendo el interés supremo del trabajo como proceso liberador, indispensable para materializar los derechos de la persona humana, de las familias y del conjunto de la sociedad, mediante la justa distribución de la riqueza, para la satisfacción de las necesidades materiales, intelectuales y espirituales del pueblo.

El primer título de la Ley Orgánica del Trabajo (2014), recoge de manera exhaustiva el legado constitucional en un solo cuerpo, y en tal sentido la legislación laboral pasa de regir las situaciones derivadas del trabajo como hecho social, a proteger el trabajo como hecho social y garantizar los derechos de los trabajadores y trabajadoras, como sujetos protagónicos de los procesos sociales de educación y trabajo.

De esta manera, se consagra el derecho al trabajo y el deber de trabajar de las personas de acuerdo a sus capacidades y aptitudes, lo cual incluye a las personas con discapacidad. También se garantiza la igualdad y equidad de género en el ejercicio del 43 derecho al trabajo, y se incorporan como oficiales los idiomas indígenas en la relación de trabajo, y se reconoce la obligación de comunicar las disposiciones que se comuniquen en dichos idiomas a los trabajadores y trabajadoras indígenas. Se prohíbe el trabajo a las personas antes de los catorce años de edad, y acoge las disposiciones de la Ley Orgánica de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes.

**Artículo 9.** La legislación y regulación jurídica en las materias de trabajo y seguridad social son competencia exclusiva del Poder Público Nacional, a través de los poderes Ejecutivo y Legislativo de conformidad con la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. En consecuencia, los estados y los municipios no podrán dictar leyes, ordenanzas ni previsión alguna sobre estas materias. Quedan a salvo las disposiciones que dichas entidades dicten para favorecer a los trabajadores y a las trabajadoras que presten servicio bajo su dependencia, dentro de las normas pautadas por la legislación laboral. (p.6)

En el artículo antes mencionado de la Ley Orgánica del Trabajo (2012), establece que queda bajo la responsabilidad de los poderes Ejecutivo y Legislativo las competencias que rigen la materia laboral, es decir; ningún otro organismo público tanto regional como local (central o descentralizado) podrán realizar cambios, ajustes o cualquier modificación a dicha ley.

Dentro del aspecto legal que sustentara esta investigación seguidamente abordaremos Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y medio Ambiente en el Trabajo (LOPCYMAT), Gaceta Oficial N° 38.236 del 26 de julio de 2012

Fue creada en 1986 y es reformada por última vez en el 2005, Gaceta oficial 38.236 del 26 de junio. La presente tiene por objeto garantizar a los trabajadores las condiciones de seguridad, salud y bienestar en un ambiente de trabajo adecuado y propicio para el ejercicio pleno de sus facultades físicas y mentales, mediante la promoción del trabajo seguro y saludable.

Asimismo, el Código de Comercio, publicado en la Gaceta Extraordinaria N° 475 del 21 de diciembre de 1955, se citarán los siguientes artículos 1, 17,18,34 y 35. El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles y los actos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

**Artículo 1°** El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles y los actos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes. (p.1)

## **Sección II. De las Obligaciones de los Comerciantes**

### **1. Del Registro de Comercio**

**Artículo 17°** En la Secretaría de los Tribunales de Comercio se llevará un registro en que los comerciantes harán asentar todos los documentos que según este Código deben anotarse en el Registro de Comercio. (p.8)

**Artículo 18°** El registro se hará en un libro de papel de hilo, empastado y foliado, que no podrá ponerse en uso sin una nota fechada y firmada en el primer folio, suscrita por el juez y su secretario o por el Registrador Mercantil, en los lugares donde los haya, en la que conste el número de folios que tiene el libro. Los asientos se harán numerados, según la fecha en que ocurran y serán suscritos por el secretario del Tribunal o jefe de la Oficina y por el interesado a cuya solicitud se haga el registro. Se llevará en otro libro empastado un índice alfabético de los documentos contenidos en el registro, a medida que se fueren registrando, con anotación del número que les corresponda y del folio en que se hallan. Todos los nombres de los interesados que se expresen en el documento que se registre, se anotarán en el índice en la letra correspondiente al apellido. (p.8)

Como se muestra en los artículos citados del Código de Comercio venezolano toda persona natural, jurídica o comunidad organizada que tenga el propósito de crear una empresa debe inscribir dicha empresa ante el registro mercantil. Esta acción de formalización de la empresa es un paso muy importante y exigente pues adquiere obligaciones y derechos, que de cumplirlos le permitirá mantenerse en el mercado de manera operativa y saludable financieramente, pues la organización del negocio en lo financiero, legal y económico son la clave, es por esta razón que la entidad en estudio, busca su organización en todos estos aspectos considerando la información que se logre con la propuesta de un plan de negocios.

**Art 34:** En el libro Diario se asentarán, día por día, las operaciones que haga el comerciante, de modo que cada partida exprese claramente quién es el acreedor y quién el deudor, en la negociación a que se refiere, o se resumirán mensualmente, por lo menos, los totales de esas operaciones siempre que, en este caso, se conserven todos los documentos que permitan comprobar tales operaciones, día por día. No obstante, los comerciantes por menor, es decir, los que habitualmente sólo vendan al detal, directamente al consumidor, cumplirán con la obligación que impone este

artículo con sólo asentar diariamente un resumen de las compras y ventas hechas al contado, y detalladamente las que hicieran a crédito, y los pagos y cobros con motivo de éstas. (pág. 09)

El citado artículo anterior establece claramente la obligación de registrar diariamente las operaciones que dieran lugar en la empresa, de allí la obligatoriedad e importancia de mantener una información financiera a la fecha en todas las entidades en este caso hablando de la empresa en investigación, considere mantenerla al día y gozar de todos los beneficios que ofrece, así como también disfrutar del deber cumplido.

**Artículo 35:** Todo comerciante, al comenzar su giro y al fin de cada año, hará en el libro de Inventarios una descripción estimatoria de todos sus bienes, tanto muebles como inmuebles y de todos sus créditos, activos y pasivos, vinculados o no a su comercio. El inventario debe cerrarse con el balance y la cuenta de ganancias y pérdidas; ésta debe demostrar con evidencia y verdad los beneficios obtenidos y las pérdidas sufridas. Se hará mención expresa de las fianzas otorgadas, así como de cualesquiera otras obligaciones contraídas bajo condición suspensiva con anotación de la respectiva contrapartida. Los inventarios serán firmados por todos los interesados en el establecimiento de comercio que se hallen presentes en su formación. (pág. 09)

En relación al detalle que habla el artículo 35 del código de comercio, citado en párrafo anterior indica con detalle que información debe llevarse durante el giro económico o lo que conocemos como ejercicio civil que para el estado es una exigencia al nosotros cumplirlo nos sirve como soporte para dar lectura de cuales fueron los resultados que obtuvo la entidad en estudio si resultaron ser los deseados o esperados, sí estuvieron por debajo o por encima de los fijados, es decir permitirá medir resultados en este caso en investigación en relación a la rentabilidad y tomar decisiones valiosas de continuar optimizar las estrategias que se aplicaron de manera correctiva para conocer y/o incrementar la rentabilidad en la prestación de servicio del auto lavado.

De igual forma abordaremos la Ley de Costos y Precios al Consumidor (2014) publicado en Gaceta Oficial Número 40.351 / 7 de febrero de 2014 Providencia Administrativa No.

003/2014 Esta Ley fue generada en el año 2012 y luego revisada y ampliada en el año 2014, con el objetivo de regular y supervisar los precios de productos y servicios al consumidor.

**Artículo 1.** La presente Ley tiene por objeto asegurar el desarrollo armónico, justo, equitativo, productivo y soberano de la economía nacional, a través de la determinación de precios justos de bienes y servicios, mediante el análisis de las estructuras de costos, la fijación del porcentaje máximo de ganancia y la fiscalización efectiva de la actividad económica y comercial, a fin de proteger los ingresos de todas las ciudadanas y ciudadanos, y muy especialmente el salario de las trabajadoras y los trabajadores; el acceso de las personas a los bienes y servicios para la satisfacción de sus necesidades; establecer los ilícitos administrativos, sus procedimientos y sanciones, los delitos económicos, su penalización y el resarcimiento de los daños sufridos, para la consolidación del orden económico socialista productivo. (p.2)

Como se muestra en el artículo 1, la Ley de Costos y Precios al Consumidor tiene como propósito la protección del consumidor y usuario a través de la regulación de las ganancias de los comerciantes (comercios, empresas). El precio justo se construye con la suma de los costos de producción, más los gastos ajenos a la producción (tal y como lo establece la Ley Orgánica de Precios Justos), más la ganancia (máximo 30% Art. 32).

### **Sistema de Variables**

En toda investigación es importante plantear variables, ya que éstas permiten relacionar algunos conceptos y hacen referencia a las características que el investigador va a estudiar. Aunque Hurtado (2008) prefiere usar el concepto de “evento”, el cual es más amplio pero el mismo incluye el término variable y es el que discutirá a continuación.

Se puede acotar entonces, que la idea básica de algunos enfoques, sobre todo los cuantitativos, es la manipulación y control objetivo de las variables. Por otro lado, en el enfoque cualitativo también se puede usar variables para desarrollar una investigación. Desde esta premisa, Ramírez (1999) plantea que una variable es: “la representación característica que puede variar entre individuos y presentan diferentes valores” (p.25). Las variables son los elementos que vamos a medir, controlar y estudiar dentro del problema formulado, de allí que se requiera la

posibilidad real y cierta de que se puedan cuantificar. Ese trabajo de manejarlas, insertarlas en cuadros, manipularlas en los instrumentos del caso se llama Operacionalización.

**Cuadro N° 1 Cuadro de Variables**

<b>Objetivo General:</b> Proponer un plan de negocios para la prestación de servicios de auto lavado CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.				
<b>Objetivos específicos</b>	<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Ítems</b>
Diagnosticar las condiciones del mercado para la prestación de servicios de auto lavado CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.	Mercado de Auto lavados	El área Barquisimeto	Información	1
			Servicio	2
			Precios	3
			Ubicación	4
Determinar la factibilidad técnica, económica-financiera, operativa y de mercado para la prestación de servicios de auto lavado CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.	Condiciones favorables para el Plan de Negocios	Servicios por la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.	Estudio de Mercado	5
			Propuesta de valor	6
			Publicidad y Propaganda	7
			Medios de Pago	8
			Inventario	9
			Equipos de Trabajo	10
			Proveedores	11
			Estructura de Costos	12
			Plan de Negocios	13
Elaborar el plan de negocios basado en el modelo CANVAS partiendo del estudio de los diferentes factores que permitan satisfacer las necesidades del entorno y el crecimiento económico del negocio, para la prestación de servicios de auto lavado CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.				

**Fuente:** Benítez (2022)

## **MOMENTO III**

### **ORIENTACIÓN PROCEDIMENTAL**

#### **Naturaleza de la Investigación**

En toda investigación resulta de vital importancia que los hechos y relaciones que establecen los resultados obtenidos tengan el grado máximo de exactitud y confiabilidad. Para ello, se sigue una metodología o procedimientos ordenado con la finalidad de establecer lo significativo de los hechos y fenómenos hacia los cuales va dirigido el interés de la investigación.

Según Arias (1999), “la metodología dependerá de los postulados que el investigador considere como válidos; pues será a través de la acción metodológica como recolecte, ordene y analice la realidad estudiada”. (s/f).

Para llevar a cabo la presente investigación fue necesario definir una metodología adecuada tanto al problema objeto de estudio, como al desarrollo de sus objetivos, a tales fines Tamayo y Tamayo, (2007), expresa que: “la metodología constituye la medula del plan; se refiere a la descripción de las unidades o de análisis o de investigación, técnicas de observación y recolección de datos, los instrumentos, los procedimientos y las técnicas de análisis”.(p.91) Estos aspectos formaron parte de este estudio y describen en el presente Momento.

#### **Método de Investigación**

Tomando en cuenta que Hernández, Fernández y Baptista (2010), sostienen que la investigación cuantitativa "Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base a la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías" (p.4); se determinó que el presente estudio asumió un enfoque cuantitativo, por cuanto los datos se trabajaron de forma numérica y estadística; con el fin de comprobar la relación entre la realidad y las teorías de soporte.



## **Naturaleza de la Investigación**

Este trabajo se desarrollará bajo el paradigma positivista. Este paradigma recibe el nombre de científico naturalista, racionalista-cuantitativo, científico-tecnológico y sistemático-gerencial, se basa en la teoría positivista del conocimiento que arranca en el siglo XIX con Emile Durkheim y August Comte. Busca los hechos o causas de los fenómenos sociales independientemente de los estados subjetivos de los individuos; aquí, el único conocimiento aceptable es el científico que obedece a ciertos principios metodológicos únicos.

El conocimiento positivista busca la causa de los fenómenos y eventos del mundo social, formulando generalizaciones de los procesos observados. El rigor y la credibilidad científica se basan en la validez interna. Por ello los procedimientos usados son el control experimental, la observación sistemática del comportamiento y la correlación de variables; se adopta la generalización de los procesos, con los que se rechazan aspectos situacionales concretos, irrepetibles y de especial relevancia para la explicación de los fenómenos y situaciones determinadas.

## **Diseño de la Investigación**

Debido a que el investigador estudio un problema existente y para desarrollar los objetivos planteados, recolectaron las evidencias desde la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A., ubicada en la ciudad de Barquisimeto Estado Lara, se estableció que la investigación se enmarcó en un diseño de campo; porque de acuerdo con:

Para Sampieri (2014) un diseño es un “Plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento” (p. 128). En este orden de ideas, el presente proyecto posee para el desarrollo de este trabajo un diseño de investigación no experimental, este tipo de investigación se caracteriza por no manipular las variables a la hora del estudio. En cambio, observa lo que ya ha sucedido, y permite hacer inferencia de la relación entre las variables sin una influencia directa, sino cómo sucedieron los eventos en un entorno natural.

De allí su carácter de investigación no experimental, este tipo de investigación se caracteriza por no manipular las variables a la hora del estudio. En cambio, observa lo que ya ha

sucedido, y permite hacer inferencia de la relación entre las variables sin una influencia directa, sino cómo sucedieron los eventos en un entorno natural.

Por otro lado, Palella y Martins (2006), definen el tipo de investigación como “la clase de estudio que se va a realizar. Orienta sobre la finalidad general del estudio y sobre la manera de recoger las informaciones o datos necesarios” (p.97). Ahora bien, con los objetivos ya planteados y la problemática presentada, el tipo de investigación seleccionado es de campo, con un nivel descriptivo y modalidad proyectiva, a través de dicho proyecto se presentará la propuesta de un plan estratégico para la prestación de servicio de auto lavado en la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.

### *Población*

Para Arias (2012) define la población es “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación” (p.81). La población utilizada para el presente trabajo esta representa por la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A., ubicada en la ciudad de Barquisimeto Estado Lara.

### *Muestra*

En lo concerniente a la muestra, Arias (2006), agrega que: “la muestra es un subconjunto finito y representativo que se extrae de la población accesible” (p.83) en virtud de lo anterior, la muestra es un subconjunto de la población, por ende, reúne características similares y esto hace posible la generalización sobre los resultados y propiedades de la población que conforma el estudio.

En esta investigación, se considerará una muestra de seis (6) sujetos, entre ellos: Gerente General (Socio), Encargado del área Publicitaria (Socio), Encargado de la atención a los clientes y el manejo de caja (Socio), dos (02) operadores o auxiliares de servicio de lavados de autos. En el Cuadro N° 2 se presenta de forma resumida la muestra de la investigación.

Cuadro N° 2 Muestra

<b>Cargos de Trabajo</b>	<b>Puestos</b>
- Gerente general (Socio)	1
- Encargado del área Publicitaria (Socio)	1
- Encargado de atención y manejo de Caja (Socio)	1
- Jefe o Supervisor de Operaciones (empleado)	1
- Operador o auxiliar de lavado de autos (empleado)	2
<b>Total</b>	<b>6</b>

**Fuente:** Génesis 2021

### **Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

Sabino (2000), define las técnicas de recolección de datos como “Cualquier recurso de que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información” (p.129). En esta investigación se utilizaron técnicas como la encuesta, la cual para Sabino (ob. Cit.) “se trata por tanto de requerir información a un grupo socialmente significativo de personas acerca de los problemas en estudio para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, sacar las conclusiones que se correspondan con los datos recogidos” (p.104)

Con la finalidad de analizar la posible implementación de un plan estratégico bajo el método CANVAS en la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A., se utilizaron las técnicas de la entrevista no estructurada y la encuesta la primera tuvo lugar a través de reuniones informales y la segunda mediante un cuestionario escrito, como instrumento se utilizó el cuestionario, de esta manera se recogieron datos sobre un mismo criterio de preguntas para mantener el orden de la recolección. Para Tamayo y Tamayo (1999) “un cuestionario es un instrumento que consiste en una serie de preguntas a las que contesta el mismo respondedor” (p.181); dicho cuestionario está compuesto por (13) trece preguntas cerradas, de respuestas dicotómicas, permitiendo de esta forma el manejo de los datos precisos para el logro de los objetivos planteados.

De manera similar, esta elección obedeció a que la combinación de dichas técnicas permitió profundizar y enriquecer la información obtenida y darle tratamiento descriptivo, numérico y estadístico a los datos, lo que además facilitó el contraste de las opiniones emitidas por la muestra seleccionada.

En consecuencia, se describirán cuáles serán los medios de presentación que mejor se adaptan a las técnicas de recolección de datos utilizadas y descritas anteriormente. En este orden de ideas, los datos serán tabulados y analizados mediante la estadística descriptiva, utilizando frecuencias y porcentajes simples, los cuales permitirán presentar de manera detallada los resultados obtenidos. Las presentaciones de estos datos posteriormente serán presentados y expresados mediante gráficos circulares y gráficos de barra.

### **Estrategias procedimentales de desarrollo de la investigación**

Para efectuar este trabajo de investigación, se aplicarán una serie de pasos que ayuden a alcanzar los objetivos de manera eficaz y eficiente, y que permita presentar esta propuesta de proyecto, que tiene por objeto Proponer un plan de negocios para la prestación de servicios de auto lavado CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. Para Hurtado (2010) la investigación proyectiva tiene como objetivo “diseñar o crear propuestas dirigidas a resolver determinadas situaciones.” (p.133). Para llevar a cabo este tipo de investigación modalidad proyectiva, se desarrollará en tres fases descritas a continuación;

**Fase I:** En esta fase se diagnostica el problema presente en el auto lavado CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A, utilizando como principal técnica la observación directa, la entrevista informal, asimismo será recolectada información pertinente que respalde la investigación, permitiendo conocer la situación existente, siendo esta fase la base para el origen de la propuesta.

**Fase II:** En esta etapa se procederá a determinar la factibilidad técnica, económica-financiera, operativa y de mercado para la prestación de servicios de auto lavado, se demostró que la empresa cuenta una serie de condiciones idóneas para plantear un modelo de plan de negocio ajustado a la Metodología CANVAS, el cual es fácil y sencillo de implementar, demostrándose así la factibilidad o no del proyecto.

**Fase III:** Elaborar el plan de negocios basado en el modelo CANVAS partiendo del estudio de los diferentes factores que permitan satisfacer las necesidades del entorno y crecimiento económico de la empresa, considerando y superando debilidades presentes en cuanto a la organización financiera, en relación a sus costos y los márgenes de rentabilidad que se desconocen al momento de la prestación de servicios de auto lavado.

## **MOMENTO IV**

### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente momento refleja el desarrollo de los métodos utilizados a partir de la aplicación del cuestionario como elemento de apoyo del investigador para recabar la información obtenida mediante el instrumento aplicado a la muestra seleccionada en la entidad de estudio, con el propósito de sustentar la investigación, además de ello refleja los alcances de cada uno de los objetivos definidos al inicio del trabajo de investigación.

En esta parte del estudio se presentan los resultados, de acuerdo con los objetivos planteados, mediante el análisis e interpretación de los datos, cabe entonces señalar lo que al respecto establece Balestrini, M. (2004):

El propósito del análisis e interpretación es resumir las observaciones llevadas a cabo de forma tal que proporcionen respuestas a las interrogantes de la investigación. Este proceso implica el establecimiento de categorías, la ordenación y manipulación de los datos para resumirlos y poder sacar algunos resultados en función de las interrogantes de la investigación (p.149).

Ahora bien, en relación al análisis de los resultados obtenidos en el instrumento diseñado para obtener información de proponer un plan de negocios usando la metodología CANVAS para la prestación de servicios de auto lavado CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. a través de un cuestionario aplicado a la muestra seleccionada en la empresa el cual proporcione información que deja al descubierto la situación actual de la misma, vislumbrándose así la problemática donde se evidencia la importancia de planear las actividades económicas de la organización y en este caso específico se propone el trabajar con un plan de negocios basado en la metodología CANVAS, para la prestación de servicios del auto lavado CAR WASH ELIAS EXPRESS, C.A.

Continuando, lo cual aprovechando que unas de sus ventajas que ofrece un plan de negocio es la de ofrecer su información segmentada y valiéndose de esto y trabajando en base a la información recaba por parte del investigador durante el desarrollo de toda la investigación, buscara subsanar las debilidades encontradas con el fin de que el auto lavado logre posicionarse

en el mercado de su misma rama, así como también obtener una rentabilidad que sea razonablemente aceptada según la norma que lo regula después de cubrir sus costos y gastos. De acuerdo a lo expuesto, se procedió a elaborar tablas y gráficos de torta expresados de manera porcentual para facilitar la comprensión de los resultados, manteniendo el orden de las preguntas contenidas en el instrumento de recolección de datos.

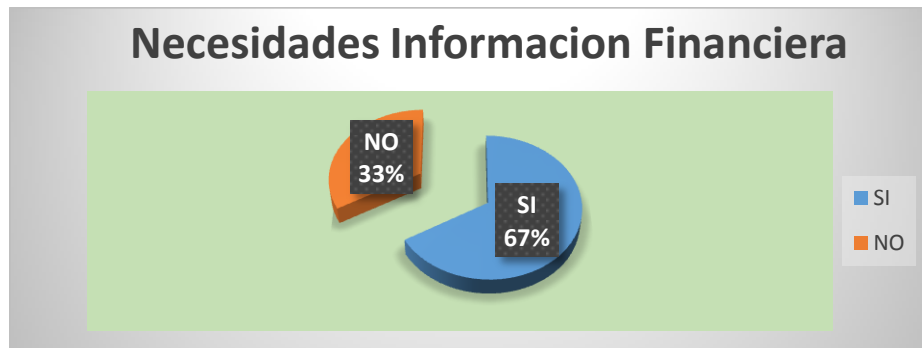
**Ítems N° 1:**

¿Considera usted necesario se cuente con información financiera en la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.?

**Cuadro N° 1 Necesidades De Información Financiera de la empresa**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
SI	4	67%
NO	2	33%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Benítez (2022)



**Gráfico N° 1 Necesidades de información financiera**

*Análisis de los resultados:*

De acuerdo al gráfico presentado, los datos arrojados al aplicar el instrumento a la muestra correspondiente, nos dicen que, el **67%** de la muestra seleccionada respondió que **SI**, mientras que otro **33%** restante indicó que **NO**, lo que demuestra que la mayoría de la muestra consultada, considera que se debe contar en el auto lavado CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. Con información financiera para así obtener de manera ordenada todos sus activos, pasivos y el

capital del auto lavado, de esta forma podrá desarrollar sus operaciones de manera más eficaz y eficiente.

Según Gitman (2003); “el capital de trabajo más que un indicador es una medida de la liquidez general de la empresa”. (s/f). Porque mientras mayor es el margen en que los activos circulantes cubren los compromisos a corto plazo mayor es la capacidad de pago generada por la empresa para la cancelación de las deudas a su vencimiento; para que en el auto lavado CAR WASH ELIAS EXPRESS, C.A. pueda con esto tener unos activos circulantes que constituyan entradas de efectivo y los pasivos circulantes; y puedan disponer de capital de trabajo para garantizar el efectivo requerido para responder con el pago de las deudas contraídas, lo que genera una información financiera directa y mantengan información contable concreta.

**Ítems N° 2:**

¿Considera usted que las necesidades básicas de los usuarios de los autos lavados en Barquisimeto, pueden ser cubiertas por los servicios prestados en CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.?

**Cuadro N° 2 Necesidades Básicas de los Servicios de Auto Lavados**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
SI	2	33 %
NO	4	67 %
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Benítez (2022)



## Grafico N° 2 Necesidades Básicas de los Servicios de Auto Lavados.

### *Análisis de los resultados:*

De acuerdo al grafico presentado, los datos arrojados al aplicar el instrumento a la muestra correspondiente, nos dicen que, el **33%** de la muestra seleccionada respondió que **SI**, mientras que otro **67%** restante indico que **NO**, lo que demuestra que la mayoría de la muestra consultada, considera que las necesidades básicas de los autos lavados en Barquisimeto, no se ajustan a los ofrecidos por los servicios prestados en CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.

En ese sentido, Servicio se entiende como una acción destinada a satisfacer las necesidades del público de forma tangible e intangible. De acuerdo a Galviz (2011) en el sentido más amplio “es una práctica gerencial que tiene por objetivo, aumentar el nivel de satisfacción del cliente consistente en actividades identificables, diferenciables y esencialmente intangibles, que proveen beneficios individuales o colectivos, y no están atadas a la venta de un producto” (p.21), es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad que viene de los procesos de la vida diaria cuando se habla de intangibilidad. Lo que se deriva de buscar la manera de prestar servicios que satisfagan la necesidad del cliente de manera fácil y cómoda.

### Ítems N° 3:

¿Considera usted que los precios de los servicios de los autos lavados en Barquisimeto, se ajustan a los servicios prestados en CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.?

**Cuadro N° 3 Precios de los Servicios de Auto Lavados**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
SI	4	67%
NO	2	33%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Benítez (2022)





**Grafico N° 3 Precios de los Servicios de Auto Lavados**

*Análisis de los resultados:*

De acuerdo al grafico presentado, los datos arrojados al aplicar el instrumento a la muestra correspondiente, nos dicen que, el **67%** de la muestra seleccionada respondió que **SI**, mientras que otro **33%** restante indico que **NO**, lo que demuestra que la mayoría de la muestra consultada, considera que los precios de los servicios de los autos lavados en Barquisimeto, no se ajustan a los ofrecidos por los servicios prestados en CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. Según Kotler y Armstrong (2013), el precio “es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o un servicio” (s/f), según el concepto de precio en y los resultados de la encuesta actualmente la empresa en estudio no puede ofrecer precios competitivos en relación a los del mercado puesto que no posee capital que le permita mantener un inventario adquirido a menor costos y poder ser trasladado así al servicio.

**Ítems N° 4:**

¿Considera usted que el acceso de los usuarios de los servicios de un auto lavados, se encuentra garantizado por la ubicación geográfica en Barquisimeto de CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.?

**Cuadro N°4 Ubicación Geográfica de Car Wash Elías Express, C.A.**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
SI	6	100%
NO	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Benítez (2022)



**Gráfico N° 4 Ubicación Geográfica e Car Wash Elías Express, C.A.**

*Análisis de los resultados:*

De acuerdo al gráfico presentado, los datos arrojados al aplicar el instrumento a la muestra correspondiente, nos dicen que, el **100%** de la muestra seleccionada respondió que, **SI**, lo que demuestra que la totalidad de la muestra consultada considera que el acceso de los usuarios de los servicios de un auto lavados, se encuentra garantizado por la ubicación geográfica en Barquisimeto de CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. **Ray Kroc**, legendario promotor de **McDonald's**, decía Los tres elementos esenciales para alcanzar el éxito en un negocio son: ubicación, ubicación y ubicación. Esta frase es perfectamente ilustrativa de la importancia de elegir el emplazamiento adecuado para llevar a cabo un proyecto empresarial.

Se considera que la ubicación geográfica es muy importante y es una zona de afluencia vehicular la cual puede ser aprovechada por la entidad en estudio para la captación de cliente y prestación de servicios a menores precios con mayores ganancias.

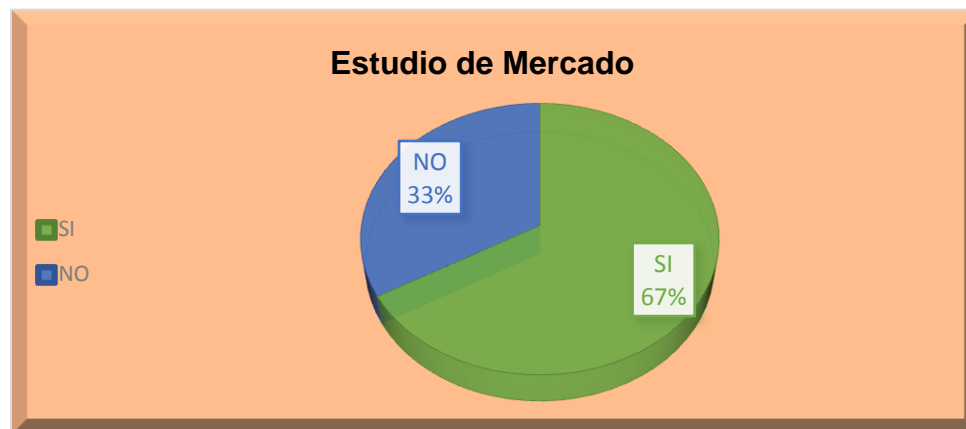
### Ítems N° 5:

¿Considera usted importante que la empresa debe aplicar un estudio de mercado y así poder mejorar la propuesta de negocio que ofrece actualmente CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.?

**Cuadro N° 5 Estudio De Mercado.**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
SI	4	67%
NO	2	33%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Benítez (2022)



**Gráfico N° 5 Estudio de Mercado.**

#### *Análisis de los resultados:*

De acuerdo al gráfico presentado, los datos arrojados al aplicar el instrumento a la muestra correspondiente, nos dicen que, el **67%** de la muestra seleccionada respondió que **SI**, mientras que otro **33%** restante indicó que **NO**, lo que demuestra que la mayoría de la muestra consultada, considera que es importante el estudio de mercado. Baca y Urbina 2010, señalan que “el objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado” (s/p). El investigador del mercado, al final de un estudio meticuloso y bien realizado, podrá palpar o sentir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado, esto ayudaría a la consolidación de la entidad objeto de estudio y su permanencia en el mercado.

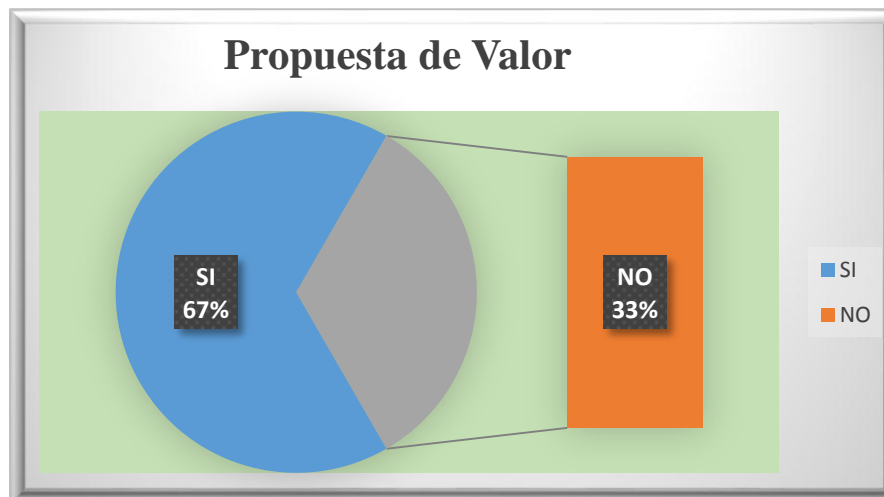
### Ítems N° 6:

¿Considera usted que los servicios de embellecimiento general de vehículo, garantizan una excelente propuesta de valor para los clientes de la CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.?

**Cuadro N° 6 Propuesta de Valor**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
SI	4	67%
NO	2	33%
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Fuente: Benítez (2022)



**Gráfico N° 6 Propuesta de Valor**

#### *Análisis de los resultados:*

De acuerdo al gráfico presentado, los datos arrojados al aplicar el instrumento a la muestra correspondiente, nos dicen que, el **67%** de la muestra seleccionada respondió que **SI**, mientras que otro **33%** restante indicó que **NO**, lo que demuestra que la mayoría de la muestra consultada, considera, que la mayoría de los propietarios de vehículos de paseo, de transporte de carga, de personal y de transporte público, ubicados en la zona oeste de la ciudad de Barquisimeto, específicamente, en los alrededores del Sector Pueblo Nuevo, en la carretera 1 con calle 4, estarían interesados en solicitar los servicios de auto lavados prestados por la empresa.

La propuesta de Valor nace de los estudios sobre estrategia empresarial, donde se habla sobre la mezcla única de valor. De acuerdo a Porter, “la Estrategia Competitiva consiste en ser diferente”. Lo que significa elegir deliberadamente un conjunto diferente de actividades para brindar una mezcla única de valor

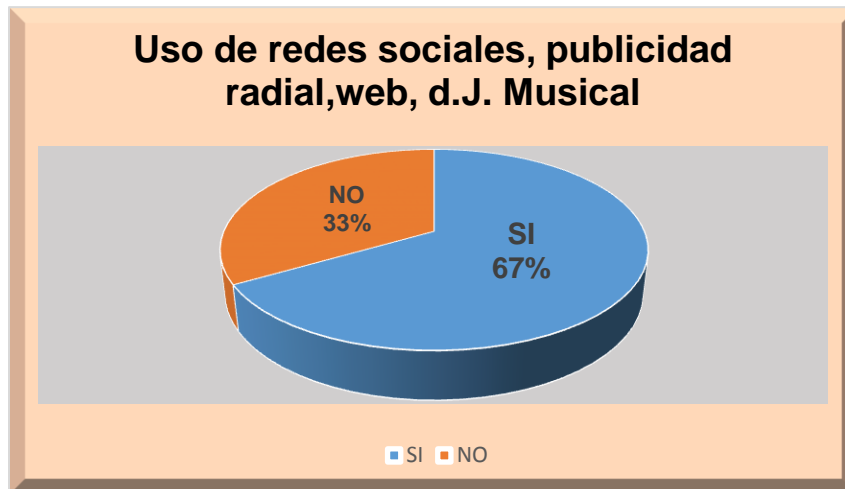
**Ítems N° 7:**

¿Considera usted que la inversión en publicidad y propaganda por todos los medios y redes es la mejor manera de dar a conocer los servicios de auto lavado, que realiza para los clientes la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.?

**Cuadro N° 7 Medios para conocer a la empresa**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
SI	4	67%
NO	2	33%
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Fuente: Benítez (2022)



**Grafico N° 7 Uso de Medios Publicitarios para conocer a la empresa**

### *Análisis de los resultados:*

De acuerdo al gráfico presentado, los datos arrojados al aplicar el instrumento a la muestra correspondiente, nos dicen que, el **67%** de la muestra seleccionada respondió que **SI**, mientras que otro **33%** restante indicó que **NO**, lo que demuestra que la mayoría de la muestra consultada, considera, que la mejor manera de dar a conocer los servicios de auto lavado, que realiza para los clientes la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. sería utilizando promociones en las redes sociales, utilizando una publicidad radial, en la página web de la empresa, colocando un DJ publicitario y musical en las instalaciones de la empresa para captar a los vecinos del sector.

Por otra parte, Shuen (2008) explica que “cada vez son más las personas que consultan blogs, foros y otros sitios para enterarse de las características de los productos antes de comprarlos, o de los servicios antes de contratarlos” (s/f). Esto se debe a que encuentran más valor en la opinión y en las recomendaciones de otros usuarios que en el mensaje oficial de las marcas, las cuales por supuesto no comunican datos sobre los defectos de sus productos.

### **Ítems N° 8**

¿Está usted de acuerdo, con la utilización de diferentes medios de cobros para ser ofrecidos a los clientes en la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A., una mayor liquidez y flujo de ingresos?

**Cuadro N° 8 Medios de Pago De Los Clientes Para La Empresa**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
SI	6	100%
NO	0	0%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Benítez (2022)



**Gráfico N° 8 Medio De Pago.**

*Análisis de los resultados:*

De acuerdo al gráfico presentado, los datos arrojados al aplicar el instrumento a la muestra correspondiente, nos dicen que, el **100%** de la muestra seleccionada respondió que **SI**, lo que demuestra que la totalidad de la muestra consultada considera que los servicios de lavado exterior o enjuague, lavado inferior (de chasis o por debajo), lavado de motor, lavado y limpieza de tapicería, pulido y encerado, combinado para hacer su oferta con opciones de cambio de aceite, filtro de aire, filtro de gasolina, lavado de motor interno, pulitura, lavado de tapicería, y embellecimiento general, de acuerdo al tipo de vehículo, garantizan varios medios de pagos para los clientes de la CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.

Patroni (2001), indica que los medios de pago son;

Mecanismos para efectuar la contraprestación llamada pago, a través de la Internet, ya que no es posible que el dinero en efectivo circule, por lo que se utilizan sistemas seguros que permitan al obligado a la contraprestación cumplirla cabalmente y al vendedor recibir el dinero por la prestación realizada, sea cual fuere la prestación (s/f).

Este es uno de los medios más utilizado por las empresas para el cobro de productos o servicios por parte del aceptante, es más fácil de ejecutar ya que el dinero en efectivo no circula con frecuencia.

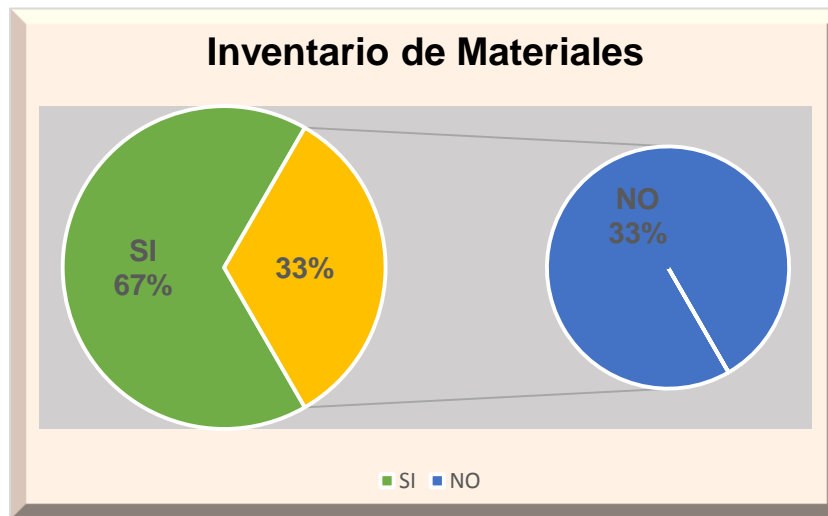
### Ítems N° 9:

¿Considera usted que la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. cuenta con un inventario de materiales y suministros para prestar eficientemente los servicio de auto lavado?

**Cuadro N° 9 Inventarios de Materiales y suministros**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
SI	4	67%
NO	2	33%
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Fuente: Benítez (2022)



**Gráfico N° 9 Inventario**

#### *Análisis de los resultados:*

De acuerdo al gráfico presentado, los datos arrojados al aplicar el instrumento a la muestra correspondiente, nos dicen que, el **67%** de la muestra seleccionada respondió que **SI**, mientras que otro **33%** restante indicó que **NO**, lo que demuestra que la mayoría de la muestra consultada, considera, que es necesario que la empresa cuente con un inventario de mercancía con productos de buena calidad que garanticen la oportuna y excelencia en los servicios que esta presta, de igual forma al mantener un inventario de mercancía adquirido a buenos precios le permitirá ofrecer precios competitivos en el mercado en negocios de la misma rama. **Inventario**

Un inventario es un registro de los productos, materiales, partes o insumos que posea una empresa y piensa utilizarlos dentro de sus procesos de producción y/o prestación de servicios. Dicho registro tiene una función contable bastante concreta. En efecto Catacora. (1998) dice que



los inventarios “representan las partidas del activo que son generadoras de ingresos para varios tipos de empresa, entre las cuales se encuentran las que tienen una actividad de transformación y las que se dedican a la compra y venta o comercialización”. (p.148), Se entiende entonces como inventario al registro del conjunto de bienes tangibles que se encuentran en existencia, ya sea para su transformación, venta, uso o cualquier otro aspecto que asegure el cumplimiento de los servicios hacia los clientes

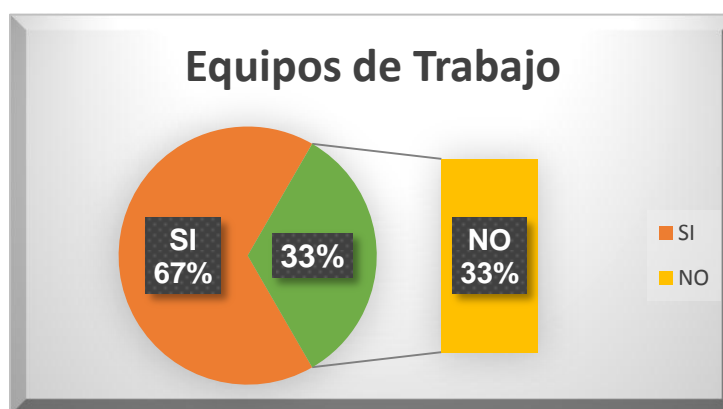
### Ítems N° 10:

¿Considera usted que la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. cuenta con equipos necesarios que le permitan garantizar la prestación de su servicio?

**Cuadro N° 30 Equipos de Trabajo**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
SI	4	67%
NO	2	33%
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Fuente: Benítez (2022)



**Gráfico N° 10 Equipos de Trabajo**

*Análisis de los resultados:*

De acuerdo al gráfico presentado, los datos arrojados al aplicar el instrumento a la muestra correspondiente, nos dicen que, **67%** de la muestra seleccionada respondió que **SI**, y el **33%** dice que **NO** estas repuestas divididas es a razón del conocimiento que tiene cada uno de sus trabajadores en conocer a la empresa donde labora CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. cuenta con los equipos necesarios para prestar eficientemente los servicio de auto lavado, que tiene un personal gerencial competente y dispuesto a trabajar para cumplir sus funciones, que cuenta con un personal capacitado para brindar un servicio de calidad a los clientes, en resumen cuenta con los recursos físico, humanos y económicos que permiten se garantice su gestión.

**Ítems N° 11:**

¿Considera usted que los proveedores de la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. son clave para la prestación del servicio?

**Cuadro N° 41 Proveedores.**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
SI	6	100%
NO	0	0%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Benítez (2022)



**Gráfico N° 11 Proveedores De La Empresa Car Wash Elias Express, C.A**

*Análisis de los resultados:*

De acuerdo al gráfico presentado, los datos arrojados al aplicar el instrumento a la muestra correspondiente, nos dicen que, el **100%** de la muestra seleccionada respondió que **SI**, lo que demuestra que la totalidad de la muestra consultada considera que la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. Si, las respuestas apuntan en que todos en la entidad en estudios saben lo valioso y lo importante que representan los proveedores ya sea en entregas de pedidos a tiempos, financiamiento y sobre todo calidad de productos que permitan ofrecer y garantizar la prestación del servicio con los mismos resultados.

Camacho (2008). “Todos aquellos que intervienen en el proceso productivo y/o se relacionan con los clientes, forman parte de la empresa y llevan a cabo los procesos de productividad”. (p.28). Los proveedores se consideran de gran importancia en las empresas porque una buena elección del proveedor permitirá optimizar la gestión del negocio llegando en muchos de los casos ayudar al éxito

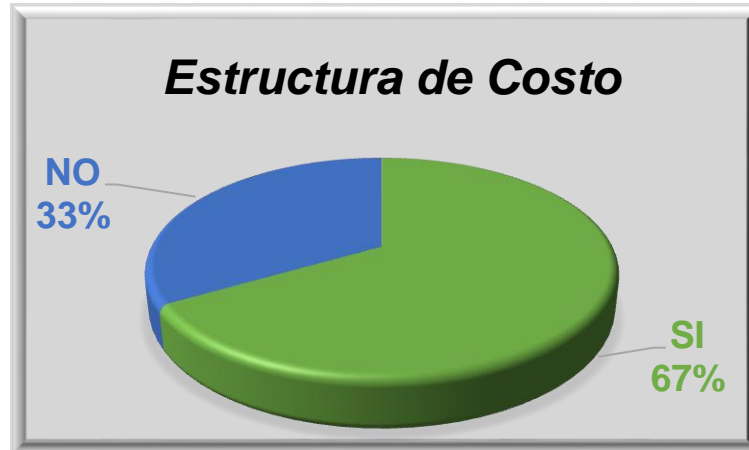
**Ítems N° 12:**

¿Considera usted que la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. actualmente presta sus servicios basados en una estructura de costos de acuerdo a las normativas vigentes en Venezuela?

**Cuadro N° 12 Estructura De Costo.**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
SI	4	67%
NO	2	33%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Benítez (2022)



**Gráfico N° 32 COSTO.**

*Análisis de los resultados:*

De acuerdo al gráfico presentado, los datos arrojados al aplicar el instrumento a la muestra correspondiente, nos dicen que, el **67%** de la muestra seleccionada respondió que **SI**, mientras que otro **33%** restante indicó que **NO**, lo que demuestra que la mayoría de la muestra consultada, considera, que la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. estima y toma en los elementos necesarios, para determinar una estructura de costo para el servicio de auto lavado, siempre busca apearse a la normativa y cuidar los índices de rentabilidad, pero en estos momentos desconoce con exactitud cuál es el porcentaje que se maneja de los mismos.

Gitman (1997) dice que rentabilidad es la relación entre ingresos y costos generados por el uso de los activos de la empresa en actividades productivas (parr.1)

**Ítems N° 13:**

¿Considera usted que la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. deba implementar un Plan de negocios bajo el modelo método CANVAS para mejorar sus servicios, así como también la rentabilidad del negocio?

**Cuadro N° 53 Plan De Negocio.**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
SI	4	67%
NO	2	33%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Benítez (2022)



**Gráfico N° 13 Un Plan De Negocio.**

*Análisis de los resultados:*

De acuerdo al gráfico presentado, los datos arrojados al aplicar el instrumento a la muestra correspondiente, nos dicen que, el **67%** de la muestra seleccionada respondió que **SI**, mientras que otro **33%** restante indicó que **NO**, lo que demuestra que la mayoría de la muestra consultada, considera, que no podría ser de un alto riesgo, el grado de aceptación del público en general, el presentar un nuevo modelo del servicio de auto lavado de acuerdo a un plan de negocios, según la metodología CANVAS, para la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.

Según Cardozo (2012), el plan de negocios es: “Es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es resultado de un proceso de planeación. El plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos.” (s/f). Bajo tal percepción, se puede decir el plan de negocios no es solo un documento formal que plantea una idea de desarrollo empresarial, sino que además de ello, se enfoca en el proceso que se debe seguir para implementar un proyecto, las estrategias que se deben aplicar para lograr los objetivos establecidos en el plan de negocios, y el tiempo en que deben realizarse.

**Metodología CANVAS**

El modelo Canvas es una herramienta de gestión estratégica que permite analizar y crear modelos de negocio de forma dinámica y visual. Gracias a su formato de lienzo, dividido en 9 bloques, el modelo canvas ofrece un panorama global y simplificado de la empresa. Cada uno de

los bloques de este lienzo se completa con post-its y rotuladores de colores, porque se trata de un modelo vivo y eso implica que se va construyendo y actualizando a medida que la empresa confirma su segmento de clientes, refuerza su posicionamiento, crea ideas nuevas, entre otros factores.

Alexander Osterwalder y Yves Pigneur, le dieron origen al modelo Canvas en 2010, con el lanzamiento del libro “Business Model Generation” o en español “Generación de Modelos de Negocio”. Hoy es una de las herramientas más utilizadas por emprendedores y empresarios a nivel mundial y se encuentra dentro de la metodología lean-startup, que tiene como enfoque generar valor para el cliente. El modelo Canvas ayudara al auto lavado CAR WASH ELIAS EXPRESS,C.A. A visualizar 4 grandes áreas fundamentales como lo son: infraestructura, oferta, clientes y finanzas; y se construir a partir de 9 módulos o bloques de contenido.

## **DISEÑO DE LA PROPUESTA**

En la realización del momento actual se inicia con el estudio de los aspectos que tienen relación a la propuesta del trabajo, que consta en un plan de negocio para la reactivación y puesta en marcha del auto lavado CAR WASH ELIAS EXPRESS, C.A. Con el plan ya mencionado que tiene como objetivo definir y ser una guía, donde se dirigen los esfuerzos de la empresa hacia el éxito. A través de esto se propone que sean estudiados cada uno de los pasos que componen el plan y buscar corregir y subsanar debilidades y seguir fortaleciendo e innovando en los factores que ya están ganados por la entidad en estudio, de igual manera poder mapear la dirección que tomará la empresa en el futuro.

### **Objetivos de la Propuesta**

Entregar el plan de negocio para el auto lavado CAR WASH ELIAS EXPRESS, C.A. que sirva de base o guía de pasos a la empresa, para la prestación de servicio.

Promover estrategias a la empresa, que sean usadas para el registro oportuno de la información financiera que le sirva para evaluar su situación establecida en el resultado de sus operaciones en el auto lavado CAR WASH ELIAS EXPRESS, C.A.

Promover la construcción de un plan de negocio como herramienta para la reorganización, dirección y toma de decisiones de la empresa CAR WASH ELIAS EXPRESS, C.A. donde sean visibles los beneficios en el área de servicio, así como la organización del área productiva.

### **Estructura de la Propuesta**



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
INSTITUTO UNIVERSITARIO JESÚS OBRERO  
EXTENSIÓN BARQUISIMETO**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRESTACIÓN DE  
SERVICIOS DE AUTOLAVADO POR LA EMPRESA  
CAR WASH ELIAS EXPRESS, C.A.”**



<b>Revisado por:</b>	<b>Elaborado por:</b> Génesis A. Benitez C.	<b>Fecha:</b> 03/01/2023
----------------------	--	-----------------------------

### ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO MODELO CANVAS

**Propósito:** Esta metodología facilita la descripción y comprensión del modelo de negocio, por ende, facilita el trabajar con empresas nuevas o incluso ya existentes, ya que permite tener una vista integrada de todos los elementos que la conforman, presentando así un mapeo general de las operaciones de la empresa y así poderla proyectar a futuro.

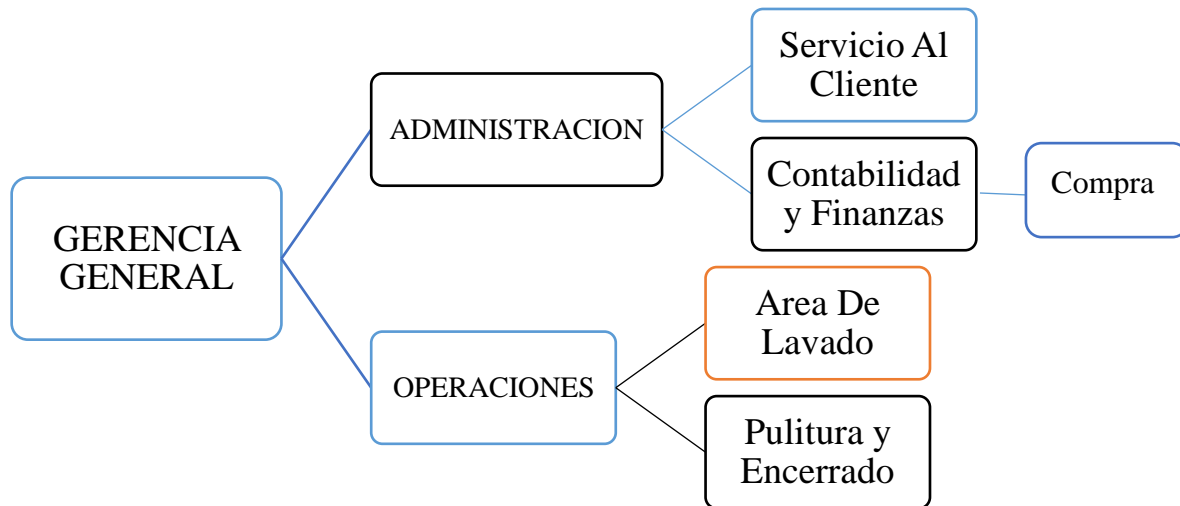
Objetivo	Actividad	Responsable	Recursos	Tiempo
RECURSOS CLAVES	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Socios Clave</li> <li>2. Recursos Clave</li> <li>3. Actividades Clave</li> </ol>	Socios, trabajadores y especialistas externos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar la captación de nuevos socios u otro tipo de financiamiento.</li> <li>• Establecer la red de proveedores estratégicos para garantizar la obtención de productos de calidad.</li> <li>• Implementar los diferentes medios de publicidad para dar a conocer el negocio.</li> <li>• Diversificar los canales de pago para los clientes.</li> <li>• Existencia de productos y suministros que garanticen la calidad y la prestación del servicio</li> </ul>	2 semanas (un) día semanal
OFERTA	Propuesta de valor	Socios, trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar servicios definidos que ofrece la empresa.</li> </ul>	2 semanas (2 días semanal)



<p>CLIENTES</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Canales</li> <li>2. Segmentos de clientes</li> <li>3. Relación con los clientes</li> </ol>	<p>Socios, trabajadores Especialista en el área.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir cómo la empresa se comunica y se da a conocer a sus segmentos de mercado para alcanzar su posicionamiento.</li> <li>• Definir los grupos de personas a los que la empresa pretende llegar</li> <li>• Ofrecer sus servicios constantemente a todo tipo de publico</li> </ul>	<p>3 semanas (2 días semanal)</p>
<p>FINANZAS</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estructura de costos.</li> <li>2. Análisis de la Información Financiera.</li> </ol>	<p>Especialista en el área.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cubrir todos los costos involucrados en el funcionamiento del negocio.</li> <li>• Analizar el beneficio económico que obtiene la empresa por los servicios prestados</li> </ul>	<p>3 semanas (2 días semanal)</p>

<b>PLAN DE NEGOCIO</b>
<b>Filosofía Institucional</b>
<p><b>MISIÓN</b></p> <p>Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, que quieran lucir su auto en condiciones de limpieza y confort, brindando productos de calidad y con un excelente servicio de acuerdo a directrices, políticas y normas establecidas por nuestra organización, así como también procurar el cuidado del medio ambiente en el desarrollo de la actividad económica.</p>
<p><b>VISIÓN</b></p> <p>Ser un Auto lavado y Multiservicio de calidad, elegido por nuestra innovación, productos y servicios. Ser reconocido por la calidad humana y profesional de nuestra gente, y por nuestra contribución al cuidado y prestación del servicio a la comunidad. CAR WASH ELIAS EXPRESS, C.A., está basada en principios que conducen a una conducta altamente ética sustentada en el sentido de pertenencia hacia la empresa, en el trabajo en equipo, la solidaridad, respeto, honradez y veracidad, entre todos los miembros y en la relación con sus clientes quienes son la razón del servicio que se presta.</p>
<p><b>VALORES</b></p> <p><b>Calidad:</b> Mantenemos un estricto control de calidad en nuestros productos, en los procesos y en el servicio a nuestros clientes.</p> <p><b>Respeto:</b> Conservamos un trato respetuoso dentro y fuera de nuestra empresa; hacia nuestros compañeros de trabajo, clientes internos y externos, proveedores, comunidades y el entorno.</p> <p><b>Compromiso:</b> Estamos comprometidos al ser puntuales con el cumplimiento de las actividades pautadas, para hacer de nuestro trabajo el mejor, enfocados a ser cada día excelentes en lo que hacemos.</p> <p><b>Honestidad:</b> Actuamos de acuerdo a como pensamos y sentimos, orientados por la justicia y respetando la verdad en relación con nuestro entorno, los hechos y las personas.</p> <p><b>Trabajo en equipo:</b> es promover el apoyo al recurso humano para lograr un servicio de calidad y orientación a alcanzar la visión.</p> <p><b>Integridad:</b> actuar con rectitud, equidad y honestidad cumpliendo con los deberes y obligaciones de la empresa.</p> <p><b>Actitud para el cambio:</b> enfrentar el cambio de nuestro entorno como una oportunidad de mejora.</p>
<p><b>OBJETIVOS EMPRESARIALES</b></p> <p>Garantizar al cliente buena atención y satisfacción de sus deseos y necesidades.</p> <p>Optimizar los procesos para la prestación de servicio y el ahorro de recursos.</p> <p>Aumentar la prestación de servicio para emplear más personas.</p> <p>Capacitar al personal para contar con empleados motivados, preparados y entregados al auto lavado.</p> <p>Generar mayores utilidades para el personal que integra la empresa.</p>
<p><b>OBJETIVOS DE VENTAS</b></p> <p>Llegar a un aumento de servicio promedio de 6% en el primer mes.</p> <p>Aumentar los servicios mensuales en un 12%.</p> <p>Obtener ingresos netos de 500\$ semanales.</p> <p>Alcanzar responder 70 mensajes vía redes sociales y cerrar tratos con el 6% de estas a la semana.</p>

## ESTRUCTURA ORGANIZATIVA



**Gerencia General:** encargado de organizar, administrar y dirigir las acciones de la empresa en su totalidad, vigila que las actividades de las diversas áreas se lleven a cabo de forma adecuada.

**Administración:** encargada de la parte de direccionamiento de los procesos operativos. Será la que registre y controle que todo proceso tenga soporte, que registre las partidas y proporcione información para la elaboración de los reportes, a su cargo se encuentran los departamentos de servicio al cliente y el departamento contable-financiero.

**Servicio Al Cliente:** garantizar la correcta relación entre el personal de servicio al cliente y el cliente.

**Contabilidad y Finanzas:** control del registro contable-financiero para la emisión de los reportes como Balance general, Estado de resultados y otros que deberán ser presentados mensualmente a los socios.

**Compras:** departamento encargado de la adquisición de los insumos y materiales necesarios para el funcionamiento de la organización.

**Operaciones:** Esta área es la parte operativa y de servicio de limpieza de la empresa que vela por el buen funcionamiento del servicio de lavado, pulitura y encerado

**Área De Lavado:** garantizar la calidad del servicio que brinda la empresa, del departamento de operaciones depende la calidad y rapidez que se dé al cliente

**Pulitura y Encerado:** Revisar el funcionamiento adecuado de las máquinas del departamento de operaciones, garantizando el servicio correcto por parte de los empleados que la utilizan.

## **MOMENTO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **Conclusiones**

Finalizada la investigación que tuvo como objetivo general Proponer un plan de negocios para la prestación de servicios de auto lavado por la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A., que es una entidad que se desempeña en ofrecer el servicio de auto lavado de manera rápida y económica, orientada a obtener la satisfacción de sus clientes a través de una propuesta de valor, así como también persigue una organización de la entidad en la generación de información financiera que le permita mantener sus actividades operativas y rentables en el tiempo y de igual modo que sirva esta información como base para toma de decisiones correctivas y oportunas, considerando la evaluación constante que se le debe dar a la estructura de costo, que le permitirá no solo fijar sus precios sino que también servirá para conocer los márgenes de rentabilidad que se está obteniendo, a continuación se presentan conclusiones en detalles según los objetivos de investigación planteados..

En relación a la fase I, se diagnosticó las condiciones del mercado para la prestación de servicios de auto lavado por la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A., evidenciándose, en virtud de los resultados obtenidos de la muestra consultada, consideró que las necesidades básicas de los usuarios de los autos lavados en Barquisimeto, pueden ser cubiertas por los servicios prestados en CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A., de la misma manera, indicaron que se debe considerar los precios de los servicios de los autos lavados en Barquisimeto, puesto que los ofrecidos por la entidad en estudio actualmente no son competitivos y no se tiene establecida una estructura de costo que valide que los mismos estén siendo los correctos todo a razón de que no se lleva una información financiera, así como también que estén arrojando una rentabilidad los servicios ofrecidos, sea por debajo o por encima de la que establece la ley orgánica de precios y costos justos.

Por otro lado, se considera las condiciones favorables que tiene el auto lavado actualmente, cuenta con un acceso geográfico ubicado en punto estratégico comercialmente hablando, tiene los equipos de trabajo, cuenta con una propuesta de valor de embellecimiento de

autos bien definida y maneja la publicidad que esta debe ser ampliada para ofrecer los servicios a los usuarios del auto lavados con una mayor difusión y utilizando e innovando siempre en los distintos canales que se disponen, también se puede señalar, que se está de acuerdo y es necesario la utilización de diferentes medios de pagos a los clientes esto incrementaría más los ingresos por ventas, sintiéndose atendido el cliente en disponer o elegir su forma de pago que más le convenga

En cuanto a la fase II y el análisis de la viabilidad técnica, financiera y económica, se concluyó que la falta de información financiera que se presenta en la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A., es una de las consecuencias por las cuales no se pueda llevar a cabo una estructura de costos de los servicios ofrecidos por la misma, al igual que se hace imposible determinar si se está obteniendo rentabilidad o no y mucho menos conocer sus porcentajes y así poder verificar si están dentro del 30% establecido en la ley orgánica de costos y precios justos, de igual forma se evidencio que en la parte económica se necesita la inyección de capital monetario para invertirlo en suministros y materiales, es decir en un inventario que le permita obtener mercancía a mejores precios ofrecidos en el mercado, y de igual manera trasladarlo a los precios y que estos puedan ser competitivos y el servicio prestado sea de calidad y garantizado por los insumos que se utilizan, de igual forma se necesita expandir la publicidad del negocio.

Para finalizar el análisis de esta etapa se evidencio que en relación a la parte técnica, cuenta con equipos de trabajos que le permiten ofrecer sus servicios de forma rápida en comparación con los de su rama, de igual forma cuenta con un personal que se tiene la intención de capacitar y que se identifiquen con la organización y así garantizar una excelente mano de obra al momento de prestar sus servicios y esto también es reconocida como parte de su propuesta de valor.

En Conclusión a la fase III, en consecuencia, se deduce que la empresa cuenta unas series de condiciones idóneas para plantear un modelo de plan de negocio ajustado a la Metodología CANVAS, a los fines de proponer un plan de negocios para la prestación de servicios de auto lavado por la empresa, el cual es fácil y sencillo de implementar, y gracias a su información fragmentada y necesaria requerida por la organización, podrá presentar un mapeo con proyecciones futuras sobre sus operaciones, de igual manera se procedió a presentar una propuesta dirigida directamente a la entidad en estudio para que la considere y en ella se presenta

la ruta y o pasos de cómo puede enfrentar y subsanar todas las debilidades detectas en el proceso investigativo.

### **Recomendaciones**

Dentro de las recomendaciones más importantes para la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A., se pueden enumerar tomando en cuenta las conclusiones planteadas son las siguientes:

Realizar constantemente una evaluación del mercado de servicio de auto lavado para así tener un enfoque general del negocio el cual le permita orientarse en una prestación de servicio contando con el personal capacitado e integrado e identificado con la organización, ofreciendo así una propuesta de valor a sus clientes, así como también establecer precios basados en una estructura de costo veraz y fiable, que permita la obtención de una rentabilidad razonable y enmarcada siempre en la ley de costos y precios justos.

Ejecutar una factibilidad técnica, económica-financiera, operativa y de mercado para así obtener una información precisa y oportuna que permita se puedan tomar decisiones acertadas y oportunas que den respuesta a la realidad, ya que se podrá garantizar las operaciones del negocio y mantenerse en el tiempo.

Utilizar los resultados obtenidos con la Metodología CANVAS para constantemente irse adaptando de manera eficiente a los cambios que exige el entorno y no dejar de innovar y aplicar metodologías que garanticen constantemente las operaciones del negocio y que este se mantenga organizado, rentable y competitivo. Para ello se presenta una propuesta adaptada a las necesidades de la entidad en estudio. (Ver Propuesta)

## REFERENCIAS

Arias, Fideas (2012). *El proyecto de investigación*, Caracas, Venezuela Editorial Episteme.  
[Documento en línea]. Disponible:

[https://www.academia.edu/23573985/El\\_proyecto\\_de\\_investigaci%C3%B3n\\_6ta\\_Edici%C3%B3n\\_Fideas\\_G\\_Arias\\_FREELIBROS\\_ORG](https://www.academia.edu/23573985/El_proyecto_de_investigaci%C3%B3n_6ta_Edici%C3%B3n_Fideas_G_Arias_FREELIBROS_ORG) [Consultado el 23/10/2022].

Br. Ruíz Domeka y Br. Ruíz Ainoa (2018). *Plan de negocio para la producción de cables auxiliares de Baterías de automóviles. Caso: empresa soluciones vgl 2019. Municipio Baruta, año 2017.* [PDF en línea]

<http://miunespace.une.edu.ve/jspui/bitstream/123456789/3181/1/TG5867-Completa%20Calif%2019.pdf> [Consultado el 22/10/2022].

*Código Civil Gaceta N° 2.990 Extraordinaria del 26 de Julio de 1982.* [Documento en línea].

Disponible: [https://www.vav.com.ve/assets/Documents/leyes/codigo\\_civil.pdf](https://www.vav.com.ve/assets/Documents/leyes/codigo_civil.pdf).  
[Consultado el 22/10/2022].

*Código de Comercio Venezolano Gaceta Oficial Extraordinaria N.º 475 del 21 de diciembre del 1955.* [Documento en línea]. Disponible:

<http://www.finanzas.usb.ve/sites/default/files/C%C3%B3digo%20de%20Comercio.pdf>  
[Consultado el 21/10/2022].

*Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV), Gaceta Oficial N° 36.860 del 30 de diciembre del 1999.* [Documento en línea]. Disponible:

[https://www.oas.org/dil/esp/constitucion\\_venezuela.pdf](https://www.oas.org/dil/esp/constitucion_venezuela.pdf) [Consultado el 23/10/2022].

Drucker, P. (1986). *La innovación y el empresariado innovador. Práctica y los principios Ed. Sudamericana.* Disponible: [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332021000100006&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332021000100006&script=sci_arttext) [Consultado el 22/10/2022].

file:///C:/Users/Equipo/Downloads/1396-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2334-1-10-20201214.pdf (Revista valor Contable) Vol. 7 Núm. 1 2020.

https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1560/1/TL\_LlamoIrigoinMarilu\_OlivosMioMari  
aFe.pdf [Consultado el 23/10/2022].

https://blog.bind.com.mx/plan-de-negocios

http://planuba.orientaronline.com.ar/wp-content/uploads/2012/08/Guia-Para empresarios-Pymes-  
C%C3%B3mo-Elaborar-Un-Plan-De-Negocios.pdf

https://www.melior.es/noticias/importancia-ubicacion-empresa

Kloter & Armstrong (2013). *Fundamentos de Marketing* [Documento en línea] Disponible en:  
https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf. [Consultado 22/10/2022].

Llamo M., y Olivos M. (2018). *Propuesta de modelo de negocio basado en lean Canvas para la empresa don mixto restaurant, Chiclayo – 2017* [PDF en línea].

Quiroa, M. (2019). *Análisis del entorno (marketing)*. Guatemala: Economipedia. [Documento en línea]. Disponible: https://economipedia.com/definiciones/analisis-del-entornomarketing.html [Consultado el 22/10/2022].

Quiroa, Myriam (2019). *Análisis del entorno (marketing)*. [Documento en línea], disponible en: https://economipedia.com/definiciones/analisis-del-entorno-marketing.html [Consultado: 21/10/22].

Recuperado de https://www.camjol.info/index.php/recsp/article/view/6611/6341 [Consultado el 22/10/2022].



Rivas Ariana. (2015). *Emprendimiento en Venezuela*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/emprendimiento-en-venezuela/> [Consultado el 16/10/2022].

Tamayo, M. (2012). El proceso de la investigación científica. México: Edit. México .[Documento en línea]. Disponible: [https://www.academia.edu/7012157/MARIO\\_TAMAYO\\_Y\\_TAMAYO](https://www.academia.edu/7012157/MARIO_TAMAYO_Y_TAMAYO) [Consultado el 27/10/2022] .

Sampieri. Roberto (2006). Metodología de la Investigación. México [Documento en línea]. Disponible: [https://www.academia.edu/19094794/LIBRO\\_metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_4ta\\_edicion\\_sampieri\\_2006\\_ocr](https://www.academia.edu/19094794/LIBRO_metodologia_de_la_investigacion_4ta_edicion_sampieri_2006_ocr) [Consultado el 27/10/2022].

## **ANEXOS**

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVESITARIA  
INSTITUTO UNIVERSITARIO JESÚS OBRERO  
EXTENSIÓN BARQUISIMETO**

**INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

**Instrucciones: lea detenidamente cada ítem del cuestionario y marque con una x en el cuadro las opciones SI o NO, según corresponda a cada pregunta.**

N°	PREGUNTAS	SI	NO
1	¿Considera usted necesario se cuente con información financiera en la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.?		
2	¿Considera usted que las necesidades básicas de los usuarios de los autos lavados en Barquisimeto, pueden ser cubiertas por los servicios prestados en CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.?		
3	¿Considera usted que los precios de los servicios de los autos lavados en Barquisimeto, se ajustan a los servicios prestados en CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.?		
4	¿Considera usted que el acceso de los usuarios de los servicios de un auto lavados, se encuentra garantizado por la ubicación geográfica en Barquisimeto de CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.?		
5	¿Considera usted importante que la empresa debe aplicar un estudio de mercado y así poder mejorar la propuesta de negocio que ofrece actualmente CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.?		
6	¿Considera usted que los servicios de embellecimiento general de vehículo, garantizan una excelente propuesta de valor para los clientes de		

	la CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.?		
7	¿Considera usted que la inversión en publicidad y propaganda por todos los medios y redes es la mejor manera de dar a conocer los servicios de auto lavado, que realiza para los clientes la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.?		
8	¿Está usted de acuerdo, con la utilización de diferentes medios de cobros para ser ofrecidos a los clientes en la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A., una mayor liquidez y flujo de ingresos?		
9	¿Considera usted que la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. cuenta con un inventario de materiales y suministros para prestar eficientemente los servicio de auto lavado?		
10	¿Considera usted que la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. cuenta con equipos necesarios que le permitan garantizar la prestación de su servicio?		
11	¿Considera usted que los proveedores de la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. son clave para la prestación del servicio?		
12	¿Considera usted que la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. actualmente presta sus servicios basados en una estructura de costos de acuerdo a las normativas vigentes en Venezuela?		
13	¿Considera usted que la empresa CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A. deba implementar un Plan de negocios bajo el modelo método CANVAS para mejorar sus servicios así como también la rentabilidad del negocio?		

**ESTRUCTURA DE COSTO  
CAR WASH ELÍAS EXPRESS C.A.**

**ESTRUCTURA DE COSTOS**

**PRODUCCION DE 150 SERVICIOS DE LAVADO, ENCERADOY PULITURA DE FAROS**

ESTRUCTURA DE COSTO								Cotizacion
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO DIARIO	COSTO SEMANAL	COSTO MENSUAL	COSTO \$ (USD)	14,1251
<b>MANO DE OBRA</b>								
Encargado de atención y manejo de Caja	1	1	260,00	8,67	60,67	260,00	18,41	
Jefe o Supervisor de Operaciones	1	1	260,00	8,67	60,67	260,00	18,41	
Operador o auxiliar de lavado de autos	2	2	130,00	8,67	60,67	260,00	18,41	
<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>	<b>4</b>		<b>650,00</b>	<b>26,00</b>	<b>182,00</b>	<b>780,00</b>	<b>55,22</b>	
<b>COSTOS VARIABLES</b>								
Champoo con brillo	4	1 lts	50,00	6,67	46,67	200,00	14,16	
Limpiador de tapicerías	4	1 lts	70,00	9,33	65,33	280,00	19,82	
Paños de microfibra	16	1	60,00	32,00	224,00	960,00	67,96	
<b>TOTALES COSTOS VARIABLES</b>			<b>180,00</b>	<b>48,00</b>	<b>336,00</b>	<b>1.440,00</b>	<b>101,95</b>	
<b>COSTOS FIJOS</b>								
AGUA	1	30	8,00	8,00	56,00	240,00	16,99	
ELECTRICIDAD	1	30	6,00	6,00	42,00	180,00	12,74	
INTERNET	1	30	15,00	148,25	1.037,75	450,00	31,86	
ALQUILER	1	30	10,00	10,00	70,00	300,00	21,24	
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>			<b>39</b>	<b>172,25</b>	<b>1.205,75</b>	<b>1.170,00</b>	<b>82,83</b>	

RESUMEN	Bolivares	\$ (USD)	COSTO 1 LAVADO Bs.	COSTO 1 LAVADO \$ (USD)
<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>	780,00	55,22	26,00	1,84
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	1.440,00	101,95	48,00	3,40
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	1.170,00	82,83	39,00	2,76
<b>TOTAL COSTO DEL SERVICIO MENSUAL</b>	<b>3.390,00</b>	<b>240,00</b>	<b>113,00</b>	<b>8,00</b>