

# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

# TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL TEMA:

# "DISEÑO DE PLAN DE MEJORA PARA GESTION ADMINISTRATIVA APLICADA A EMPRESA LUBRILAD"

## **AUTOR(ES):**

TATIANA JAZMIN LADINES ROSADO

**TUTOR DE TESIS:** 

ING.COM. SUCCETY CRUZ RONQUILLO

**GUAYAQUIL, FEBRERO, 2018** 







# REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS					
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	"DISEÑO DE PLAN DE MEJORA PARA GESTION ADMINISTRATIVA APLICADA A EMPRESA LUBRILAD"				
AUTORA:	TATIANA JAZMIN LADINES ROSADO				
REVISOR/TUTOR:					
INSTITUCIÓN:	UNIVERSIE	DAD DE GUA	YAQI	ЛL	
UNIDAD/FACULTAD:	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS				
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	INGENIERI	A COMERCIA	L		
GRADO OBTENIDO:					
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	82		
ÁREAS TEMÁTICAS:	PLAN DE NEGOCIO				
PALABRAS CLAVES:					
RESUMEN/ABSTRACT: El presente proyecto se basó en el diseño de un plan de mejora administrativa en los procesos de compra, venta y control de la empresa lubricadora y lavadora de autos "Lubrilad", considerando que la empresa inició sus actividades a partir del presente año como un negocio familiar, sin embargo debido a sus características de negocio no cuenta con procesos y actividades establecidos de manera formal, aspecto que generó desorganización interna, problemas en el registro de la información, y a su vez ha incidido en los niveles de satisfacción de los clientes. En este caso, en primer lugar se analizaron las variables relacionadas con el tema desde una perspectiva general, a través de la revisión de diferentes fuentes secundarias que proporcionaron un sustento bibliográfico al documento. Así mismo, para obtener información relevante sobre el funcionamiento interno de la empresa y la forma en que se desarrolla actualmente los procesos administrativos, se aplicó un tipo de investigación descriptiva, considerando como población al personal administrativo del negocio y a los clientes. Los resultados obtenidos de la investigación de campo, demostraron que la administración en la empresa Lubrilad se desarrolla de manera empírica, el cual se identificó como uno de los principales factores causantes del problema, así como también se identificó que la satisfacción de la mayoría de los clientes se encuentra en nivel medio, considerando que han existido inconvenientes con los procesos de facturación y cobro. A partir de la información obtenida, se diseñó una propuesta en la que se definieron las directrices para desarrollar de forma adecuada los procesos de compra, venta y control en la empresa.					
ADJUNTO PDF:	SI			NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 09	968096727		E-mail: tladinesro@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre:				
INTITUCION,	Teléfono:				
	E-mail:				



## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado ING.COM. SUCCETY CRUZ RONQUILLO, tutor del trabajo de titulación "DISEÑO DE PLAN DE MEJORA PARA GESTION ADMINISTRATIVA APLICADA A EMPRESA LUBRILAD" certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por TATIANA JAZMIN LADINES ROSADO, con C.I. No.0926332503, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERA COMERCIAL, en la Carrera/Facultad, ha sido REVISADO Y APROBADO en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

ING.COM. SUCCETY CRUZ RONQUILLO
C.I. No. 0914403746



# LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS

Yo, TATIANA JAZMIN LADINES ROSADO con C.I. No. 0926332503, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es "DISEÑO DE PLAN DE MEJORA PARA GESTION ADMINISTRATIVA APLICADA A EMPRESA LUBRILAD" son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN\*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente

#### TATIANA JAZMIN LADINES ROSADO

C.I. No. 0926332503

\*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no

oveluciva nara al uso no comorcial do la obra con finos acadómicos



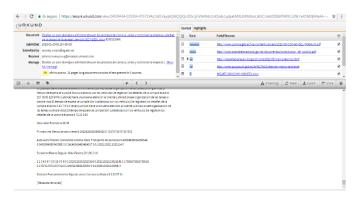
#### CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrada, ING.COM. SUCCETY CRUZ RONQUILLO certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por TATIANA JAZMIN LADINES ROSADO CON C.I No. 0926332503, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERIA COMERCIAL.

Se informa que el trabajo de titulación: "DISEÑO DE PLAN DE MEJORA

PARA GESTION ADMINISTRATIVA APLICADA A EMPRESA

LUBRILAD, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio URKUND quedando el 3% de coincidencia.



https://secure.urkund.com/view/34599454-925994-976755#q1bKLVayijbQMQQiQx1DIx1jHVMdMx1zHQsdy1gdpeLM9LzMtMzkxLzkVCUrAz0DIzMTM0tLS2NLYwtDM0tjI4taAA==

ING.COM. SUCCETY CRUZ RONQUILLO
C.I. No. 0914403746



ING. SOFIA LOVATO TORRES, MAE

DIRECTOR DE CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL Ciudad.-

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación "DISEÑO DE PLAN DE MEJORA PARA GESTION ADMINISTRATIVA APLICADA A EMPRESA LUBRILAD" de la estudiante TATIANA JAZMIN LADINES ROSADO indicando ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, CERTIFICO, para los fines pertinentes, que la estudiante está apta para continuar con el proceso de revisión final.

ING.COM. SUCCETY CRUZ RONQUILLO

C.I. No. 0914403746

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar esta tesis a mi Padre celestial, quien con su amor e infinita bondad me ha acompañado en cada etapa de mi vida.

A mis padres quienes son mi motivación e inspiración para que cada día alcance mis objetivos y metas para siempre mantenerme firme ante las adversidades.

A mis hermanas y sobrino que están a mi lado, apoyándome y enseñándome que todo sacrifico tiene su recompensa.

Los Amo

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco infinitamente a mi Universidad de Guayaquil por haberme abierto las puertas y permitirme culminar mi carrera.

A mis maestros por compartir su sabiduría e impulsarme cada día a ser mejor persona y excelente profesional.

Finalmente agradezco también a mi tutora de tesis Ing. Succety Cruz por haberme guiado con sus conocimientos y experiencia, por lo que fue una ayuda invaluable en el desarrollo de mi proyecto.

# Índice General

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	II
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR	III
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS	IV
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD	V
ING. SOFIA LOVATO TORRES, MAE	VI
DIRECTOR DE CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL	VI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS	VI
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	VI
DEDICATORIA	.VII
AGRADECIMIENTO	VIII
Índice General	IX
Índice de Figura	XI
Índice de Tabla	. XII
RESUMEN	XIII
ABSTRACT	.XV
Introducción	1
Capítulo I	2
Formulación y sistematización del problema	2
1.1 Planteamiento del problema	2
1.2 Objetivo General y Específico	3
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
1.3 Justificación	4
1.4 Delimitación	5
1.5 Hipótesis o premisas	5
1.6 Operacionalización de las variables	6

Capítulo II	7
2.1 Antecedentes	7
2.2 Marco Teórico	9
2.2.1 Procesos administrativos	9
2.2.2 Funciones administrativas	10
2.3 Servicio al cliente	17
2.3.1 Comunicación organizacional	19
2.4 Marco contextual	21
2.5 Marco conceptual	22
2.6 Marco Legal	28
Capítulo III	34
Métodos del nivel teórico utilizados	34
3.1 Métodos del nivel empírico utilizados	34
3.2 Universo y muestra	34
3.3 Gestión de datos	36
3.3.1 Análisis de encuestas	37
3.3.2 Análisis de entrevistas	50
Capítulo IV	51
Propuesta solución al problema	51
4.1 Características esenciales de la propuesta	51
4.2 Objetivos	51
4.3 Justificación	51
4.4 Estructura de la propuesta	53
4.5 Desarrollo de la propuesta	53
4.6 Forma y condiciones de aplicación	75
4.7 Validación de la propuesta aplicada	76
CONCLUSIONES	77
RECOMENDACIONES	78
Bibliografía	79

# Índice de Figura

Figura 1.Interacción de las funciones administrativas	11
Figura 2.Género	37
Figura 3.Edad	38
Figura 4.Tipo de vehículo	39
Figura 5.Propiedad del vehículo	40
Figura 6.Tiempo de ser cliente	41
Figura 7.Frecuencia de servicio	42
Figura 8. Nivel de satisfacción	43
Figura 9.Recomendaría Lubrilad	44
Figura 10. Experiencia de compra	45
Figura 11. Velocidad de atención	46
Figura 12.Errores en factura	47
Figura 13.Aspectos de Lubrilad	48
Figura 14.Recomendaría Lubrilad	49
Figura 15. Estructura de la propuesta	53
Figura 16.Estructura organizacional	56
Figura 17.Proceso de compra actual	
Figura 18.Proceso de venta actual	59
Figura 19.Proceso general de actividades en Lubrilad	65
Figura 20.Proceso compra lubricantes	66
Figura 21.Proceso compra filtros	68
Figura 22. Proceso venta servicio cambio de aceite	70
Figura 23.Proceso venta servicio lavado de auto	72
Figura 24. Proceso venta servicio lavado de auto	74

# Índice de Tabla

Tabla 1	6
Tabla 2.Teorías del proceso administrativo	10
Tabla 3.Universo y Muestra	36
Tabla 4. Género	37
Tabla 5.Edad	38
Tabla 6.Tipo de vehículo	39
Tabla 7.Propiedad del vehículo	40
Tabla 8.Tiempo de ser cliente	41
Tabla 9.Frecuencia de servicio	42
Tabla 10.Nivel de satisfacción	43
Recomendaría los servicios de Lubrilad Tabla 11. Recomendaría Lubrilad	44
Tabla 12.Experiencia de compra	45
Tabla 13. Velocidad de atención	46
Tabla 14.Errores en factura	47
Tabla 15.Aspectos de Lubrilad	48
Tabla 16.Recomendaría Lubrilad	49
Tabla 17. Actividades a ejecutarse	75



"Diseño de plan de mejora para gestión administrativa aplicada a empresa Lubrilad"

Autor: Tatiana Jazmín Ladines Rosado

Tutor: Ing. Com. Succety Cruz Ronquillo

#### **RESUMEN**

El presente proyecto se basó en el diseño de un plan de mejora administrativa en los procesos de compra, venta y control de la empresa lubricadora y lavadora de autos "Lubrilad", considerando que la empresa inició sus actividades a partir del presente año como un negocio familiar, sin embargo debido a sus características de negocio no cuenta con procesos y actividades establecidos de manera formal, aspecto que generó desorganización interna, problemas en el registro de la información, y a su vez ha incidido en los niveles de satisfacción de los clientes. En este caso, en primer lugar se analizaron las variables relacionadas con el tema desde una perspectiva general, a través

XIV

de la revisión de diferentes fuentes secundarias que proporcionaron un sustento

bibliográfico al documento. Así mismo, para obtener información relevante sobre el

funcionamiento interno de la empresa y la forma en que se desarrolla actualmente los

procesos administrativos, se aplicó un tipo de investigación descriptiva, considerando

como población al personal administrativo del negocio y a los clientes.

Los resultados obtenidos de la investigación de campo, demostraron que la

administración en la empresa Lubrilad se desarrolla de manera empírica, el cual se

identificó como uno de los principales factores causantes del problema, así como

también se identificó que la satisfacción de la mayoría de los clientes se encuentra en

nivel medio, considerando que han existido inconvenientes con los procesos de

facturación y cobro. A partir de la información obtenida, se diseñó una propuesta en la

que se definieron las directrices para desarrollar de forma adecuada los procesos de

compra, venta y control en la empresa.

Palabras Claves: Plan de mejora, proceso, compra, Empresa



""DESIGN OF IMPROVEMENT PLAN FOR ADMINISTRATIVE MANAGEMENT APPLIED TO COMPANY LUBRILAD"

**Author:** Tatiana Jazmin Ladines Rosado

Advisor: Ing. Com. Succety Cruz Ronquillo

#### **ABSTRACT**

This project was based on the design of a plan for administrative improvements in the processes of buying, selling and control of the company lubricator and car washing machine "Lubrilad", considering that the company launched its activities at the beginning of this year as a family business, however, due to its characteristics of business processes and activities set out in a formal manner, gender aspect that internal disruption, problems in the registration information, and in turn has an impact on the levels of customer satisfaction. In this case, first analyzed the variables related to the issue from a general perspective, through the review of different secondary sources that

XVI

provided an insightful to the document. At the same time, to get the relevant

information about the inner workings of the company and the way in which it is

currently being developed by the administrative processes, applied a type of descriptive

research, considering how population to the administrative staff of the business and

customers.

The results of field research, showed that the administration in the Lubrilad company

develops in an empirical manner, which was identified as one of the main factors

causing the problem, as well as also identified to the satisfaction of the majority of all

customers are located in middle level, considering that there have been problems with

the billing and collection processes. From the information obtained, a proposal which

defined the guidelines for developing appropriately the processes of buying, selling and

control in the company.

**Keywords:** Improvement Plan, process, purchase, Company

#### Introducción

La gestión administrativa, en la actualidad se ha constituido como un elemento clave para el buen funcionamiento de un negocio, independientemente de su tamaño o sector de operación; considerando que de su adecuada aplicación depende en gran medida el correcto desarrollo de las actividades empresariales y su permanencia en el mercado, principalmente en sectores en los que existen altos niveles de competencia.

No obstante, a nivel de PYMES, en muchos casos la gestión administrativa se desarrolla de forma empírica, lo cual suele atribuirse a diferentes factores, tales como: el nivel de conocimiento, la disponibilidad de recursos, entre otros. Esto ha generado que un número importante de PYMES manejen la administración de manera informal, sin la aplicación de herramientas o técnicas adecuadas; lo que implica la carencia de un modelo de gestión administrativa debidamente establecido según las características y necesidades del negocio. En este contexto, de acuerdo a lo publicado por Hoyos (2015):

Las PYMES siguen necesitadas de fundamentos operativos que de forma continua pongan de manifiesto su problemática con la finalidad de facilitar la toma de decisiones, tanto desde un punto de vista de política interna, como de política estatal. Las debilidades de carácter estructural que padecen las PYMES siguen afectando su supervivencia y disminuyendo su competitividad. (p. 34)

De acuerdo a esta perspectiva, el presente trabajo toma como objeto de estudio a la empresa lubricadora y lavadora de autos "Lubrilad", con la finalidad de conocer su estructura interna y las complicaciones que esta presenta para su posterior solución.

#### Capítulo I

#### Formulación y sistematización del problema

Cabe acotar que la previa investigación antes de diseñar el plan, radica en mejorar el área de administración de la Lubricadora y lavadora de autos Lubrilad, a través de lo cual será posible también mejorar los procesos de compra, venta y control de la empresa, considerando las falencias percibidas en esta área, que han incidido al alcance de mejores resultados a nivel interno y externo.

- ¿Qué aspectos han incidido en la mejora de la administración y de los procesos de compra, venta y control de la Lubricadora y lavadora de autos Lubrilad?
- ¿Qué tipo de limitantes se han identificado en los procesos de compra, venta y control de la lubricadora?
- ¿De qué manera se lleva a cabo actualmente la gestión administrativa
   Lubricadora y lavadora de autos Lubrilad?
- ¿Cómo contribuirá el plan de mejora administrativa en los procesos de compra,
   venta y control a la Lubricadora y lavadora de autos Lubrilad?

# 1.1 Planteamiento del problema

La correcta administración en una organización empresarial, supone un elemento esencial para el crecimiento y desarrollo, más aun, cuando en la mayoría de sectores cada día incrementa la competencia y los estándares de servicio se elevan por las características del mercado. Para ello es necesario establecer un eficiente proceso de planificación, organización dirección y control en las actividades (Luna, 2015).

Tomando lo anterior en consideración, se aborda la situación actual de la empresa lavadora y lubricadora de autor Lubrilad, de la ciudad de Guayaquil, la cual inició sus operaciones en mayo del 2017, con el debido registro mercantil, pero que se instauró bajo un modelo de negocio sencillo con procesos y actividades establecidos de manera informal.

Las características del negocio lo ubican dentro de la categoría de micro empresa, y como en la mayoría de los casos, la administración de éstas se basa en la práctica y experticia de sus fundadores. Dicha situación ha generado como problema la carencia de un adecuado plan administrativo con procesos y registros organizados en las actividades de compra a proveedores, venta del servicio y control para que las tareas se efectúen según lo planificado.

Proporcionar las bases administrativas idóneas a Lubrilad permitirá que esta empresa diseñe mejores objetivos a corto, mediano y largo plazo, incrementando sus posibilidades de crecimiento y satisfacción al cliente. Ya que actualmente la carencia de una buena administración ocasiona problemas de registro, desorganización, imagen rústica entre otras desventajas para su bienestar comercial.

### 1.2 Objetivo General y Específico

#### **Objetivo General**

Diseñar un plan de mejora administrativa en los procesos de compra, venta y control en la empresa Lubrilad, de la ciudad de Guayaquil, periodo 2017-2018.

# **Objetivos Específicos**

 Analizar los antecedentes y situación actual de la gestión administrativa de la empresa Lubrilad.

- Identificar las fortalezas y debilidades de la administración en procesos de compra, venta y control.
- Establecer procesos administrativos idóneos de compra, venta y control por medio del diagnóstico administrativo.

#### 1.3 Justificación

Se justifica el desarrollo del presente proyecto, debido a que se podrá contribuir con la Lubricadora y lavadora de autos Lubrilad, en la búsqueda de un plan de mejora administrativa de los procesos, tomando en consideración los problemas que han afectado a este modelo de negocio en el mercado en el que se desenvuelve, siendo fundamental la consideración de una propuesta mediante la cual, tanto los procesos de compra, venta y control de la empresa, puedan ser sobrellevados de forma correcta.

Dentro del mercado actual, es fundamental que las empresas independientemente del tamaño que presenten, apliquen procesos administrativos basados en el correcto desarrollo de los procesos tanto de compra, venta y control general, de esta manera las falencias se logran mitigar a través de gestiones eficientes y productivas. Para esto, es relevante que las empresas también logren considerar modelos de negocios que ya apliquen planes de mejora administrativa bajo los cuales guiarse, y así asegurar un mejor desempeño de los procesos de mayor consideración.

Las empresas dedicadas ofrecer servicios direccionados para autos, gozan de importante demanda, considerando que año a año la población opta por adquirir vehículos ya sea para uso personal o como medio de trabajo, por lo cual las lubricadores y lavadoras centradas a estos vehículos, juegan un papel fundamental para este sector automovilístico, ya sea por el servicio o producto ofrecido, como por la atención brindada por parte de los responsables y empleados de los mismos.

Otro punto adicional que las empresas y pymes deben de considerar, radica en el mejorar los niveles de competitividad, de esta manera pueden generar aspectos diferenciadores frente a otros modelos de negocios que se basen o se centren a necesidades y requerimientos similares identificados en el mercado, por ello la importancia de mejorar desde el área administrativa los procesos principales o mayor rentabilidad para el negocio.

Por lo tanto, posteriormente de haber efectuado la investigación de campo respectiva, será posible contar con bases necesarias para diseñar efectivamente las políticas, estrategias y accionar general bajo las cuales podrá basarse la propuesta de la mejora administrativa de la Lubricadora y lavadora de autos Lubrilad, esperando obtener mejores resultados a nivel las gestiones de compra, venta y control.

#### 1.4 Delimitación

Se identifica como delimitación al desarrollo del trabajo en un lugar definido el cual se demuestra la empresa Lubrilad, la misma que se obtendrá información de forma secundaria y primaria a través de sus clientes.

#### 1.5 Hipótesis o premisas

**Hipótesis:** La hipótesis que se plantea dentro del presente estudio es el siguiente:

Después de analizar la situación administrativa en los procesos de compra, venta y control de la empresa Lubrilad se podrá diseñar un plan de mejora.

#### Variables:

- Variable Independiente: Causas que dificultan la administración en los procesos de compra, venta y control de la empresa Lubrilad.
- Variable Dependiente: Diseño de plan de mejora.

# 1.6 Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

Operacionalización de las variables				
Variables	Dimensiones	Indicador	Unidad de análisis	
Análisis de los procesos administrativos.	Gastos Costos Registro de pagos Control de ventas Inventario	Número de facturas Kardex Flujo de caja Caja chica Registro de venta	Administrativos y clientes	
Plan de mejora para los procesos de compra y venta en la lubricadora y lavadora de autos "Lubrilad"	Plan de necesidades Procesos para compra Procesos para venta	Diagramas de procesos Documentos requeridos Jerarquía Control	- de la empresa lubricadora y lavadora de autos "Lubrilad"	

#### Capítulo II

#### 2.1 Antecedentes

Para el presente estudio se ha tomado en consideración varios proyectos realizados por otros autores que han servido de guía de la autora para poder conocer más a fondo la problemática que presenta el sector de negocio de las Lubricadoras con la finalidad de poder conocer más sobre el tema. A continuación se detallan el estado de arte consultado.

La autora (Alcívar) 2012 en su proyecto titulado "Diseño de una estructura administrativa y operativa para la lubricadora "AMC", en el barrio del periodista año 2012." Estudia el caso de la estructura organizacional y administrativa de la Lubricado AMC ubicada en la ciudad de Guayaquil, aquí concluye sobre la importancia que tiene que las empresas de cualquier índole cuenten con objetivos, misión y visión clara para poder alcanzar las metas empresariales, también destaca que la sociedad se beneficia más de las empresas constituidas de forma legal y estructurada que de aquellas que realizan sus labores solo de manera empírica por lo que se reflejó la importancia de contar con estrategias y técnicas organizacionales, debido a la globalización.

Estableció también que muchos de los problemas que se habían presentado en la lubricadora AMC eran debido al empirismo que se manejaba en la estructura lo cual había desencadenado en que esta tuviera poco crecimiento, una cartera de negocio pequeña y muchas fallas al momento de brindar el servicio, esto a causa de que no existían operaciones administrativas que realicen su labor. Otro factor fue la falta de capacitación constante en los trabajadores de la lubricadora.

El autor (Muñoz) 2016 en su proyecto "Plan de mejora de la empresa Marín autos", da a conocer que el sector automotriz en los últimos años ha reducido la comercialización de determinados servicios debido a leyes Gubernamentales, por lo cual en consecuencia a esto han debido surgir otro tipo de estrategias para poder contrarrestar esto con el entorno y aprovechar la experiencia con la que cuentan los dueños de Lubricadoras o cualquier tipo de negocio de esta rama. Manifiesta que la gestión de marketing y administración es un papel fundamental para poder lograr la estabilidad de este sector y al mismo tiempo permite brindar un mejor servicio al cliente, lo cual fideliza a los clientes actuales y crea beneficios como la entrada de nuevos clientes. Aprovecha y argumenta que la corrección en las áreas administrativas del negocio, la implementación de estrategias y técnicas de estructuración permite que exista eficiencia y que se posicione de mejor forma el negocio frente a otros en el mercado.

Otro tema relacionado es el del autor (Paredes) 2015, en su proyecto "Plan de marketing para la Lavadora y Lubricadora de Toro, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2015". Concluye que debido a la limitada aplicación de estrategias de marketing y a la mala estructura organizacional que ha existido en le Lavadora y Lubricadora Toro, no se ha podido captar nuevos clientes ni ha permitido que dicho negocio tenga un crecimiento sostenido en el mercado, también acota que la imagen institucional que proyecto no es la adecuada por lo que no se genera fidelidad por parte de los clientes o por lo menos estima y preferencia.

También revela en sus conclusiones que no existen estrategias promocionales o estímulos positivos hacia los clientes, otro factor es la falta de enfoque causado por la

mala administración ya que no existe una estructura organizacional que permita que los procesos sean llevados de forma correcta, generando limites en la atención y servicio al cliente. También juega un papel importante la falta de capacitación constante de las personas que laboran en dicha institución. No existe comunicación interna lo que genera varios problemas en el manejo del negocio.

#### 2.2 Marco Teórico

#### 2.2.1 Procesos administrativos

Según la publicación realizada por docentes de la Universidad Nacional Autónoma de México (2015):

El proceso administrativo está definido como una secuencia de fases o etapas que se llevan a cabo en la práctica administrativa.

De acuerdo al criterio de cada autor han dividido a este proceso en tres, cuatro, cinco o seis etapas, pero solo se refieren al nivel deanálisis de proceso, ya que el contenido es manejado de la misma manera por todos los autores(p. 1).

Basándose desde este punto de vista, que los procesos administrativos son un conjunto de normas que rigen procedimientos para administrar una organización. Los procedimientos tienen como fin establecer eficiencia, consistencia, responsabilidad y rendición de cuentas. Los procesos administrativos son significativos ya que proporcionar directrices de las cuales se rige la organización; así como también proporciona legalidad de acción de la administración y aplicación de las reglas y decisiones de gestión, se realiza de manera objetiva, justa ya constante.

Es conveniente recalcar, que existen diferentes teorías postuladas por distintos autores con base a las cueles se definen los enfoques de los procesos administrativos. En este caso particularse referencia el estudio publicado por Bustos (2013), en el cual se procede a analizar las principales teorías de los procesos administrativos:

Tabla 2. Teorías del proceso administrativo

Enfoques del proceso administrativo				
Autor	Henri Fayol	George Terry	Harold Koontz& Ciril O Donnell	James Stoner
Enfoques	*Previsión *Organización *Comando *Coordinación *Control	*Planeación *Organización *Ejecución *Control	*Planeación  *Organización  *Integración  *Dirección  *Ejecución  *Control	*Planeación *Organización *Dirección *Control

Tomado de Proceso Aministrativo, por Bustos (2013)

Con base a los enfoques previamente expuestos, se procede a detallar cada enfoque con la finalidad de clarificar la conceptualización de los procesos administrativos.

#### 2.2.2 Funciones administrativas

De acuerdo a González(2014):

Se define como proceso administrativo a la secuencia y conjunto de las actividades administrativas, basándose en las distintas funciones administrativas como son planificación, organización, dirección, y control de modo que la actividad tiene un proceso sistemático para el logro de los objetivos (p, 75).

Esto quiere decir que existe una constante interacción de las funcione de los procesos administrativos, lo cual expresa que cada función repercute de forma directa en la ejecución del resto de las funciones administrativas, por esto el administrador debe tener una organización y las actividades a realizar, a continuación, se expresan.



Figura 1.Interacción de las funciones administrativas

Adaptado de Proceso Administrativo por, González(2014)

## Función de planeación

Esta actividad proporciona la guía que va a realizar cada uno de los niveles de organización, permitiendo el logro de todas las metas a través de una excelente coordinación de las acciones. Se determina esta actividad como función administrativa de la cual se consideran los siguientes pasos, Mendez (2012).

 Definir los objetivos: se debe plantear los objetivos de acuerdo a lo que la empresa desea alcanzar.

- Verificar la situación actual: se debe realizar una valorización completa de la situación en la que se encuentra la organización esta deber ser realizada en forma actual.
- Desarrollar Indicios sobre las condiciones futuras: las conclusiones ayudan a hacer conclusiones en el ambiente de la planificación de las acciones.
- Analizar las alternativas de acción: se da hincapié al encuentro de los recursos alternativos de acción.
- Implementar el plan evaluando los resultados: de esta manera se realiza un plan y se evalúa los resultados, obteniendo una garantía para la ejecución de la empresa.

#### Importancia y ventajas de la planeación

- Permite que las empresas puedan enfrentar problemas a futuro.
- Consiente la posibilidad de un sistema racional para la toma de decisiones.
- Minimiza los niveles de incertidumbre en el futuro.
- Mejora la coordinación en la organización.
- Determina el correcto empleo de recursos y tiempo en los diferentes niveles de la organización.
- Permite que se lleven controles a cabo.

## Etapas de la planeación

- 1. Identificar oportunidades.
- 2. Establecer los objetivos.
- 3. Determinar las premisas.
- 4. Identificar los cursos alternativos a la acción.
- 5. Evaluar que los cursos alternativos sean los correctos.
- 6. Elegir el curso de acción más adecuado.

- 7. Formular los planes que deban realizarse.
- 8. Realizar un presupuesto.

### Tipos de planes

En la planeación se distinguen diversos tipos de planes dependiendo del campo de acción, a continuación se detallaran:

#### Por su intencionalidad:

- Planes estratégicos: este tipo de plan abarca toda la organización, ya que son creados para poder cumplir los objetivos empresariales y hacer trabajar a la organización como un todo.
- Planes tácticos: este permite que los planes estratégicos determinen los objetivos en las diversas áreas de una organización de manera particular para poder llegar a la meta de la organización.
- Planes operativos: permite traducir los planes tácticos, se realizan a corto plazo para realizar acciones de forma específica en las unidades de negocio.

#### Por el tiempo:

- Planes a largo plazo: por lo general se trata de objetivos a lograr dentro de 3 años o más.
- Planes a corto plazo: se trata de planes que deben ser realizados en un año o menos.

#### Por el grado de especialización:

- Planes específicos: este tipo de planes son muy claros, establecen los objetivo que deben ser cumplidos y no dan cabida a que se malinterpreten.
- Planes direccionales: se trata de lineamientos generales que pueden ser flexibles,
   tiene un objetivo pero no un curso específico para el cumplimiento de estos.

Por la frecuencia de uso:

 Plan de uso único: busca satisfacer las necesidades de una situación en particular.

 Plan permanente: son planes que ofrecen una guía de forma continua para las actividades a realizar, son ejecutados de forma repetitiva.

## Técnicas de planeación

Pronósticos: es la posibilidad de predecir posibles contingencias.

Planeación de contingencias: permite que se puedan tomar otros cursos cuando existen contingencias.

Planeación de escenarios: identifica los escenarios que se pueden dar y permite que se cree un plan para estos escenarios.

Benchamarking: es utilizado para poder tener ideas de planeación, es una técnica usada para mejorar las técnicas aplicadas, en relación a las personas y organizaciones que quieren lograr un buen desempeño.

Planeación participativa: permite que se planee las acciones a realizarse.

# Función de organización

La organización esta contiene en el establecimiento de una estructura, formalizando y definiendo los roles de los sujetos que integran dentro de la empresa, por lo siguiente las personas que administran deben asegurarse que todos conozcan las actividades que se deben realizar para lograr los objetivos planteados. (Blandez, 2016)

Desde otra perspectiva se determina que el concepto de organización hace referencia a la estructuración técnica de las relaciones que se establecen en las actividades, jerarquías y las obligaciones que cada persona debe cumplir para una mayor eficiencia.

#### Importancia y ventaja de la organización

Hay ciertos factores que se deben tomar en consideración debido a la:

- Existe una obligatoriedad en continuidad, debido a los cambios constantes que sufre la empresa.
- Debido a la constancia se puede conseguir de una mejor forma los objetivos planteados.
- Ayuda a los procesos a desarrollar cada actividad de la manera más eficiente.
- Disminuye la lentitud y los costos e amplia el margen de actividad.
- Suprime la realización de funciones de manera repetitiva.

#### Técnicas de organización

De acuerdo a Lacalle(2016) expresa que: "El organigrama, manuales, diagrama de proceso, análisis de puestos son elementos que están involucrados en las técnicas de organización" (p. 34).

- Organigrama: es una representación gráfica de la estructura formal de una organización, donde se observa e identifica las interacciones de las funciones, obligaciones y autoridades existentes.
- Manuales: son la recopilación de documentos que se contienen de manera ordenada, sistemática y detallada la forma en la que debe funcionar la empresa.
- Diagramas de procedimientos: son las representaciones secuenciales de todos los pasos para la elaboración de una cierta actividad o procedimiento de la organización.
- Análisis de puestos: es una herramienta conocida como pormenorizadamente,
   las personas que laboran en una unidad de trabajo deben tener características,
   aptitudes y conocimientos para desempeñar sus actividades dentro la empresa

#### Función de dirección

Esta actividad consiste en el impulso, coordinación y vigilancia de las acciones de cada individuo de una organización, tiene como objetivo el que el conjunto de todas las actividades que desempeñe lo haga de manera eficaz de acuerdo a los planes señalados. En esta fase está en relación con el talento humano, debido a que este ejecuta las acciones de manera interna en la empresa. En conclusión, es un proceso busca despertar el interés y entusiasmo de las personas para lograr cumplir con los objetivos planteados Univ. Autónoma de Tabasco (2016).

#### Etapas de la dirección

De acuerdo a Manuel y Rodríguez(2017), las etapas de la dirección son las siguientes:

- Delegación la autoridad, tener concomiendo de todas las actividades delegadas.
- Construcción de la autoridad en la cual deben estar precisos los elementos, clases y auxiliares.
- Elaborar canales de comunicación por los cuales se pueda ejercer controles en los resultados.
- Simultáneamente a la ejecución de las órdenes se debe realizar una supervisión de los ejercicios de la autoridad.

#### Función de control

Finalizando este tipo de actividad se considera el establecimiento de los sistemas que permiten medir los resultados obtenidos, lo cuales están relacionados con los planificados, teniendo como objetivos saber si se obtuvo lo esperado, con el propósito de corregir y mejorar, lo cual habilita la creación de nuevos planes. De la misma manera se debe medir el desempeño laboral como medida de control haciendo una comparación

de los objetivos con los resultados, así se puede observar si las actividades cumplieron el objetivo o hay que corregir algo(Moreno, 2013).

#### Importancia y ventajas del control

Existen elementos que se identifican dentro de la importancia y ventaja del control, y estos se detallan a continuación:

- Elaborando medidas para corregir actividades de tal manera que se consigan de manera exitosa la planificación propuesta.
- 2. La labor de control se aplica a todas las personas, cosas y actos.
- Especificación y análisis de todas fuentes de origen de desviaciones, evitando que en un futuro estas se presenten.
- Dar a conocer la información acerca de la ejecución de los planes que sirven como fundamento para la planificación
- Aplicación de racionalización de la administración para que se logre obtener una mayor productividad para la empresa.

#### 2.3 Servicio al cliente

Según Gómez (2012) define: "El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos".

Se puede decir que el servicio de atención al cliente es de vital importancia para que una empresa pueda desarrollarse en el mercado, puesto que la gestión que realizan las personas que laboran en una empresa permite brindar un buen servicio a los clientes lo que genera como resultado la satisfacción del cliente. Ofrecer un servicio de calidad al cliente crea una diferencia en las ventas, ya que fideliza a los clientes y atrae nuevos

clientes. Hoy en día los clientes son sensibles a las experiencias cuando consumen un producto o utilizan u servicio.

#### Factores que influyen en el servicio al cliente

- Amabilidad: los empleados deben tratar con amabilidad a los clientes, brindar ayuda en los procesos de compra de un producto o servicio, durante y después de la compra de dicho bien.
- Atención personalizada: se debe tratar de atender a los clientes de la forma más personalizada posible para que sienta que es importante para la empresa y que sus opiniones, reclamos o quejas son escuchas y solucionadas.
- Rapidez en la atención: se deben manejar los procesos con agilidad y deben estar coordinados para que se realicen de manera rápida y eficiente, sobre todo en relación a entrega de productos y atención de reclamos.
- Ambiente amigable: procurar que el cliente se sienta en un ambiente amigable y acogedor, debe haber buena iluminación y ventilación. Además de existir decoración alusivas al negocio.
- Seguridad e higiene: debe existir buena señalética en los negocios, contar con vías de escape señalizadas de forma correcta, botiquín de primeros auxilios y mantener limpia el área de trabajo.

#### Características del servicio al cliente.

De acuerdo a las normas ISO 9001 (2015) "La organización debe planificar, implementar y controlar los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de productos y servicios, y para implementar las acciones determinadas mediante:

- a) Determinación de los requisitos para los productos y servicios.
- b) El establecimiento de criterios para:

- 1) Los procesos.
- 2) La aceptación de los productos y servicios.
- c) La determinación de los recursos necesarios para lograr la conformidad con los requisitos de los productos y servicios.
- d) La implementación del control de los procesos de acuerdo con los criterios.
- e) La determinación, el mantenimiento y la conservación de la información documentada en la extensión necesaria para:
  - Tener confianza en que los procesos se han llevado a cabo según lo planificado.
  - 2) Demostrar la conformidad de los productos y servicios con sus requisitos".

#### 2.3.1 Comunicación organizacional

Según Dávila (2012) "El nacimiento y consolidación de la Comunicación Organizacional durante las últimas tres décadas, como un campo de estudio y un área funcional de la empresa, es la mejor prueba de que la comunicación es de enorme importancia para las organizaciones".

Se puede hablar de la comunicación organizacional como el conjunto de mensajes que son intercambiados entre los miembros de una empresa y sus diversos públicos externos, se enfoca en el campo del conocimiento humano en relación al estudio de la comunicación, ya que se basa en el proceso de la comunicación. Es de vital importancia el estudio de esta puesto que permite que la información fluya de forma correcta dentro de una organización facilitando el flujo de mensajes entre los miembros de una organización.

Se encuentran dos categorías la comunicación interna y la comunicación externa, dependiendo de los públicos dirigen la comunicación: En esta acepción, podemos distinguir dos categorías, dependiendo de los públicos a los que se dirige el esfuerzo comunicativo:

- Comunicación interna: se trata de las actividades que ejecuta la organización
  para poder realizar y mantener, las relaciones optimas en los diversos niveles de
  la organización, a través de este tipo de comunicación los miembros de la
  organización se encuentran integrados y trabajan en conjunto para lograr cumplir
  con los objetivos empresariales.
- Comunicación externa: son los mensajes que se emiten al público externo, está destinado a procurar establecer o mejorar las relaciones y lazos con los clientes y publico externo. Busca proyectar una imagen corporativa de buena reputación de la empresa para promover sus productos y servicios como productos de excelente calidad. dentro de este tipo de comunicación se encuentran las relaciones públicas y la publicidad.

# Para Goffe (2013)

La Comunicación Organizacional es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las empresas, es una herramienta, un elemento clave en la organización y juega un papel primordial en el mantenimiento de la institución. Su actividad es posible gracias al intercambio de información entre los distintos niveles y posiciones del medio; entre los miembros se establecen patrones típicos de comportamiento comunicacional en función de variables sociales, ello supone que cada persona realiza un rol comunicativo (p 23).

Las comunicaciones en las organizaciones se deben fomentar con la finalidad de que la información fluya de forma correcta en toda la empresa y en el momento oportuno, consiste en que la información llegue a todos los eslabones de la cadena de valor para poder tener un buen funcionamiento y desempeño a nivel general de una empresa. Se debe manejar el tono adecuado. En una red de relaciones interdependientes, para esto se distinguen los siguientes aspectos:

- La comunicación organizacional se encuentra influenciada por el medio ambiente laboral lo cual crea un sistema complejo.
- Involucra mensajes que deben fluir entre, la dirección de la empresa y pueden ser enviados a través de varios medios de comunicación.
- La comunicación organizacional implica personas, sus actitudes, sus sentimientos, sus relaciones y habilidades.

#### 2.4 Marco contextual

Dentro del contexto, se puede apreciar en base a la investigación sobre las fuentes bibliográficas consultadas que en la actualidad no existe una organización estructurada en la mayoría de las lubricadoras del Ecuador lo cual ha causado grandes retrasos en el sector, y de forma más específica para los propietarios de dichos negocios, ya que al no contar con una estructura organizacional definida, han manejado los procesos administrativos de manera empírica teniendo como resultado la falta de crecimiento en el mercado, clientes insatisfechos, disminución de los rubros mensuales.

La planificación estrategia contempla la capacitación del personal, el mismo que en muchas ocasiones suele contar solo con conocimiento empírico el cual no es actualizado mediante capacitaciones que le permita a la lubricadora como negocio brinda un mejor servicio e irse especialización y tecnificando. es muy importante destacar que las

sociedades más beneficiadas son aquellas que logran convertir las actividades empíricas que realizan, en un plan controlado y estructurado que permita que todas las personas que participan o son parte de la cadena de valor de un negocio o empresa se encuentren enfocadas a conseguir los mismos objetivos, de aquí radica la importancia sobre un plan administrativo.

El sector de las Lubricadoras genera buenos rubros pero no ha podido tener un crecimiento sostenido debido a la falta de tecnificación o de empleo de estrategias organizacionales en muchas ocasiones, lo cual no permite que los negocios de este sector abarque una cuota de mercado más grande.

## 2.5 Marco conceptual

Aceite:

Es un líquido que se encuentra en la naturaleza, que se obtiene por la destilación de ciertos minerales, aceite mineral refinado (Megino, 2012).

Alfatest:

Es un analizador de gases, comprueba y limpieza por ultrasonido con el cual examinan los vehículos (Morell, 2013)

Alineación:

Se basa en balancear todas las fuerzas por gravedad, fuerza centrífuga, fricción e impulso mientras el vehículo se desplaza (Dietsche, 2015).

Área administrativa:

Son servicios indispensables para el desarrollo de las funciones técnicas de la empresa (Bib. Orton IICA / CATIE, 2013)

Área operativa:

Lugar donde se elabora el producto o servicio que es naturaleza de negocio.

Atención al cliente:

Es una forma de relacionarse con quien genera ganancias a la empresa (Pérez, 2012).

Balanceo:

Compensa el peso del ensamblado de la llanta y del rin después de que se monta la llanta

Checklist:

Es una lista secuencial y alfabética de personas o cosas que se usa para control, comparación o para referenciarlas.

Competitividad:

Nivel de participación de una actividado producto específico en el mercado

Control:

Es un método de revisión de la ejecución de un objetivo previamente establecido (Mendez, 2012).

Crecimiento económico:

Es el incremento de la actividad productiva la cual puede ser servicios o producción de bienes en un lugar determinado ya sea una empresa o un país.

Desarrollo empresarial:

Conjunto de habilidades que favorecen la eficiencia y eficacia en los recursos de una empresa a través de los empleados y del empresario

Dirección:

Es la cabeza que tiene la habilidad de motivar y otorgar oportunidades para lograr los objetivos planteados (Lacalle, 2016)

Dialecto positivo:

Es una actividad moderna la cual busca erradicar lo negativo en el enfrentamiento de un problema y la atención al cliente.

Ecología:

Ciencia especializada en el manejo, cuidado, y preservación del planeta tierra.

Elemento humano:

Es el agente que razona y determina los objetivos y logros de las metas de una organización. El elemento humano bien dirigido minimiza a los recursos materiales del negocio.

Elemento económico:

Son las circunstancias que se ven afectadas directamente por las políticas y las actividades de la empresa ejemplo de esto son: la economía. La inflación, las tasas de interés etc.

Empresa de servicio:

Son empresas que proporcionan un beneficio para la comunidad a cambio de una retribución monetaria. Su objetivo principal es satisfacer las necesidades del usuario con el fin de obtener beneficios

Empresario:

Persona que inicia o desarrolla una empresa que tiene como objetivos beneficiar su entorno inmediato y beneficiarse el mismo.

Estrategias:

Son un conjunto de diligencias planteadas con anterioridad, que se cumplen de manera sistemática y que están definidos por un periodo de tiempo.

Estructura orgánica:

Es la división de las funciones, es un esquema jerárquico

Existencias:

Es los productos que posee la empresa para ser vendidos en un periodo de tiempo determinado, están ya sea en forma de materiales para ser consumidos durante el ejercicio.

Factores de producción:

Abarcan a todos los elementos de producción y estos son: trabajo, tierra y el capital.

Imagen empresarial:

Es la imagen que la empresa muestra ante el público y esta debe transmitir quien es, que es, que hace y como lo hace(Pintado, 2013).

Improductividad:

Es la falta de productividad que va en contra del principio de todo negocio.

Insumo:

Son los elementos secundarios que se requiere para producir un bien, estos elementos son aparte de la materia prima

Liderazgo:

Habilidad adquirida para dirigir a un grupo de personas, tiene una vital importancia en la administración, es el recurso humano.

Lubricadora:

Empresa que se dedica al servicio de mantenimiento vehicular(Beigbeder, 2012).

Lubricantes:

Son compuestos químicos que tienen como utilidad reducir el desgaste y el calentamiento de los elemento de una maquina

Manuales administrativos:

Son documentos cuya utilidad es brindar información sobre la planificación, estos permiten reconocer y transferir toda información de manera organizada y sistemática

Marketing:

Son un conjunto de acciones cuyo fin es conseguir una relación directa entre el mercado y la organización.

Mercado meta:

Es la parte del mercado al cual va dirigido el producto o a quienes queremos brindar el servicio(Pérez L., 2012).

Meta estratégica:

Es un plan integral en el cual se encuentran objetivos principales y los procesos que buscar lograrlos.

Misión:

Son un conjunto de valores y creencias en la cual la empresa determina sus objetivos, actividades y políticas.

Planeación:

Es un proceso en cual se determina el objetivo principal y la manera en lo que se lograra

Previsión:

Es el ajuste de los planes con el fin de anticiparse a circunstancias indeseables, basadas en experiencias pasadas.

Proceso:

Es un conjunto de actividades o etapas que se realizan de manera controlada, mediante el uso de insumos se llegan a generar un servicio.

Procesos administrativos:

Es un conjunto de principios que está conformado por la planeación, dirección control de las actividades.

Proceso operativo:

Es la corriente de trabajo donde están incluidas todas las fases del negocio de manera sistemática hasta que el producto llega al cliente (Pérez J. , 2015)

Productividad:

Es lograr la satisfacción del cliente al cumplir los objetivos con uso mínimo de los recursos.

Producto:

Es la culminación del proceso, al cual se le añade un valor para la satisfacción de una necesidad.

Promoción:

Es una forma para dar a conocer un producto y/o facilitar la venta del mismo (Salén, 2012).

Punto de fluidez:

Es una característica importante en los lubricantes, porque van a trabajar en temperaturas bajas, este fluye libremente hasta la cual puede enfriarse un aceite sin que deje de fluir.

Objetivo empresarial:

Es el objetivo principal básicamente es la meta a logar.

Optimización de recursos:

Aumentar las ventajas de todos los elementos que forman a la empresa y que generaran una ganancia en el futuro.

Participación del mercado:

Es un grupo de personas tanto físicas o jurídicas, que se encuentran en un área geográfica determinada que consumen o son potenciales consumidores a un determinado producto o servicios (Schnaars, 2012).

Política empresarial:

Es una circunstancia normal en la que la empresa se verá expuesta y por lo que el líder requiere aprobar para no requerir de autorización cada cierto tiempo.

Proactividad:

Es una actitud que se puede observar en cualquier persona y que se caracterizará principalmente por el empeño a realizar más allá de lo indicado.

Proactividad:

Es una actitud de un empleado cualquiera que se caracteriza por un desempeño más allá de lo establecido (López, 2017).

Recursos:

Son los instrumentos que tiene la empresa para iniciar y /o continuar las actividades. Estos recursos pueden ser humanos, materiales y financieros.

Sistema:

Reunión de elementos relacionados de manera intima entre si que busca es lograr un objetivo común.

Sostenibilidad:

Es la circunstancia en la que la empresa es capaz de cubrir el 100% de sus egreso, con recursos que pueden provenir de diferentes es orígenes.

Visión:

Es un objetivo a largo plazo en el cual se plantea en donde se quiere que este la empresa dentro de los siguientes 5 años(Rodríguez, 2012).

# 2.6 Marco Legal

Debido a la naturaleza del negocio, debe cumplir con ciertas normativas para poder ser un negocio legalizado y autorizado, por esta razón se detallaran a continuación Leyes o normativas que se rigen en el país y ciudad con respecto a las lubricadoras.

• Constitución de la República del Ecuador (2008).

## Sección segunda

### Del medio ambiente

"Art. 86.- El Estado protegerá el derecho de la población a vivir en un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice un desarrollo sustentable. Velará para que este derecho no sea afectado y garantizará la preservación de la naturaleza.

Se declaran de interés público y se regularán conforme a la ley:

- La preservación del medio ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país.
- 2. La prevención de la contaminación ambiental, la recuperación de los espacios naturales degradados, el manejo sustentable de los recursos naturales y los requisitos que para estos fines deberán cumplir las actividades públicas y privadas.
- 3. El establecimiento de un sistema nacional de áreas naturales protegidas, que garantice la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de los servicios ecológicos, de conformidad con los convenios y tratados internacionales.
- **Art. 87.-** La ley tipificará las infracciones y determinará los procedimientos para establecer responsabilidades administrativas, civiles y penales que correspondan a

las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, por las acciones u omisiones en contra de las normas de protección al medio ambiente.

**Art. 88.-** Toda decisión estatal que pueda afectar al medio ambiente, deberá contar previamente con los criterios de la comunidad, para lo cual ésta será debidamente informada. La ley garantizará su participación.

Art. 89.- El Estado tomará medidas orientadas a la consecución de los siguientes objetivos:

- 1. Promover en el sector público y privado el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes.
- **2.** Establecer estímulos tributarios para quienes realicen acciones ambientalmente sanas.
- 3. Regular, bajo estrictas normas de bioseguridad, la propagación en el medio ambiente, la experimentación, el uso, la comercialización y la importación de organismos genéticamente modificados.
- **Art. 90.-** Se prohíben la fabricación, importación, tenencia y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, así como la introducción al territorio nacional de residuos nucleares y desechos tóxicos.

El Estado normará la producción, importación, distribución y uso de aquellas sustancias que, no obstante su utilidad, sean tóxicas y peligrosas para las personas y el medio ambiente.

Art. 91.- El Estado, sus delegatarios y concesionarios, serán responsables por los daños ambientales, en los términos señalados en el Art. 20 de esta Constitución. Tomará medidas preventivas en caso de dudas sobre el impacto o las consecuencias ambientales negativas de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científica de daño.

Sin perjuicio de los derechos de los directamente afectados, cualquier persona natural o jurídica, o grupo humano, podrá ejercer las acciones previstas en la ley para la protección del medio ambiente".

## **Trámites Municipales**

Proceso de regulación ambiental (2017)

"El Registro Ambiental es un permiso ambiental obligatorio para proyectos de bajo impacto y riesgo ambiental; los documentos que se deben ingresar en la Dirección de Ambiente para su emisión son:

Oficio dirigido al Director de Ambiente firmado por el Promotor o Representante legal, adjuntando los siguientes documentos (en digital):

- 1. Formulario de Registro Ambiental y Plan de Manejo Ambiental firmado.
- Certificado de Intersección (firmado electrónicamente por el MAE y que no intersecte con las áreas del SNAP).
- Declaración Juramentada de que la información en el Registro Ambiental y Plan de Manejo Ambiental es de su absoluta responsabilidad (impresa y firmada por el representante legal o Propietario).

- 4. Consulta de Uso de Suelo factible para la actividad.
- 5. Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia de cédula de identidad y certificado de votación del promotor o representante legal.

Posterior a la revisión de la documentación ingresada, enviamos por correo electrónico el código para cancelar la tasa de derecho administrativo de \$100 y luego para la emisión de la Resolución del Registro Ambiental se ingresa por ventanilla la copia de comprobante de pago junto con una carta dirigida al Director de Ambiente solicitando la emisión del Registro.

La Licencia Ambiental es un permiso ambiental obligatorio para los proyectos de medio y/o alto impacto y riesgo ambiental; los pasos para su obtención son:

- 1. Presentación de los términos de referencia
- 2. Presentación del Borrador del Estudio de Impacto Ambiental
- 3. Proceso de Participación Social
- 4. Elaboración del Estudio de Impacto Definitivo
- Presentación de documentación legal requerida para la obtención de la Licencia
   Ambiental
- 6. Emisión de Licencia Ambiental

Para efectos de la emisión de la Licencia Ambiental se deberá presentar la siguiente documentación:

- a) Nombramiento del representante legal vigente.
- b) Copia de cédula de identidad del representante legal vigente.
- c) Copia de Registro Único de Contribuyentes.
- d) Copia de Cronograma Valorado del Plan de Manejo Ambiental contenido en el Estudio de Impacto Ambiental Expost (de ser el caso) aprobado.

e) Copia de la Escritura de Constitución y Estatutos Sociales de la compañía.

# Adicionalmente se debe adjuntar:

### **Para PROYECTOS NUEVOS:**

f) Detalle del Costo Total de Inversión del Proyecto, debidamente firmado por el representante legal y un responsable técnico del proyecto.

### Para ACTIVIDADES EN FUNCIONAMIENTO:

g) Copia de la última Declaración presentada al SRI (Formulario 101), del total de costos y gastos correspondientes al último año del ejercicio económico, debidamente firmado por el representante legal y el contador de la empresa, certificando que la información es la misma que reposa en su sistema contable sin errores ni omisiones, en formato Excel.

Paralelamente, y junto con el oficio de aprobación del Estudio de Impacto

Ambiental Definitivo, para la emisión de la Licencia Ambiental se debe entregar:

- Garantía de Fiel Cumplimiento del Plan de Manejo Ambiental (Carta de Garantía Bancaria o Póliza de Seguro), equivalente al 100% del costo total del Plan de Manejo Ambiental".
- Código del trabajo (2015)

## Capítulo III

### Métodos del nivel teórico utilizados

De los métodos teóricos utilizados dentro de la investigación en general, en lo que respecta al nivel teórico se encuentra el método deductivo el mismo que se identifica una investigación general hasta llegar a las especificaciones del problema para generar una solución, siguiendo un protocolo apropiado según la información recaudada como solución.

## 3.1 Métodos del nivel empírico utilizados

Los métodos empíricos son capaces de revelar las relaciones y características buscadas del objeto de estudio, por medio de procesos y técnicas que lleva a cabo el investigador. Entre los métodos se tiene por ejemplo la observación, medición(Narváez, 2010).

Para el desarrollo de esta investigación se empleó la medición, que tiene por objeto obtener información numérica del problema y describir las propiedades del objeto de estudio. De esta forma se presentan los hechos relacionados a la carencia de un adecuado plan administrativo de compra y venta en Lubrilad.

Una de las técnicas empleadas para la investigación fue la entrevista, utilizando el guion de preguntas como instrumento. Se elaboróun formato para los administrativos a fin de contar con las opiniones cercanas de quienes. Otra de las técnicas fue la encuesta que tuvo como instrumento el cuestionario de preguntas cerradas, dirigido a una cantidad promedio de clientes atendidos.

### 3.2 Universo y muestra

El universo o población hace referencia a la cantidad de personas o unidades de observación con características similares que son susceptibles de análisis. Para este proyecto la población se compuso de 1administrativo del negocio y 180clientes del

negocio, dato promedio mensual proporcionado por Lubrilad; así se conocieron detalles del proceso de compra, venta y necesidades de mejora.

En el caso de la población para entrevista no se necesita un cálculo de muestra, mientras que para las encuestas se aplicó la formula finita que se muestra a continuación:

$$n = \frac{Z^{2}(p)(q)N}{e^{2}(180-1) + pq(Z)^{2}}$$

n= Muestra

N= Población

Z= Nivel de confianza

P= Probabilidad que el evento ocurra

Q= Probabilidad que el evento no ocurra

e= Error permitido

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(1400)}{0.05^2(180 - 1) + (0.5)(0.5)(1.96)^2}$$
$$n = \frac{172.872}{1.4079}$$
$$n = 122.78$$

Con un nivel de confianza de 95% y error del 5% el resultado de la muestra es de 123 clientes a encuestarse.

Tabla 3. Universo y Muestra

LUBRILAD	Población	Muestra
Administrativos	Administrativos 2	1
Clientes	Clientes 180	123

Tomado de Investigación directa

### 3.3 Gestión de datos

En la recopilación de información y el uso de las técnicas indicadas, la autora tuvo un previo acercamiento y sociabilización de la actividad a realizarse, para lo cual se muestra la carta de autorización en el anexo. Las entrevistas se realizaron en un lapso de 15 minutos cada una en espacio de día laboral, mientras que las encuestas fueron realizadas en las instalaciones de Lubrilad en días consecutivos y también hacia los hogares de los clientes identificados con cercanía en el sector.

Se utilizó la hoja de cálculo Ms Excel para registrar y mostrar el porcentaje representativo del conjunto de respuestas por medio de tablas, gráficos de barras y diagramas pastel.

### 3.3.1 Análisis de encuestas

# 1. Datos generales

Tabla 4. Género

Alternativas	Frec. Abs. Fre	c. Rel.
Masculino	88	72%
Femenino	35	28%
Total	123	100%

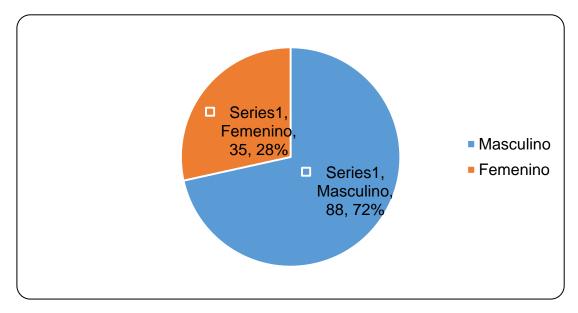


Figura 2.Género

Además del estudio realizado a nivel interno realizado en la empresa Lubrilad, se consideró necesario aplicar encuestas a los clientes de la empresa, a fin de obtener información complementaria con relación al nivel de satisfacción y la percepción de los mismos sobre la empresa. En este caso, en primer lugar se recopiló información general sobre el encuestado, lo que evidenció que el 72% de los clientes de Lubrilad son de género masculino, mientras que el 28% restante son de género femenino.

Tabla 5.Edad

**Edad** 

Alternativas	Frec. Abs. Frec. Rel.	
Menor de 25	16	13%
25 - 35	42	34%
36 - 45	43	35%
Mayor de 45	22	18%
Total	123	100%

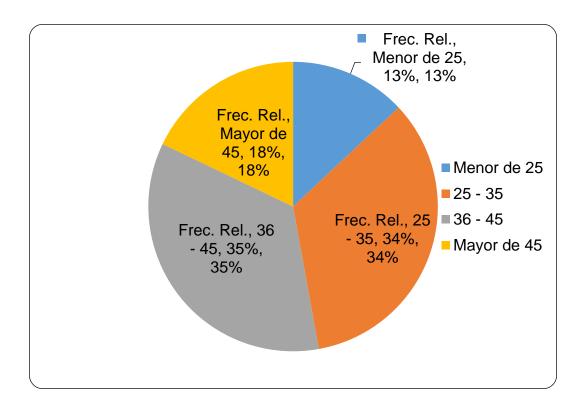


Figura 3.Edad

En lo que respecta a la edad, se identificó que la mayoría de clientes de la empresa Lubrilad (69%), tiene una edad promedio del 25 a 45 años; un 18% de clientes es mayor de 45 años, mientras que un 13% indicó ser menor de 25 años. Estos resultados demuestran que, el mayor porcentaje de clientes de Lubrilad, está constituido por hombres en un rango de edad de 25 a 45 años.

Tabla 6.Tipo de vehículo

Alternativas	Frec. Abs. Frec. Rel.	
Auto	53	43%
Auto familiar	11	9%
Camioneta	42	34%
Camión	0	0%
Moto	17	14%
Transporte de personas	0	0%
Total	123	100%

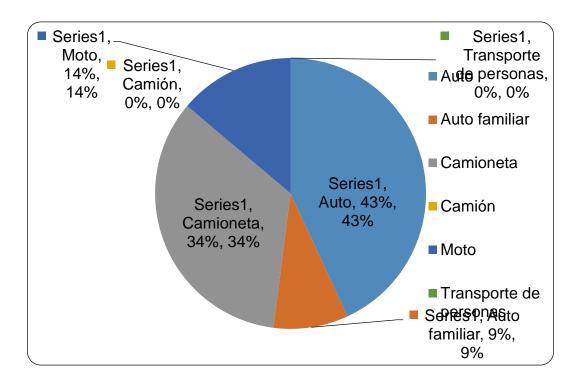


Figura 4. Tipo de vehículo

En cuanto al tipo de vehículos, el 43% de los encuestados indicó tener un auto, el 34% manifestó que posee una camioneta y el 14% indicó que posee una moto. En este caso, se identificó que el principal tipo de vehículos que sobre los cuales se realizan trabajos de mantenimiento y lavado en la empresa Lubrilad, son automóviles.

# El vehículo que maneja es de su propiedad

Tabla 7. Propiedad del vehículo

Alternativas	Frec. Abs. Fre	c. Rel.
Sí	102	83%
No	21	17%
Total	123	100%

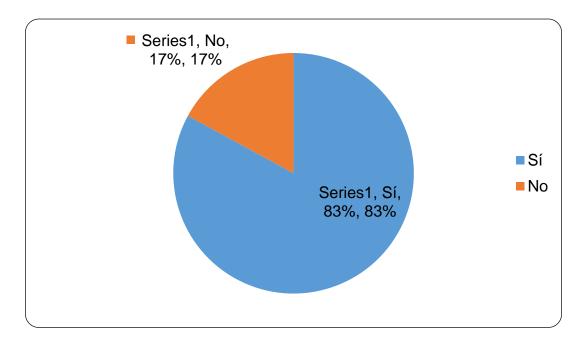


Figura 5.Propiedad del vehículo

Además del tipo de vehículos, se consultó a los encuestados sobre la propiedad del vehículo que conducen; en este caso, el 83% de los encuestados indicó que el vehículo que maneja sí es de su propiedad, mientras que el 17% restante manifestó lo contrario.

# 2. ¿Desde hace cuánto tiempo es cliente de Lubrilad?

Tabla 8. Tiempo de ser cliente

Alternativas	Frec. Abs. Frec. Rel.	
Primera vez	33	27%
Menos de seis meses	90	73%
Total	123	100%

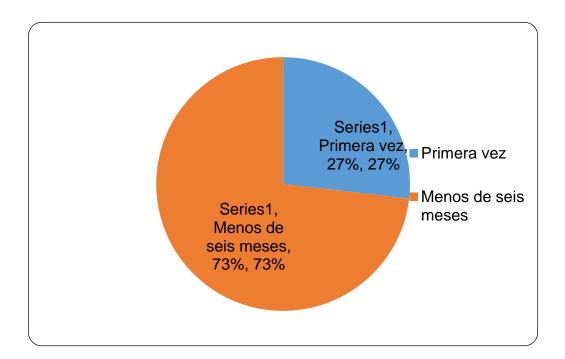


Figura 6.Tiempo de ser cliente

Del total de clientes encuestados, el 73% indicó que es cliente de Lubrilad, desde hace menos de seis meses, mientras que el 27% manifestó que es cliente por primera vez. Estos resultados demuestran que a pesar de que la empresa es relativamente nueva en el mercado, actualmente cuenta con un cartera de clientes frecuentes.

# 3. ¿Con qué frecuencia ha acudido a los servicios de Lubrilad?

Tabla 9. Frecuencia de servicio

Alternativas	Frec. Abs.	Frec. Abs. Frec. Rel.	
Semanal	8	7%	
Quincenal	24	20%	
Mensual	72	59%	
Semestral	19	15%	
Anual	0	0%	
Total	123	100%	

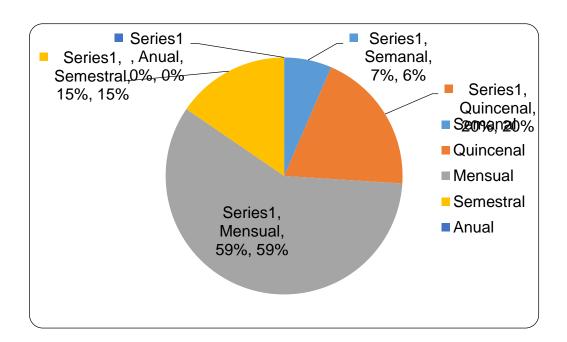


Figura 7.Frecuencia de servicio

En cuanto a la frecuencia del servicio, el 59% de los encuestados indicó que acuden de forma mensual a la empresa Lubrilad para solicitar los servicios que esta ofrece, un 20% indicó que acuden de forma semestral, mientras que un 15% acuden de forma quincenal. La mayoría de los encuestados son clientes habituales de la empresa Lubrilad.

4. ¿En una escala del 1 al 10 ¿Qué tan satisfecho se encuentra con los servicios prestados? Siendo 10 muy satisfecho y 1 muy insatisfecho

Tabla 10. Nivel de satisfacción

Alternativas	Frec. Abs. Frec. Rel.	
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5	31	25%
6	47	38%
7	22	18%
8	21	17%
9	1	1%
10	1	1%
Total	123	100%

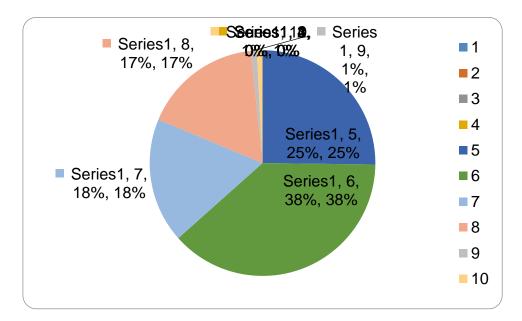


Figura 8. Nivel de satisfacción

El38% de los encuestados calificó su nivel de satisfacción con el servicio que ofrece Lubrilad en un nivel 6, un 25% calificó su satisfacción en un nivel 5, mientras que el 35% restante calificó su satisfacción entre 7 y 8. Estos resultados demuestran que la satisfacción de los clientes, se encuentra en nivel medio, aspecto que puede atribuirse a una serie de factores internos.

## Recomendaría los servicios de Lubrilad

Tabla 11. Recomendaría Lubrilad

Alternativas	Frec. Abs.	Frec. Rel.
Sí	118	96%
No	0	0%
Talvez	5	4%
Total	123	100%

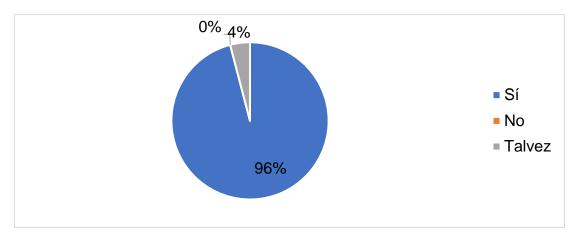


Figura 9.Recomendaría Lubrilad

Mediante las respuestas se observa que el servicio dado por Lubrilad es efectivo para las necesidades de los clientes, ya que el 96% de estos indicó que estaría dispuesto a recomendar sus servicios. Otro pequeño porcentaje aún está en duda, que puede ser atribuido al tiempo y frecuencia de uso de los servicios.

# 5. Cómo ha sido su experiencia en la compra de servicios de Lubrilad

Tabla 12. Experiencia de compra

Alternativas	Frec. Abs.	Frec. Rel.
Excelente	20	16%
Buena	100	81%
Regular	2	2%
Mala	1	1%
Pésima	0	0%
Total	123	100%

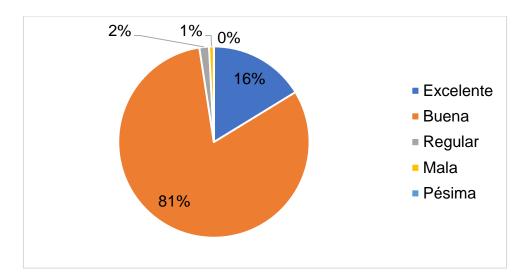


Figura 10. Experiencia de compra

La mayoría de las respuestas indican un calificativo de buena atención al cliente. El 81% de los clientes indicaron dicha variable, mientras que la atención excelente solo recibió el 16%; con esto se identifica una razón para mejorar la experiencia del servicio y como consecuencia tener una cantidad más elevada de clientes totalmente satisfechos con el negocio.

### 6. La atención en el servicio es:

Tabla 13. Velocidad de atención

Alternativas	Frec. Abs.	Frec. Rel.
Inmediata	16	13%
Rápida	87	71%
Regular	3	2%
Lenta	17	14%
Muy lenta	0	0%
Total	123	100%

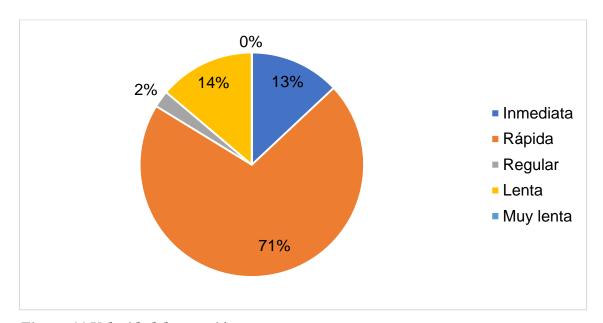


Figura 11. Velocidad de atención

Según las respuestas se identificaron algunas experiencias de servicios inmediatas y otras lentas sin embargo el caso mayoritario es la rapidez de la mayoría del servicio, lo que se convierte en una característica positiva del negocio. Para lograr mayor uniformidad de las respuestas se pueden realizar algunas mejoras de las actividades.

# 7. Ha experimentado errores en la factura de cobro

Tabla 14. Errores en factura

Alternativas	Frec. Abs.	Frec. Rel.
Siempre	0	0%
Frecuentemente	3	2%
Algunas veces	32	26%
Casi nunca	57	46%
Nunca	31	25%
Total	123	100%

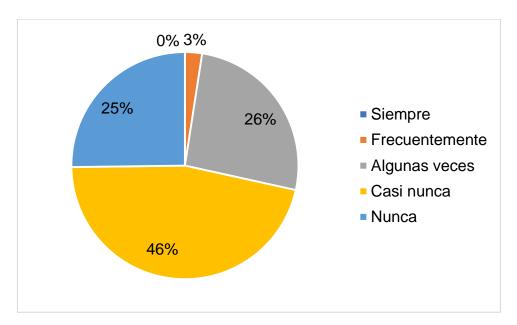


Figura 12.Errores en factura

El 46% indica que casi nunca ha tenido errores con la factura, sin embargo, se espera que este evento nunca suceda, incluso se observan considerables porcentajes en las variables frecuentemente y algunas veces. En este aspecto se identificó un problema que debe ser mejorado mediante un proceso y supervisión más efectivo a la administración.

## 8. De las siguientes afirmaciones indique su respuesta:

Tabla 15. Aspectos de Lubrilad

Alternativas -	Frec. Abs.			Frec. Rel.				
	Sí	No	A veces	Total	Sí	No	A veces	Total
Lubrilad tiene una buena atención al cliente	117	0	6	123	95%	0%	5%	100%
Lubrilad posee organización de las tareas a simple vista	38	13	72	123	31%	11%	59%	100%
El tiempo de espera se cumple	85	7	31	123	69%	6%	25%	100%
Son cuidadosos con los vehículos	123	0	0	123	100%	0%	0%	100%
Se registran los detalles de la compra exactos	94	0	29	123	76%	0%	24%	100%

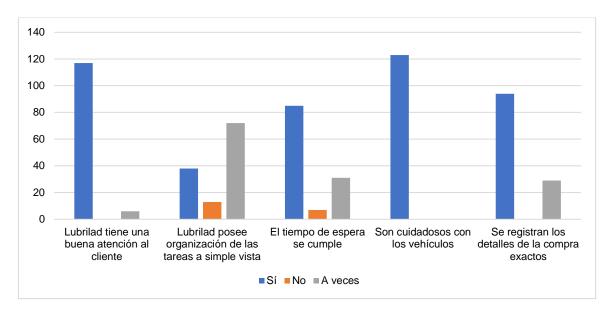


Figura 13.Aspectos de Lubrilad

En esta serie de enunciados, se solicitó que el encuestado indique si se cumple o no la afirmación. Con respecto a la atención el 95% afirmó que se recibe una buena atención al cliente. En el segundo aspecto se observa una falencia, y es que la organización no es 100% visible en todos los casos por lo que los clientes indicaron que solo a veces esta característica de las tareas es palpable. En cuanto a tiempos de espera, el 69% indica que sí se cumplen los tiempos. Otro aspecto positivo es que se percibe un buen trato con los vehículos. Finalmente el 75% de las veces se registran bien los detalles de compra.

# 9. De las siguientes ¿Qué mejoras propondría para el negocio?

Tabla 16. Recomendaría Lubrilad

Alternativas	Frec. Abs.	Frec. Rel.
Aumento de espacio	100	81%
Nueva sucursal	13	11%
Más personal	10	8%
Servicio al cliente	7	6%
Calidad de las herramientas y		
productos usados	33	27%

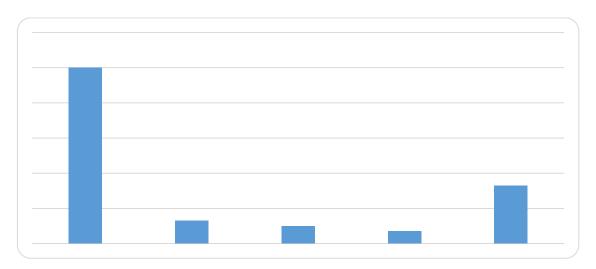


Figura 14.Recomendaría Lubrilad

De las mejoras sugeridas para Lubrilad los clientes señalaron el 81% de las veces que una ampliación de instalaciones sería ideal, seguido del 27% en la calidad de herramientas y productos, el resto de sugerencias fueron seleccionadas por un bajo número de personas. Por lo que se concluye que el negocio tiene buenas oportunidades de crecimiento, tanto más si se estructura correctamente su organización y trabajo.

#### 3.3.2 Análisis de entrevistas

A partir de la entrevista realizada a la propietaria de la empresa lubricadora y lavadora de autos "Lubrilad", se identificó que a pesar que la empresa tiene poco tiempo operando en el mercado, ha logrado establecer una cartera de clientes, no obstante, por encontrarse en una etapa de desarrollo, consideran que existe la necesidad de que se apliquen medidas dentro del negocio que les permita mejorar los procesos internos y alcanzar un mayor desarrollo del negocio.

Otro de los aspectos relevantes que se pudo identificar a través de la entrevista, radica en que actualmente la empresa no cuenta con un plan anual de procesos, considerando que las actividades administrativas se desarrollan de forma empírica. Así mismo, carece de un sistema o procesos definidos para realizar los registros contables, aspecto que podría ocasionar errores en el registro de la información o en su defecto podría incrementar el riesgo de pérdida de información.

En este caso, a pesar de que el personal de la empresa se preocupa por proporcionar una atención y servicio al cliente de calidad, las principales falencias del negocio se encuentran en los procesos administrativos, particularmente en cuando a las actividades asociadas al abastecimiento, venta y control interno. Por esta razón, de acuerdo a la propietaria del negocio, resulta necesario implementar medidas correctivas y ejercer mayor control del negocio.

## Capítulo IV

### Propuesta solución al problema

Plan de mejora administrativa en los procesos de compra, venta y control en la empresa lubricadora y lavadora de autos "Lubrilad".

# 4.1 Características esenciales de la propuesta

Con base a los resultados obtenidos a través de la investigación realizada, se procede a establecer los elementos esenciales de la propuesta, que incluyen: objetivos, justificación y estructura de la propuesta.

### 4.2 Objetivos

## **Objetivo General**

Mejorar los procesos de compra, venta y control en la empresa lubricadora y lavadora de autos "Lubrilad".

## **Objetivos Específicos**

- Definir la situación actual de la empresa lubricadora y lavadora de autos "Lubrilad".
- Establecer el manual de funciones de los cargos que integran lubricadora y lavadora de autos "Lubrilad".
- Diseñar el manual de procedimientos de lubricadora y lavadora de autos "Lubrilad".

### 4.3 Justificación

En un mercado altamente competitivo, como es el caso del sector de lubricadoras y lavadoras de autos, las empresas tienen la obligación de llevar a cabo procesos

administrativos apropiados que les permitan mantener la organización y el control interno, y desempeñar sus actividades comerciales de forma adecuada, a fin de evitar cualquier tipo de problemas que pudieran afectar los niveles de satisfacción de los clientes.

Con base a esta perspectiva, es preciso destacar que la administración interna es uno de los elementos clave asociados con un alto nivel de productividad y eficiencia en el negocio. Considerando que todas las tareas y departamentos, se encuentran relacionados con la administración; la organización y el rendimiento eficiente de cada área que integra la empresa, dependerá principalmente de la ejecución de procesos administrativos adecuados.

En este caso, los resultados obtenidos a través de la investigación, permitieron identificar que la empresa lubricadora y lavadora de autos "Lubrilad", no cuenta con procesos y actividades establecidos de manera formal, debido a la carencia de un plan administrativo. Por lo tanto, resulta necesario diseñar un plan de mejora administrativa, en el que se establezca de manera en particular las directrices adecuadas para desempeñar los procesos de compra, venta y control interno.

# 4.4 Estructura de la propuesta

De acuerdo a los objetivos previamente planteados, se define la siguiente estructura de la propuesta:

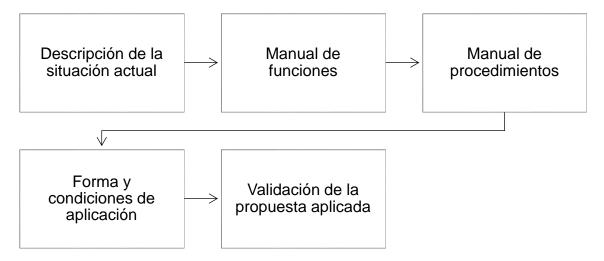


Figura 15. Estructura de la propuesta

# 4.5 Desarrollo de la propuesta

#### Situación Actual

En primer lugar, para establecer la propuesta y recomendaciones de mejora administrativa, es necesario definir la situación de la empresa lubricadora y lavadora de autos "Lubrilad". Esta fase de evaluación se centra en la definición y análisis de la información requerida para desarrollar una comprensión integral de los procesos existentes en la empresa. En este caso, la descripción de la situación actual, permitirá una comprensión de los problemas administrativos actuales de la empresa Lubrilad y la identificación de procesos improductivos en los que actualmente existen inconvenientes.

#### Servicios

La empresa Lubrilad actualmente ofrece al mercado cuatro líneas de servicios principales que se detallan a continuación:

- Lavado completo de vehículos: Lubrilad ofrece a sus clientes el servicio de lavado completo de vehículos (pequeños, medianos, grandes, vehículos pesados). Este servicio incluye: lavado suave al tacto y secado a mano, aspiración del área interior, limpieza de ventanas interiores y exteriores, limpieza de jambas de puerta, del tablero y consola central.
- Lavado de motor: El servicio de lavado de motor, permitirá está diseñado
  principalmente para encontrar fugas de aceite; e incluye la limpieza de la parte
  superior y la parte inferior del motor, el área del compartimiento del motor y la
  parte inferior del bloque de regreso al área de transmisión. La limpieza se realiza
  a vapor o con agua y limpiadores.
- Cambio de aceite: Este servicio permite un completo mantenimiento preventivo
  para controlar, cambiar, inspeccionar, enjuagar, llenar y limpiar el aceite del
  motor del vehículo. El servicio incluye el remplazo del aceite usado y el filtro de
  aceite del vehículo, la revisión del filtro de la cabina, el filtro de aire del
  vehículo, así como cualquier otro filtro.
- Otros: Otro tipo de servicios que ofrece la empresa incluyen revisiones y
  mantenimiento del vehículo. Así mismo, dentro del establecimiento realiza la
  venta de bebidas para los clientes.

#### Clientes

A pesar de que la empresa Lubrilad inició sus actividades a partir del mes de mayo del 2017, y se encuentra en una etapa de desarrollo, actualmente cuenta con una cartera aproximada de 180 clientes mensuales; integrado principalmente por propietarios de vehículos livianos y medianos.

### **Proveedores**

La empresa Lubrilad, actualmente adquiere sus insumos y materiales de la siguiente lista de proveedores:

- Comercial Kiwi S.A.: Insumos para limpieza de vehículos, y otras herramientas.
- Guano Chazo Celina Lucrecia: Suministros e insumos.
- Distribuidora Dos Hermanos: Suministros e insumos.
- Dina Esperanza Matamoros: Llaves.
- Químicos Hamilton: Shampoo Car.
- León Aguilar Luis Gonzalo: Dado y llave.
- Tía S.A.: Suministros e insumos.
- Zapec S.A.: Suministros e insumos.

## Estructura organizacional

Actualmente la empresa Lubrilad está integrada por un total de ocho personas, y su estructura organizacional ha sido establecida de forma vertical, según se muestra a continuación:

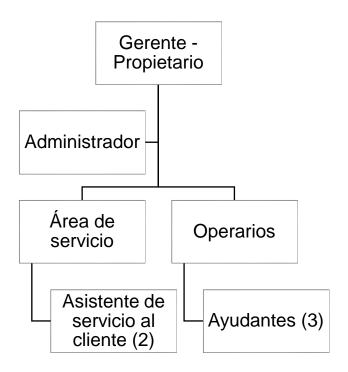


Figura 16.Estructura organizacional

En este caso, debido a las características y el tamaño del negocio, la estructura organizacional vertical, les permite al Gerente y al Administrador, tomar decisiones empresariales de forma más rápida. Así mismo, el personal en una estructura vertical tiene funciones y responsabilidades definidas, lo que reduce la ambigüedad del trabajo.

# Proceso de compra actual

Actualmente, la empresa Lubrilad no cuenta con procesos de compra claramente definidos, que les permita abastecerse de los suministros e insumos requeridos para cada línea de servicio, lo que incide en que las actividades de abastecimiento se realicen de forma desorganizada, provocando posteriormente errores con los registros. En este caso, el proceso de compra que realiza la empresa involucra las siguientes fases:

- i. Verificar el inventario existente.
- ii. Contacto con el proveedor.

- iii. Solicitud de suministros e insumos.
- iv. Adquisición de suministros e insumos.
- v. Entrega y factura de pedido.

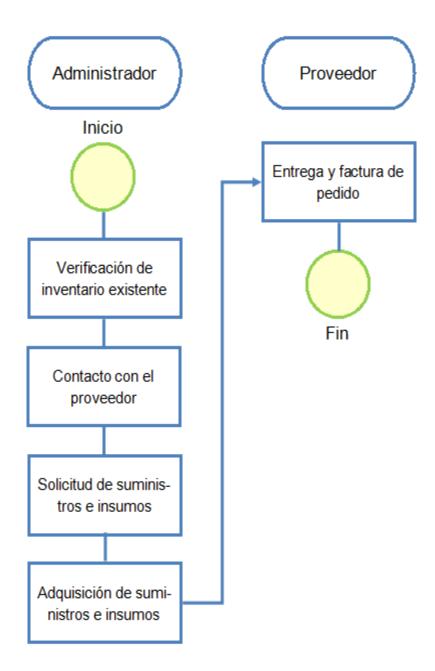


Figura 17.Proceso de compra actual

La empresa Lubrilad, actualmente desempeña un proceso de compra simplificado, lo que no involucra un registro detallado de compra. Así mismo, debido a que la empresa no lleva a cabo un registro de los diferentes tipos de vehículos sobre los cuales realizan

trabajos de cambio de aceite y lavados, carece de un registro histórico que le facilite la toma de decisiones de compra y abastecimiento de suministros e insumos.

#### Proceso de venta actual

En el caso de los procesos de venta actual, así como en el caso de los procesos de compra, se identificó que la empresa Lubrilad no cuenta con procesos claros, razón por la cual en muchos casos se presentan errores con relación a la facturación de los servicios. En este caso, el proceso de venta que realiza la empresa involucra las siguientes fases:

- i. El cliente se acerca a la empresa.
- ii. El asistente de servicio al cliente pregunta sobre las necesidades del servicio.
- iii. Se asigna un ayudante para proporcionar el servicio solicitado.
- iv. Se factura el servicio.
- v. Cierre del servicio.

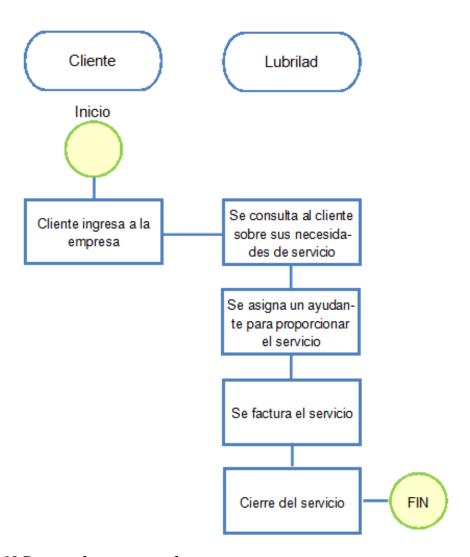


Figura 18.Proceso de venta actual

#### Manual de funciones

Además de la implementación de un manual de procedimientos de compra, venta y facturación claramente definido, se procede a detallar el manual de funciones, en el cual se establecen las directrices y pautas de cada puesto de trabajo que conforman la empresa Lubrilad, con las cuales los empleados deben estar familiarizados antes de asumir sus deberes y responsabilidades laborales.

## Gerente propietario

Perfil del cargo

- Formación: Licenciatura o Ingeniería en Administración de empresas.
- Experiencia: Mínimo 3 años de experiencia.
- Conocimientos específicos: Administración de cartera de clientes,
   establecimiento de políticas internas y estrategias, gestión y control, marketing
   estratégico.

#### **Funciones**

- Ser el representante legal de la empresa Lubrilad S.A.
- Implementar políticas internas para el buen funcionamiento del negocio.
- Desarrollar e implementar estrategias para el crecimiento del negocio.
- Designar presupuestos para la adquisición de los suministros e insumos.
- Administrar la cartera de clientes de la empresa.
- Gestionar y controlar el buen funcionamiento de las áreas que integran la empresa.
- Establecer objetivos y desarrollar planes para su cumplimiento.
- Gestionar los procesos de nómina.
- Desarrollar los procesos de reclutamiento, selección y contratación de nuevo personal.
- Administrar los recursos humanos, financieros y materiales de la empresa.
- Asegurar el buen clima laboral en la empresa.

#### Administrador

## Perfil del cargo

• Formación: Licenciatura o Ingeniería en Administración de empresas.

- Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia.
- Conocimientos específicos: Gestión y administración de lubricadoras, gestión y control, marketing estratégico.

#### **Funciones**

- Administrar las áreas de servicio al cliente y de operarios.
- Realizar informes sobre el funcionamiento de las áreas que integran la empresa.
- Gestionar el contacto con los proveedores.
- Realizar los procesos de compra de suministros, insumos y materiales.
- Solicitar al gerente financiamiento para la adquisición de suministros.
- Gestionar el cumplimiento de los objetivos establecidos.
- Desarrollar y proponer estrategias de marketing y comercialización.

#### Asistente de servicio al cliente

## Perfil del cargo

- Formación:Estudiante de carreras administrativas o en ventas.
- Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia.
- Conocimientos específicos: Ventas, atención al cliente, conocimientos de procedimientos administrativos, solución de problemas.

### **Funciones**

- Recibir al cliente y proporcionar la atención que solicite.
- Proporcionar asesoría sobre los servicios que ofrece la empresa Lubrilad, de manera personal y telefónica.

- Realizar los registros de los clientes, por nombres, fechas, tipo de vehículo y tipo de servicio solicitado.
- Generación de informes de ventas y reportes al administrador.
- Solucionar problemas que se susciten con el cliente.

## Ayudante

## Perfil del cargo

- Formación: Técnico o estudiante de mecánica automotriz.
- Experiencia: Mínimo 1 año de experiencia.
- Conocimientos específicos: Conocimiento de mecánica automotriz, manejo de materiales, equipos e insumos utilizados en la mecánica.

#### **Funciones**

- Realizar el lavado completo o lavado de motor de vehículos.
- Realizar tareas de cambio de aceite, filtro de aceite y mantenimiento de vehículos.
- Realizar mantenimiento preventivo de los vehículos de acuerdo a las solicitudes de los clientes.
- Mantener absoluto orden y limpieza dentro del área de trabajo asignada.
- Entregar de forma oportuna las solicitudes de reparación, mantenimiento, o lavado de vehículo requerido por el cliente.
- Reparar o sustituir elementos defectuosos de los vehículos.
- Proporcionar asesoría al cliente.
- Efectuar ajustes y verificar el resultado de los trabajos de mantenimientos realizados.

# Manual de procedimientos

#### Introducción

En el siguiente contenido se muestra el manual de procedimiento para los procesos de compra y venta en la Lubrilad, que servirán de base hacia una buena gestión administrativa de este negocio.

Para toda organización es importante contar con un control sobre los procesos que realiza por lo que se ha sugerido presentar un manual de procedimiento que permita mejorar procesos de la lavadora y lubricadora Lubrilad, ya que hasta el momento es un negocio joven que carece de mecanismos administrativos establecidos firmemente para su eficiencia.

#### Alcance

El manual es diseñado para la administración de Lubrilad, debido a que no es una estructura demasiado extensa, la aplicación correcta de los procesos beneficia de forma global. Dentro de este también se organizan la descripción de las responsabilidades.

#### Modo de uso

El empleo de este manual es obligatorio para todas las actividades descritas en el alcance y detalladas en los siguientes apartados. El control de cumplimiento debe ejecutarse por la persona que ejerza el cargo de gerente del negocio.

También es necesario que el contenido propuesto sea revisado y actualizado anualmente como requerimiento mínimo o en caso de existir cambios de organización en otro límite de tiempo menor, esto con el fin de mejorar y optimizar las actividades ajustadas a las circunstancias que se presenten.

# Proceso general principal de Lubrilad

Como se ha indicado anteriormente los servicios principales de Lubrilad son la de lavado de auto, lavado de motor y cambio de aceite. Para todas estas actividades existe un proceso general que lo muestra la siguiente figura.

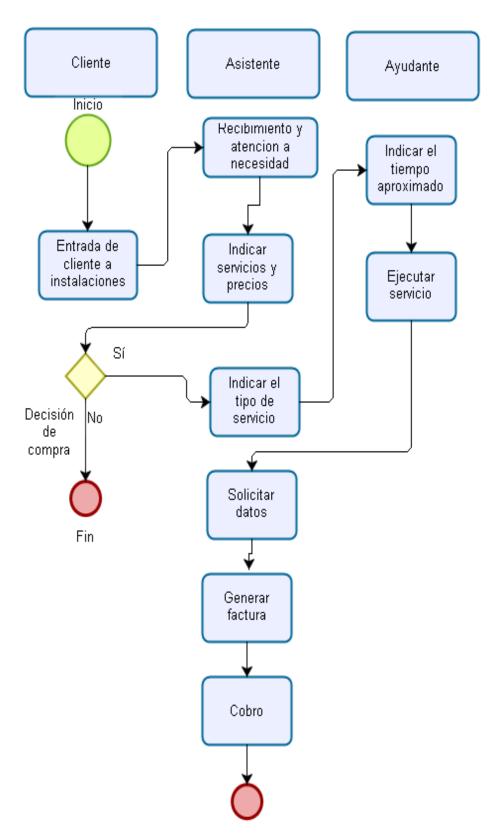


Figura 19. Proceso general de actividades en Lubrilad

# Proceso compra de lubricantes

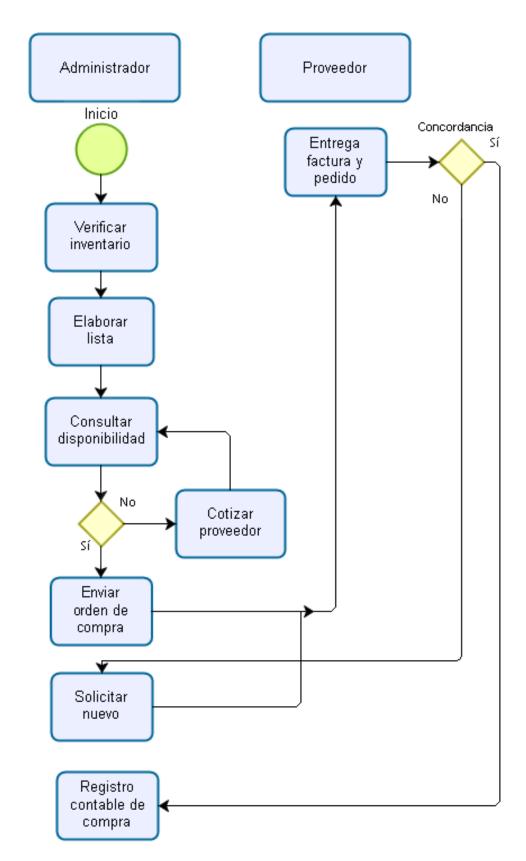


Figura 20.Proceso compra lubricantes

- Verificar en el almacén e inventario la cantidad disponible de lubricantes, por marcas y presentaciones.
- Elaborar una lista de la cantidad de botellas necesarias para el mes y el total de dinero presupuestado.
- iii. Consultar con proveedor la disponibilidad de los productos y la fecha de entrega.
- iv. Se envía orden de compra al proveedor por vía electrónica.
- v. El proveedor entrega factura comercial a la administración y pedido.
- vi. Se registra factura comercial y compra en el registro contable.

### Proceso compra de Filtros

- i. Verificar en el almacén e inventario la cantidad disponible de filtros (aire y motor), por modelos.
- Elaborar una lista de la cantidad de filtros necesarios para el mes y el total de dinero presupuestado.
- iii. Consultar con proveedor la disponibilidad de los productos y la fecha de entrega.
- iv. Se envía orden de compra al proveedor por vía electrónica.
- v. El proveedor entrega factura comercial a la administración y pedido.
- vi. Se registra factura comercial y compra en el registro contable.

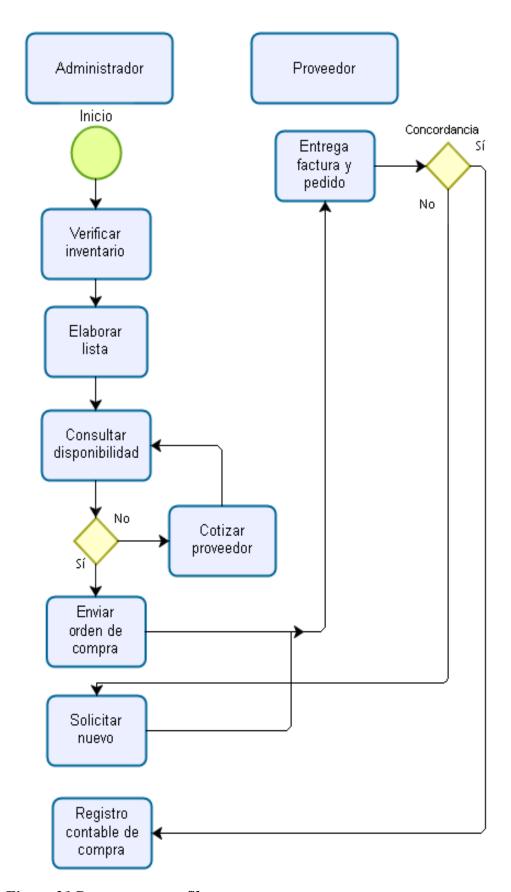


Figura 21.Proceso compra filtros

## Proceso venta y emisión de documento para servicios: cambio de aceite.

- i. El cliente se presenta en las instalaciones.
- El asistente de servicio al cliente da la bienvenida cordial y pregunta sobre las necesidades requeridas.
- iii. Se escucha la solicitud del cliente y se determina un cambio de aceite.
- iv. El asistente registra el tipo de vehículo y cantidad de producto a utilizarse.
- v. Se indica un tiempo de espera aproximado.
- vi. El ayudante procede a ejecutar el servicio de cambio de aceite.
- vii. Se reciben los aceites nuevos.
- viii. En caso de requerir un producto adicional se solicita.
  - ix. Asistente realiza factura: con datos o consumidor final.
  - x. Se verifican datos y entrega factura.
  - xi. Cierre del servicio.

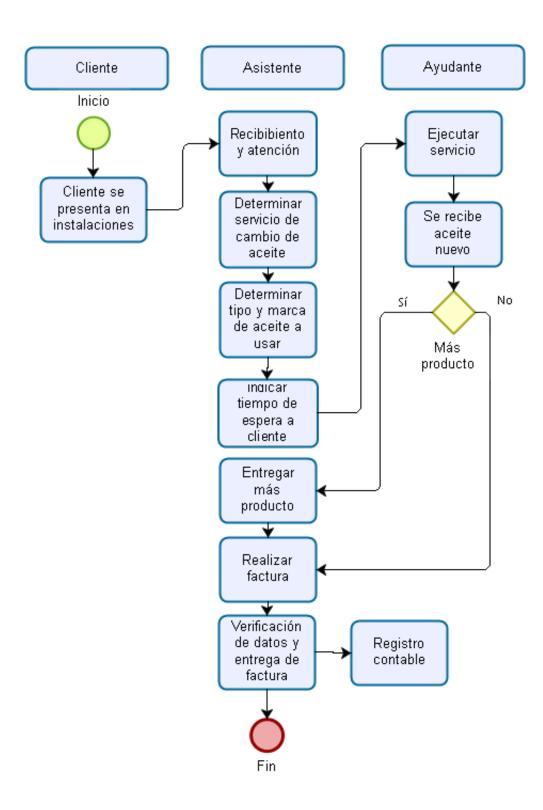


Figura 22. Proceso venta servicio cambio de aceite

## Proceso venta y emisión de documento para servicios: lavado completo

- i. El cliente se presenta en las instalaciones.
- El asistente de servicio al cliente da la bienvenida cordial y pregunta sobre las necesidades requeridas.
- iii. Se escucha la solicitud del cliente y se determina la lavada completa de auto
- iv. El asistente registra el tipo de vehículo y tipo de lavada.
- v. Se indica el precio por tipo de auto.
- vi. Se indica al cliente el tiempo en el que puede retirar su vehículo.
- vii. El ayudante procede a ejecutar el servicio.
- viii. Asistente realiza factura: con datos o consumidor final.
  - ix. Se verifican datos y entrega factura.
  - x. Se realiza asiento contable del ingreso.
  - xi. Cierre del servicio.

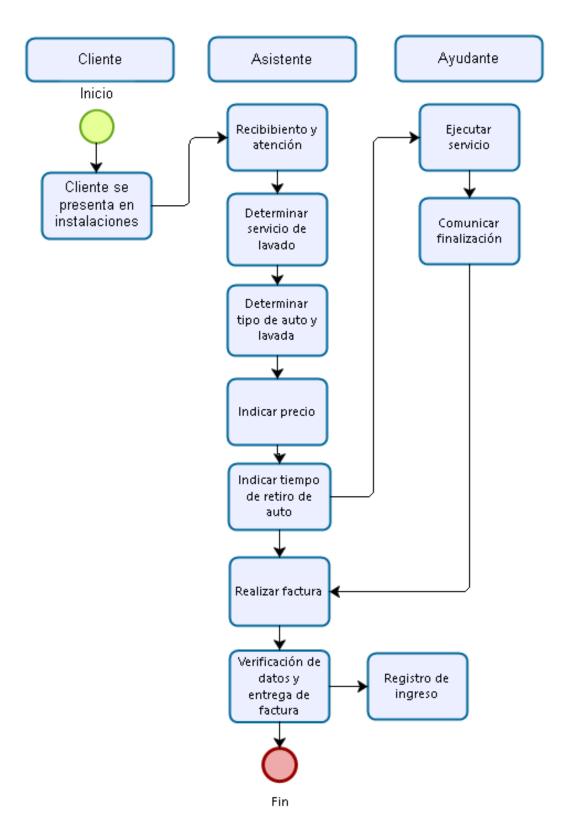


Figura 23.Proceso venta servicio lavado de auto

## Proceso venta y emisión de documento para servicios: lavado de motor

- i. El cliente se presenta en las instalaciones.
- El asistente de servicio al cliente da la bienvenida cordial y pregunta sobre las necesidades requeridas.
- iii. Se escucha la solicitud del cliente y se determina la lavada completa de auto
- iv. El asistente registra el tipo de vehículo y tipo de lavada.
- v. Se indica el precio por tipo de auto.
- vi. Se indica al cliente el tiempo en el que puede retirar su vehículo.
- vii. El ayudante procede a ejecutar el servicio.
- viii. Asistente realiza factura: con datos o consumidor final.
  - ix. Se verifican datos y entrega factura.
  - x. Se realiza el registro contable del ingreso
  - xi. Cierre del servicio.

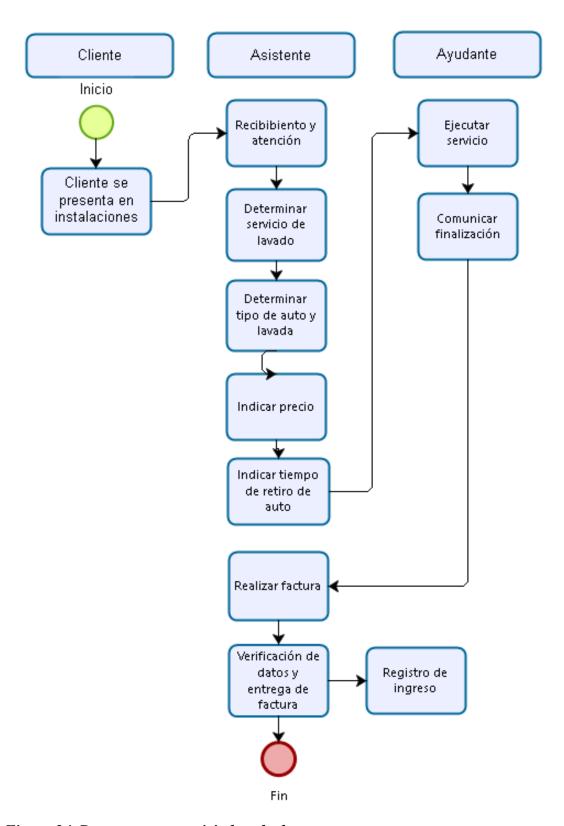


Figura 24. Proceso venta servicio lavado de auto

## 4.6 Forma y condiciones de aplicación

En vista de que la propuesta busca la mejor organización del negocio y de las personas que lo ejecutan, se debe ejecutar de manera inmediata. A continuación, se dan algunos lineamientos para que todas las personas involucradas socialicen y apliquen dichos parámetros.

En el día uno de la semana se realiza una reunión con el personal, para dar a conocer el documento elaborado y la importancia de mejorar los procedimientos para el desarrollo del negocio. Esta reunión estará a cargo de los administradores y se discutirá aspectos como situación actual, errores detectados y el material que recibirán para mejorar. Todos los participantes podrán aportar con su opinión al finalizar la sesión.

Al día siguiente se entregarán copias del manual de funciones tras lo cual se repasará y recordará a cada uno, las principales responsabilidades. También se entrega el manual de los procedimientos de compra y venta a los responsables de esta actividad. Se da un día para que los trabajadores apliquen sin supervisión este contenido.

En el día tres se realizan las actividades según lo acordado, en las cuales los administradores podrán observar el desempeño, al finalizar cada ciclo se harán las observaciones respectivas y se pulirán errores.

Tabla 17. Actividades a ejecutarse

Día	Actividad	Duración	Responsable
1	Reunión general	30 min.	Administradores
2	Entrega de copia de manual de funciones	5 min.	Asistente
2	Sociabilización de funciones	15 min.	Administradores
2	Entrega copia procedimientos	5 min.	Asistente
3	Prueba de funciones sin intervención	20 min.	Administradores
3	Comunicar evaluación de prueba	10 min.	Administradores

# 4.7 Validación de la propuesta aplicada

Para esto la propuesta fue presentada a los administradores de Lubrilad, quienes
indicaron la conformidad con las actividades descritas en el documento y su importancia
para la mejora administrativa del negocio, que hasta el momento se realizaba sin
esquemas ni declaraciones de responsabilidad.

Por medio de la presente Yo, \_\_\_\_\_\_C.I. \_\_\_\_\_ en mi administrador de Lubrilad, manifiesto haber revisado la propuesta realizada en el proyecto:

Diseño de un plan de mejora administrativa en los procesos de compra, venta y control en la empresa lubricadora y lavadora de autos "Lubrilad".

Es todo cuánto puedo certificar mi conformidad.

#### **CONCLUSIONES**

A través del estudio realizado sobre la administración de la lavadora y lubricadora Lubrilad en la ciudad de Guayaquil se llegan a las principales conclusiones detalladas a continuación.

- Lubrilad es una idea de negocio joven, que no ha empezado bajo una planificación administrativa estable, sus actividades se realizan a la orden del día y algunas tareas se duplican por la ausencia de límites claros.
- La satisfacción del cliente, es de grado medio, ya que, si bien Lubrilad se esfuerza
  por dar un servicio justo y honesto, aun se identificaron errores como errores en
  facturas o poca comunicación de un tiempo de espera para el cliente.
- Se propuso un manual de funciones indicando las responsabilidades concretas de cada miembro del negocio; y de procedimientos para la compra de lubricantes, filtros y venta de los servicios de cambio de aceite, lavado de auto y lavado de motor.
- Se identificó que se realiza un pequeño detalle de ingresos y gastos para llevar la contabilidad, no obstante, no se toman en cuenta más detalles para mejorar la gestión interna y externa.
- Los procesos incluyen actividades como la elaboración de una lista, presupuesto
  para compra, registro de compras, registro de ventas, registros de tipos de autos,
  entre otros aspectos que formen una base de datos que sirva en futuras decisiones
  de la administración.
- Las reuniones no son habituales para discutir temas organizacionales, más allá de metas y procesos inmediatos. Para esta propuesta se da una sociabilización de las mejoras, con énfasis en la importancia para el crecimiento del negocio y buenas relaciones laborales.

#### RECOMENDACIONES

- Se recomienda a Lubrilad seguir todos los aspectos detallados en la propuesta para una actividad estructurada y optimizada.
- Con el cambio de actividades, es necesario revisar y actualizar la propuesta a fin de que sea acorde siempre a las necesidades actuales y la situación del entorno.
- Además de las consideraciones en la propuesta, se sugiere a Lubrilad incrementar la satisfacción del cliente mediante otros aspectos del servicio ya que hasta el momento no se ha logrado una total satisfacción y que posee un fuerte potencial debido a que algunos usuarios sí recomendarían el servicio.
- Para el crecimiento del negocio es importante que se siga la sugerencia de los clientes quienes indicaron el aumento de espacio como un aspecto primordial. Además, se puede incrementar la calidad y variedad de productos utilizados, así como las herramientas de alta resistencia.
- En el futuro y según el crecimiento se recomienda adquirir sistemas administrativos que agrupen actividades de inventario, compra, pagos entre otros. Ya que son diseñados para negocios que experimentan un elevado incremento en la salida y entrada de registros.

## Bibliografía

- Alcívar, B. Ingeniería en Contaduría Pública y auditoría . "Diseño de una estructura administrativa y operativa para la lubricadora "AMC", en el barrio del periodista año 2012.". Unidd de ácademia de ciencias administrativas y comerciales, Guayaquil
- Asamblea Nacional . (2008). *Constitución de la República del Ecuador* . Obtenido de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion\_de\_bolsillo.pdf
- Beigbeder, F. (2012). *Diccionario técnico: inglés-español, español-inglés*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Bib. Orton IICA / CATIE. (2013). *La Administracion de la Empresa Asociativa*. Bib. Orton IICA / CATIE.
- Blandez, M. d. (2016). Proceso administrativo. Barcelona: Editorial Digital UNID.
- Bustos, E. (2013). Proceso Aministrativo. México, D.F.: Instituto Politécnico Nacional.
- Código de trabajo . (2015). Obtenido de http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/CODIGO-DEL-TRABAJO.pdf
- Dávila, A. (2012). Cultura en organizaciones latinas: elementos, injerencia y evidencia en los procesos organizacionales. Siglo XXI.
- Dietsche, K.-H. (2015). Manual de la técnica del automóvil. Madrid: Reverte.
- Goffee, R. (2013). El carácter organizacional: cómo la cultura corporativa puede crear o destruir negocios. Madrid: Ediciones Granica S.A.
- Gómez, H. S. (2012). *Conceptos Básicos. En servicio al cliente*. Bogota: Panamericana editorial Ltda.

González, L. (2014). Proceso Administrativo. México, D.F.: Grupo Editorial Patria.

Hoyos, A. (2015). Estrategias para las PYMES en el sector textil y manufacturero. Madrid: Editorial Académica Española.

ISO 9001 : 2015. (2015). Sistemsa de Gestión de Calidad - Requisitos. Geneva, Suiza.

Lacalle, G. (2016). Operaciones administrativas . México D.F.: Editex, 2016.

López, O. (2017). El empresario proactivo: Mejora tus resultados ayudando a tus clientes.

Madrid: Profit Editorial.

Luna, A. (2015). Proceso administrativo. México D.F.: Grupo Editorial Patria.

Manuel, J., & Rodríguez, A. (2017). Estrategia administrativa. Madrid: ESIC Editorial.

Megino, A. (2012). El aceite. Ediciones Robinbook.

Mendez, D. (2012). Proceso de planeación. Madrid: Palibrio, Aug.

Morell, E. (2013). *Bioestadística Básica para Investigadores con SPSS*. Buenos Aires: Bubok.

Moreno, J. (2013). Procedimiento y proceso administrativo. Madrid: LA ley.

Municipalidad de Guayaquil . (2017). *Proceso de reguñación ambiental* . Obtenido de http://www.guayaquil.gob.ec/tr%C3%A1mites-en-medio-ambiente

Muñoz, J. Ingenieria en Negocios Internacionales. *Plan de mejora de la empresa Marín autos*. Universidad de las Américas, Guayaquil.

Narváez, V. (2010). *Método de la investigación científica y bioestadística*. Santiago de Chile: Ril Editores.

- Ortiz, A. (2010). Diccionario de pedagogía. Barranquilla: CEPEDID.
- Paredes, E. Ingeniero en Marketing. *Plan de marketing para la Lavadora y Lubricadora de Toro, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2015*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Guayaquil.
- Pérez, J. (2015). *Gestión de la calidad empresarial: calidad en los servicios y atención* . ESIC Editorial.
- Pérez, L. (2012). Marketing social: teoría y práctica. Mexico D.F: Pearson Educación.
- Pérez, V. (2012). Calidad Total en la Atención Al Cliente. Caracas: Ideaspropias Editorial S.L.
- Pintado, T. (2013). *Imagen corporativa : influencia en la gestión empresarial*. ESIC Editorial.
- Rodríguez, I. (2012). Estrategias y técnicas de comunicación: Una visión integrada en el marketing. Editorial UOC.
- Salén, H. (2012). La promoción de ventas o el nuevo poder comercial. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Schnaars, S. (2012). Estrategias de marketing: un enfoque orientado al consumidor. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Serivicio de Rentas Internas. (2017). *Portal web SRI*. Obtenido de http://www.sri.gob.ec/web/guest/home
- Univ. J. Autónoma de Tabasco. (2016). *Plan estrátegico de desarrollo 2006-2016: Por la infinita expansión del conocimiento*. Villahermosa: Univ. J. Autónoma de Tabasco.

Universidad Nacional Autónoma de México. (2015). Proceso Administrativo. México, D.F.:

Universidad Nacional Autónoma de México.