



# ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO

## DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

ESTUDIO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE LAVADO Y SECADO  
DE ROPA EN EL VALLE DE LOS CHILLOS, CANTON RUMIÑAHUI.

MARITZA CARMEN VILCAGUANO QUIMBITA

Tesis presentada como requisito previo a la obtención

Del grado de:

INGENIERA COMERCIAL

Ing. Roberto Taco  
Director

Econ. Jaime Pérez  
Codirector

Año 2010

# **ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO**

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO

INGENIERÍA COMERCIAL

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

MARITZA CARMEN VILCAGUANO QUIMBITA

### **DECLARO QUE:**

El proyecto de grado denominado “Estudio para la creación de una empresa de lavado y secado de ropa en el Valle de los Chillos, Canton Rumiñahui”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

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

Sangolquí, Marzo 2010

---

Maritza Carmen Vilcaguano Quimbita

# **ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO**

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO

INGENIERÍA COMERCIAL

## **CERTIFICADO**

Ing. Roberto Taco y Econ. Jaime Perez

### **CERTIFICAN**

Que el trabajo titulado “Estudio para la creación de una empresa de lavado y secado de ropa en el Valle de los Chillos, Canton Rumiñahui” realizado por la señorita Maritza Carmen Vilcaguano Quimbata, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a la alta confiabilidad de sus resultados y a la efectividad en operaciones que garantiza su aplicación se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a la señorita Maritza Carmen Vilcaguano Quimbata que lo entregue al señor Ing. Guido Crespo, en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, Marzo 2010

---

Ing. Roberto Taco

DIRECTOR

---

Econ. Jaime Perez

CODIRECTOR

# **ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO**

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO

INGENIERÍA COMERCIAL

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, Maritza Carmen Vilcaguano Quimbita

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “Estudio para la creación de una empresa de lavado y secado de ropa en el Valle de los Chillos, Canton Rumiñahui”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, Marzo 2010

---

Maritza Carmen Vilcaguano Quimbita

## DEDICATORIA

A ti mi Dios que gracias a tu sabiduría me diste la dicha de vivir, a mis Padres Marcelo y Martha que son mi fuente de inspiración, y han estado conmigo en todo momento.

Mis Hermanas y Sobrinas que con su apoyo moral, han sido testigos del cumplimiento de una etapa más de mi vida.

A todas aquellas personas que durante mi etapa Estudiantil han estado presentes todo momento.

*Maritza Carmen Vilcaquano Quimbita*

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios y a la Santísima Virgen del Cisne gracias por guiarme y cuidarme en cada paso de mi vida, a mis padres que con su ejemplo, apoyo moral y económico hicieron posible que este sueño se haga realidad.

Al Ing. Roberto Taco y Econ. Jaime Perez, que con sus conocimientos hicieron posibles la culminación exitosa de la tesis.

A mis amigas que gracias a sus consejos y apoyo me alentaron para seguir adelante, gracias por ser parte de esta alegría.

*Maritza Carmen Vilcaguano Quimbita*

## INDICE

RESUMEN EJECUTIVO .....	1
OBJETIVOS.....	5
Objetivo General .....	5
Objetivos Específicos .....	5
CAPITULO 1 .....	6
ESTUDIO DE MERCADO.....	6
1.1 Objetivos Del Estudio de Mercado .....	6
1.2 Identificación del Servicio .....	7
1.2.1 Estructura Del Mercado .....	7
1.2.2 Análisis histórico del mercado .....	9
1.2.3 Análisis actual del mercado .....	10
1.2.4 Tendencias Del mercado .....	11
1.3 Caractericas del Servicio.....	11
1.3.1 Clasificación por su Uso .....	14
1.3.2 Clasificación por sus Efectos .....	14
1.3.3 Servicios Sustitutos y Complementarios.....	15
1.3.4 Normativa Sanitaria, Técnica y Comercial .....	17

1.4 Investigación Del mercado .....	22
1.4.1 Metodología de la Investigación .....	22
1.4.2 Segmentación Del mercado.....	23
1.4.3 Segmento Objetivo .....	24
1.4.4 Tamaño Del universo.....	28
1.4.5 Prueba piloto.....	29
1.4.6 Tamaño de la muestra.....	30
1.4.6 Diseño de Cuestionario de la Encuesta.....	32
1.4.6.1 Procesamiento de Información.....	34
1.4.6.2 Análisis De Resultados .....	55
1.5 Análisis de la demanda .....	56
1.5.1 Clasificación de la demanda.....	57
1.5.2 Factores que afectan la demanda .....	59
1.5.3 Analisis histórico de la demanda .....	62
1.5.4 Demanda Actual del Servicio.....	63
1.4.5 Proyección de la demanda .....	64
1.6 Análisis de la oferta .....	65
1.6.1 Clasificación de la oferta.....	65
1.6.2 Factores que afectan la oferta .....	66
1.6.3 Comportamiento histórico de la oferta .....	68

1.6.4 Comportamiento actual de la oferta .....	69
1.6.5 Proyección de la oferta. ....	72
1.7 Determinación de la demanda insatisfecha.....	73
1.8 Análisis de precios en el mercado del Producto y/o Servicio .....	74
1.8.1 Precios Históricos y Actuales.....	74
1.8.2 Márgenes de Precios: Estacionalidad, Volumen, Forma de Pago, etc.....	76
CAPITULO 2 .....	78
ESTUDIO TECNICO.....	78
2.1 Tamaño del Proyecto .....	78
2.1.1 Factores Determinantes del Proyecto.....	78
2.1.1.1 El Mercado .....	79
2.1.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros .....	80
2.1.1.3 Disponibilidad de Mano de Obra .....	81
2.1.1.4 Disponibilidad de Tecnología .....	82
2.1.1.5 Disponibilidad de Insumos y Materia Prima .....	83
2.1.2 Optimización del Tamaño .....	85
2.1.3 Definición de las Capacidades de Producción.....	86
2.2 Localización del Proyecto.....	86
2.2.1 Macro localización .....	87

2.2.2 Micro Localización .....	88
2.2.2.1 Criterios de Selección de Alternativas.....	89
2.2.3 Matriz Locacional.....	91
2.2.3.1 Selección de la Alternativa Óptima .....	92
2.2.3.2 Plano de la Micro localización.....	93
2.3 Ingeniería del Proyecto.....	94
2.3.1 Proceso de Producción y/o Servicio .....	95
2.3.1.1 Diagrama de Flujo.....	97
2.3.1.2 Requerimiento de Recursos Humanos y Mano de Obra.....	99
2.3.1.3 Requerimiento de Maquinaria y Equipo .....	101
2.3.1.4 Requerimiento de Insumos, Materias Primas, etc. (calculo del requerimiento de materias primas, materiales, etc.) .....	102
2.3.1.5 Determinación de las Inversiones .....	107
2.3.2 Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo (Plano) .....	107
2.3.3 Calendario de Ejecución del Proyecto .....	109
2.4 Aspectos Ambientales .....	110
2.4.1 Legislación Vigente.....	110
2.4.2 Identificación y Descripción de los Impactos Potenciales .....	110
2.4.3 Medidas de Mitigación .....	110
CAPITULO 3.....	111
LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN.....	111

3.1 Base legal.....	111
3.1.1 Constitución de la Empresa .....	112
3.1.2 Tipo de Empresa (Sector, Actividad, CIUU).....	113
3.1.3 Razón Social, Logotipo, Slogan.....	113
3.2 Base Filosofica de la empresa .....	115
3.2.1 Vision .....	115
3.2.2 Mision .....	116
3.2.3 Objetivos Estratégicos .....	116
3.2.4 Principios y Valores .....	117
3.2.5 Estrategia Empresarial.....	119
3.2.5.1 Estrategia De Competitividad.....	119
3.2.5.2 Estrategia de Crecimiento .....	119
3.2.5.3 Estrategia de competencia.....	120
3.2.5.4 Estrategia Operativa .....	120
3.3 Estrategias de Mercadotecnia .....	120
3.3.1 Estrategia de precio .....	120
3.3.2 Estrategia de Promocion.....	121
3.3.3 Estrategia de Servicio .....	122
3.3.4 Estrategia de Plaza.....	122
3.3.5 Estrategia de Distribución .....	123

3.4 La Organización .....	123
3.4.1 Estructura orgánica.....	123
3.4.3 Responsabilidades .....	124
3.4.3 Perfiles Profesionales .....	127
3.4.4 Organigrama.....	129
CAPITULO 4.....	131
ESTUDIO FINANCIERO .....	131
4.1 Presupuestos .....	131
4.1.1 Presupuestos de inversión.....	131
4.1.1.1 Activos fijos .....	132
4.1.1.2 Activos intangibles .....	133
4.1.1.3 Capital de trabajo .....	135
4.1.2 Cronograma de Inversiones.....	136
4.1.3 Presupuestos de Operación .....	136
4.1.3.1 Presupuestos de ingresos.....	137
4.1.3.2 Presupuestos de Egresos .....	137
4.1.3.3 Estado de Origen y Aplicación de Recursos .....	138
4.1.3.4 Estructura de Financiamiento.....	139
4.1.4 Punto de Equilibrio.....	140
4.2 Estados Financieros Proyectados .....	143

4.2.1 Del Proyecto .....	144
4.2.1.1 Estado De Resultados (Pérdidas y Ganancias) .....	144
4.2.1.2 Flujos Netos De Fondos.....	147
4.3 Evaluacion Financiera .....	150
4.3.1 Determinacion de la tasa de descuento.....	150
4.3.2 Evaluacion Financiera del Proyecto (SIN FINANCIAMIENTO)...	152
4.3.2.1 Criterios de Evaluacion .....	152
4.3.2.2 Valor Actual Neto .....	153
4.3.2.3 Tasa Interna de Retorno .....	155
4.3.2.4 Relacion Beneficio / Costo.....	157
4.3.2.5 Periodo de Recuperación del Proyecto.....	158
4.3.2.6 Analisis de Sensibilidad .....	160
4.3.3 Evaluacion financiera del inversionista (Con Financiamiento) ....	161
4.3.3.1 Criterios de Evaluacion .....	161
4.3.3.1.1 Valor Actual Neto .....	161
4.3.3.1.2 Tasa Interna de Retorno .....	162
4.3.3.1.3 Relacion Beneficio / Costo .....	163
4.3.3.1.4 Periodo de Recuperación de la Inversión .....	163
4.3.3.1.5 Analisis de Sensibilidad .....	165
CAPITULO 5.....	166
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	166

5.1 Conclusiones.....	166
5.2 Recomendaciones.....	167
BIBLIOGRAFIA.....	168
ANEXOS.....	170

### INDICE DE TABLAS

TABLA No. 1 Clasificación de la C.I.I.U.....	12
TABLA No. 2 Diferencias entre lavado en Seco y en Agua.....	16
TABLA No. 3 Matriz de Segmentación.....	25
TABLA No. 4 PEA del area de esdio al 2010.....	27
TABLA No. 5 Poblacion para el estudio al 2010.....	27
TABLA No. 6 Población Economicamente Activa de 5 años y mas, por sexo según grupos ocupacionales.....	28
TABLA No. 7 Edad Del Encuestado.....	34
TABLA No. 8 Estado Civil Del Encuestado.....	35
TABLA No. 9 Número de Integrantes.....	36
TABLA No. 10 Ingresos Del Encuestado.....	37
TABLA No. 11 Disponibilidad de Lavadoras.....	38
TABLA No. 12 Disponibilidad de Secadora.....	39
TABLA No. 13 Encuestados que Ocuparían el Servicio.....	41
TABLA No. 14 Competencia.....	42
TABLA No. 15 Servicio Competencia.....	43
TABLA No. 16 Factores Importantes del Servicio.....	44
TABLA No. 17 Frecuencia de Ropa que llevan a una Lavandería.....	46

TABLA No. 18 Preferencias Del Servicio .....	47
TABLA No. 19 Servicios Adicionales .....	48
TABLA No. 20 Precio por Lavado .....	50
TABLA No. 21 Precio Por El Servicio Completo .....	51
TABLA No. 22 Porcentaje de libras a Lavar .....	52
TABLA No. 23 Medio de Promociones .....	53
TABLA No. 24 Porcentaje de prendas que se envía a Lavar.....	54
TABLA No. 25 Crecimiento Poblacional .....	61
TABLA No. 26 Demanda Histórica.....	62
TABLA No. 27 Demanda Actual.....	63
TABLA No. 28 Demanda Proyectada .....	64
TABLA No. 29Lista de Empresas .....	67
TABLA No. 30 Empresas basadas en Capacidad de Maquinas.....	69
TABLA No. 31 Empresas basadas en libras.....	70
TABLA No. 32 Empresas basadas en prendas por Día.....	70
TABLA No. 33 Calculo de la Oferta .....	71
TABLA No. 34 Oferta Directa al 2009.....	71
TABLA No. 35 Tasa de Crecimiento por Empresas.....	72
TABLA No. 36 Proyección de la Oferta.....	72
TABLA No. 37 Demanda Insatisfecha .....	73
TABLA No. 38 Precios Actuales .....	75
TABLA No. 39Precios Actuales .....	75
TABLA No. 40 Mercado .....	80
TABLA No. 41 Analisis de los bancos.....	81
TABLA No. 42 Disponibilidad de Maquinaria .....	83
TABLA No. 43 Disponibilidad de Materiales e Insumos.....	84
TABLA No. 44 Servicios Básicos.....	85
TABLA No. 45 Matriz Locacional .....	92

TABLA No. 46 Procesos de Producción .....	95
TABLA No. 47 Cadena de Valor .....	96
TABLA No. 48 Requerimiento de Mano de Obra Directa.....	99
TABLA No. 49 Requerimineto de Mano de Obra Indirecta .....	99
TABLA No. 50 Rol de Pagos .....	100
TABLA No. 51 Lavadora 40 libras.....	101
TABLA No. 52 Secadora Industrial.....	101
TABLA No. 53 Requerimiento de Maquinaria .....	102
TABLA No. 54 Insumos .....	102
TABLA No. 55 Equipos de Computacion .....	103
TABLA No. 56 Servicios Basicos.....	103
TABLA No. 57 Muebles y Enseres.....	104
TABLA No. 58 Utiles de Aseo .....	104
TABLA No. 59 Requerimientos de Arriendos.....	105
TABLA No. 60 Requerimientos de Publicidad.....	105
TABLA No. 61 Vehiculo .....	105
TABLA No. 62 Herramientas y Equipos.....	106
TABLA No. 63 Activos diferidos.....	106
TABLA No. 64 Determinacion de Inversiones.....	107
TABLA No. 65 Presupuestos de Inversiones.....	132
TABLA No. 66 Activos Fijos.....	133
TABLA No. 67 Activos Intangibles .....	134
TABLA No. 68 Tabla de Amortizaciones de Activos Intangibles.....	134
TABLA No. 69 Cronograma de Inversión.....	136
TABLA No. 70 Presupuesto de Ingreso .....	137
TABLA No. 71 Presupuesto de Egresos.....	138
TABLA No. 72 Estado de origen y Aplicación de Recursos.....	139
TABLA No. 73 Estructura de Financiamiento .....	140

TABLA No. 74 Tabla de Amortización .....	140
TABLA No. 75 Punto de Equilibrio .....	142
TABLA No. 76 Estado de Resultados con Financiamiento .....	145
TABLA No. 77 Estado de Resultados sin Financiamiento .....	146
TABLA No. 78 Flujo de Fondos con Financiamiento .....	148
TABLA No. 79 Flujo de Fondos sin Financiamiento.....	149
TABLA No. 80 Tasa de Descuento del Proyecto sin Financiamiento .....	151
TABLA No. 81 Tasa de Descuento Del Inversionista con Financiamiento..	151
TABLA No. 82 VAN del proyecto (SIN FINANCIAMIENTO) .....	154
TABLA No. 83 TIR del proyecto (SIN FINANCIAMIENTO).....	156
TABLA No. 84 Relación Beneficio Costo del Proyecto (SIN FINANCIAMIENTO) .....	158
TABLA No. 85 Periodo de Recuperación (SIN FINANCIAMIENTO).....	159
TABLA No. 86 Analisis de Sensibilidad (SIN FINANCIAMIENTO).....	160
TABLA No. 87 VAN del Inversionista.....	161
TABLA No. 88 TIR del Inversionista (CON FINANCIAMIENTO).....	162
TABLA No. 89 Relación Beneficio Costo del Proyecto Del Inversionista (CON FINANCIAMIENTO) .....	163
TABLA No. 90 Periodo de Recuperación del Inversionista (CON FINANCIAMIENTO) .....	164
TABLA No. 91 Analisis de Sensibilidad (CON FINANCIAMIENTO).....	165

## **INDICE DE GRAFICOS**

GRAFICO No. 1 Edad Del Encuestado .....	34
GRAFICO No. 2 Estado Civil del Encuestado .....	35

GRAFICO No. 3 Número de Integrantes .....	36
GRAFICO No. 4 Ingresos Del Encuestado .....	37
GRAFICO No. 5 Disponibilidad de Lavadoras .....	38
GRAFICO No. 6 Disponibilidad de Secadora .....	40
GRAFICO No. 7 Encuestados que Ocuparían el Servicio .....	41
GRAFICO No. 8 Competencia .....	42
GRAFICO No. 9 Servicio Competencia .....	43
GRAFICO No.10 Factores Importantes del Servicio .....	45
GRAFICO No. 11 Frecuencia de Ropa que llevan a una Lavandería .....	46
GRAFICO No. 12 Preferencias del Servicio .....	47
GRAFICO No. 13 Servicios Adicionales .....	49
GRAFICO No. 14 Precio por Lavado .....	50
GRAFICO No. 15 Precio por el Servicio Completo .....	51
GRAFICO No. 16 Porcentaje de libras a Lavar .....	52
GRAFICO No. 17 Medio de Promociones .....	53
GRAFICO No. 18 Porcentaje de prendas que se envía a Lavar .....	55
GRAFICO No. 19 Crecimiento Poblacional .....	61
GRAFICO No. 20 Mapa Canton Rumiñahui .....	88
GRAFICO No. 21 Distribución de planta y maquinaria (PLANO) .....	107
GRAFICO No. 22 Organigrama .....	143
GRAFICO No. 23 Punto de Equilibrio .....	143

### **INDICE DE FOTOS**

FOTO No. 1 Plano de la Microlocalización .....	94
--	----

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El Presente estudio permitirá conocer la viabilidad para la implantación de una lavandería de prendas de vestir en el Valle de los Chillos, para lo cual, se aplicará metodologías para la realización del estudio de mercado, y a la vez utilizando esta misma técnica se podrá evaluar otros lugares de interés para instalar esta lavandería comercial.

Este servicio va dirigido principalmente a las amas de casa, extranjeros, profesionales, estudiantes universitarios, o cualquier tipo de personas que requieran el servicio de lavado y secado de ropa de forma rápida, segura, utilizando maquinaria específica para cada tipo de prenda manteniendo la calidad de la misma.

Es por ello que se ha pensado en la creación de una empresa de lavado y secado de ropa, la misma que será de vital importancia para la comodidad de las personas que tendrán a su alcance un servicio en el cual puedan realizar el proceso de lavado de ropa, optimizando tiempo, precios accesibles y manteniendo la calidad de las prendas de vestir.

Mediante el estudio de mercado se obtuvo que existe demanda insatisfecha, en el Valle de los Chillos, y debe ser aprovechada a través de la ejecución del proyecto.

A travez del estudio técnico se determino los requerimientos de cada uno de los recursos, materiales y equipos necesarios para el funcionamiento de la empresa.

La estructura organizacional y funcional permite establecer que la empresa contará con recursos humanos tanto administrativos como operativos, capacitados de acuerdo a sus funciones, con responsabilidades definidas y específicas.

Al realizar el análisis financiero, se pudo conocer que el proyecto es viable, siendo factible su implementación ya que permite recuperar la inversión inicial a mediano plazo.

## SUMMARY

The present study will allow to know the feasibility for the establishment of Laundromat at the Chillos Valley, to do this, some methodologies will be applied for the execution of the market, and at the same time by using this same technique, we will be able to evaluate other places where a laundromat can be established.

This service is aimed to housewife, foreign professionals, university students, or any kind of people that require the dry and cleaning of clothes in a fast and safe way using specific machinery for every kind of clothes conserving the quality.

That is the reason, that the creation of a dry and cleaning, which will be important for the comfort of the clients who come to the place looking for the process of washing clothes, saving time, reasonable price and keeping the quality of the clothes.

By the mean of the market study, we knew that there are unsatisfied clients, in the Chillos Valley, and this should be taken advantage of the execution of the project.

By means of the Technical study, the requirements of any of the resources, material, and necessary equipment for the performance of the enterprise.

The organizational and functional structure allows to establish that the enterprise will count with human resources according to functions, with defined specific responsibilities.

By doing the financial analysis, it was possible to determine that the project is feasible, and it can be established since it allows to recover the initial investment at the mid term.

# **OBJETIVOS**

## **Objetivo General**

Determinar que la creación de la empresa de lavado y secado de ropa, es un proyecto viable, rentable desde el punto de vista de mercado, técnico, legal, organizacional y financiero.

## **Objetivos Específicos**

- Realizar el estudio de la demanda y la oferta existentes de servicios similares en el mercado de lavadoras y secadoras de ropa, con la finalidad de conocer la demanda insatisfecha y la captada por el proyecto.
- Determinar el tamaño, la localización y la ingeniería para un adecuado funcionamiento de la empresa, optimizando recursos disponibles.
- Analizar los procedimientos administrativos, operativos, legales, y organizacionales que permitan un desarrollo de la empresa.
- Realizar un estudio que permita evaluar el riesgo de la inversión y de los rendimientos de este negocio.

# CAPITULO 1

## ESTUDIO DE MERCADO

“El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo”<sup>1</sup>

Mediante el estudio de mercado se determinará el espacio que va a ocupar el servicio de lavado y secado de ropa que se este ofertando y a la vez , se puede identificar el precio al que los consumidores están dispuestos adquirir el servicio así como, conocer los canales de comercialización, las características, gustos y preferencias de los potenciales consumidores.

### 1.1 Objetivos Del Estudio de Mercado

- ❑ Obtener información sobre las características del servicio que se va ofrecer, costumbres, técnicas de lavado y en definitiva el comportamiento habitual de los clientes en cuanto se refiere a la limpieza de sus prendas de vestir.
- ❑ Analizar el comportamiento del mercado mediante la evaluación de la demanda y oferta históricas, actuales y proyectadas.
- ❑ Analizar los posibles competidores o empresas que se encuentran operando en el mismo sector de lavado y secado de ropa.

---

<sup>1</sup>[www.gestipolis.com](http://www.gestipolis.com)

- ❑ Establecer los más adecuados métodos y estrategias de comercialización para la introducción de este servicio, en el Valle de los Chillos.
- ❑ Determinar el segmento de mercado al cual se va dirigir el servicio de lavanderías.
- ❑ Segmentar y determinar el mercado meta al cual está dirigido el presente proyecto.
- ❑ Establecer la demanda insatisfecha a través de las respectivas proyecciones de la demanda y oferta dentro Valle de los Chillos.
- ❑ Analizar los precios con el fin de obtener beneficios para el servicio de lavado y secado de ropa.

## **1.2 Identificación del Servicio**

### **1.2.1 Estructura Del Mercado**

Se entiende como estructura de mercado al grado de competencia para los productos y servicios que ofrecerá la empresa de lavado y secado de ropa

**La competencia Perfecta:** “Se caracteriza porque en un mercado de un determinado producto existen muchos compradores y vendedores que, dado que la participación de cada uno de ellos en el mercado es muy pequeña, no pueden influir en el precio; el producto es idéntico y homogéneo;

existe movilidad perfecta de los recursos; no hay barreras en la entrada y salida y los agentes económicos están perfectamente informados de las condiciones del mercado"<sup>2</sup>

La Empresa de Lavado y Secado de ropa ubicada en el Valle de los Chillos esta sumida en una estructura de mercado de competencia perfecta, ya que cumple con las siguientes características:

- a) Existen varios compradores y vendedores. La competencia que existe en el sector de las lavanderías son micro empresas y medianas empresas que se encuentran ubicadas en el mismo sector y ofrecen el mismo servicio; de igual manera encontramos varias cantidades de demandantes como amas de casa, estudiantes de provincias, profesionales.
- b) El servicio a ofrecer es relativamente homogéneo en comparación a la competencia, la diferenciación se da en la calidad del servicio al cliente.
  - ❖ Monopolio: se caracteriza porque la competencia es inexistente, cuando un solo proveedor vende un solo producto.
  - ❖ Oligopolio: se caracteriza porque, una cantidad limitada de vendedores se dirige a una multitud de compradores.

---

<sup>2</sup> SAPAG Chain, Nassir; SAPAG Chain Reinaldo; "Preparación y Evaluación de Proyectos"; Editorial Mc Graw – Hill: Quinta Edición ;2003 ; pag.43

## 1.2.2 Análisis histórico del mercado

Al determinar el análisis histórico del mercado nos permitirá conocer la participación de las microempresas en el mercado de lavado y secado de ropa, las características y evolución de empresas que ya se encuentran posicionadas en el mercado.

En las tradiciones antiguas de la sociedad ecuatoriana, las mujeres lavaban sus prendas de vestir a orillas de ríos, acequias y restregando sobre una tabla, una vez escurrida, la ropa se colgaba en tendederos comunitarios, existía también la posibilidad de contratar a personas que realizaban este proceso a bajos costos.

Con el pasar del tiempo la industria del lavado fue evolucionando y es así que aparecieron las primeras lavanderías comerciales, ayudando a ahorrar tiempo y salir de apuros en el seno familiar cuando por algún motivo las amas de casa o lavanderas contratadas no pudieron cumplir con su valiosa tarea de tener las prendas de vestir limpias. Si bien es cierto que con la apertura numerosa de estos establecimientos algunas personas dedicadas al oficio de lavanderas han visto afectada su ocupación y sus ingresos, muchas familias que no contaban con ese apoyo por diversos motivos recurren desde entonces a los servicios que dan las la empresas de lavado y secado, planchado de cualquier prenda de vestir (ternos, vestidos, abrigos, camisas y más), con la finalidad de mantener la calidad de las prendas de vestir.

### **1.2.3 Análisis actual del mercado**

El análisis actual del mercado nos indica la situación de la competencia, referente a precios, servicios y promociones que están brindan. Este análisis es fundamental para las proyecciones futuras de la demanda y de la oferta de los servicios.

Con la evolución del mercado el proceso de lavado a mano ha ido desapareciendo y las empresas dedicadas a esta actividad han ido posesionándose en el mercado puesto que cumplen con la función de proteger la ropa, mejorando la calidad y procurando no maltratar las prendas de vestir, ahorrando el consumo de agua y energía.

En la actualidad las lavanderías se convierten en un medio indispensable y eficaz para lograr los objetivos propuestos al tomar la decisión de mantener la calidad de las prendas de vestir, es por ello que muchas familias recurren a los servicios que dan las lavanderías y tintorerías con el lavado, secado y planchado de cualquier prenda de vestir (ternos, vestidos, abrigos, camisas y más).

En esta época contamos con varias empresas de lavado en seco y en agua que tienen muchas sucursales y otras pequeñas empresas que sirven en forma local a los residentes, en este sitio los propios clientes pueden realizar la tarea o pagar por solo el lavado por libras de ropa, lo cual permite que la realización del servicio se produzca en cuestión de horas, pudiendo tener listo el vestuario.

### **1.2.4 Tendencias Del mercado**

Este tipo de análisis nos permite evaluar la factibilidad del servicio. los datos obtenidos a lo largo del análisis nos muestran la situación en la que la empresa se desempeñara en el futuro .En base a datos históricos y actuales obtendremos el comportamiento de los consumidores del servicio a ofrecer.

El servicio de Lavado y secado de ropa ayudará de manera considerable a profesionales , amas de casa, que quieren optimizar tiempo y economizar gastos, manteniendo de igual manera la calidad de las prendas de vestir, generando riqueza económica, al mismo tiempo que se respetará el medioambiente que lo rodea, es así que aprovechando esta tendencia que se tiene en el servicio, se pretenderá crear una empresa de lavado y secado de ropa bajo los principios y beneficios anteriormente mencionados en el sector del valle de los Chillos, ofreciendo servicios adicionales con maquinaria especializada para mantener la calidad de las diferentes prendas de vestir.

### **1.3 Caractericas del Servicio**

La actividad a la que está enfocado el presente proyecto es de lavado y secado de ropa en el Valle de los Chillos, dentro de la Clasificación del C.I.I.U. el proyecto estaría dentro de siguiente clasificación.

**TABLA No. 1 Clasificación de la C.I.I.U**

Codigo C.I.I.U	9	Servicios Comunes, Sociales y Personales
Codigo de la Actividad Economica	9520	Lavanderias y Servicios de lavanderia; Establecimientos de Limpieza y Teñido

**FUENTE:** C.I.I.U<sup>3</sup>

**ELABORADO POR:** Autora

Las lavanderías son empresas en cuyos establecimientos se cuentan con instalaciones y equipos necesarios, para realizar el servicio de lavado en agua y el arrendamiento de lavadoras automáticas a todo el público.

El servicio que se va ofrecer al público por el uso de las lavadoras y secadoras de ropa podrán ser utilizadas para cualquier tipo de prendas, con la finalidad de que el cliente obtenga satisfacción y los mejores beneficios.

➔ **El lavado** de ropa de la familia se realiza en diferentes etapas, según el tipo de suciedad, fibras y colores.

1. Separar la ropa antes de cada lavado según los colores y las temperaturas indicados.

---

<sup>3</sup> [http:// CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS/CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME.mht](http://CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS/CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME.mht)

2. No llenar demasiado la lavadora y utilizar un detergente sin agentes blanqueadores para la ropa de color.
3. Lavar al revés, los colores estarán mejor protegidos y la ropa no se desgastará tan rápidamente.
4. Si la etiqueta de instrucciones así lo indica, elegir el lavado a máquina mejor que a mano.
5. Utilizar jabones neutros para lavar prendas delicadas.
6. Hay que lavarla con agua fría y sobre todo no hay que tender la prenda en vertical, sino que hay que tender la ropa encima.

- ➔ **Secado** de Ropa requiere de un trato especial puesto que cada prenda esta elaborada con diferente tipo de tela o fibra es decir si es delicada, blanca o de color como por ejemplo si es ropa de lana se puede secarla en la lavadora, y si es de algodón no se la puede secar en secadora.
  
- ➔ **Doblado y empaquetado** Para ofrecer un servicio de calidad se entregara la ropa en armador y si es posible en el mismo día dependiendo de la urgencia del cliente, utilizar los mejores suavizantes y detergentes que cuiden el estado de la prenda, en fin toda una serie de elementos, con tal de que el cliente quede satisfecho.
  
- ➔ El servicio de lavado y secado de ropa atenderá al público de Lunes a Domingo de 8H00 de la mañana a 19H00 de la noche, además se contará con un empleado que le asesorara en el uso de las maquinas ,

detergentes , facilitándole cualquier información que se requiera sobre el servicio.

De esta manera nuestro servicio se caracterizará por hacer que el cliente lave su ropa de manera rápida economizando tiempo y dinero.

Este servicio contará con maquinaria de punta utilizada en negocios similares en otros países.

### **1.3.1 Clasificación por su Uso**

#### ❖ Servicio por encargo

El empleado de la lavandería se encarga de la recepción de la ropa, pesado lavado, suavizado, secado, doblado, empaquetado, almacenado y entrega. Asimismo, para mayor comodidad se ofrecerá el servicio adicional de recepción y entrega de la ropa a domicilio.

#### ❖ Autoservicio

En este servicio el usuario pesa y coloca la ropa dentro de la lavadora para que el quipo la lave, enjuague y exprima.

### **1.3.2 Clasificación por sus Efectos**

Los efectos que se pueden obtener al implantar este tipo de negocio es cambiar la cultura de lavado de ropa en la sociedad ecuatoriana, pasando de las tradicionales formas de lavado que en definitiva es un proceso

demoroso e inclusive puede afectar a la salud de las personas, a una tarea fácil y rápida. Este servicio ayudará al ama de casa optimizando tiempo y a su vez economizando en la economía familiar.

Este servicio va enfocado a toda persona que quiera mantener la calidad de sus prendas de vestir.

### **1.3.3 Servicios Sustitutos y Complementarios**

En todo tipo negocios existe una serie de servicios que pueda reemplazar al servicio que se oferta, estos son los denominados servicios sustitutos para el caso del presente proyecto se ha determinado lo siguiente:

#### **❖ Servicios Sustitutos**

"Son aquellos bienes que satisfacen una necesidad similar, y por tanto el consumidor podrá optar por el consumo de ellos en lugar del bien del proyecto, si este subiera de precio"<sup>4</sup>

El servicio sustituto para las empresas de lavado y secado de ropa son las lavadoras que las personas poseen en su propia casa, personas que lavan la ropa a domicilio, y lavado en seco que la competencia lo realiza.

---

<sup>4</sup> SAPAG Chain, Nassir; SAPAG Chain Reinaldo; "Preparación y Evaluación de Proyectos"; Editorial Mc Graw – Hill: Quinta Edición ;2003 ; pag.42

**TABLA No. 2 Diferencias entre lavado en Seco y en Agua**

Lavado en Agua	Lavado en seco
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Precios bajos</li><li>✓ Mantiene la calidad de las prendas</li><li>✓ Optimiza Tiempo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Precios altos</li><li>✓ Ropa delicada</li><li>✓ Dos a tres días dependiendo de las prendas.</li></ul>

**Fuente y Elaborado por:** Autora

#### ❖ Servicios Complementarios

“Son aquellos que se consumen en forma conjunta, y, por lo tanto, si aumenta la cantidad consumida de uno de ellos, necesariamente aumenta la cantidad consumida de otro y viceversa.”<sup>5</sup>

El servicio complementario que ofreceremos a nuestros potenciales clientes por el servicio de lavado y secado de ropa son:

- ➔ Pegado de botones, si en el momento de lavado a la prenda se descose un botón se procederá a cocerle el mismo. Ya que forma parte de la garantía del servicio.
- ➔ Planchado, como un servicio adicional bajo pedido se entregará las prendas planchadas.
- ➔ Ofrecerá a la clientela asesoramiento sobre el uso de las lavadoras, para personas que no puedan manejar las maquinas.
- ➔ Garantía en servicio de lavado.

---

<sup>5</sup> SAPAG Chain, Nassir; SAPAG Chain Reinaldo; “Preparación y Evaluación de Proyectos”; Editorial Mc Graw – Hill: Quinta Edición ;2003 ; pag.43

- ➔ Disposición de detergente y suavizantes, específicos para cada tipo de prendas.
- ➔ Tintorería /Desmanchado, previa anticipación del cliente se realizará este servicio.
- ➔ Tips de lavado, para los potenciales clientes se ha recopilado algunos consejos útiles para conservar sus prendas o ropa en un buen estado por mucho más tiempo, eso se conseguirá lavando la ropa en forma adecuada.

### **1.3.4 Normativa Sanitaria, Técnica y Comercial**

“Estos elementos anotados, permiten determinar una primera posición del producto en el mercado que se insertará con las particularidades que permitan la identificación del producto en términos, técnicos y comerciales.”<sup>6</sup>

Para el correcto funcionamiento del proyecto se debe contar con todas aquellas normativas para su ejecución:

#### **Normatividad Sanitaria**

“Las normas sanitarias se refieren a las exigencias establecidas por las instituciones de salud (locales o nacionales), usualmente se relacionan a las especificaciones técnico – productivas, de manejo, presentación y calidad del servicio”<sup>7</sup>

El presente proyecto se encuentra dentro de la clasificación por actividad económica en “Servicios Comunes; sociales y personales” y según el C.I.I.U dentro de “Lavanderías y servicios de lavandería; establecimientos de limpieza y teñido”. Las normativas sanitarias están relacionadas directamente con las exigencias del Ministerio de

---

<sup>6</sup> NACIONAL FINANCIERA; “Guía para la Formulación y Evaluación de proyectos de Inversión”; Pag.21

<sup>7</sup> Ministerio de Salud Pública del Ecuador.

Salud Pública del Ecuador, quien es el organismo a cargo de todos los requerimientos para el funcionamiento de nuevas empresas de lavado y secado de ropa.

☒ Certificado del Ministerio de Salud Pública.

Se solicita la inspección del local, con oficio dirigido a la Directora de Salud, en el caso de establecimientos nuevos como es el caso de nuestro proyecto, además de fotocopias de: cédula de identidad, Registro Único de Contribuyentes (RUC), certificado de Votación.

### **Normativa Técnica**

Certificado del Cuerpo de Bomberos es importante porque previene y controla el funcionamiento del local comercial, además que tiene la obligación de salvar vidas y proteger bienes inmuebles con acciones oportunas. Este certificado es emitido una vez realizada la visita de un inspector al local en donde se pondrá en ejecución de lavado y secado de ropa; y dando cumplimiento a las observaciones dispuestas cancelando el valor respectivo.

☒ Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal o propietario.

☒ Copia del RUC

☒ Copia del Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos del DMQ del año anterior.

☒ Copia de la Patente Municipal vigente.

☒ Copia de centralita de gas emitida por el Cuerpo de Bomberos – Distrito Metropolitano de Quito si lo tuviera.

## **Normativa Comercial**

### Tipo de Empresa

Una vez analizada la ley de compañías, la empresa que se formará con el proyecto es una Compañía de Responsabilidad Limitada. (Ver Anexo 1)

Con lo referente al pago de impuestos que deberá realizar el presente proyecto siendo Compañía de responsabilidad limitada se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- ➔ El IVA se paga sobre la base imponible que está constituida por el precio total en el que se vendan los bienes o se presten los servicios, precio en el que se incluirán impuestos, tasas u otros gastos atribuibles. En importaciones sobre el valor CIF más impuestos, aranceles y otros gastos imputables al precio.
- ➔ El valor a pagar depende del monto de ventas de bienes y de servicios gravados, realizados en un mes determinado, suma total sobre la cual se aplicará el 12%, y del valor obtenido se restará: el impuesto pagado en las compras y las retenciones, del mismo mes; además el crédito o pago excesivo del mes anterior, si lo hubiere.
- ➔ Una sociedad Limitada deberán presentar su declaración en el formulario 104, utilizando las siguientes alternativas:
  - En las Instituciones del Sistema Financiero utilizando los formularios preimpresos.
  - En las oficinas del SRI cuando se trata de declaraciones sin valor a pagar, utilizando los formularios preimpresos.

- En las oficinas del SRI en medio magnético, solo en el caso de Contribuyentes Especiales.
- A través de Internet, utilizando el DIMM para elaborar la declaración.

En lo referente a los requisitos comerciales para la implantación de lavanderías comerciales debe contar con lo siguiente

#### ▣ RUC

- Ecuatorianos y extranjeros residentes presentarán el original y entregarán una copia de la cédula de identidad o ciudadanía.
- Los ecuatorianos presentarán además el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecido en la Ley de Elecciones.
- Original y copia de uno de los siguientes documentos que acrediten la dirección del domicilio actual y de cada uno de los establecimientos en el que realiza la actividad económica: Planilla del servicio eléctrico, telefónico, de agua potable o televisión por cable, estados de cuenta bancaria o de tarjetas de crédito hasta de tres meses anteriores a la fecha del registro, comprobante del pago del impuesto predial correspondiente al año en que se realiza el registro o del inmediato anterior, contrato de arrendamiento inscrito ante la respectiva oficina de inquilinato o notariado, según corresponda. Cualquiera de estos documentos a nombre del sujeto pasivo.

Siempre que no haya sido posible la entrega de cualquiera de estos documentos, presentará una carta simple donde el propietario declare que ha cedido en forma gratuita el uso del inmueble, donde conste nombres y apellidos completos, número de cédula y firma del cedente y de la persona a la cual está cediendo y adjuntar copia del documento de identificación del cedente, así como copia de cualquiera de los documentos señalados anteriormente (excepto en los estados de cuenta y televisión por cable), que reflejen la dirección del local objeto de la cesión.

- Documentos Adicionales (De acuerdo a las características del Contribuyente).

▣ Permiso Municipal de funcionamiento o Patente para local comercial en el Cantón Rumiñahui:

- Solicitud de Patente (Se lo adquiere en la Tesorería Municipal).
- Croquis de ubicación del local con clave catastral.
- Copia cédula de identidad.
- Certificado de Normas Particulares (Se lo adquiere en Tesorería Municipal, y tramitarlo en las Direcciones de Agua Potable y Planificación).
- Certificado de N° Adeudar al Municipio (Se lo adquiere en Tesorería Municipal, y tramitarlo en las Direcciones de Agua Potable y Planificación y en la Tesorería)

- Pago del Cuerpo de Bomberos.
- Registro Único de Contribuyentes. R.U.C.
- Certificado de Salud.

El plazo de atención y respuesta para el trámite es de 12 días laborables.

## 1.4 Investigación Del mercado

“La investigación de mercados es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo mediante información que sirve para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing; generar y evaluar las actividades de marketing; supervisar el desempeño del marketing, y acreditar la comprensión del marketing como un proceso. “La investigación de mercado se pretende entregar información fidedigna que exprese el verdadero estado de las cosas.”<sup>8</sup>

En la investigación de mercados se especifica la información que se requiere para abordar estos temas, se diseña el método para reunir los datos, se maneja y pone en práctica el proceso de acopio de los mismos, se analiza los resultados y se comunican los hallazgos y sus implicaciones.

### 1.4.1 Metodología de la Investigación

“Este tipo de investigación nos suministra información que ayuda a evaluar y seleccionar la línea de acción. El diseño de la investigación es caracterizada por procedimientos formales. Esto comprende necesidades definidas de objetivos e información relacionadas con la investigación, de acuerdo a la técnica de investigación.”<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> MALHORTRA Naresh K; “Investigación de Mercados”; Editorial Pearson Educación; cuarta edición; 2004; pag 6

<sup>9</sup> <http://www.monografias.com/trabajos11/invmmerc/invmmerc.shtml#TIPOS>

La metodología de investigación nos ayuda a conseguir una investigación adecuada que debe partir de fuentes primarias de información y relacionada directamente con el sector que estamos investigando o que es parte nuestro proyecto.

Para el presente proyecto se aplicara investigación cuantitativa, mediante este tipo de investigación se deberá formular preguntas a grupos grandes de encuestados sobre cuándo?, como? y donde?, las características, gustos y preferencias de los potenciales clientes.

## **Técnica de Investigación**

### **ENCUESTA**

“Técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativas de un colectivo mas amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población.”<sup>10</sup>

Para el presente proyecto se aplicará la encuesta personal con el objetivo de recopilar la información necesaria sobre la demanda esperada del servicio de lavado y secado de ropa.

## **1.4.2 Segmentación Del mercado**

“Dividir un mercado en segmentos o grupos de consumidores, dichos segmentos deben ser homogéneos, accesibles y rentables. El objetivo de la segmentación de mercado es definir el segmento objetivo de una marca o producto.”<sup>11</sup>

### **Tipos de Segmentación:**

---

<sup>10</sup> [www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/tipencuch.htm](http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/tipencuch.htm)

<sup>11</sup> PLANS José I; “Enciclopedia de Marketing y Ventas”; Editorial Océano; Pág. 16

**Segmentación Geográfica:** subdivisión de mercados con base en su ubicación. Posee características mensurables y accesibles.

**Segmentación Demográfica:** se utiliza con mucha frecuencia y está muy relacionada con la demanda y es relativamente fácil de medir. Entre las características demográficas más conocidas están: la edad, el género, el ingreso y la escolaridad.

**Segmentación Psicográfica:** Consiste en examinar atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona. Utilizando dimensiones de personalidad, características del estilo de vida y valores.

**Segmentación por comportamiento:** "se refiere al comportamiento relacionado con el producto, utiliza variables como los beneficios deseados de un producto y la tasa a la que el consumidor utiliza el producto."<sup>12</sup>

En este tipo de segmentación se divide a potenciales clientes para el servicio de lavado y secado de ropa en el sector de Sangolquí y San Rafael de acuerdo a su estilo de vida, costumbres y valores.

### 1.4.3 Segmento Objetivo

Para determinar un segmento objetivo adecuado debemos conocer lo que implica el mismo, para lo cual se ha definido el proceso mediante la aplicación de tres factores.

---

<sup>12</sup> <http://www.monografias.com/trabajos13/segmenty/segmenty.shtml>

- Segmentación Demográfica
- Segmentación Geográfica
- Segmentación por conducta

Estas variables vienen desarrolladas a continuación en el cuadro denomina Matriz de Segmentación el mismo que muestra como se encuentra el mercado y sus características enfocados a cumplir con estos tres puntos mencionados anteriormente

**TABLA No. 3 Matriz de Segmentación**

<b>Geográfica</b>	<b>País:</b> Ecuador <b>Provincia:</b> Pichincha <b>Localidad:</b> Valle de los Chillos <b>Cantón:</b> Rumiñahui <b>Ciudad:</b> Sangolquí – San Rafael <b>Densidad:</b> Urbana
<b>Demográfica</b>	<b>Edad:</b> 18 – 65 <b>Residencia:</b> Permanente y provincia <b>Ingresos:</b> Semanal, quincenal y mensual <b>PEA:</b> 34520
<b>Conductual</b>	<b>Clase de Comprador:</b> Amas de Casa. <b>Motivo de Compra:</b> Economía, Status, Confiabilidad, Tiempo. <b>Uso final:</b> Limpieza de prendas de vestir

**Fuente:** Investigación del Autor

**Elaborado:** Autora

### *Segmentación Geográfica*

Los clientes a los cuales va ser dirigido el servicio de lavanderías de ropa son personas que residen Sangolquí y San Rafael, es por ello que segmentar geográficamente es una forma fácil y sencilla de segmentar el mercado.

Sangolquí y San Rafael, en conjunto cada uno, cuentan con una población de 94.219 habitantes, dicha segmentación de mercado busca satisfacer necesidades de futuros clientes, llegando a comprender las preferencias, y beneficios que esperan las personas que residen en dicho sector enfocado al servicio de las lavadoras y secadoras de ropa.

### *Segmentación Demográfica*

A través de la segmentación demográfica conoceremos como está dividido el servicio de lavado y secado de ropa, investigando la edad, el tamaño del núcleo familiar, los ingresos, la ocupación, la nacionalidad, entre otros, y a su vez identificaremos los diferentes grupos de potenciales clientes

### *Segmentación Conductual*

Es muy importante analizar este tipo de segmentación para el servicio de lavado y secado de ropa, puesto que dicho servicio va tener un costo moderado por lo tanto el servicio de lavado y secado de ropa estará dirigido a personas económicamente activas y de nivel socioeconómico medio- alto.

El proyecto está dirigido específicamente a la población Urbana del Cantón Rumiñahui (Sangolquí y San Rafael), el mercado será la

Población Económicamente Activa (según censo realizado en el año 2001) y con una proyección realizada al 2010 según la PEA será de una población aproximada de 34.520 de personas.

**TABLA No. 4 PEA DEL ÁREA DE ESTUDIO AL 2010**

LUGAR	PEA 2001	TASA DE CRECIMIENTO	PEA 2010
SAN RAFAEL- SANGOLQUI (zona urbana)	26801	3.2%	34520

**Fuente:** SIISE. 2008, INEC

**Elaborado:** Autora

**TABLA No. 5 POBLACIÓN PARA EL ESTUDIO AL 2010**

LUGAR	POBLACIÓN 2001	TASA DE CRECIMIENTO	POBLACIÓN AL 2010
SAN RAFAEL- SANGOLQUI zona urbana	73151	3.2%	94219

**FUENTE:** SIISE 2008, INEC

**Elaborado:** Autora

**TABLA No. 6 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 5 AÑOS Y MÁS, POR SEXO SEGÚN GRUPOS OCUPACIONALES**

GRUPOS DE OCUPACIÓN	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
<b>TOTAL</b>	28.260	17.350	10.910
MIEMBROS, PROFESIONALES TÉCNICOS	4.566	2.675	1.891
EMPLEADOS DE OFICINA	2.538	1.305	1.233
TRAB. DE LOS SERVICIOS	4.241	1.965	2.276
AGRICULTORES	1.232	820	412
OPERARIOS Y OPERADORES DE MAQUINAS	8.777	7.193	1.584
TRAB. NO CALIFICADOS	4.263	1.717	2.546
OTROS	2.643	1.675	968

Fuente: INEC "Instituto Nacional de Estadísticas y Censos" <sup>13</sup>

Elaborado por: Municipio de Rumiñahui

#### 1.4.4 Tamaño Del universo

Para determinar el Tamaño del Universo tomamos en cuenta la proyección estimada según el último censo 2001 de la Población Económicamente Activa (PEA) que para el año 2010 la PEA estimada es de **34.520** personas en el Cantón de Rumiñahui, (Sangolquí-San Rafael), además se realiza un discrimen al dividir este valor para 3.9 que es el promedio de miembros de la familia, y multiplicando esto por 35% que corresponden a clases de familia media- media , clase media alta obtenemos un universo de **3.098**.

---

<sup>13</sup> www.rumiñahui.gov.ec

### **1.4.5 Prueba piloto**

Para la elaboración de la prueba piloto se eligió un total de 20 encuestados entre los cuales están familias del valle de los Chillos con la siguiente encuesta:

Una vez terminada la prueba piloto se obtuvieron los siguientes resultados:

- **Nivel de Aceptación:**       “p” (19/20) → 95%
- **Nivel de Error:**           “q” (1/20) → 5%

De las 20 personas encuestadas, 19 personas respondieron que si les utilizarían los servicios de una empresa de lavado y secado de ropa, y 1 persona respondió que no estaban de acuerdo con la utilización de la empresa.

#### 1.4.6 Tamaño de la muestra

Para el cálculo de la muestra en el caso de venta directa usaremos la siguiente fórmula que es para población finita:

$$n = \frac{Nz^2pq}{e^2(N-1) + z^2(pq)}$$

Donde:

**n** = Muestra

**N** = Tamaño del Universo

**p** = Probabilidad a favor

**q** = Probabilidad en contra

**z** = Nivel de confianza

**e** = Error o nivel de significancia

Reemplazando los datos tenemos:

$$n = \frac{3098(1.96)^2(0.95 \times 0.05)}{(0.05)^2(3098 - 1) + (1.96)^2(0.80 \times 0.05)}$$

$$n = 71$$

El tamaño de la muestra es de: **71 personas a encuestar.**

Para el efecto se ha elaborado una encuesta diseñada a partir de objetivos enfocados a conseguir información real del mercado local que para efectos de nuestro proyecto se encuentra en el Valle de los Chillos.

En una primera instancia se ha elaborado los objetivos de la encuesta para determinar los datos reales de la demanda, oferta para el servicio de Lavado y Secado de ropa en el valle de los chillos.

### **Objetivos de la Encuestas**

- ❖ Determinar la oferta y demanda real de lavado y secado de ropa en el Valle de los Chillos
- ❖ Identificar el nivel de conocimiento que tienen las personas del valle de los Chillos acerca de lavado y secado de ropa.
- ❖ Identificar la frecuencia de consumo del servicio de lavado y secado de ropa en el valle de los chillos.
- ❖ Determinar el número real de competidores que se dedican al servicio de lavado y secado de ropa en el Valle de los Chillos

- ❖ Determinar a los principales productos sustitutos que se demandan en lugar del servicio de lavado y secado de ropa
- ❖ Determinar el precio al que se realiza el servicio de lavado y secado de ropa.

#### **1.4.6 Diseño de Cuestionario de la Encuesta**



### 1.4.6.1 Procesamiento de Información

#### 1) Edad

**TABLA No. 7 Edad Del Encuestado**

Edad del encuestado					
	Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Vavalidacion	18 a 25	6	8,3	8,3	8,3
	26 a 33	11	15,3	15,3	23,6
	34 a 41	25	34,7	34,7	58,3
	42 a 49	22	30,6	30,6	88,9
	50 a 57	7	11,1	11,1	100,0
	<b>Total</b>		71	100,0	100,0

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

**GRAFICO N° 1 Edad Del Encuestado**



El 34.7% de los encuestados está en un rango de edad entre 34 y 41 años lo cual representa una alternativa importante al momento de determinar el mercado.

## 2) Estado Civil

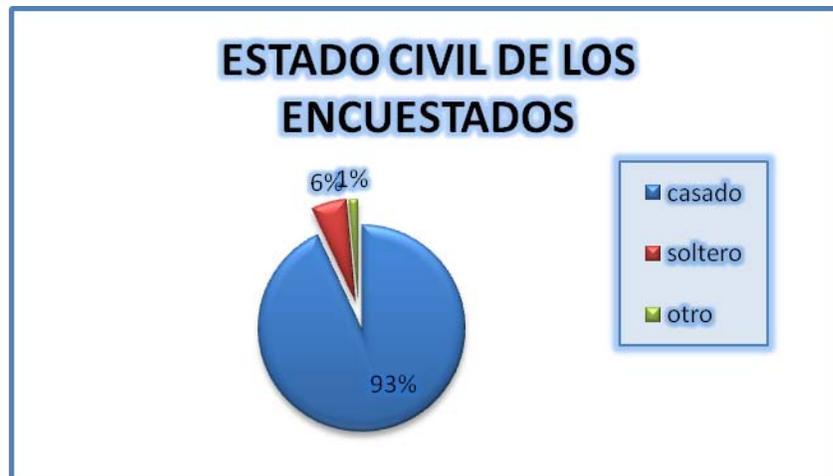
**TABLA No. 8 Estado Civil Del Encuestado**

Estado Civil del encuestado					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validacion	casado	67	93,1	93,1	93,1
	soltero	3	5,6	5,6	98,6
	otro	1	1,4	1,4	100,0
	<b>Total</b>	71	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

**GRAFICO No. 1 Estado Civil del Encuestado**



La grafica permite establecer que el 93.1% de las personas encuestadas son casadas, obteniendo con esto que el servicio de

lavado y secado de ropa se podrá ofrecer en mayor porcentaje a este tipo de segmento.

### 3) Número de Integrantes

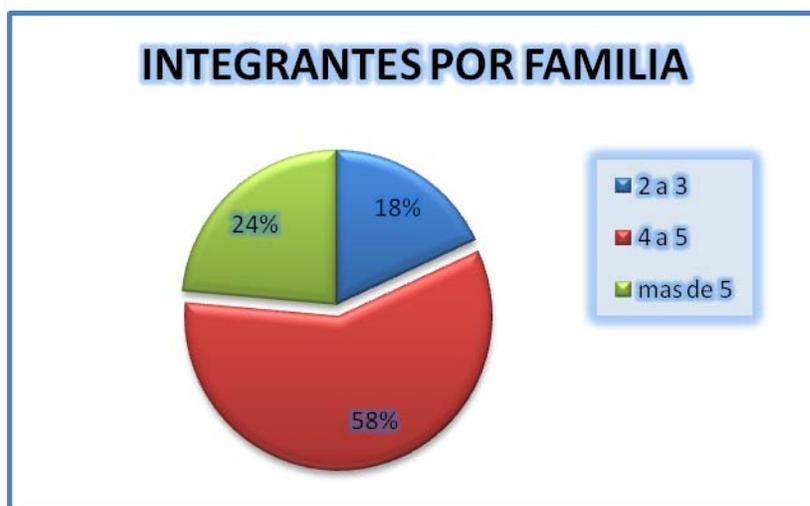
**TABLA No. 9 Número de Integrantes**

# De integrantes de la familia del encuestado					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validacion	2 a 3	13	18,1	18,1	18,1
	4 a 5	42	58,3	58,3	76,4
	mas de 5	16	23,6	23,6	100,0
	<b>Total</b>	71	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

**GRAFICO No. 2 Número de Integrantes**



El 58.3% de familias que estan integradas de entre 4 a 5 personas nos indican que este tipo de mercado sera rentable para el servicio de lavado y secado de ropa.

#### 4) Ingresos

**TABLA No. 10 Ingresos Del Encuestado**

Ingresos del encuestado					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validacion	300 a 700	6	8,3	8,3	8,3
	701a 1100	11	15,3	15,3	23,6
	1101 a 1500	20	29,2	29,2	52,8
	mas de 1500	34	47,2	47,2	100,0
	<b>Total</b>	71	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autor

**GRAFICO No. 3 Ingresos Del Encuestado**



El 47.2% de los encuestados perciben ingresos mensuales de más de \$1500 pudiendo este mercado ser un potencial cliente para el servicio ya que son personas que trabajan y no tienen el tiempo necesario para realizar este tipo de actividad.

**5) ¿Actualmente usted dispone de lavadora automática?**

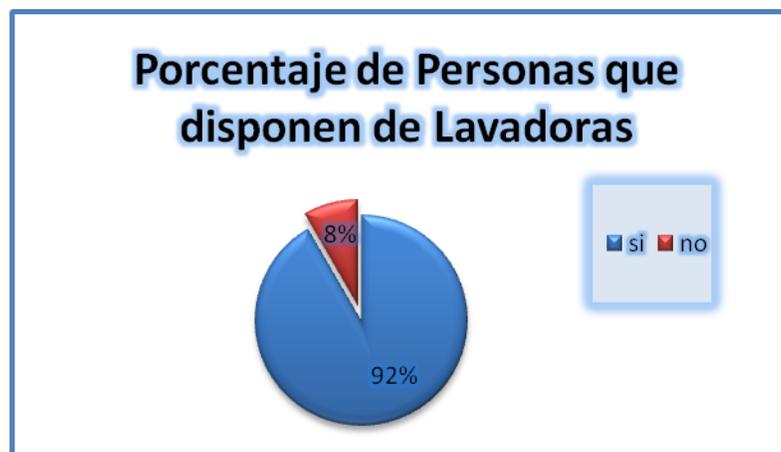
**TABLA No. 11 Disponibilidad de Lavadoras**

Dispone de lavadora Automatica					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validacion	si	65	91,7	91,7	91,7
	no	6	8,3	8,3	100,0
	<b>Total</b>	71	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**GRAFICO No. 4 Disponibilidad de Lavadoras**



De las 71 personas encuestadas el 91.7% poseen lavadoras automáticas en su casa, pero cabe recalcar que la mayoría de personas trabajan y no requieren de tiempo suficiente para realizar esta tarea, por lo que están obligados a utilizar el servicio adicional para realizar esta actividad.

**6) ¿Dispone de secadora de ropa?**

**TABLA No. 12 Disponibilidad de Secadora**

Dispone de secadora de ropa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validacion	si	34	48,6	48,6	48,6
	no	37	51,4	51,4	100,0
	<b>Total</b>	71	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**GRAFICO No. 5 Disponibilidad de Secadora**



Tan solo el 48.6% de las personas encuestadas poseen secadora en sus hogares, ya que este tipo de maquinaria necesita de personal capacitado para poder ser utilizado, porque al momento de realizar esta actividad puede dañar la prenda de vestir del usuario, es por ello que el servicio que se ofrecerá es de calidad.

**7) ¿Ocuparía los servicios de una empresa de Lavado y Secado de su ropa?**

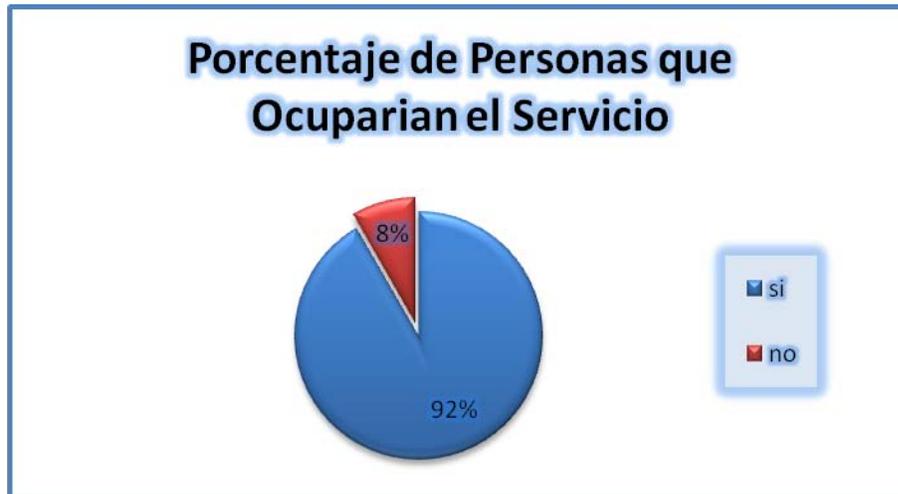
**TABLA No. 13 Encuestados que Ocuparían el Servicio**

Ocupar servicio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validacion	si	66	91,7	91,7	91,7
	no	5	8,3	8,3	100,0
	<b>Total</b>	71	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**GRAFICO No. 6 Encuestados que Ocuparían el Servicio**



El 92 % utilizara el servicio de lavado y secado de ropa donde puedan encontrar un servicio de calidad, optimizando tiempo y con la mejor atención, el porcentaje restante que corresponde al 8%, está acostumbrada al lavado tradicional de sus prendas.

8) ¿Actualmente los servicios de Lavado y Secado de ropa los realiza con?

**TABLA No. 14 Competencia**

Competencia					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validacion	Martinizing	25	34,7	34,7	34,7
	Lavanderias del Norte	2	2,8	2,8	37,5
	Ecowash	3	5,6	5,6	43,1
	La Quimica	1	1,4	1,4	44,4
	Ninguno	14	19,4	19,4	63,9
	Otras	26	36,1	36,1	100,0
	<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

**GRAFICO No. 7 Competencia**



Como podemos observar son otro tipo de empresa que más cobertura tiene en el mercado 36%, debido que ya se encuentra posicionada en el mercado y cuenta con maquinaria especializada para cada tipo de prenda.

9) ¿El servicio que le ofrece dicha empresa es?

**TABLA No. 15 Servicio Competencia**

Servicios que Ofrece la Competencia					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validacion	Excelente	13	18,1	21,7	21,7
	Muy Bueno	34	33,3	40,0	61,7
	Bueno	21	29,2	35,0	96,7
	Regular	3	2,8	3,3	100,0
	<b>Total</b>	71	83,3	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

**GRAFICO No.8 Servicio Competencia**



El 40 % de los encuestados nos indica que el servicio que la competencia ofrece es muy bueno, pero sin embargo no alcanza a cubrir las exigencias de los clientes.

10) ¿Qué aspecto considera fundamental en el servicio de lavandería?

**TABLA No. 16 Factores Importantes del Servicio**

Factores importantes del servicio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validacion	calidad del servicio	42	58,3	58,3	58,3
	entrega a domicilio	6	8,3	8,3	66,7
	tiempo	3	4,2	4,2	70,8
	ubicacion	1	1,4	1,4	72,2
	precio	13	19,4	19,4	91,7
	ninguno	6	8,3	8,3	100,0
	<b>Total</b>	71	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**GRAFICO No.9 Factores Importantes del Servicio**



El 58.3 % de las personas encuestadas consideran que es importante la calidad de servicio que las empresas de lavado y secado de ropa ofrecen al momento de realizar esta actividad.

**11) ¿Con que frecuencia lleva su ropa a la lavandería?**

**TABLA No. 17 Frecuencia de Ropa que llevan a una Lavandería**

Frecuencia lleva su ropa a la lavandería					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validacion	todos los dias	3	4,2	4,2	4,2
	uno o dos veces a la semana	11	15,3	15,3	19,4
	los fines de semana	34	47,2	47,2	66,7
	rara vez	13	18,1	18,1	84,7
	ninguno	10	15,3	15,3	100,0
	<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**GRAFICO No. 10 Frecuencia de Ropa que llevan a una Lavandería**



Como podemos observar el 47% de los encuestados llevan a lavar su ropa los fines de semana, esto nos indica que existirá gran demanda para adquirir el servicio especialmente sábado y domingo.

**12) ¿Para lavado y secado de su ropa usted prefiere?**

**TABLA No. 18 Preferencias Del Servicio**

Para el servicio prefiere					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validacion	prefiere servicio a domicilio	65	91,7	91,7	91,7
	ninguno	6	8,3	8,3	100,0
	<b>Total</b>	71	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

**GRAFICO No. 11 Preferencias del Servicio**



El 92% de los encuestados prefieren que el servicio de lavado y secado de ropa se entregue a domicilio a domicilio, por el tiempo que se demora en dejar y tener la ropa.

**13) ¿Cuál considera lo servicios adicionales que le gustaría que le ofrezca su lavandería?**

**TABLA No. 19 Servicios Adicionales**

Servicio adicional					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
<b>Validacion</b>	pegado de botones	1	1,4	1,4	1,4
	zurcido y cocido de prendas	5	6,9	6,9	8,3
	planchado	43	59,7	59,7	68,1
	desmanchado	2	2,8	2,8	70,8
	tintoreria	13	18,1	18,1	88,9
	otros	12	2,8	2,8	91,7
	ninguno	6	8,3	8,3	100,0
	<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autor

**GRAFICO No. 12 Servicios Adicionales**



En la grafica podemos observar que el 60 % de las personas encuestadas desean el servicio de planchado, mediante esta pregunta la empresa puede determinar que servicio adicional se puede dar para mejorar la calidad del servicio.

**14) ¿Cuál considera usted que es el precio adecuado por 10 libras de ropa?**

**TABLA No. 20 Precio por Lavado**

Precio del servicio por lavado					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validacion	2.50 y 2.00	50	69,4	69,4	69,4
	1.99 y 1.75	13	19,4	19,4	88,9
	1.74 y 1.00	2	2,8	2,8	91,7
	ninguno	6	8,3	8,3	100,0
	<b>Total</b>	71	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

**GRAFICO No. 13 Precio por Lavado**



El 70% de las empresas respondieron que el valor que han pagado por este servicio está entre \$2.50 y \$ 2.00, solo para el lavado de las prendas no incluye secado, ni servicios adicionales, esta pregunta determina cuanto están dispuestos a pagar por el servicio.

15) ¿Por el servicio completo de lavado y secado de ropa cual considera el precio adecuado?

**TABLA No. 21 Precio Por El Servicio Completo**

Precio por el servicio completo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validacion	4.00 y 3.00	52	72,2	72,2	72,2
	2.99 y 2.00	12	18,1	18,1	90,3
	1.99 y 1.00	1	1,4	1,4	91,7
	ninguno	6	8,3	8,3	100,0
	<b>Total</b>	71	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

**GRAFICO No. 14 Precio por el Servicio Completo**



El 72 % de las empresas respondieron que el valor que han pagado por este servicio está entre \$ 4.00 y \$ 3.00 , incluyendo lavado, secado, planchado, descuentos por demanda del servicio y alianzas estratégicas que mantiene las empresas.

**16) ¿Normalmente cuantas libras de ropa lava normalmente?**

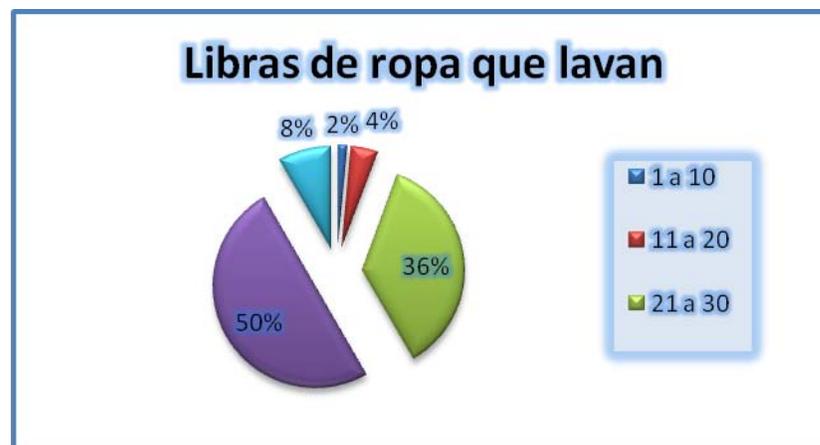
**TABLA No. 22 Porcentaje de libras a Lavar**

Libras de ropa que lava					
		Frecuencia	Porcentaje	Validado	Acumulado
Validacion	1 a 10	1	1,4	1,4	1,4
	11 a 20	3	4,2	4,2	5,6
	21 a 30	25	36,1	36,1	41,7
	mas de 30	36	50,0	50,0	91,7
	ninguno	6	8,3	8,3	100,0
	<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

**GRAFICO No. 15 Porcentaje de libras a Lavar**



El 50 % de las personas encuestadas respondieron que lavan al mes, más de 30 libras de ropa, por lo que el consumo del servicio se va incrementando cada vez.

17) ¿Por qué medio le gustaría enterarse de promociones y ofertas del servicio de lavado y secado de ropa?

**TABLA No. 23 Medio de Promociones**

Medio de promociones					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validacion	radio	10	13,9	13,9	13,9
	internet	12	16,7	16,7	30,6
	hojas volantes	32	45,8	45,8	76,4
	prensa escrita	8	11,1	11,1	87,5
	otros	2	2,8	2,8	90,3
	ninguno	7	9,7	9,7	100,0
	<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

**GRAFICO No. 16 Medio de Promociones**



El 46%de las personas encuestadas preferiría enterarse de promociones y ofertas que las empresas ofrecen a sus clientes por medio de hojas volantes.

18) ¿De la Ropa que usted lava cada mes que porcentaje de prendas envía a una empresa especializada en el lavado de ropa?

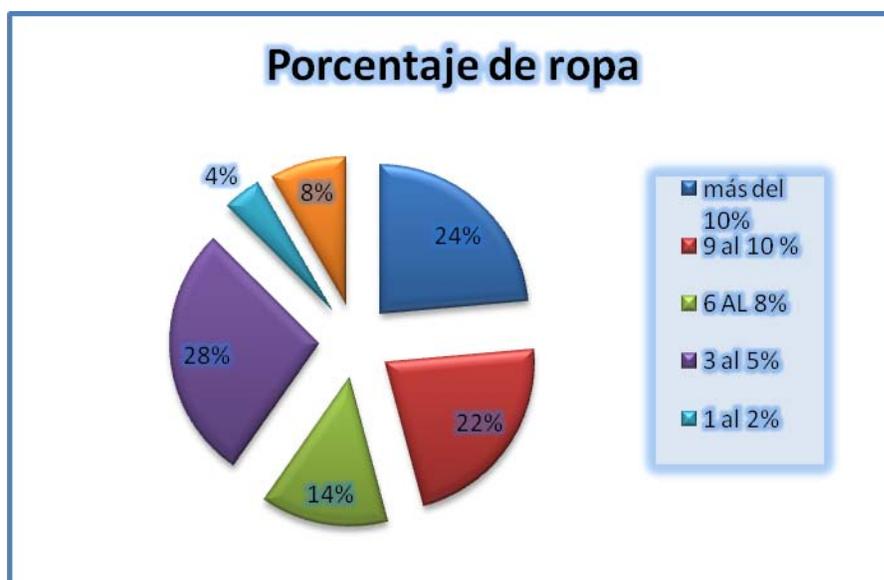
**TABLA No. 24 Porcentaje de prendas que se envía a Lavar**

Porcentaje de ropa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validacion	más del 10%	17	23,6	23,6	23,6
	9 al 10 %	15	22,2	22,2	45,8
	6 AL 8%	10	13,9	13,9	59,7
	3 al 5%	20	27,8	27,8	87,5
	1 al 2%	3	4,2	4,2	91,7
	ninguno	6	8,3	8,3	100,0
	Total	71	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**GRAFICO No. 17 Porcentaje de prendas que se envía a Lavar**



Se puede observar que un 28 % de personas encuestadas lavan al mes, mas del 3 % de ropa, mediante esta pregunta podemos determinar la demanda actual que obtendremos para el servicio.

#### **1.4.6.2 Análisis De Resultados**

Mediante la realización de las encuestas obtenidas en Sangolquí y San Rafael, comprendiendo principalmente a amas de casa, quienes son las que realizan las la tarea de lavado de ropa, se obtuvieron resultados valiosos como que la mayoría estaría a gusto con la instalación de la empresa en el sector, como que servicio adicional le gustaría encontrar en una empresa de lavado y secado de ropa, con

estos resultados se obtuvo información relevante para el cálculo de la demanda, oferta y demanda insatisfecha, se pudo conocer

## 1.5 Análisis de la demanda

"La **demanda** en economía se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado)"<sup>14</sup>

La demanda se relaciona con distintos niveles de precios, condiciones de venta, etc. y se proyecta con el tiempo. El análisis de la demanda para el servicio de lavado y secado de ropa, se logro mediante la recopilación de las fuentes primarias y las fuentes secundarias.

- ▣ Las fuentes primarias se obtuvieron por medio de contacto directo con el consumidor, para lo cual se aplico las encuestas.
  
- ▣ Las fuentes secundarias son estadísticas obtenidas de varios organismos estatales, Municipio del cantón Sangolquí, empresas privadas.

Para el análisis de la demanda del servicio de lavado y secado de ropa se tomaron en cuenta demandas de 5 años atrás y para proyectarlas 5 años a futuro.

---

14 [www.wilipedia.com](http://www.wilipedia.com)

## 1.5.1 Clasificación de la demanda

La demanda se puede clasificar desde distintos puntos de vista: en relación con su oportunidad, con su necesidad, con su temporalidad y con su destino.

→ En relación con su oportunidad, la demanda puede ser:

\* **Demanda Insatisfecha.**- Es cuando la producción y oferta no alcanzan a cubrir los requerimientos del mercado.

\* **Demanda Satisfecha.**- Lo ofrecido al mercado es exactamente lo que este quiere. Se pueden reconocer dos tipos de demanda satisfecha:

➤ **Satisfecha saturada.**- Es la que no es posible hacerla crecer bajo ninguna circunstancia.

➤ **Satisfecha no saturada.**- Es la que estando aparentemente satisfecha puede, mediante la publicidad u otros instrumentos del marketing hacerse crecer.

Mediante las encuestas realizadas se pudo conocer que la competencia no alcanza a cubrir las expectativas en servicio de lavado y secado de ropa, la competencia no brinda un servicio adecuado para satisfacer las necesidades de los consumidores. La encuesta determina una demanda insatisfecha en el servicio de entrega a domicilio la cual no ofrece la competencia.

→ En relación con su necesidad se encuentran dos tipos de demanda.

\* **Demanda Necesaria.**- Se refiere a aquellas que la comunidad requiere ineludiblemente para mantenerse y desarrollarse; por ejemplo distintos tipos de vestuario, alimentación, vivienda, educación, transporte, salud, etc.

\* **Demanda Necesaria Suntuaria.**- Se relaciona con la intención de satisfacer un gusto más que una necesidad; por ejemplo, un vehículo de lujo o un perfume.

La empresa de lavado y secado de ropa de acuerdo a su necesidad determina una demanda suntuaria son necesarias e indispensables para personas que no disponen de tiempo, pues se encuentran sumamente ocupadas en sus actividades.

→ En relación con su temporalidad, existe:

\* **Demanda Continua.**- Es aquella de carácter permanente, como la alimentación o la vivienda.

\* **Demanda Cíclica o Estacional.**- Es aquella de tipo no permanente, como lo que se produce en fiestas de Navidad o la vinculada con las vacaciones, entre otras.

El servicio de lavado y secado de ropa tendrá una demanda de flujo o continúa ya que su servicio se requiere constantemente para limpieza de las prendas de vestir.

→ En relación con su destino, la demanda puede clasificarse en:

**\* Demanda de Bienes Finales.-** Son los adquiridos para ser consumidos directamente.

**\* Demanda de Bienes Intermedios.-** Son requeridos para ser utilizados en la elaboración de otros bienes.<sup>15</sup>

El servicio de lavado y secado de ropa de acuerdo a su destino se clasifica como demanda de bienes o servicios finales ya que este se lo contrata como un consumo final.

### **1.5.2 Factores que afectan la demanda**

La demanda para el servicio de lavado y secado de ropa se ve influenciada por diversos factores que proveen información sobre las tendencias del mercado, así como por las posibles reacciones de los demandantes.

En la demanda pueden influir diversos factores que debe analizarse como son: Tamaño de la población, hábitos y preferencias del consumidor, estratos ingresos y precios, una vez conocidos estos factores se podrá establecer la demanda histórica, actual y demanda a futuro.

La demanda para el servicio de lavado y secado de ropa se verá influenciada por los siguientes factores:

---

<sup>15</sup> MENESES Alvarez Edilberto, "Preparación y Evaluación de Proyectos", 3ra, edición, Quito - Ecuador

- **Gustos y Preferencia del consumidor**

El servicio de lavado y secado de ropa depende fuertemente de los gustos, preferencias de los consumidores, ya que en la actualidad las personas buscan servicio eficiente y adicional como valores agregados al servicio que se ofrece, manteniendo así la calidad de cada prenda de vestir.

- **Nivel de Ingresos**

Un factor importante que afecta a la demanda del servicio de lavado y secado de ropa son los niveles de ingresos de los consumidores puesto que si los ingresos de las personas aumentan, estas demandaran mas el servicio de lavado y secado de sus prendas de vestir bienes, y por ende estarán en condiciones de adquirir en mayor cantidad el servicio, provocando un aumento en la demanda.

- **Tamaño de la Población**

La demanda de mercado también depende del tamaño de la población y de sus características, puesto que si la población aumenta por ende la demanda del servicio se incrementara. El tamaño y crecimiento del mercado el cual va a estar dirigido el servicio es importante ya que va a determinar el número de clientes potenciales que podrán adquirir el servicio de lavado y secado de ropa, es por ello que a continuación se presenta un cuadro del crecimiento de la PEA (Población Económicamente Activa) del Cantón Rumiñahui donde está dirigido el proyecto.

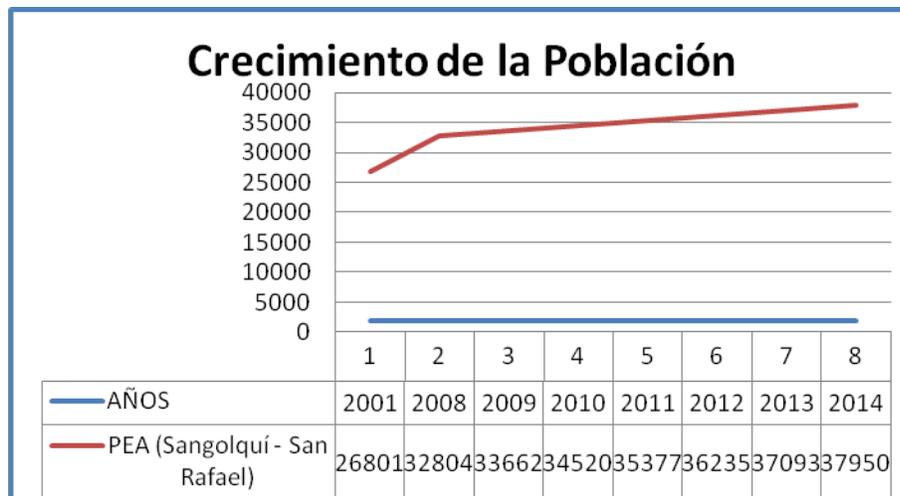
**TABLA No. 25 Crecimiento Poblacional**

Crecimiento de la Población para el Cantón Rumiñahui		
AÑOS	Tasa de Crecimiento	PEA (Sangolquí - San Rafael)
2001	3.2	26801
2008	3.2	32804
2009	3.2	33662
2010	3.2	34520
2011	3.2	35377
2012	3.2	36235
2013	3.2	37093
2014	3.2	37950

Fuente: INEC, Censo 2001

Elaborado por: Autora

**GRAFICO No. 18 Crecimiento Poblacional**



Fuente: INEC, Censo 2001

Elaborado por: Autora

### 1.5.3 Analisis histórico de la demanda

El propósito del análisis histórico del comportamiento de la demanda es tener una idea de la tendencia de la misma, con el fin de predecir su tendencia futura.

Tomando en cuenta que para el servicio de lavado y secado de ropa se realiza por libras, tenemos los siguientes datos históricos:

**TABLA No. 26 Demanda Histórica**

<b>Años</b>	<b>Total demanda libras de ropa</b>
2004	419.295,13
2005	432.715,24
2006	446.578,98
2007	460.886,37
2008	475.637,39

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

En nuestro país las empresas están en constante crecimiento en los diferentes sectores económicos, es así que para el servicio de lavado y secado de ropa en los últimos años se ha incrementando notablemente, las diferentes empresas dedicadas a esta actividad están en constante innovación para dar a conocer su servicio y sobre todo crean estrategias para llegar a sus clientes potenciales y satisfacer sus necesidades.

## 1.5.4 Demanda Actual del Servicio

**TABLA No. 27 Demanda Actual**

PORCENTAJE DE LA MUESTRA QUE ENVIA SU ROPA A LAVAR EN UNA EMPRESA	PORCENTAJE DE ROPA QUE SERIA ENVIADO A UNA EMPRESA	PROMEDIO PONDERADO
23,60%	15%	0,0354
22,20%	10%	0,0222
27,80%	4%	0,0111
<b>TOTAL PROMEDIO PONDERADO</b>		0,0687
<b>SEGMENTO OBJETIVO</b>		3.098,85
<b>TOTAL FAMILIAS</b>		212,8223
<b>LIBRAS DE ROPA AL AÑO</b>		2306,3
<b>TOTAL DEMANDA</b>		<b>490.932,07</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

Partiendo de la pregunta 14 en función del porcentaje de familias que enviarían a lavar su ropa, y cuál es el porcentaje que enviarían a lavar, se estableció un promedio ponderado que fue del 6.7%, a continuación este porcentaje se multiplico por el segmento objetivo (3098 familias), pudiéndose determinar que 212.89 familias enviarían a lavar su ropa en una empresa especializada, en porcentajes que varían desde el 5 hasta el 15%.

El numero de familias a continuación se multiplico por las libras de ropa en promedio que lava familia (2306.3 lb), lo cual a permitido establecer que la demanda para la empresa de servicios de lavandería es de **490.998,72**

### 1.4.5 Proyección de la demanda

Para poder realizar una proyección real se parte de la información obtenida por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC el cual nos indica que según el censo realizado en el año 2001, la tasa de crecimiento anual para el número de familias estaría estimado en 3.9, y donde se considera la pregunta 14, que se refiere al porcentaje de ropa que las personas envían a lavar, datos del cual nos basamos para realizar la estimación siguiente.

**TABLA No. 28 Demanda Proyectada**

Años	Total Demanda Proyectada
2010	505.557,02
2011	520.723,73
2012	536.345,44
2013	552.435,44
2014	569.008,88

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

Tomando en cuenta que el factor de Crecimiento es del 3%, la proyección al año 2014 nos da una demanda de 569.008,88 libras de ropa por año que las personas enviarían a una lavandería.

## 1.6 Análisis de la oferta

“El término Oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios”<sup>16</sup>

Para el análisis de la oferta se considera el número de empresas de lavado y secado de ropa existentes en Sangolquí y San Rafael.

### 1.6.1 Clasificación de la oferta

La oferta se puede clasificar en tres tipos:

- ➔ Se denomina **OFERTA MONOPOLICA** cuando existe un sólo productor del bien o servicio y por ende, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad, en la oferta monopólica no existen productos/servicios sustitutos.
  
- ➔ En la **OFERTA OLIGOPÓLICA** el mercado se encuentra dominado por sólo unos cuantos productores ellos determinan los precios
  
- ➔ Se denomina **OFERTA COMPETITIVA** porque existe tal cantidad de productores del mismo artículo en el mercado, está determinada por la calidad, el precio, y el servicio que ofrecen al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.

---

<sup>16</sup> SAPAG, Chain Nassir, “Preparación y Evaluación de Proyectos”. McGraw Hill., 4ta. Edición, 2003

En definitiva la empresa se relaciona con una Oferta Competitiva ya que el servicio de lavado y secado de ropa se encuentra en diferentes partes del mercado donde la calidad, el precio y el servicio lo pone cada empresa dedicada al servicio de lavado y secado de ropa.

## 1.6.2 Factores que afectan la oferta

"Al igual que en la demanda, existen algunos factores que pueden producir cambios en la oferta como son:"<sup>17</sup>

- ➔ Número de los Competidores.
- ➔ Incursión de Nuevos Competidores.
- ➔ Precios de los servicios relacionados.

### **Numero de Competidores**

Es importante conocer el número de empresas que ofertan el servicio de lavado y secado de ropa, es un factor que puede influir en la Oferta de los mismos, pues si existe un pequeño número oferentes, será mayor el atractivo del mercado, ya que existe una mayor cantidad de posibles consumidores y la posibilidad de obtener una buena participación dentro del mismo.

Las empresas que actualmente se encuentran ofertando este servicio en Sangolquí y San Rafael son:

---

17 N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, Cuarta edición, 2000, Pág. 45

**TABLA No. 29 Lista de Empresas**

<b>Lista de Empresas de lavado y Secado de Ropa</b>
Ecowash
Martinizing
Mc lui Lavanderías
Lavanderías del Norte
Weigh Laundry
American Lavanderías
La Química

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

### **Incursión de Nuevos Competidores**

El servicio de lavado y secado de ropa se encuentra en una oferta competitiva, donde los precios, servicio y calidad que se ofrece dependen de los ofertantes por ello el ingreso de nuevos competidores es indispensable por el tipo de oferta que se maneja.

### **Precios de los servicios relacionados.**

Según las encuestas realizadas demostraron que las personas están dispuestas a pagar por el servicio completo de lavado y secado de ropa un promedio entre 4 y 3 dólares, sin embargo hay que tomar en cuenta los precios de la competencia.

### **1.6.3 Comportamiento histórico de la oferta**

Conocer la competencia es necesario para establecer la cantidad de ofertantes existentes en los últimos años en el mercado para de esta manera determinar el comportamiento a futuro y conocer la demanda insatisfecha de clientes que requieren del servicio de lavado y secado de ropa.

No se cuenta con la información histórica de oferentes para el servicio de lavado y secado de ropa en Sangolquí y San Rafael, debido a cambios de administración, y al ingreso de nuevos ofertantes con servicios y promociones diferenciados. Con la creación de nuevas empresas que ofrecen este tipo de servicio los consumidores han optado por sugerir servicios adicionales como planchado, desmanchado, cocido y zurcido de prendas.

Hasta el momento se ha observado ofertas de lavado como entregar las prendas en el menor tiempo posible, dos por uno, entre otras, el proyecto pretende introducir al mercado una empresa el cual va diferenciarse de la competencia por brindar un servicio de calidad, de la misma manera se pretende introducir servicio a domicilio en la entrega de las prendas de vestir así como también un servicio adicional como es el planchado, que de acuerdo a la encuesta realizada es de gran aceptación.

#### 1.6.4 Comportamiento actual de la oferta

En la actualidad el número de ofertantes en el Cantón Rumiñahui (Sangolquí y San Rafael) es indeterminado ya que las empresas que ofrecen el servicio de lavado y secado de ropa optan por dar promociones y servicios diferentes a los de la competencia, mediante una investigación de campo realizadas a las empresas dedicadas al servicio de lavado y secado de ropa se ha obtenido la siguiente información:

**TABLA No. 30 Empresas basadas en Capacidad de Maquinas**

EMPRESA	MAQUINAS	DOCENAS POR MAQUINA POR CADA LAVADA	VECES POR DIA	FINES DE SEMANA	TOTAL DOCENAS POR CADA LAVADA
ECOWASH	3	2,5	13	25	7,5
MC LUI	3	2,5	4	8	7,5

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

Con la investigación de campo que se realizo, se obtuvo que estas dos empresas tienen su información basada en la capacidad de sus maquinas por docenas de ropa.

**TABLA No. 31 Empresas basadas en libras**

EMPRESA	MAQUINA	LIBRAS DE ROPA
WEIGH	6	30

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

Mediante la investigación de campo, se obtuvo que la empresa Weigh tiene su información basada en la capacidad de libras que lava cada maquina.

**TABLA No. 32 Empresas basadas en prendas por Día**

EMPRESAS	PRENDAS POR DIA
LAVANDERIAS DEL NORTE	100
MARTINIZING	195

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

A través de la investigación de campo realizada se obtuvo que dos empresas poseen información basadas en prendas lavadas por día.

**TABLA No. 33 Calculo de la Oferta**

EMPRESAS	TOTAL DE DOCENAS LAVADAS POR SEMANA	TOTAL DOCENAS AL AÑO	TOTAL DE LIBRAS AL AÑO
ECOWASH	285	14820	78250
MC LUI	158	8190	43243
LAVANDERIA DEL NORTE	58	3033	16014
WEIGH	239	12409	65520
MARTINIZING	114	5915	31231
<b>TOTAL OFERTA</b>	<b>854</b>	<b>44367</b>	<b>234258</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

Analizando los datos obtenidos de la investigación se tiene que la oferta total al 2009 en docenas es de 44367, y el total en libras es de **234258**, realizando un discrimen de las empresas que solo se dedican al lavado en agua se tiene que nuestra oferta directa es:

**TABLA No. 34 Oferta Directa al 2009**

EMPRESAS	TOTAL DE DOCENAS LAVADAS POR SEMANA	TOTAL DOCENAS AL AÑO	TOTAL DE LIBRAS AL AÑO
ECOWASH	285	14820	78250
MC LUI	158	8190	43243
WEIGH	239	12409	65520
<b>TOTAL OFERTA DIRECTA</b>	<b>682</b>	<b>35419</b>	<b>187013</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

La competencia directa para el lavado de ropa en agua es un total de **187013**.

### 1.6.5 Proyección de la oferta.

**TABLA No. 35 Tasa de Crecimiento por Empresas**

EMPRESAS	TASA DE CRECIMIENTO ANUAL
ECOWASH	8%
MC LUI	3%
WEIGH	5%
<b>PROMEDIO TOTAL DE CRECIMIENTO ANUAL</b>	<b>5,30%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autora

**TABLA No. 36 Proyección de la Oferta**

AÑOS	PRYECCION OFERTA
2009	187013
2010	246857
2011	325851
2012	430124
2013	567764
2014	749448

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autora

Para proyectar la oferta se tomará como dato inicial al valor de la oferta actual, utilizando como coeficiente de proyección el proporcionado por las empresas de lavado y secado de ropa en relación al crecimiento anual del servicio que es del **5,3 %** anual.

## 1.7 Determinación de la demanda insatisfecha

“Se llama demanda insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún proveedor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.”<sup>18</sup>

Mediante los datos históricos obtenidos de la oferta y la demanda, al igual que sus proyecciones, la demanda insatisfecha se obtiene con una diferencia año con año, del balance oferta – demanda. la cual será la primera condición para determinar la capacidad que tendrá la empresa de ofrecer el servicio.

**TABLA No. 37 Demanda Insatisfecha**

<b>AÑOS</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2010	505.557,02	246857	308.632
2011	520.723,73	325851	313.362
2012	536.345,44	430124	317.993
2013	552.435,44	567764	322.510
2014	569.008,88	749448	326.898

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

---

<sup>18</sup> BACA Urbina, Gabriel, “Evaluación de Proyectos”.

Para dar ejecución al proyecto en el año 2010 se estima un 8% de la demanda insatisfecha.

## **1.8 Análisis de precios en el mercado del Producto y/o Servicio**

El establecimiento de precios es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el servicio, La fijación de precios tiene como objetivo obtener beneficios por parte de la empresa, cuyos ingresos vienen determinados por la cantidad de ventas realizadas.

La fijación de precios por la cual se guiará el servicio de lavado y secado de ropa estará basados en los de la competencia, estos precios deberán estar acordes al sector al cual se esta dirigiendo el servicio.

### **1.8.1 Precios Históricos y Actuales**

Los precios para el servicio de lavado y secado de ropa, para el análisis vienen calculados por libras consumidas u ofertadas, puesto que estos cálculos son anuales, se obtuvo información de lavanderías ubicadas en Sangolquí y San Rafael sobre los servicios que se brindarán.

Mediante la investigación de campo se determina el precio actual del servicio de lavado y secado de ropa, por la competencia Rumiñahui.

**TABLA No. 38 Precios Actuales**

<b>Prendas</b>	<b>Lavado y Secado</b>	<b>Lavado, Secado y Planchado</b>	<b>Solo Planchado</b>
Pantalones	0,45 lb	0,65 lb	0,35 lb
Camisas	0,40 lb	0,55 lb	0,35 lb
Chompas	1.50 lb	2,00 lb	1,00 lb

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

**TABLA No. 39 Precios Actuales**

<b>Prendas</b>	<b>Precio</b>
Edredones 2 plazas	\$ 8,00
Edredones Gruesos	\$ 4,50
Edredones Delgados	\$ 3,50
Almohadas	\$ 1,50
Cobijas	\$ 3,50

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

Además recalcando que no hay datos estadísticos históricos se tomaran los datos actuales para los análisis correspondientes del presente proyecto.

## **1.8.2 Márgenes de Precios: Estacionalidad, Volumen, Forma de Pago, etc.**

### **Estacionalidad**

La limpieza de las prendas de vestir es una actividad que realiza toda persona constantemente lo cual se realiza todo el año, ya que de esto dependerán la personalidad de cada uno, es así que se puede hablar que la estacionalidad en la utilización de los servicios para el lavado y secado de ropa, sería constante ya que brindará un servicio de calidad con experiencia y tecnología, obteniendo mayor satisfacción y mejores beneficios para los clientes.

### **Volumen**

El volumen del servicio que se ofrece en el mercado es fundamental ya que si existe mayor volumen y variedad en el servicio el precio de este puede bajar.

Al momento de adquirir el servicio de lavado y secado de ropa es importante tomar en cuenta la calidad, el tiempo, y sobre todo las preferencias y exigencias del consumidor.

### **Forma de pago**

La forma de pago que utilizan las empresas dedicadas al servicio de lavado y secado de ropa es en efectivo, todo depende de la manera más cómoda que le resulte al cliente pagar por este servicio.

Pero se maneja las siguientes políticas para el pago

- ✓ Para que se preste el servicio se deberá cancelar la totalidad o abonar el 50% del total del mismo.
- ✓ Para retirar sus prendas deberá presentar la orden de trabajo o factura, o un documento que lo habilite para el efecto. Revisar las prendas, ya que no se admitirá reclamos una vez entregadas.
- ✓ Las prendas deberán ser retiradas máximo 30 días posteriores a la prestación del servicio; caso contrario no tendrá ninguna garantía de calidad.

## **CAPITULO 2**

### **ESTUDIO TECNICO**

El aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad de la propia empresa.

En el presente estudio los objetivos del análisis técnico – operativo son los siguientes:

- \* Analizar y determinar el tamaño óptimo del proyecto, su localización, los equipos, instalaciones e infraestructura necesarios.
  
- \* Verificar la posibilidad técnica del servicio que se ofrece

#### **2.1 Tamaño del Proyecto**

El tamaño del proyecto estará en función de la demanda insatisfecha del mercado y la capacidad instalada para satisfacer esta demanda, el tamaño de planta se dividirá en capacidad técnica y real.

##### **2.1.1 Factores Determinantes del Proyecto**

Entre los principales factores que determinarán el tamaño del proyecto se tiene:

### 2.1.1.1 El Mercado

“Este análisis permite establecer el balance entre la oferta y la demanda potenciales, determinando la brecha existente, la demanda insatisfecha, la cual será la primera condición para determinar la dimensión de la nueva planta”<sup>19</sup>

El mercado hacia el cual se dirige el servicio de lavado y secado de ropa, es el Cantón Rumiñahui (Sangolquí y San Rafael), donde estará localizada la empresa, y donde se encuentra su segmento meta.

Mediante la información obtenida en el estudio de mercado, se aprecia una demanda insatisfecha moderada; por lo tanto, la empresa no tendrá dificultades para la prestación de sus servicios a los potenciales clientes.

Además la localización de los clientes es también un factor importante, para una entrega rápida de los servicios de la empresa, esta es una condición necesaria para las ventas, siendo fundamental una estrecha relación con los clientes.

---

<sup>19</sup> Preparación y Evaluación de Proyectos, Econ. Edilberto Meneses

**TABLA No. 40 Mercado**

<b>Año</b>	<b>Demanada Proyectada</b>	<b>Oferta Proyectada</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>8% del Mercado</b>
2010	505.557,02	246857	308.632	246905,6
2011	520.723,73	325851	313.362	250689,6
2012	536.345,44	430124	317.993	254394,4
2013	552.435,44	567764	322.510	258008
2014	569.008,88	749448	326.898	261518,4

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

Se estima que el presente proyecto podrá atender al 8% de la demanda insatisfecha. Además la empresa se ubicará en un lugar donde no tendrá problemas de abastecimiento de insumos, recursos humanos y servicios básicos los cuales se analizarán posteriormente.

### **2.1.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros**

Para el presente proyecto se ha identificado fuentes de financiamiento en tres instituciones financieras, de las cuales se obtuvo la siguiente información:

**TABLA No. 41 Analisis de los bancos**

	<b>BANCO PRO-CREDIT</b>	<b>BANCO NACIONAL DE FOMENTO</b>	<b>BANCO PICHINCHA</b>
<b>Monto</b>	de \$3001-\$10000	Hasta \$100.000	Hasta \$ 20000
<b>Tasa de Interes</b>	28,68% anual, con o sin hipoteca	11% sector producción, 15% comercio y servicios	12,75% reajutable cada 90 días
<b>Plazo</b>	10 años	5 años	24 meses
<b>Garantia Requerimientos</b>	Negocio por periodo minimo 1 año	Quirografario personal	Sobre proyectos y activos fijos

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

Para la creación de una empresa de lavado y secado de ropa, es necesario determinar el monto a invertir, el 30% será con recursos propios y el 70% mediante un crédito en una institución financiera que ofrezca las mejores condiciones.

### **2.1.1.3 Disponibilidad de Mano de Obra**

La empresa se ubicara en un sector urbano del cantón Rumiñahui (Sangolquí y San Rafael), por lo que la disponibilidad la mano de obra calificada para el servicio de lavado y secado de ropa es alta, la cual para el presente proyecto es indispensable que cuente con determinada características generales basicas.

Se considera que en el sector se puede acceder fácilmente a la calidad de mano de requerida., permitiendo tener el personal competitivo para ocupar las diferentes plazas y a su vez capacitarlos constantemente en varias áreas como: atención al cliente, administrativo, manejo de maquinas lavadoras, entre otras. Todos los trabajadores reciban sueldos y beneficios sociales de acuerdo al Código de Trabajo.

#### **2.1.1.4 Disponibilidad de Tecnología**

El Cantón Rumiñahui, cuenta con todos los medios tecnológicos para realizar las diferentes actividades, servicios como luz, internet inalámbrico, computadoras.

En cuanto a maquinaria el mercado es muy reducido, en nuestro país, existen dos proveedores de maquinarias (lavadoras industriales) dentro de estos proveedores uno es nacional y otro extranjero, la maquinaria extranjera es de excelente calidad pero debido a los altos aranceles que cancelan para entrar a laborar en nuestro mercado la diferencia de precios es muy alta por ello se ha escogido a Martimpex (empresa nacional) para la adquisición de la maquinaria por brindar productos de excelente calidad las mismas que se resumen en el siguiente cuadro:

**TABLA No. 42 DISPONIBILIDAD DE MAQUINARIA**

PRODUCTO	PESO	PROVEEDORES	EXISTE DISPONIBILIDAD DEL PRODUCTO?	CALIDAD	GARANTIA	ANALISIS
Lavadoras	40 libras	Martimpex	Si, existe disponibilidad en Quito	Excelente	Si	Calidad, Tecnología, Precio
Secadoras	50 libras		Si, existe disponibilidad en Quito	Excelente	Si	Calidad, Tecnología, Precio
Lavadoras	40 libras	Samalpa	Si, existe disponibilidad en Quito	Buena	Si	Tecnología
Secadoras	50 libras		Si, existe disponibilidad en Quito	Buena	Si	Tecnología
Mantenimiento		Martimpex	Si, existe disponibilidad en Quito	Excelente	Si	Tiempo, Precio

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

### 2.1.1.5 Disponibilidad de Insumos y Materia Prima

Las materias primas no sólo establecen la calidad del producto a obtener, sino que determinan la selección de la tecnología a utilizar en el proceso de producción, en cuanto a insumos para el servicio de lavado y secado de ropa, existe la disponibilidad suficiente, como proveedores de empresas que se resumen a continuación:

### **Materiales e Insumos:**

Se determinó a Vela & Asociados para proveedores de Materiales para la empresa los mismos que tienen sede en Quito pero mediante rutas de reparto se puede adquirir el producto directamente a las bodegas de la empresa, tiene una mayor variedad de productos y un precio más accesible considerando también el mayor tiempo de espera para cancelar los pedidos.

**TABLA No. 43 DISPONIBILIDAD DE MATERIALES E INSUMOS**

PRODUCTO	PROVEEDORES	EXISTE DISPONIBILIDAD DEL PRODUCTO?	CALIDAD	ANALISIS
Detergente	Vela & Asociados	Si, existe disponibilidad en Quito	Excelente	Calidad, Precio, Tiempo
Suavizantes		Si, existe disponibilidad en Quito	Excelente	Calidad, Precio, Tiempo
Blanqueadores		Si, existe disponibilidad en Quito	Excelente	Calidad, Precio, Tiempo
Quita Manchas		Si, existe disponibilidad en Quito	Excelente	Calidad, Precio, Tiempo

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

### **Servicios Básicos:**

En el Cantón Rumiñahui existe disponibilidad de todos los servicios básicos que se muestran en el siguiente cuadro:

**TABLA No. 44 Servicios Básicos**

<b>Servicio</b>	<b>Proveedores</b>	<b>Existencia de Disponibilidad</b>
Agua Potable	EMMOP	Si, existe
Electricidad	EEQ	Si, existe
Teléfono	ANDINATEL	Si, existe
Internet	ANDINANET	Si, existe

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

## **2.1.2 Optimización del Tamaño**

“La capacidad de producción se define como el volumen, o número de unidades que se puede producir en un día, mes o año, dependiendo, del tipo de proyecto que se está formulando”<sup>20</sup>

La Empresa brindará un servicio de calidad y diferenciado se considera que se arrancará con el 8% de la demanda insatisfecha; por

---

<sup>20</sup> PRIETO Jorge Elicer, Los proyectos: La razón de ser del presente

lo tanto se atenderá diariamente un promedio de 84.56 lb y semanalmente 507.34 lb.

### **2.1.3 Definición de las Capacidades de Producción**

“La capacidad de producción se define como el volumen, o número de unidades que se puede producir en un día, mes o año, dependiendo, del tipo de proyecto que se está formulando”<sup>21</sup>

Para el servicio de lavado y secado de ropa se utilizara 2 lavadoras de 40 libras y 2 secadoras de 50 libras así cumplir con la demanda de atender a 507.34 libras semanalmente.

## **2.2 Localización del Proyecto**

La localización de un proyecto puede determinar su éxito o fracaso en el negocio.

“Por ello, la decisión de donde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e incluso de preferencias emocionales.

Con todos ellos sin embargo, se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto.”<sup>22</sup>

La localización es un factor de suma importancia para decidir el sitio donde se instalará la empresa de lavado y secado de ropa, ya que contribuirá a lograr una mayor tasa de rentabilidad.

Para poder determinar la ubicación se debera evaluar las posibles opciones de localización, para lo cual se analizará la cercanía al

---

<sup>21</sup> PRIETO Jorge Elicer, Los proyectos: La razón de ser del presente.

<sup>22</sup> SAPAG CHAIN, Preparación y Evaluación de Proyectos , Mc.Graw Hill 4 Edición, pág. 189

mercado objetivo, infraestructura y logística para elegir el sitio más conveniente.

El Valle de los Chillos ha sido elegido para instalar el proyecto, esta zona tiene vías principales para fácil traslado de proveedores, ubicación privada y tranquilidad para los clientes y adjunto a ello las actividades de comercio se están incrementando debido a la existencia de centros comerciales.

Para determinar la ubicación del proyecto se analiza la metodología de la Macro localización y, Micro localización.

### **2.2.1 Macro localización**

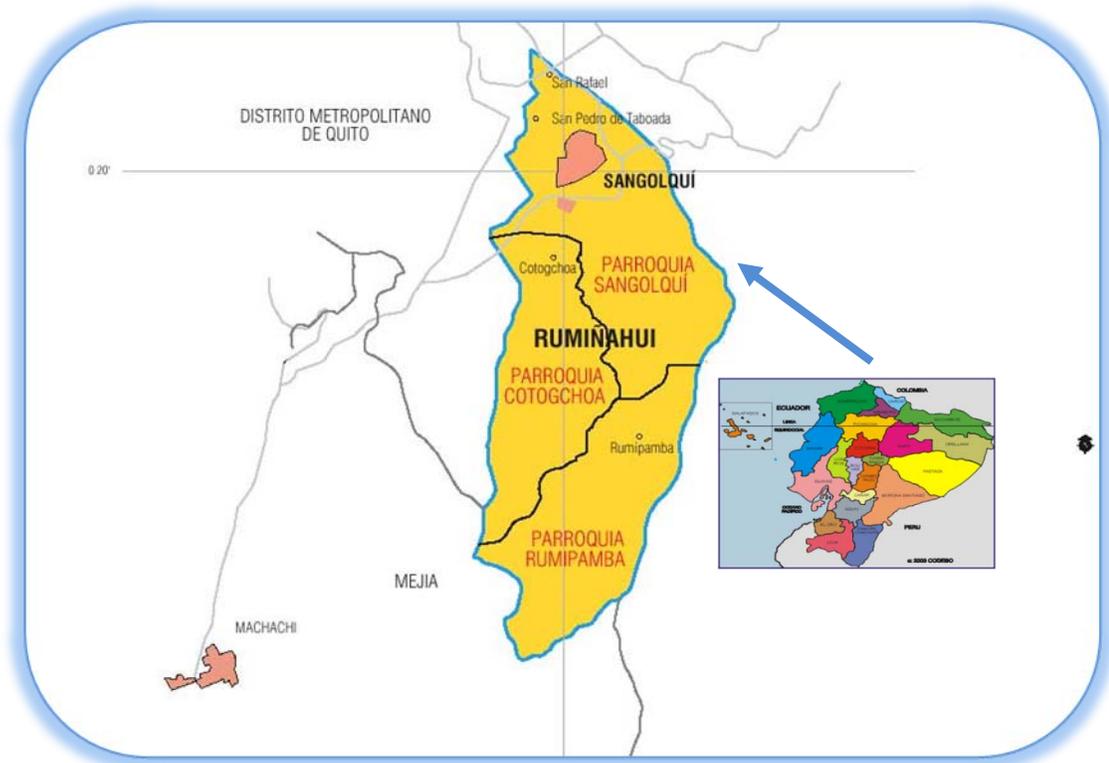
La Macro localización se refiere a la ubicación del proyecto a nivel macro, la provincia, cantón y zona en donde estará ubicado.

El proyecto de lavado y secado de ropa estará ubicado en la Provincia de Pichincha, Cantón Rumiñahui, entre las Parroquias de Sangolquí y San Rafael.

Este cuenta con las óptimas condiciones para el normal funcionamiento, ya que tiene cercanía con el mercado objetivo, áreas comerciales, servicios básicos, vías de comunicación, acceso rápido a los centros de actividad comercial es decir Sangolquí, Conocoto, Quito.

## GRAFICO No. 19 Mapa Canton Rumiñahui

### Mapa Cantón Rumiñahui



### 2.2.2 Micro Localización

“El emplazamiento (micro localización), en sí consiste en determinar el terreno concreto donde se va a levantar el proyecto y por consiguiente, debe ser más detallada.”<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> ALEGRE F. Jenner, Formulación y Evaluación de proyectos de inversión

El servicio de lavado y secado de ropa estará ubicado en la Provincia de Pichincha, Cantón Rumiñahui, Parroquia de Sangolquí, donde se encuentran 3 opciones:

- OPCIÓN A.- Av. Rumiñahui, Frente a la Espe
- OPCION B.- San Rafael , El Triangulo
- OPCIÓN C.-Av.Los Corderos- Sangolqui , Junto al River Mall

### **2.2.2.1 Criterios de Selección de Alternativas**

Para la instalación del servicio de lavado y secado de ropa, se consideran importantes los siguientes factores locacionales:

#### **→ Transporte y Comunicación**

En lo que se refiere a transporte el sitio deberá contar con parquederos para clientes que posean vehículo propio, deberá existir vías de acceso para transporte público como buses, y taxis, para comunicarnos a los diferentes puntos que deseemos, en el sector la comunicación deberá estar en perfectas condiciones.

#### **→ Disponibilidad, Costos del Local**

La empresa necesita un local aproximadamente de 80m<sup>2</sup> ubicar el servicio, oficinas y despacho de producto, por ello se analizó tres locales:

- El uno ubicado en la Av. Rumiñahui Frente a la Espe
- El otro local en la Av. Rumiñahui y El Progreso - San Rafael Frente a Pollo Gus.
- Av.Los Corderos- Sangolqui , Junto al River Mall

#### ➔ Disponibilidad de Servicios Básicos.

La empresa se encuentra ubicada en una zona urbana posee todos los servicios básicos como agua, luz, teléfono, Internet, televisión por cable.

Ya que son indispensables para el diario vivir y poder trabajar adecuadamente y en armonía puesto que la luz, el teléfono son factores indispensables para realizar las actividades normales dentro del servicio de lavado y secado de ropa.

#### ➔ Infraestructura del Local

Como se ha mencionado con anterioridad, la empresa de lavado y secado de ropa se ubicará en un local de las siguientes dimensiones  $8\text{m}^2 \times 10 \text{m}^2$  , el cual está distribuido en área de lavado, secado, doblado y empaquetado, bodega, gerencia, recepción.

#### ➔ Estructura Impositiva y Legal

En cuanto a la estructura impositiva y legal, el sector donde va estar el servicio de lavado y secado de ropa deberá cumplir con todas las leyes y normas municipales que se requieran.

### → Cercanía al cliente

Alrededor de la empresa deberá contar con un gran número de potenciales clientes, por lo que la demanda es grande, brindándoles un servicio personalizado evitándoles pérdidas de tiempo al trasladarse fuera del cantón para satisfacer sus necesidades. La distancia existente entre los consumidores y la empresa no es problema ya que está ubicada en zona urbana.

### 2.2.3 Matriz Locacional

Mediante la matriz locacional se realizará un análisis comparativo de localización con el fin de seleccionar aquella alternativa que presenta una apropiada ubicación para que se pueda desarrollar la empresa con éxito.

Para determinar la ubicación óptima se procedió analizar los factores más importantes para que se desarrolle la empresa:

- ✓ Cercanía al cliente
- ✓ Transporte y Comunicación
- ✓ Disponibilidad, Costos Del local
- ✓ Servicios Basicos
- ✓ Infraestructura del local
- ✓ Cercanía al mercado
- ✓ Estructura Impositiva y Legal

### 2.2.3.1 Selección de la Alternativa Óptima

Para realizar la selección Óptima se asignó una calificación entre 1 – 10, siendo 1 menos importante y 10 más importante. Posteriormente se multiplicó el peso por la calificación, de esta manera se pudo escoger el sitio con mayor puntuación.

A continuación la tabla indica la clasificación y ponderación en base a los criterios de selección que se asignaron a las opciones de ubicación del proyecto.

**TABLA No. 45 Matriz Locacional**

FACTOR	PESO ( sumatoria =1)	ALTERNATIVA 1		ALTERNATIVA 2		ALTERNATIVA 3	
		Av.Rumiñahui		SAN RAFAEL		Sangolqui	
		Av. Rumiñahui Frente a la ESPE		Triangulo		Av.Los Coreños - Junto al River Mall	
		Calificacion	Ponderacion	Calificacion	Ponderacion	Calificacion	Ponderacion
Cercanía al Cliente	0,3	9	2,7	7	2,10	8	2,4
Transporte y Comunicación	0,2	9	1,8	8	1,60	7	1,4
Disponibilidad, Costos del Local	0,05	9	0,45	8	0,40	7	0,35
Servicios Basicos	0,2	9	1,8	8	1,60	7	1,4
Infraestructura del local	0,2	8	1,6	7	1,40	6	1,2
Estructura Impositiva y Legal	0,05	7	0,35	7	0,35	6	0,3
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>8,7</b>		<b>7,45</b>		<b>7,05</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

Una vez que se analizó cada una de las alternativas se obtuvo que el puntaje más alto que corresponde a Sangolquí con 8.6 puntos, este es un sector urbano que reúne las condiciones necesarias para el funcionamiento de la empresa.

### **2.2.3.2 Plano de la Micro localización**

La ubicación de la empresa de lavado y secado de ropa se encontrará localizada la Av. General Rumiñahui, frente a la ESPE, este es un sector muy comercial y cuenta con las vías de acceso de primer orden a Sangolquí y Quito, lo que significa un ahorro de tiempo para los clientes además cuenta con los servicios básicos, luz, agua, teléfono e internet.

### FOTO No. 1 Plano de la Microlocalización



Fuente y Elaborado por: Google Earth

## 2.3 Ingeniería del Proyecto

Mediante este análisis se busca probar la viabilidad técnica del proyecto, aportando información que permita su evaluación, y proporcionando los fundamentos técnicos sobre lo que se diseñará y ejecutará en el proyecto.

### 2.3.1 Proceso de Producción y/o Servicio

“El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos, mediante la participación de una determinada tecnología, es decir, la combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación”<sup>24</sup>.

El proceso de producción que se sigue para realizar el servicio de lavado y secado de ropa es el siguiente:

**TABLA No. 46 Proce do Producción**



Insumos- Entrada	Proceso Transformador	Producto Final
Potenciales clientes, que requieran de un servicio diferenciado y de calidad	Ofertar a los consumidores la gama de servicios	Cubrir todas las necesidades y expectativas de las consumidoras de Sangolqui- San Rafael

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

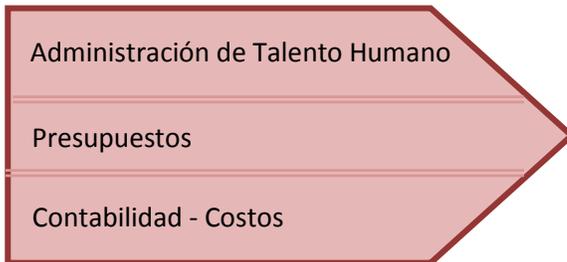
---

<sup>24</sup> MENESES, Edilberto. Preparación y Evaluación de Proyectos

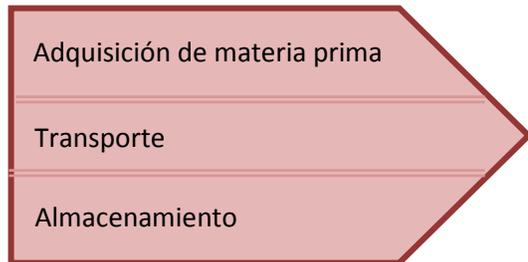
**TABLA No. 47 Cadena de Valor**



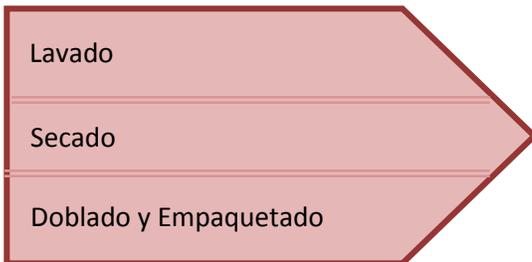
**ADMINSITRACIÓN FINANCIERA**



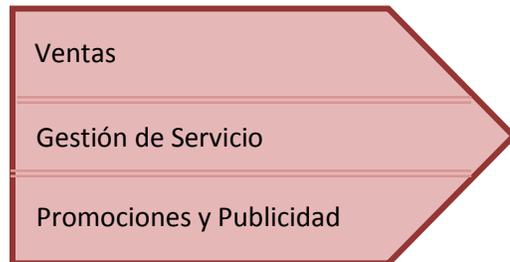
**LOGISTICA**



**PRODUCCIÓN**



**MARKETING Y VENTAS**

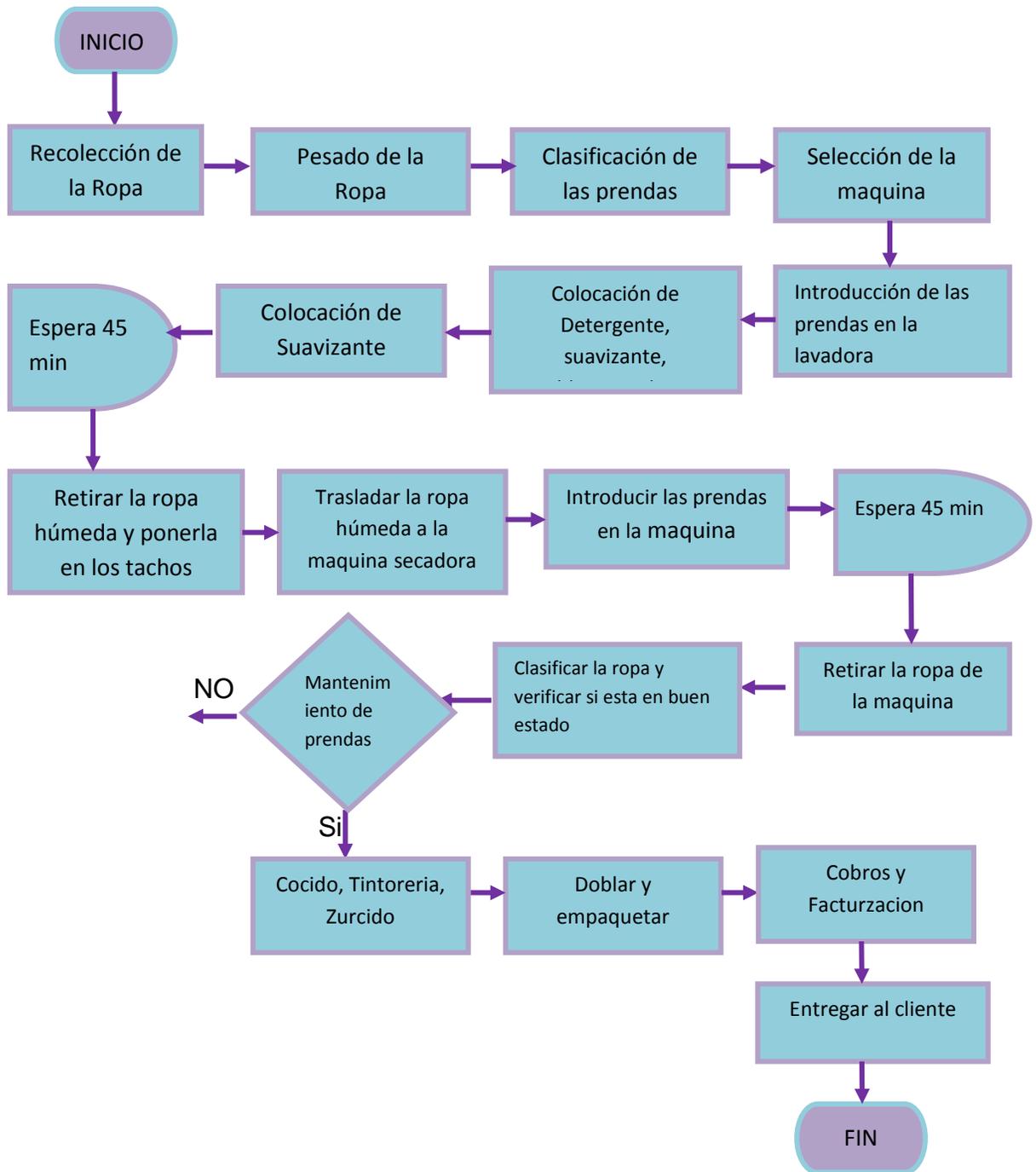


### **2.3.1.1 Diagrama de Flujo**

Los símbolos que se utilizan en un diagrama de flujo son estandarizados (Ver Anexo N° 5)

Ya determinada la simbología a utilizar para la diagramación del flujo, en el servicio de lavado y secado de ropa se procede a la realización de los procesos que se efectuarán para ofrecer un excelente servicio a los clientes y cubrir los requerimientos del mismo.

## DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL SERVICIO DE LAVADO



### 2.3.1.2 Requerimiento de Recursos Humanos y Mano de Obra

A continuación se menciona el requerimiento de Mano de Obra Directa e Indirecta para el servicio de lavado y secado de ropa:

**TABLA No. 48 Requerimiento de Mano de Obra Directa**

Número de Personas	Personal	Sueldo
1	Sección Lavado y Secado	\$ 240
1	Sección Doblado y Empaquetado	\$ 240

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

**TABLA No. 49 Requerimiento de Mano de Obra Indirecta**

Número de Personas	Personal	Sueldo
1	Gerente	\$ 300
1	Vendedora	\$ 240
1	Chofer-repartidor	\$ 240

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

**TABLA No. 50 Rol de Pagos**

<b>PERSONAL OPERATIVO</b>										
Número	Personal	Sueldo Basico	Aporte Patronal 12. 15 %	Aporte Personal	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacaciones	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
1	Personal de lavado y Secado	240	29,16		200	218	200	200	240	2880
2	Personal de Doblado y Empaquetado	240	29,16		200	218	200	200	240	2880
<b>TOTAL</b>									<b>480</b>	<b>5760</b>
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>										
1	Gerente	300	36,45		500	218	500	500	300	3600
<b>TOTAL</b>									<b>300</b>	<b>3600</b>
<b>PERSONAL VENTAS</b>										
1	Vendedor	240	29,16		200	218	200	200	240	2880
2	Chofer - Repartidor	240	29,16		200	218	200	200	240	2880
<b>TOTAL</b>									<b>480</b>	<b>5760</b>
<b>TOTAL</b>									<b>1260</b>	<b>15120</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

### 2.3.1.3 Requerimiento de Maquinaria y Equipo

Para iniciar el servicio de lavado y secado de ropa a continuación se indica la maquinaria necesaria para operar:

**TABLA No. 51 Lavadora de 40 libras**

CANTIDAD	DESCRIPCION
1	LAVADORA INDUSTRIAL MARCA HUEBSH, Procedencia USA, construcción acero inoxidable, color inox. Capacidad 40 lbs. Diámetro de cilindro 667mm, volumen de cilindro 180lts. Velocidad de lavado 51RPM, velocidad de extracción 491, fuerza de extracción: 89.8. Ancho: 77.8cm, Profundidad: 1,16cm, Alto: 1.20cm

**TABLA No. 52 Secadora Industrial**

CANTIDAD	DESCRIPCION
1	SECADORA INDUSTRIAL MARCA HUEBSCH, Capacidad 75lbs Procedencia USA, construcción acero inoxidable, color blanco. Diámetro del cilindro 939mm, volumen del cilindro: 634.4 lts, Calentamiento eléctrico o a gas. Ancho: 98.1cm, Profundidad: 1,34cm, Alto: 1,94cm

**TABLA No. 53 Requerimiento de Maquinaria**

DETALLE	Unid	CANTIDAD	P/U	TOTAL
<b>MAQUINARIA</b>				<b>\$ 29.800,00</b>
LAVADORA DE 40 LIBRAS	Unid	2	\$ 8.400,00	\$ 16.800,00
SECADORA DE 50 LIBRAS	Unid	2	\$ 6.500,00	\$ 13.000,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autora

### 2.3.1.4 Requerimiento de Insumos, Materias Primas, etc. (calculo del requerimiento de materias primas, materiales, etc.)

**TABLA No. 54 Insumos**

DETALLE	Unid	CANTIDAD	P/U	P/Caneca	TOTAL
<b>INSUMOS</b>					<b>\$ 5.964</b>
Detergente liquido	Canecas	4	\$ 26	\$ 104	\$ 1.248
Suavizante	Canecas	4	\$ 36	\$ 144	\$ 1.728
Blanquedor	Canecas	4	\$ 21	\$ 84	\$ 1.008
Quita Manchas	Canecas	4	\$ 36	\$ 144	\$ 1.728
Fundas empaque	Docenas	34	\$ 3	\$ 10	\$ 120
Armadores	Docenas	34	\$ 3	\$ 11	\$ 132

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autora

**TABLA No. 55 Equipos de Computación**

Detalle	Unid	CANTIDAD	P/U	TOTAL
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>				<b>\$ 772,67</b>
COMPUTADOR	Unid	1	\$ 519,00	\$ 519,00
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	Unid	1	\$ 92,67	\$ 92,67
TELEFONO FAX	Unid	1	\$ 161,00	\$ 161,00

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

**TABLA No. 56 Servicios Básicos**

Detalle	Valor Unitario	Valor Total
<b>SERVICIOS BASICOS</b>		<b>\$ 7.740</b>
Energia Electrica	\$ 50	\$ 600
Arriendo	\$ 400	\$ 4.800
Agua Potable	\$ 60	\$ 720
Telefono	\$ 40	\$ 480
Internet	\$ 45	\$ 540
Combustible	\$ 50	\$ 600

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

**TABLA No. 57 Muebles y Enseres**

Detalle	Unid	CANTIDAD	P/U	TOTAL
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>\$ 445,00</b>
ESCRITORIO	Unid	1	\$ 150,00	\$ 150,00
SILLA GIRATORIA	Unid	1	\$ 35,00	\$ 35,00
SILLAS DE VISITA	Unid	4	\$ 8,00	\$ 32,00
MESA GRANDE PARA DOBLADO	Unid	1	\$ 200,00	\$ 200,00
BASUREROS	Unid	3	\$ 4,00	\$ 12,00
CANASTOS PARA LA ROPA	Unid	2	\$ 8,00	\$ 16,00
EXTINTOR	Unid	2	\$ 20,00	\$ 40,00

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

**TABLA No. 58 Utiles de Aseo**

Detalle	Unid	CANTIDAD	P/U	TOTAL
<b>UTILES DE ASEO</b>				<b>\$ 165,00</b>
Papel Higienico	Unid	1	\$ 0,30	\$ 3,60
Escoba cerda suave	Unid	1	\$ 1,30	\$ 15,60
Trapeador	Unid	1	\$ 1,45	\$ 17,40
Guantes	Unid	1	\$ 2,15	\$ 25,80
Desinfectante en gel	Galon	1	\$ 3,35	\$ 40,20
Jabon liquido	Galon	1	\$ 3,45	\$ 41,40
Fundas de Basura	Unid	1	\$ 1,75	\$ 21,00

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

**TABLA No. 59 Requerimientos De Arriendos**

Detalle	Unid	CANTIDAD	P/U	TOTAL
ARRIENDO	Unid	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autora

**TABLA No. 60 Requerimientos De Publicidad**

Detalle	Unid	CANTIDAD	P/U	TOTAL
PUBLICIDAD	Unid	1	\$ 150	\$ 1.800

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autora

**TABLA No. 61 Vehiculo**

Detalle	Unid	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Vehiculo				\$ 20.000
Camioneta con Cubierta	Unid	1	\$ 20.000	\$ 20.000

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autora

**TABLA No. 62 Herramientas y Equipos**

Detalle	Unid	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Herramientas y Equipos	Unid	1	\$ 300	\$ 300

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autora

**TABLA No. 63 Activos diferidos**

Detalle	Valor Total
Gastos de Constitución	\$ 3.000
Gastos del Proyecto	\$ 1.500
<b>Total</b>	<b>\$ 4.500</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autora

### Capital de Trabajo

Cuentas del Capital de Trabajo
Sueldos
Servicios Básicos
Arriendo
Utiles de Aseo
Publicidad

### 2.3.1.5 Determinación de las Inversiones

Para poner en funcionamiento el negocio, el presupuesto de inversiones, se detallan en los rubros pertenecientes a la inversión inicial:

**TABLA No. 64 Determinación de Inversiones**

<b>INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO</b>		
<b>INVERSIONES</b>		
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>\$ 51.318</b>
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 773	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 445	
HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	\$ 300	
MAQUINARIA	\$ 29.800	
VEHICULOS	\$ 20.000	
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>\$ 4.500</b>
Gastos de Constitucion	\$ 3.000	
Elaboración del proyecto	\$ 1.500	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>\$ 2.596</b>
<b>TOTAL INVERSIONES</b>		<b>\$ 58.414</b>

Fuente: Investigación de Campo

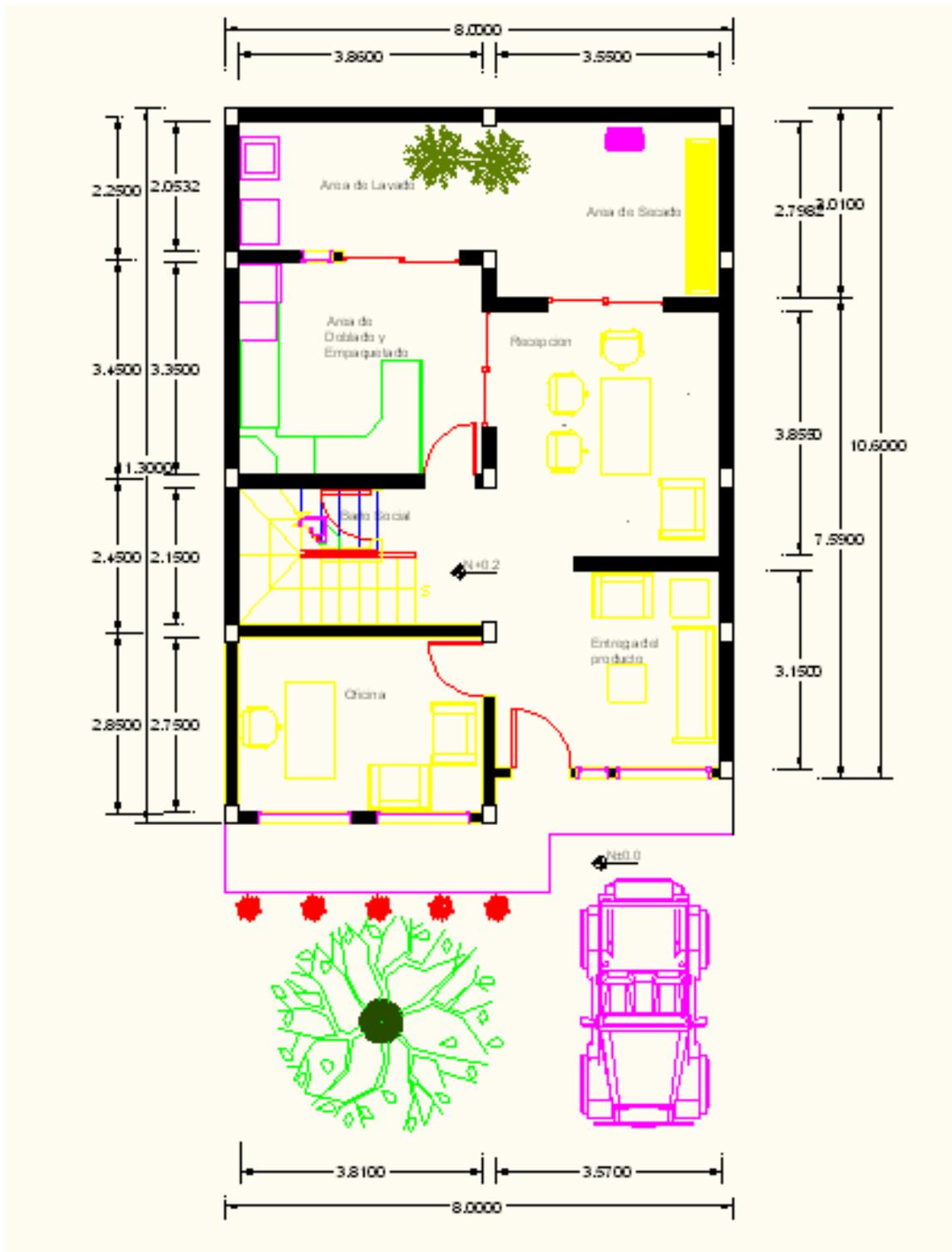
Elaborado por: Autora

### 2.3.2 Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo (Plano)

La distribución del local es importante, ya que este debe contar con las prestaciones y comodidades necesarias para que el personal pueda realizar sus actividades eficientemente.

La ubicación de los equipos y del personal en el local donde funcionará el servicio de lavado y secado de ropa se distribuye de la siguiente manera:

#### **GRAFICO No. 20 Distribución de Planta y Maquinaria (PLANO)**



### 2.3.3 Calendario de Ejecución del Proyecto

Calendario de Ejecución para el Servicio de Lavado y Secado de Ropa

MES	Dias	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto					
Actividad								1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Elaboración del Proyecto	180	[Barra de actividad]																											
Tramites Legales	20	[Barra de actividad]																											
Tramites Bancarios	15	[Barra de actividad]																											
Contacto Proveedores	1	[Barra de actividad]																											
Credito Aprobado	7	[Barra de actividad]																											
Compra de Maquinaria	15	[Barra de actividad]																											
Instalación	20	[Barra de actividad]																											
Adquisición de Insumos y Materia Prima	20	[Barra de actividad]																											
Selección de Personal	30	[Barra de actividad]																											
Capacitación	15	[Barra de actividad]																											
Marketing y Promoción	15	[Barra de actividad]																											
Inicio de Actividades	1	[Barra de actividad]																											

## **2.4 Aspectos Ambientales**

### **2.4.1 Legislación Vigente**

La empresa se basara en la legislación vigente, es decir en la constitución actual que rige al país. Como anexo se adjunta toda la información de la Constitución Política del Ecuador (Anexo 3)

### **2.4.2 Identificación y Descripción de los Impactos Potenciales**

- \* Por parte del sector administrativo los desperdicios en cuanto a papel, cartón, vidrio y plástico, serán donados a instituciones que se encargan de reciclar estos productos.
- \* Mientras que por parte del sector operativo serán recolectados en fundas de basura y depositados en los carros de recolección de basura.

### **2.4.3 Medidas de Mitigación**

Nos sujetaremos a las ordenanzas municipales que tiene que ver con lo referente a recolección de basura, por tratarse de un servicio, será una empresa que no contamina en ningún sentido al medio ambiente, no es necesario tener medidas de mitigación ya que no estamos elaborando ningún producto que vaya en contra del ambiente.

## CAPITULO 3

### LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

"Definir la estructura organizativa que más se adapte a los requerimientos de su posterior operación. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y, por lo tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva"<sup>25</sup>

Dentro de una empresa la organización facilita el cumplimiento correcto y eficiente de los planes, con el propósito inmediato de obtener el máximo aprovechamiento de los recursos.

#### 3.1 Base legal

Toda empresa debe cumplir con cierto tipo de normativas que se enumeran a continuación:

Cumplir la normativa en materia de declaración y facturación exigida por el SRI, en donde se determina si la empresa debe o no llevar contabilidad; a base del monto de impuestos, monto de ventas y de compras declaradas durante un ejercicio económico. Dentro de este margen los impuestos que anualmente se pagan son él:

- ❖ IVA,
- ❖ 25% de las Utilidades para el Impuesto a la Renta

---

<sup>25</sup> [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

- ❖ 15% de los Trabajadores
- ❖ Cancelar el respectivo Impuesto de Patentes Municipales.

### 3.1.1 Constitución de la Empresa

**“El nombre:** Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como “comercial”, “industrial”, “agrícola”, “constructora”, etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar.

- ❖ La compañía de responsabilidad limitada se constituye oficialmente luego de obtener la aprobación de las escrituras de constitución por parte de la Superintendencia de Compañías y la publicación de un anuncio en el periódico local de mayor circulación.
- ❖ **Número mínimo y máximo de socios:** se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social, a la que se añadirán, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura.
- ❖ La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.
- ❖ **Capital Mínimo:** Su capital inicial debe ser mínimo de US \$ 400, dividido en participaciones de US \$ 1,00 ó en múltiplos de US \$ 1,00. Por lo menos el 50% de su capital debe ser pagado a su formación, y la diferencia en el transcurso del año siguiente.
- ❖ **El objeto social:** Todo depende del sector donde estará dirigida la actividad de la empresa, puede ser: Cámara de la Construcción, Cámara de Minería, Cámara de Agricultura, Cámara de Industriales o de la Pequeña Industria, Cámara de Turismo, Cámara de Acuicultura, Cámara de Comercio, Cámara Ecuatoriana del Libro.

- ❖ **De las personas que pueden asociarse:** Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

No obstante las amplias facultades que esta Ley concede a las personas para constituir compañías de responsabilidad limitada, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges”.<sup>26</sup>

### 3.1.2 Tipo de Empresa (Sector, Actividad, CIUU)

La empresa de acuerdo a la actividad que cumple se encuentra clasificada en el Sector lavanderías y servicios de lavandería: establecimientos de limpieza y teñido, de acuerdo al sector que pertenece se encuentra clasificada por servicios comunales, sociales y personales y por la forma de organización del capital se encuentra clasificada como microempresa. (Ver Nexo 4)

### 3.1.3 Razón Social, Logotipo, Slogan

La razón social es el nombre y firma por los cuales es conocida una compañía mercantil de forma colectiva, comanditaria o anónima.

La empresa se denominara: “*Fast Clean*” que significa “Lavado Rapido”

“*Fast Clean*” identifica el servicio que prestara la empresa ya que estará conformado por un grupo de personas capacitadas en el área

---

<sup>26</sup> [www.supercias.gov.ec](http://www.supercias.gov.ec). Instructivo Societario.

de lavado, secado y empaquetado de ropa, que brindara soluciones rápidas y originales para nuestros clientes.

### **Logotipo**

El logotipo de la empresa forma parte de la marca, y se encuentra en las afueras del local permitiendo con ello que el cliente lo visualice y de inmediato reconozca el tipo servicio que se ofrecen.



### **Slogan**

*Cuida Tu Ropa, Cuida Tu Estilo*

El slogan seleccionado para la empresa, expresa la calidad del servicio q se ofrece, además de que los clientes se identificaran con el servicio, esta será la clave para permanecer vigentes en el tiempo.

Además el slogan es de fácil recordación para poder tener posicionamiento en la mente del consumidor.

## **3.2 Base Filosofica de la empresa**

Para tener una filosofía empresarial con éxito se debe tener en cuenta que se identificó una necesidad, la cual se desea satisfacerla a través del servicio ofertado, formulando la visión y misión en base a lo que se quiere lograr con esta empresa, Cuál es la finalidad exclusivamente financiera ó personal?, hasta donde se estaría dispuesto a llegar para triunfar?, La ética del negocio es un impedimento o una aliada en la empresa?

### **3.2.1 Vision**

*“Fast Clean* En el año 2014, ser líder en el servicio de lavado y secado de ropa, ofreciendo un servicio de calidad y diferenciado con amabilidad, responsabilidad y puntualidad, en el Cantón Rumiñahui; disponiendo de una estructura y desarrollo tecnológico acorde con las necesidades de nuestros clientes.”

### 3.2.2 Mision

" *Fast Clean* presta servicios de lavado y secado de ropa, brindando la mejor calidad en su lavado de prendas y con el mayor cuidado, con personal calificado y en permanente capacitación, preparados para satisfacer con excelencia las necesidades de nuestros clientes"

### 3.2.3 Objetivos Estratégicos

"*Fast Clean*" se ha trazado los siguientes objetivos estratégicos para mantenerse competitivo en el mercado:

- Ofrecer un servicio de primera, con: amabilidad, respeto, eficaz, ágil, en un excelente ambiente, para lograr de esta manera la fidelidad del cliente.
- Incrementar el nivel de ventas y la participación del mercado en un 4% anual.
- Brindar cursos de capacitación al personal, para que sus conocimientos estén acordes al avance tecnológico.
- Ofrecer promociones adecuadas al servicio de lavado y secado de ropa.
- Mantener un ambiente laboral dinámico y apropiado para que el personal pueda desarrollar sus actividades sin ningún inconveniente.

- Tener contacto constante con el cliente, para así evaluar su nivel de satisfacción y conocer las expectativas de este

### 3.2.4 Principios y Valores

“*Fast Clean*” se regirá en los siguientes principios para mantener la calidad del servicio:

- ❖ **Trabajo en Equipo:** mediante la ayuda y colaboración del personal de la empresa de lavado y secado de ropa llegará a ser líder en el mercado.
- ❖ **Disciplina:** A través de las reglas y normas que la organización disponga.
- ❖ **Puntualidad en la entrega del Servicio:** La puntualidad en la entrega del servicio es importante ya que nos permite cumplir a tiempo con lo acordado con el cliente.
- ❖ **Responsabilidad:** al cumplir con lo acordado frente a los clientes, manteniendo la calidad de las prendas.
- ❖ **Mejorar Constantemente:** ofreciendo mejoramiento continuo del servicio mediante tecnología para brindar un servicio de calidad en la limpieza de las prendas de vestir.

“Los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define así misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes”<sup>27</sup>

Los principales valores de “*Fast Clean*” son:

❖ **Respeto:**

Mantener el respeto mutuo dentro de la organización es muy importante mediante una buena comunicación entre el cliente.

❖ **Amabilidad y Servicio Personalizado:**

La amabilidad debe dirigirse tanto a los compañeros de trabajo como a los clientes demostrando una actitud positiva, dirigida a satisfacer las necesidades a través de una atención personalizada.

❖ **Ética:**

Los empleados de la empresa trabajarán con disciplina y moral siendo honestos en cada una de sus actos.

❖ **Eficacia:**

Para poder ser reconocidos como una empresa sólida la empresa desempeñará cada una de sus procesos de forma competitiva.

---

<sup>27</sup> [www.trabajo.com.mx](http://www.trabajo.com.mx)

### **3.2.5 Estrategia Empresarial**

*“Fast Clean”* ha optado por mantener una estrategia de expansión, la cual se alcanzará aumentando gradualmente la participación del mercado, gracias a la calidad de sus servicios brindados.

A través de la estrategia de expansión se atraerá a nuevos clientes y a su vez aumentar la frecuencia de compra de los clientes existentes, conquistando también a clientes de los competidores.

#### **3.2.5.1 Estrategia De Competitividad**

- ➔ Desarrollar cursos de capacitación sobre trabajo en equipo, relaciones humanas, y liderazgo a los empleados de la empresa para brindar un servicio diferenciado y que los clientes se sientan a gusto.
  
- ➔ Se realizarán encuestas a los clientes para estar al tanto de sus inquietudes y experiencias, manteniendo la calidad del servicio.

#### **3.2.5.2 Estrategia de Crecimiento**

La empresa una vez que se encuentre ubicada dentro del mercado procederá a buscar alianza con sus proveedores directos llegando a acuerdos que le permitan minimizar los costos y maximizar las utilidades.

### **3.2.5.3 Estrategia de competencia**

- Aumentar la calidad utilizando productos mejorados.
  
- **Liderazgo en costos.-** Mantener informado sobre los precios de la competencia en los costos del servicio, lo que le permitirá ofrecer precios más reducidos.
  
- Incrementar las ventas en el servicio de lavado y secado de ropa a través de promociones.

### **3.2.5.4 Estrategia Operativa**

Cada año se realizara auditoria de cada unos de los procesos de la empresa para poder detectar anomalías y hacer cambios en donde sea necesario, a través de mejorar los sistemas de información con los que se trabaja y de ésta forma administrar de mejor manera y servir mejor a nuestro cliente.

## **3.3 Estrategias de Mercadotecnia**

### **3.3.1 Estrategia de precio**

- Mediante la investigación de mercados realizada se pudo obtener información sobre los precios del servicio que ofrece la

competencia en el valle de los chillos, es por ello que los precios que “*Fast Clean*” brindara estarán fijados de acuerdo a la competencia.

- ➔ Mientras la empresa ingresa al mercado se buscarán alternativas como promociones, descuentos, para reducir los costos y de alguna manera ofrecer un precio menor que de la competencia para poder atraer clientes.
- ➔ Si al momento de la recepción de la ropa para ser lavada, el cliente cancela por anticipado, “*Fast Clean*” ofrecerá un descuento.

### **3.3.2 Estrategia de Promocion**

Poner al alcance de los clientes, catálogos del cuidado de las prendas para que pueda conocer sobre el calidad de prendas que están utilizando y les motive a utilizar el servicio de lavado y secado.

- Suscribirse a guías y revistas emitidas por el gobierno del Cantón Rumiñahui.
- Diseñar una página web oficial de la empresa en la cual se distinga diferentes tipos de paquetes, ventas por la web mediante tarjetas de crédito, se atenderán opiniones para mejorar tanto en el servicio como en el producto, se ofrecerá información acerca de la visión, misión y objetivos de la empresa e interactuar con el cliente

haciéndole conocer los servicios como asesoría estética profesional.

### 3.3.3 Estrategia de Servicio

- *“Fast Clean”* impulsara la lealtad del cliente, es decir si un cliente se encuentra realmente satisfecho con el servicios que le ofrece la empresa, éstos volverán a buscarlos.
- Escuchar al cliente de forma atenta y cordial esto le hará sentirse valorado e importante.
- Es importante que el clima interno fluya de manera satisfactoria para toda la empresa, puesto que la calidad interna impulsa la satisfacción tanto para los empleados como para los clientes.

### 3.3.4 Estrategia de Plaza

- *“Fast Clean”* ofrecera el servicio vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, vistas a domicilio.
- Conforme la empresa va creciendo, lograr mayor cobertura de nuestros servicios, aumentando nuestros puntos de venta.
- El sector es una estrategia importante ya que la empresa se localizará en un lugar céntrico, donde existen varios clientes, además de que cuenta con lo servicios necesarios para que la empresa pueda desarrollar sus actividades normales.

### **3.3.5 Estrategia de Distribución**

En cuanto al servicio de lavanderías, el canal es directo, es decir, la misma empresa se encarga de entregar las prendas a domicilio, para mantener el control de la entrega de sus productos, del mismo modo disminuye los costos de distribución. Por lo tanto no contamos con una estrategia de distribución, sin descartar una implementación futura.

## **3.4 La Organización**

Se entiende como organización administrativa a la combinación de los medios técnicos, humanos y financieros que componen la empresa.

Para la organización de la empresa lo primero que se realizará es la descripción de los puestos de trabajo, así como la asignación de responsabilidades y posteriormente tendrá lugar el establecimiento de las relaciones de autoridad y coordinación, mediante la determinación de los niveles de jerarquía o escalas de autoridad que es lo que se llama estructura.

### **3.4.1 Estructura orgánica**

Para el diseño de una estructura organizacional hay que tomar en cuenta ciertos parámetros como el de definir los tipos de puestos que se deben crear en la empresa, y sobre todo saber encontrar a las personas más adecuadas para cubrir dichos puestos, pues son ellos los pilares de toda organización y quienes harán posibles el logro de los objetivos planteados.

En consecuencia se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella.

La estructura orgánica de presente proyecto estará conformado por:

- ▣ Gerencia Financiera
- ▣ Unidad de Producción
- ▣ Unidad de Administración Financiera
- ▣ Unidad de Marketing y Ventas
- ▣ Unidad Operativa

### **3.4.3 Responsabilidades**

#### **Gerente General**

- \* Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.

- \* Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
- \* Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están llevando correctamente.
- \* Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- \* Lograr que las personas quieran hacer lo que tienen que hacer y no hacer lo que ellos quieren hacer.

### **Departamento Financiero**

Dentro del departamento Financiero tendrá las siguientes funciones:

#### **Contable**

- Manejar los inventarios de la empresa.
- Pagar de las Declaraciones e Impuestos, Roles de Pagos, entre otros.
- Realizar Estados Financieros
- Velar por la contabilidad sea llevada de acuerdo a las normas y principios de contabilidad generalmente aceptadas
- Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.

## **Departamento de Ventas**

### **Vendedor**

- Mantener el registro de ventas e inventario de productos, base de datos de clientes y más documentos propios de la función.
- Informar sobre los servicios que ofrece la empresa.
- Ayudar con amabilidad a los clientes en cuanto al cuidado de las prendas de vestir.
- Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.
- Comunicar adecuadamente a los clientes la información que la empresa preparó para ellos acerca de los productos y/o servicios que comercializa, como: mensajes promocionales, slogans, información técnica

## **Departamento Operativo**

El departamento Operativo Tendrá las siguientes responsabilidades:

### **Ayudante de Lavado y Secado**

Su función será clasificar las prendas por colores, y a la vez utilizar las máquinas para realizar el servicio de lavado y secado, cuidando la calidad de las prendas de vestir para que éstas no sufran ningún tipo de daño.

### **Ayudante de Doblado y Empaquetado**

Su función será dar los retoques finales a las prendas como doblado y empaquetado, puntadas, remates a la prenda, pegado de gafetes y afines que necesite la prenda.

### **Chofer**

- \* Realizar la distribución del servicio a domicilio
- \* Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.
- \* Cuidar la limpieza y mantenimiento del vehículo.

## **3.4.3 Perfiles Profesionales**

### **Gerente General**

- \* Profesión: Ingeniero Comercial o en Marketing
- \* Experiencia Profesional: De 2 años en cargos similares
- \* Capacidad para trabajar sin supervisión y de organizar y supervisar el trabajo de un equipo.
- \* Iniciativa, entusiasmo y capacidad de generación e implementación de ideas.

### **Asesor Contable**

- \* Superior en Contabilidad CPA

- \* Mínimo 2 años en puestos similares.
- \* Mayor de 23 años.

### **Vendedor**

- \* Bachiller
- \* Mínimo 2 años en puestos similares.
- \* Mayor de 20 años.

### **Ayudante de Lavado y Secado**

- \* Bachiller
- \* Mínimo 1 años en puestos similares.
- \* Mayor de 20 años

### **Ayudante de Doblado y Empaquetado**

- \* Bachiller
- \* Mínimo 1 años en puestos similares.
- \* Mayor de 20 años

### **Chofer**

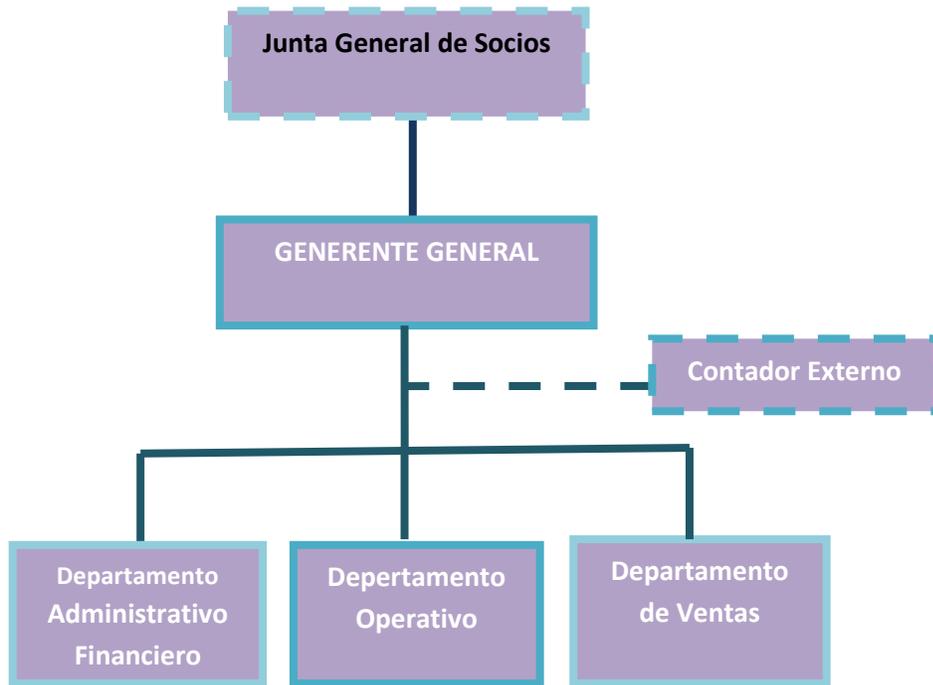
- \* Chofer Profesional
- \* Mayor 24 años
- \* Minimo 1 año de experiencia.

### **3.4.4 Organigrama**

El organigrama debe ajustarse a la realidad; deben ser claros, precisos y comprensibles para las personas a las que se debe informar. El organigrama es la representación gráfica de la estructura organizativa de la empresa.

Todo organigrama debe de ser flexible y adaptable, de forma que si hay cambios en su empresa, este organigrama se pueda adaptar, para que se pueda incluir un nuevo puesto o servicio.

**GRAFICO N° 22 Organigrama**



## **CAPITULO 4**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

#### **4.1 Presupuestos**

“El estudio financiero constituye la sistematización contable y financiera de los estudios de mercado y técnico, que permitirá verificar los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez que genera para cumplir con sus obligaciones operacionales y no operacionales y finalmente, la estructura financiera expresada por el balance general proyectado”<sup>28</sup>

En el estudio financiero se desarrollarán los presupuestos que se relacionan con el control financiero de la organización, en donde se estiman los ingresos y egresos que va a tener la empresa en un periodo determinado.

##### **4.1.1 Presupuestos de inversión**

Mediante el presupuesto de inversión se obtendrá la evaluación y seleccionamiento de las inversiones que se va utilizar en el proyecto.

---

<sup>28</sup> MENESES, Edilberto; Preparación y evaluación de proyectos

**TABLA No. 65 Presupuesto de Inversiones**

<b>INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO</b>		
<b>INVERSIONES</b>		
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>\$ 51.318</b>
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 773	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 445	
HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	\$ 300	
MAQUINARIA	\$ 29.800	
VEHICULOS	\$ 20.000	
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>\$ 4.500</b>
Gastos de Constitucion	\$ 3.000	
Elaboración del proyecto	\$ 1.500	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>\$ 2.596</b>
<b>TOTAL INVERSIONES</b>		<b>\$ 58.414</b>

Elaborado por: Autora

#### **4.1.1.1 Activos fijos**

Los activos fijos se utilizan para la transformación de las materias primas, dentro de estos tenemos a las maquinarias y equipos que se adquieren por una sola vez y se los utiliza durante el período útil de la vida del proyecto, y están sometidos a depreciación.

Las inversiones en activos fijos para “*Fast Clean*” son los siguientes:

**TABLA No. 66 Activos Fijos**

<b>Activos fijos</b>	
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 773
MUEBLES Y ENSERES	\$ 445
HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	\$ 300
MAQUINARIA	\$ 29.800
VEHICULOS	\$ 20.000
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 51.318</b>

Elaborado por: Autora

#### **4.1.1.2 Activos intangibles**

Los activos intangibles forman parte de la puesta en marcha del proyecto, gastos del proyecto, gastos de capacitación.

Los activos intangibles son aquellos que no tienen una representación física, estos activos se amortizan, es decir que estos gastos son susceptibles de recuperación una vez puesta en marcha las actividades de la nueva empresa. Los activos intangibles están sujetos a amortización en un periodo de 5 años.

Para “*Fast Clean*” se tienen los siguientes activos intangibles:

**TABLA No. 67 Activos Intangibles**

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos de Constitucion	\$ 3.000
Elaboración del proyecto	\$ 1.500
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 4.500</b>

Elaborado por: Autora

**TABLA No. 68 Tabla de Amortización de Activos Intangibles**

<b>AMORTIZACION ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
<b>Detalle</b>	<b>VALOR</b>	<b>% Amortiz</b>	<b>Amortiz anual</b>
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 3.000	20%	\$ 600
ELABORACIÓN DEL PROYECTO	\$ 1.500	20%	\$ 300

<b>TABLA DE AMORTIZACIONES</b>					
<b>Detalle</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600
ELABORACIÓN DEL PROYECTO	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 900</b>				

Elaborado por: Autora

### 4.1.1.3 Capital de trabajo

“Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo, entiéndase por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año.”<sup>29</sup>

Los métodos para el cálculo de las inversiones en capital de trabajo son: el contable, el del período de desfase y el del déficit acumulado máximo.

El método a utilizarse para “*Fast Clean*” es el método del desfase, ya que resulta muy útil cuando los períodos de recuperación son reducidos.

Este método consiste en determinar la cuantía de los costos de operación que debe financiarse desde el momento en que se realiza el primer pago por la adquisición de materia prima hasta el momento en que se recauda el ingreso por la venta del servicio, que se destinará a financiar el período de desfase siguiente.

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{Ca}{360} * Nd$$

$$Ca = \text{Costo Anual}(31.155)$$

$$Nd = \text{Numero de días de desfase (1 mes)}$$

$$\underline{\underline{CT = 2596}}$$

---

<sup>29</sup> www.wikipedia.com

El Capital de Trabajo que se requiere “*Fast Clean*” es de \$ 2596 cuyo costo anual se deduce de los Costos Directos e Indirectos, Gastos Administrativos y de Ventas.

#### 4.1.2 Cronograma de Inversiones

Fast Clean tendrá un cronograma de inversiones, que identifique los montos para invertir en cada período anterior a la puesta en marcha del proyecto.

**TABLA No. 69 Cronograma de Inversión**

CRONOGRAMA DE INVERSION							
Detalle	VIDA UTIL ANOS	Año 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EQUIPO DE COMPUTO	3	\$ 773	-	-	\$ 773	-	-
MUEBLES Y ENSERES	10	\$ 445	-	-	-	-	-
HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	10	\$ 300	-	-	-	-	-
MAQUINARIA	10	\$ 29.800	-	-	-	-	-
VEHICULOS	5	\$ 20.000	-	-	-	-	-

Elaborado por: Autora

#### 4.1.3 Presupuestos de Operación

El presupuesto de operación comprende la estimación de ingresos que se obtendrán con la operación del proyecto y la planificación de egresos destinados a la producción del servicio.

### 4.1.3.1 Presupuestos de ingresos

Para la elaboración del presupuesto de ingresos se debe establecer el volumen de ventas por producto y sus precios unitarios, por la vida útil que tiene el proyecto.

Los ingresos operacionales de todo negocio se sustentan en la venta de productos/ servicios.

**TABLA No. 70 Presupuesto de Ingreso**

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
Libras de ropa	24.691	25.069	25.439	25.801	26.152
Precio por libra de ropa lavada	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50
Precio por libra de ropa secada	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50
Ingreso lavado de ropa	\$ 61.726	\$ 62.672	\$ 63.599	\$ 64.502	\$ 65.380
Ingreso secado de ropa	\$ 12.345	\$ 12.534	\$ 12.720	\$ 12.900	\$ 13.076
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 74.072</b>	<b>\$ 75.207</b>	<b>\$ 76.318</b>	<b>\$ 77.402</b>	<b>\$ 78.456</b>

Elaborado por: Autora

### 4.1.3.2 Presupuestos de Egresos

El presupuesto de egresos está constituido por los costos y gastos del proyecto y para calcular el valor total del mismo se considera a los

costos de producción, gastos de administración - ventas y gastos financieros.

**TABLA No. 71 Presupuesto de Egresos**

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
COSTO DE VENTAS	\$ 34.770	\$ 34.770	\$ 34.770	\$ 34.770	\$ 34.770
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 15.120	\$ 15.120	\$ 15.120	\$ 15.120	\$ 15.120
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 7.185	\$ 7.185	\$ 7.185	\$ 7.185	\$ 7.185
MANTENIMIENTO	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200
PARTICIPACIÓN 15%	\$ 3.290	\$ 3.460	\$ 3.627	\$ 3.789	\$ 3.947
IMPUESTOS 25%	\$ 4.661	\$ 4.902	\$ 5.138	\$ 5.368	\$ 5.592
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 66.225</b>	<b>\$ 66.637</b>	<b>\$ 67.040</b>	<b>\$ 67.433</b>	<b>\$ 67.815</b>

Elaborado por: Autora

#### 4.1.3.3 Estado de Origen y Aplicación de Recursos

Los recursos que financiarán a Fast Clean provienen del origen de recursos propios de la inversionista, sumado a una cantidad de financiamiento solventada por el Banco Nacional de Fomento.

**TABLA No. 72 Estado de Recursos y Aplicación de Recursos**

<b>ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Valor Total US\$</b>	<b>Capital Propio 30%</b>	<b>Capital Financiado 70%</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 773	\$ 232	\$ 541
MUEBLES Y ENSERES	\$ 445	\$ 134	\$ 312
HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	\$ 300	\$ 90	\$ 210
MAQUINARIA	\$ 29.800	\$ 8.940	\$ 20.860
VEHICULOS	\$ 20.000	\$ 6.000	\$ 14.000
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 51.318</b>	<b>\$ 15.395</b>	<b>\$ 35.922</b>
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 2.596	\$ 779	\$ 1.817
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 2.596</b>	<b>\$ 779</b>	<b>\$ 1.817</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 3.000	\$ 900	\$ 2.100
ELABORACION DEL PROYECTO	\$ 1.500	\$ 450	\$ 1.050
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>\$ 4.500</b>	<b>\$ 1.350</b>	<b>\$ 3.150</b>
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>	<b>\$ 58.414</b>	<b>\$ 17.524</b>	<b>\$ 40.890</b>

Elaborado por: Autora

#### 4.1.3.4 Estructura de Financiamiento

La estructura de financiamiento permite identificar el origen de los recursos del proyecto, es decir si se va a financiar con recursos propio, recursos de financiamiento, etc.

La estructura de financiamiento para la inversión inicial del proyecto, será la siguiente:

**TABLA No. 73 Estructura de Financiamiento**

<b>ESTRUCTURA FINANCIAMIENTO</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Valor Inversión US\$</b>	<b>Porcentaje Financiamiento</b>
Capital Propio	\$ 17.524	30%
Capital Financiado	\$ 40.890	70%
<b>Total Financiamiento</b>	<b>\$ 58.414</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Autora

Los valores correspondientes a la amortización de la deuda, que el proyecto deberá realizar por el pago de intereses y capital a través del financiamiento con el Banco es:

**TABLA No. 74 Tabla de Amortización**

<b>TASA DE AMORTIZACION</b>					
CAPITAL		<b>40.890</b>			
INTERES		10,50%			
PLAZO		5			
<b>ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO</b>					
<b>PERIODOS</b>	<b>AMORTIZACION</b>	<b>INTERESES</b>	<b>CAPITAL REDUCIDO</b>	<b>DIVIDENDO</b>	
1	6.631	4.293	34.258	10.925	
2	7.328	3.597	26.931	10.925	
3	8.097	2.828	18.834	10.925	
4	8.947	1.978	9.887	10.925	
5	9.887	1.038	0	10.925	

**Elaborado por:** Autora

#### **4.1.4 Punto de Equilibrio**

El punto de equilibrio es el punto donde no existe ganancia ni pérdida para la empresa, es el método que sirve para determinar el volumen de ventas en el cual una organización cubre los costos sin ganar ni perder dinero.

Para el cálculo del punto de equilibrio se utilizó la siguiente fórmula:

#### CALCULO PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES

$$PE_{\$} = \frac{CFT}{(P - CVu)}$$

En donde:

**P.E. (\$)** = |Punto de equilibrio monetario

**CF** = Costo fijo

**CV** = Costo Variable

**VT** = Ventas Totales.

#### CALCULO PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CVU}{V}}$$

En donde:

**P.E. (Q)** = Punto de equilibrio en cantidad

**CFT** = Costo fijo total

**CVU** = Costo Variable Unitario

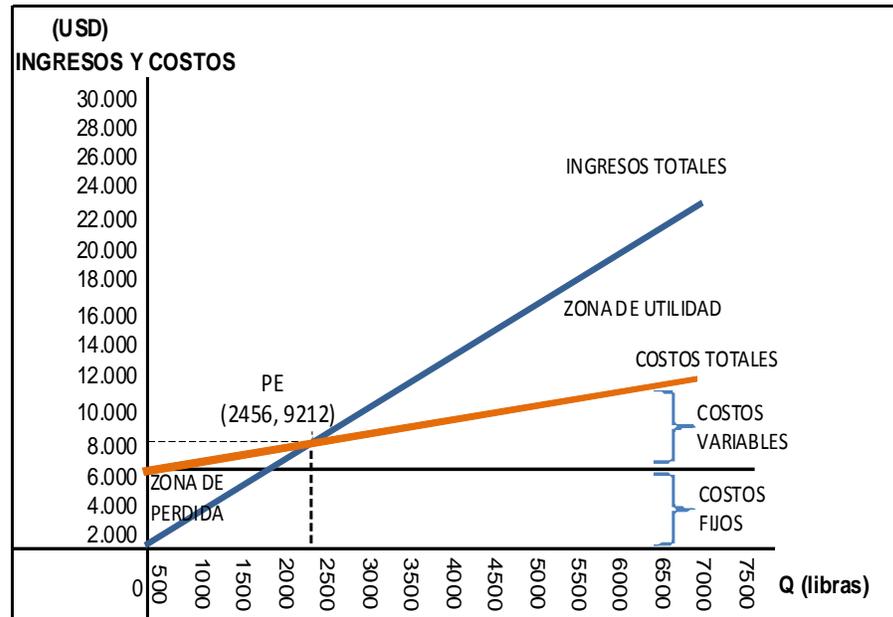
Ya determinado los ingresos, los costos tanto fijos como variables se proceden a calcular el punto de equilibrio en unidades monetarias, el cual se lo presenta a continuación:

**TABLA No. 75 Punto de Equilibrio**

PUNTO DE EQUILIBRIO						
Item	Unidades	CF	CV	YT	PE US\$	PE Lb
Año 1	30863 lb	7.185	20.370	92.590	9.212	2.456
Año 2	31336 lb	7.185	22.177	94.009	9.403	2.508
Año 3	31799 lb	7.185	24.145	95.398	9.620	2.565
Año 4	32251 lb	7.185	26.291	96.753	9.866	2.631
Año 5	32690 lb	7.185	28.630	98.069	10.147	2.706
<b>Total</b>	<b>158.940</b>	<b>35.925</b>	<b>121.613</b>	<b>476.819</b>	<b>48.248</b>	<b>12.866</b>

**Elaborado por:** Autora

## GRAFICO No. 21 PUNTO DE EQUILIBRIO



“Fast Clean” se encuentra en su punto de equilibrio cuando lava 92590lb de ropa.

### 4.2 Estados Financieros Proyectados

“Los estados financieros se requieren principalmente para realizar evaluaciones y tomar decisiones de carácter económico. De ahí que la información consignada en los estados financieros deba ser muy confiable.”<sup>30</sup>

<sup>30</sup> PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Econ. Edilberto Meneses, tercera edición, Pág. 132.

## **4.2.1 Del Proyecto**

### **4.2.1.1 Estado De Resultados (Pérdidas y Ganancias)**

El Estado de Resultados detalla los ingresos y egresos esperados de las empresas durante un periodo determinado en el futuro.

El estado de resultados, permite conocer la utilidad que generará Fast Clean para lo cual se presentan los siguientes estados de resultados enfocados sin financiamiento y con financiamiento.

**TABLA No. 76 Estado de Resultados Con Financiamiento**

<b>ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIAMIENTO</b>					
<b>Detalle</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
VENTAS NETAS	\$ 74.072	\$ 75.207	\$ 76.318	\$ 77.402	\$ 78.456
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 34.770	\$ 34.770	\$ 34.770	\$ 34.770	\$ 34.770
<b>(=)UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 39.302</b>	<b>\$ 40.437</b>	<b>\$ 41.548</b>	<b>\$ 42.632</b>	<b>\$ 43.686</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 9.585	\$ 9.585	\$ 9.585	\$ 9.585	\$ 9.585
DEP. EQUIPO DE COMPUTO	\$ 232	\$ 232	\$ 232	\$ 232	\$ 232
DEP. MUEBLES Y ENSERES	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40
DEP. HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	\$ 29	\$ 29	\$ 29	\$ 29	\$ 29
DEP. MAQUINARIA	\$ 2.384	\$ 2.384	\$ 2.384	\$ 2.384	\$ 2.384
DEP. VEHICULOS	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
AMORTIZACIONES	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900
Gastos Financieros	\$ 4.293	\$ 3.597	\$ 2.828	\$ 1.978	\$ 1.038
GASTOS DE VENTAS	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200
<b>(=)UTILIDAD/PERDIDA OPERACIONAL</b>	<b>\$ 17.639</b>	<b>\$ 19.470</b>	<b>\$ 21.351</b>	<b>\$ 23.285</b>	<b>\$ 25.278</b>
15 % PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 2.646	\$ 2.921	\$ 3.203	\$ 3.493	\$ 3.792
<b>(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 14.993</b>	<b>\$ 16.550</b>	<b>\$ 18.149</b>	<b>\$ 19.793</b>	<b>\$ 21.486</b>
25% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 3.748	\$ 4.137	\$ 4.537	\$ 4.948	\$ 5.372
<b>(=)UTILIDAD/PERDIDA NETA</b>	<b>\$ 11.245</b>	<b>\$ 12.412</b>	<b>\$ 13.611</b>	<b>\$ 14.845</b>	<b>\$ 16.115</b>

Elaborado por: Autora

**TABLA No. 77 Estado de Resultados Sin Financiamiento**

<b>ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIAMIENTO</b>					
<b>Detalle</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
VENTAS NETAS	\$ 74.072	\$ 75.207	\$ 76.318	\$ 77.402	\$ 78.456
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 34.770	\$ 34.770	\$ 34.770	\$ 34.770	\$ 34.770
<b>(=)UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 39.302</b>	<b>\$ 40.437</b>	<b>\$ 41.548</b>	<b>\$ 42.632</b>	<b>\$ 43.686</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 9.585	\$ 9.585	\$ 9.585	\$ 9.585	\$ 9.585
DEP. EQUIPO DE COMPUTO	\$ 232	\$ 232	\$ 232	\$ 232	\$ 232
DEP. MUEBLES Y ENSERES	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40
DEP. HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	\$ 29	\$ 29	\$ 29	\$ 29	\$ 29
DEP. MAQUINARIA	\$ 2.384	\$ 2.384	\$ 2.384	\$ 2.384	\$ 2.384
DEP. VEHICULOS	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
AMORTIZACIONES	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900
GASTOS DE VENTAS	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200
<b>(=)UTILIDAD/PERDIDA OPERACIONAL</b>	<b>\$ 21.932</b>	<b>\$ 23.068</b>	<b>\$ 24.179</b>	<b>\$ 25.263</b>	<b>\$ 26.316</b>
15 % PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 3.290	\$ 3.460	\$ 3.627	\$ 3.789	\$ 3.947
<b>(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 18.642</b>	<b>\$ 19.607</b>	<b>\$ 20.552</b>	<b>\$ 21.474</b>	<b>\$ 22.369</b>
25% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 4.661	\$ 4.902	\$ 5.138	\$ 5.368	\$ 5.592
<b>(=)UTILIDAD/PERDIDA NETA</b>	<b>\$ 13.982</b>	<b>\$ 14.706</b>	<b>\$ 15.414</b>	<b>\$ 16.105</b>	<b>\$ 16.777</b>

Elaborado por: Autora

#### 4.2.1.2 Flujos Netos De Fondos

El estado de flujo de fondos permite determinar las necesidades de financiamiento y la posibilidad de generar recursos para cubrir con las obligaciones que se adquiriera.

Existen dos tipos de Estado de Flujos Netos de Fondos, los del proyecto y los del inversionista.

- ▣ Flujo Neto de Fondos del Proyecto se refiere a resultados sin financiación.

- ▣ Flujo Neto de Fondos del Inversionista se refiere a resultados con financiamiento externo.

*“Fast Clean”* utiliza los siguientes flujos de fondos:

**TABLA No. 78 Flujo de Fondos Con Financiamiento**

<b>FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO</b>						
<b>AÑO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>VENTAS</b>		\$ 74.072	\$ 75.207	\$ 76.318	\$ 77.402	\$ 78.456
COSTO DE VENTAS		\$ 34.770	\$ 34.770	\$ 34.770	\$ 34.770	\$ 34.770
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 9.585	\$ 9.585	\$ 9.585	\$ 9.585	\$ 9.585
GASTOS DE VENTAS		\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200
DEP. EQUIPO DE COMPUTO		\$ 232	\$ 232	\$ 232	\$ 232	\$ 232
DEP. MUEBLES Y ENSERES		\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40
DEP. HERRAMIENTAS Y EQUIPOS		\$ 29	\$ 29	\$ 29	\$ 29	\$ 29
DEP. MAQUINARIA		\$ 2.384	\$ 2.384	\$ 2.384	\$ 2.384	\$ 2.384
DEP. VEHICULOS		\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
AMORTIZACIONES		\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		\$ 21.932	\$ 23.068	\$ 24.179	\$ 25.263	\$ 26.316
GASTOS FINANCIEROS		\$ 4.293	\$ 3.597	\$ 2.828	\$ 1.978	\$ 1.038
<b>UTILIDAD ANTES DE PT</b>		\$ 17.639	\$ 19.470	\$ 21.351	\$ 23.285	\$ 25.278
PARTICIPACION TRABAJADORES		\$ (2.646)	\$ (2.921)	\$ (3.203)	\$ (3.493)	\$ (3.792)
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP</b>		\$ 14.993	\$ 16.550	\$ 18.149	\$ 19.793	\$ 21.486
IMPUESTO A LA RENTA		\$ (3.748)	\$ (4.137)	\$ (4.537)	\$ (4.948)	\$ (5.372)
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 11.245	\$ 12.412	\$ 13.611	\$ 14.845	\$ 16.115
DEP. EQUIPO DE COMPUTO		\$ 232	\$ 232	\$ 232	\$ 232	\$ 232
DEP. MUEBLES Y ENSERES		\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40
DEP. HERRAMIENTAS Y EQUIPOS		\$ 29	\$ 29	\$ 29	\$ 29	\$ 29
DEP. MAQUINARIA		\$ 2.384	\$ 2.384	\$ 2.384	\$ 2.384	\$ 2.384
DEP. VEHICULOS		\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
AMORTIZACIONES		\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900
<b>PAGO PRINCIPAL CREDITO LP</b>		\$ 6.631	\$ 7.328	\$ 8.097	\$ 8.947	\$ 9.887
<b>INVERSION INICIAL</b>	\$ (58.414)					
Activo Fijo	\$ (51.318)					
Activo Diferido	\$ (4.500)					
Inversión Capital de Trabajo	\$ (2.596)					\$ 2.596
<b>PRESTAMO</b>	\$ 40.890					
<b>INVERSION DE REEMPLAZO</b>						
Equipo de cómputo					\$ 773	
<b>VALOR DE SALVAMENTO</b>						
Equipo de cómputo				\$ 77		\$ 309
Muebles y enseres						\$ 245
Herramientas y equipos						\$ 158
Maquinaria						\$ 17.880
Vehículos						\$ 5.000
<b>FLUJO DE CAJA</b>	\$ (17.524)	\$ 11.198	\$ 11.669	\$ 12.176	\$ 11.709	\$ 39.000

Elaborado por: Autora

**TABLA No. 79 Flujo de Fondos Sin Financiamiento**

<b>FLUJO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO</b>						
<b>AÑO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>VENTAS</b>		\$ 74.072	\$ 75.207	\$ 76.318	\$ 77.402	\$ 78.456
COSTO DE VENTAS		\$ 34.770	\$ 34.770	\$ 34.770	\$ 34.770	\$ 34.770
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 9.585	\$ 9.585	\$ 9.585	\$ 9.585	\$ 9.585
GASTOS DE VENTAS		\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200
DEP. EQUIPO DE COMPUTO		\$ 232	\$ 232	\$ 232	\$ 232	\$ 232
DEP. MUEBLES Y ENSERES		\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40
DEP. HERRAMIENTAS Y EQUIPOS		\$ 29	\$ 29	\$ 29	\$ 29	\$ 29
DEP. MAQUINARIA		\$ 2.384	\$ 2.384	\$ 2.384	\$ 2.384	\$ 2.384
DEP. VEHICULOS		\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
AMORTIZACIONES		\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		\$ 21.932	\$ 23.068	\$ 24.179	\$ 25.263	\$ 26.316
<b>UTILIDAD ANTES DE PT</b>		\$ 21.932	\$ 23.068	\$ 24.179	\$ 25.263	\$ 26.316
PARTICIPACION TRABAJADORES		\$ (3.290)	\$ (3.460)	\$ (3.627)	\$ (3.789)	\$ (3.947)
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP</b>		\$ 18.642	\$ 19.607	\$ 20.552	\$ 21.474	\$ 22.369
IMPUESTO A LA RENTA		\$ (4.661)	\$ (4.902)	\$ (5.138)	\$ (5.368)	\$ (5.592)
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 13.982	\$ 14.706	\$ 15.414	\$ 16.105	\$ 16.777
DEP. EQUIPO DE COMPUTO		\$ 232	\$ 232	\$ 232	\$ 232	\$ 232
DEP. MUEBLES Y ENSERES		\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40
DEP. HERRAMIENTAS Y EQUIPOS		\$ 29	\$ 29	\$ 29	\$ 29	\$ 29
DEP. MAQUINARIA		\$ 2.384	\$ 2.384	\$ 2.384	\$ 2.384	\$ 2.384
DEP. VEHICULOS		\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
AMORTIZACIONES		\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900
<b>INVERSION INICIAL</b>	\$ (58.414)					
Activo Fijo	\$ (51.318)					
Activo Diferido	\$ (4.500)					
Inversión Capital de Trabajo	\$ (2.596)					\$ 2.596
<b>INVERSION DE REEMPLAZO</b>						
Equipo de cómputo				\$ 773		
<b>VALOR DE SALVAMENTO</b>						
Equipo de cómputo				\$ 77		\$ 309
Muebles y enseres						\$ 245
Herramientas y equipos						\$ 158
Maquinaria						\$ 17.880
Vehículos						\$ 5.000
<b>FLUJO DE CAJA</b>	\$ (58.414)	\$ 20.566	\$ 21.290	\$ 21.303	\$ 22.690	\$ 49.548

Elaborado por: Autora

## 4.3 Evaluacion Financiera

La evaluación financiera permite determinar la factibilidad o no de un proyecto y si éste es conveniente para el inversionista.

### 4.3.1 Determinacion de la tasa de descuento

“La tasa de descuento es utilizada para calcular el valor presente de un importe futuro. A mayor tasa de descuento, menor precio del instrumento.”<sup>31</sup>

Mediante la tasa de descuento se determinara el valor actual de los flujos futuros del para Fast Clean, constituye además la tasa mínima aceptable de evaluación de un proyecto.

#### **TASA DE DESCUENTO DEL PROYECTO (Sin Financiamiento)**

La tasa de descuento es de 12%, la misma que se calcula utilizando un 10% que corresponde al Rendimiento bonos del estado y una tasa de riesgo del 2%.

---

<sup>31</sup> Chain Nassir Sapag, Preparación y Evaluación de Proyectos

**TABLA No. 80 Tasa de Descuento del Proyecto (SIN FINANCIAMIENTO)**

TASA MINIMA ACEPTABLE DEL RENDIMIENTO	
TASA DE DESCUENTO	15%
Rendimiento Bonos Estado	11%
Tasa pasiva en ahorros	2%
Tasa de riesgo	2%

Elaborado por: Autora

**TASA DE DESCUENTO DEL INVERSIONISTA (Con Financiamiento)**

Para determinar la tasa de descuento con financiamiento se ha considerado la siguiente formula:

*Costo Promedio Ponderado del Capital (CPPC)*

$$CPPC = \left(\frac{C}{C + D}\right) * rs + \left(\frac{D}{C + D}\right) * rd(1 - t)$$

**TABLA No. 81 Tasa de Descuento (CON FINANCIAMIENTO)**

Costo Promedio ponderado De Capital		
% Capital propio	C =	30,00%
% Deuda	D =	70,00%
costo de oportunidad	rs =	14,9%
Tasa de interés Capital	rd =	10,5%
Tasa impositiva	t =	36,25%
CPPC =		9,16%

Elaborado por: Autora

## 4.3.2 Evaluación Financiera del Proyecto (SIN FINANCIAMIENTO)

### 4.3.2.1 Criterios de Evaluación

Los criterios de evaluación son técnicas mediante las cuales se analiza si un proyecto es conveniente o no al inversionista.

La decisión de seleccionar una inversión se la puede evaluar utilizando

#### Métodos de Evaluación:

**Dinámicos:** Miden el valor del dinero en el tiempo a través de la TMR estos son:

- ☒ Valor Actual Neto (VAN)
- ☒ Tasa Interna de Retorno (TIR%)
- ☒ Relación Beneficio Costo (R B/C )

**Estáticos:** Refleja el tiempo en el cual el proyecto recupera su inversión inicial, se lo conoce como:

- ☒ Periodo de Recuperación

### 4.3.2.2 Valor Actual Neto

“En términos generales, el Valor Actual Neto es un método de evaluación mediante el cual se mide la viabilidad económica financiera de invertir en un proyecto determinado.”<sup>32</sup>

El Valor Actual Neto se utiliza con mayor frecuencia para tomar decisiones de inversión en activos fijos.

Su formulación es la siguiente:

$$\text{VAN} = \text{Valor Actual del Flujo de Fondos} - \text{Inversión Inicial}$$

En términos matemáticos para calcular el VAN del proyecto se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \frac{\text{FNF1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNF2}}{(1+i)^2} + \dots + \frac{\text{FNF}_n}{(1+i)^n} - \text{II}$$

**Donde:**

**FNF** : Representa Fondo Neto de Flujos

**i** : Tasa de descuento

**t** : Período

**II** : Inversión Inicial

---

<sup>32</sup> [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

- \* Si VAN > 0, el proyecto se debe aceptar.
- \* Si VAN = 0, el proyecto no se acepta, resulta mejor escoger otras alternativas de inversión, ya que esa no genera beneficio alguno.
- \* Si VAN < 0, el proyecto no vale la pena, ya que las otras alternativas de inversión arrojan mayor beneficio.

A continuación se presentan el cálculo de VAN del proyecto (sin financiamiento):

**TABLA No. 82 VAN del Proyecto (SIN FINANCIAMIENTO)**

VALOR ACTUAL NETO			
PERIODOS	FLUJO	TASA	VALOR ACTUAL
AÑO 0	- 58.413,92		- 58.414
AÑO 1	20.566,21	15%	17.895
AÑO 2	21.289,90	15%	16.118
AÑO 3	21.302,71	15%	14.032
AÑO 4	22.689,54	15%	13.004
AÑO 5	49.548,48	15%	24.709
<b>VAN</b>			<b>27.345</b>

Elaborado por: Autora

### ANALISIS

Aplicando la fórmula y los valores correspondientes obtenemos que el VAN del proyecto es \$ **27.345** lo que demuestra hasta el momento con los cálculos realizados se justifica el financiamiento.

### 4.3.2.3 Tasa Interna de Retorno

“La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.”<sup>33</sup>

La TIR mide la rentabilidad del dinero que se mantendrá dentro del proyecto.

Para el cálculo de la TIR se aplicó la siguiente fórmula:

$$TIR = TD_i + (TD_s - TD_i) \left( \frac{VAN_i}{VAN_i + VAN_s} \right)$$

**Donde:**

**TD<sub>i</sub>** : Tasa de Descuento Inferior

**TD<sub>s</sub>** : Tasa de Descuento Superior

**VAN<sub>i</sub>** : Valor actual neto a la Tasa de Descuento Inferior.

**VAN<sub>s</sub>** : Valor actual neto a la Tasa de Descuento Superior.

**VAN<sub>i</sub> - VAN<sub>s</sub>**: Suma de los valores absolutos de los valores actuales netos (VAN) obtenidos a las tasa de descuento inferior y superior.

---

<sup>33</sup> www.wikipedia.com

- Si  $TIR \geq TMAR$  → Se aceptará el proyecto.
- Si  $TIR < TMAR$  → Se rechazará el proyecto.
- Si  $TIR = TMAR$  → El proyecto da una rentabilidad igual a la rentabilidad mínima requerida, no genera ni ganancias ni pérdidas.

A continuación se presentan el cálculo de la TIR del proyecto (sin financiamiento):

**TABLA No. 83 TIR del Proyecto (SIN FINANCIAMIENTO)**

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)					
PERIODOS	FLUJO	TASA	VALOR ACTUAL	TASA	VALOR ACTUAL
AÑO 0	- 58.414		- 58.414		- 58.414
AÑO 1	20.566	30,00%	15.820	31,00%	15.699
AÑO 2	21.290	30,00%	12.598	31,00%	12.406
AÑO 3	21.303	30,00%	9.696	31,00%	9.476
AÑO 4	22.690	30,00%	7.944	31,00%	7.704
AÑO 5	49.548	30,00%	13.345	31,00%	12.843
<b>TOTALES</b>			<b>989,17</b>		<b>- 284,98</b>

**TIR = 30,78%**

Elaborado por: Autora

### **ANALISIS:**

El porcentaje de la tasa Interna de Retorno para que el VAN se haga cero es **30,70 %** a mayor TIR mayor rentabilidad, el porcentaje es alto debido al volumen de ventas que maneja el proyecto.

#### 4.3.2.4 Relación Beneficio / Costo

“La relación Beneficio/costo está dada por la relación de los Ingresos y los Egresos calculados. El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

- $B/C > 1$  implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.
- $B/C = 1$  implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.
- $B/C < 1$  implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.”<sup>34</sup>

Este método no difiere mucho del VAN, ya que se fundamenta en los mismos conceptos sobre los flujos de fondos descontados.

Para el cálculo de la Relación Beneficio/ Costo se aplicó la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{\text{Valor Actual del Flujo de Fondos}}{\text{Inversión Inicial}}$$

---

<sup>34</sup> [www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/26/bc.htm](http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/26/bc.htm) - 56k

A continuación se presentan el cálculo de Relación Beneficio/Costo del proyecto (sin financiamiento):

**TABLA No. 84 Relación Beneficio Costo del Proyecto (SI FINANCIAMIENTO)**

RELACION BENEFICIO /COSTO	
VALOR ACTUAL FLUJOS	85.759
INVERSION	58.414
<b>BENEFICIO COSTO</b>	<b>1,47</b>

Elaborado por: Autora

### **ANALISIS:**

La relación beneficio/costo con financiamiento es mayor que 1, por lo que el proyecto es rentable, ya que por cada dólar invertido se obtendría de beneficio **\$0,47** centavos de dólar.

### **4.3.2.5 Periodo de Recuperación del Proyecto**

"El plazo de recuperación de una inversión o período de repago, señala el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial, sobre la base del flujo de fondos que genere en cada período durante la vida útil del proyecto".<sup>35</sup>

Para el cálculo del Período de Recuperación, se aplica la siguiente fórmula:

---

<sup>35</sup> LARA Juan, Administración Financiera, Edición 2007, Pág. 103

$$\text{Periodo de Recuperacion} = \frac{\text{Inversion Inicial} - \text{Flujo Neto Actualizado del primer Año}}{\text{Flujo Actualizado del Siguiete Año}}$$

**TABLA No. 85 Periodo de Recuperación (SIN FINANCIAMIENTO)**

PERIODO DE RECUPERACION		
Año 0	-	58.413,92
Año 1		17.894,55 - 40.519,37
Año 2		16.117,84 - 24.401,53
Año 3		14.032,49 - 10.369,04
Año 4		13.004,45
Año 5		24.709,46

<b>Período de recuperacion</b>
3 años, 9 meses, 17días

Elaborado por: Autora

**ANALISIS:**

La inversión inicial con financiamiento se recupera en 3 años, 9 meses, 17 días, tal como lo se muestra en el cuadro.

### 4.3.2.6 Analisis de Sensibilidad

“El análisis de sensibilidad revela el efecto que tienen las variaciones sobre la rentabilidad en los pronósticos de las variables relevantes. La evaluación del proyecto será sensible a las variaciones de uno o más parámetros sí, al incluir estas variaciones en el criterio de evaluación empleado, la decisión inicial cambia. La importancia de este análisis se manifiesta en el hecho de que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto pueden tener desviaciones con efectos de consideración en la medición de sus resultados.”<sup>36</sup>

El análisis de sensibilidad nos muestra el impacto que tendrían ciertos factores de un proyecto al cambiar algunas variables del mismo.

**TABLA No. 86 Analisis de Sencibilidad (SIN FINANCIAMIENTO)**

Analisis de Sensibilidad Sin Financiamiento					
	TIR	VAN	RBC	PRRI	RESULTADO
DISMINUCION DEL 18% EN LAS VENTAS	13,81%	1410	1,02	4 AÑOS, 2 MESES, 5 DIAS	SENSIBLE
EN CONDICIONES ESPERADAS	30,78%	27.345	1,47	3 AÑOS, 9 MESES, 17 DIAS	VIABLE
INCREMENTO DEL 5% EN LAS VENTAS	35,41%	40.617	1,7	4 AÑOS, 2 MESES, 5 DIAS	SENSIBLE

Elaborado por: Autora

#### **ANALISIS:**

- Ante un escenario pesimista, cuando el proyecto es financiado podría soportar una disminución en las ventas hasta el 18% lo cual produce una TIR de 13,81%, lo cual nos muestra una mayor sensibilidad.

---

<sup>36</sup> N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos

- El aumento de las venats de un 5% manteniendo el resto de parámetros iguales es poco sensible en relación con el TIR y VAN originales.

### 4.3.3 Evaluacion financiera del inversionista (Con Financiamiento)

#### 4.3.3.1 Criterios de Evaluacion

##### 4.3.3.1.1 Valor Actual Neto

A continuación se presentan el cálculo de VAN del Inversionista (con financiamiento):

**TABLA No. 87 VAN del Inversionista (CON FINANCIAMIENTO)**

VALOR ACTUAL NETO			
PERIODOS	FLUJO	TASA	VALOR ACTUAL
AÑO 0	- 17.524		- 17.524
AÑO 1	11.198	9,16%	10.258
AÑO 2	11.669	9,16%	9.792
AÑO 3	12.176	9,16%	9.360
AÑO 4	11.709	9,16%	8.245
AÑO 5	39.000	9,16%	25.157
<b>VAN</b>			<b>45.287</b>

Elaborado por: Autora

### ANALISIS

Aplicando la fórmula y los valores correspondientes obtenemos que el VAN del proyecto es \$ **45.287** lo que demuestra hasta el

momento con los cálculos realizados se justifica el financiamiento.

#### 4.3.3.1.2 Tasa Interna de Retorno

A continuación se presentan el cálculo de la TIR del Inversionista (con financiamiento):

**TABLA No. 88 TIR del Inversionista (CON FINANCIAMIENTO)**

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)					
PERIODOS	FLUJO	TASA	VALOR ACTUAL	TASA	VALOR ACTUAL
AÑO 0	- 17.524		- 17.524		- 17.524
AÑO 1	11.198	68,00%	6.665	69,00%	6.626
AÑO 2	11.669	68,00%	4.134	69,00%	4.086
AÑO 3	12.176	68,00%	2.568	69,00%	2.523
AÑO 4	11.709	68,00%	1.470	69,00%	1.435
AÑO 5	39.000	68,00%	2.914	69,00%	2.829
<b>TOTALES</b>			<b>227,65</b>		<b>- 25,58</b>

**TIR = 68,90%**

Elaborado por: Autora

#### **ANALISIS:**

El porcentaje de la tasa Interna de Retorno para que el VAN se haga cero es **68,90 %** a mayor TIR mayor rentabilidad, el porcentaje es alto debido al volumen de ventas que maneja el proyecto.

#### 4.3.3.1.3 Relación Beneficio / Costo

A continuación se presentan el cálculo de Relación Beneficio/ Costo del Inversionista (con financiamiento):

**TABLA No. 89 Relación Beneficio / Costo del Inversionista (CON FINANCIAMIENTO)**

RELACION BENEFICIO/COSTO	
VALOR ACTUAL FLUJOS	62.811
INVERSION	17.524
<b>BENEFICIO COSTO</b>	<b>3,58</b>

Elaborado por: Autora

#### **ANALISIS:**

La relación beneficio/costo con financiamiento es mayor que 1, por lo que el proyecto es rentable, ya que por cada dólar invertido se obtendría de beneficio **\$2,58** centavos de dólar.

#### 4.3.3.1.4 Periodo de Recuperación de la Inversión

A continuación se presentan el cálculo para el periodo de recuperación del Inversionista (con financiamiento):

**TABLA No. 90 Periodo de Recuperación del Inversionista (CON FINANCIAMIENTO)**

PERIODO DE RECUPERACION			
Año 0	-	17.524	
Año 1		10.258	- 7.266
Año 2		9.792	2.526
Año 3		9.360	
Año 4		8.245	
Año 5		25.157	

Período de recuperación
1 años, 8 meses, 27 días

**Elaborado por:** Autora

**ANALISIS:**

La inversión inicial sin financiamiento se recupera en 1 años, 8 meses, 27 días, tal como lo se muestra en el cuadro.

#### 4.3.3.1.5 Analisis de Sensibilidad

**TABLA No. 91 Analisis de Sensibilidad (CON FINANCIAMIENTO)**

Analisis de Sensibilidad Con Financiamiento					
	TIR	VAN	RBC	PRRI	RESULTADO
DISMINUCION DEL 24% EN LAS VENTAS	9,41%	666	1,04	4 AÑOS, 11 MESES, 17 DIAS	SENSIBLE
EN CONDICIONES ESPERADAS	68,90%	45.287	3,58	1 AÑOS, 8 MESES, 27 DIAS	VIABLE
INCREMENTO DEL 5% EN LAS VENTAS	81,84%	55.991	4,2	1 AÑOS, 5 MESES, 2 DIAS	SENSIBLE

Elaborado por: Autora

#### **ANALISIS:**

El Aumento del 24% en las ventas para el proyecto con financiamiento refleja un TIR y VAN sensible en relación con los indicadores de origen, pero pese a esta sensibilidad podemos visualizar que el proyecto sigue siendo viable.

La incrementon del 5% en las ventas, manteniendo los costos originales, nos muestra una mayor sensibilidad.

## CAPITULO 5

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

- ❖ El tamaño del proyecto determinó que se pretende iniciar con el 8% del total de la demanda insatisfecha para el año 2010 esto quiere decir que se ajusta a la capacidad de esta empresa con la participación de 84,55 libras por día, por lo que "*Fast Clean*" tendrá muy buena acogida.
- ❖ "*Fast Clean*" se ubicará en el Canton Rumiñahui, Parroquia de Sangolquí, en la Av.Rumiñahui, frente a la ESPE, se determino por un análisis realizado, primordialmente por la disponibilidad y cercanía a cada uno de los requerimientos para la ejecución del proyecto.
- ❖ La empresa estará constituida dentro del marco legal como una Compañía de Responsabilidad Limitada, por tres accionistas responsables y solidarios.
- ❖ La evaluación financiera realizada refleja la rentabilidad y viabilidad del proyecto, incluso en casos extremos que se plantean en el análisis de sensibilidad.

## 5.2 Recomendaciones

- ❖ Ejecutar en el menor tiempo posible la presente alternativa de negocio para mantener su atractivo y aprovechar las oportunidades de mercado que se presentan con él.
- ❖ Mantener investigaciones de mercado constantes, representa la base de una buena toma de decisiones en el sector, además, de brindar información sobre nuevos mercados potenciales que puedan estar localizados en otros sectores del país.
- ❖ Disponer de todos los recursos necesarios al momento de su aplicación para mantener los criterios de estudio originalmente presentados y desarrollar correctamente la presente propuesta de negocio.
- ❖ Se recomienda, ofrecer un servicio de calidad y diferenciado, basado en el valor agregado, orientado hacia la satisfacción de las necesidades de los clientes.

## BIBLIOGRAFIA

### LIBROS

SAPAG Chain, Nassir; SAPAG Chain Reinaldo; "Preparación y Evaluación de Proyectos"; Editorial Mc Graw – Hill: Quinta Edición; 2007; pag.43

SAPAG Chain, Nassir; SAPAG Chain Reinaldo; "Preparación y Evaluación de Proyectos"; Editorial Mc Graw – Hill: Quinta Edición; 2007; pag.42

NACIONAL FINANCIERA;"Guía para la Formulación y Evaluación de proyectos de Inversión"; Pag.21

MALHOTRA Naresh K.: Investigación de Mercados – Un enfoque Aplicado, Cuarta edición, 2004, Editorial Pearson Educación; Pág. 6

PLANS José I; "Enciclopedia de Marketing y Ventas"; Editorial Océano; Pág. 16

MENESES Edilberto: Preparación y Evaluación de Proyectos, tercera edición, 2005, Quito, Quality Print. Quito.

SAPAG, Chain Nassir, "Preparación y Evaluación de Proyectos". McGraw Hill., 4ta. Edición, 2003

N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, Cuarta edición, 2000, Pág. 45

BACA Urbina Gabriel: Evaluación de proyectos, Tercera Edición,1995, México D.F Colección McGraw-Hill.

Preparación y Evaluación de Proyectos, Econ. Edilberto Meneses

PRIETO Jorge Elicer, Los proyectos: La razón de ser del presente.

ALEGRE F. Jenner: Formulación y Evaluación de proyectos de inversión, 1997, Lima, Editorial América.

Econ. Edilberto Meneses, tercera edición, Pág. 132.Preparación y Evaluación de Proyectos

Chain Nassir Sapag, Preparación y Evaluación de Proyectos

LARA Juan, Administración Financiera, Edición 2007, Pág. 103

N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos.

SAPAG CHAIN, Preparación y Evaluación de Proyectos, Mc.Graw Hill 4 Edición, pag. 189

## **INSTITUCIONES**

Ministerio de Salud Pública del Ecuador.

Cuerpo de Bomberos del Cantón Rumiñahui.

Determinación de Recursos (Rentas) Unidad de Atención al Ciudadano del Ilustre Municipio de Rumiñahui.

## **INTERNET**

[www.gestipolis.com](http://www.gestipolis.com)

[www.Clasificación de las Empresas Clasificación Industrial Internacional Uniforme.mht](http://www.Clasificación.de.las.Emplezas.Clasificación.Industrial.Internacional.Uniforme.mht)

[www.monografias.com/trabajos11/invmerc/invmerc.shtml#TIPOS](http://www.monografias.com/trabajos11/invmerc/invmerc.shtml#TIPOS)

[www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/tipencuch.htm](http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/tipencuch.htm)

[www.monografias.com/trabajos13/segmenty/segmenty.shtml](http://www.monografias.com/trabajos13/segmenty/segmenty.shtml)

[www.rumiñahui.gov.ec](http://www.rumiñahui.gov.ec)

[www.wilipedia.com](http://www.wilipedia.com)

[www.trabajo.com.mx](http://www.trabajo.com.mx)

[www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/26/bc.htm](http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/26/bc.htm) - 56k

[www.supercias.gov.ec](http://www.supercias.gov.ec). Instructivo Societario

## ANEXOS

### ANEXO No. 1 Compañía de Responsabilidad limitada

#### Generalidades

- Se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente.
- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.
- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

#### Sobre los Socios

- Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías

#### Capital

- El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.
- Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación. La participación de cada socio es transmisible por herencia

## Derechos

- A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto.
- A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;
- A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan.

## Obligaciones de los Socios

- Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el Art. 219 de esta Ley.
- Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social.
- Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración.

## Administración

- La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.
- Salvo disposición en contrario de la Ley o del contrato, las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de los socios presentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

**Fuente:** Ley de Compañías

**Elaborado por:** Autora

## ANEXO No. 2 Técnicas de Investigación

Fuentes	Tipo de estudio	Modalidad de ejecución	Métodos de recolección de datos	Alternativa de realización
Primarios	Cuantitativo	Estudios estándar	Observación Interrogatorio (entrevista personal, correos, etc)	Red de ventas Instituto estudios especial Organización propia
	Cualitativo	Estudios estándar	Reunión de grupo  Entrevista en profundidad	Instituto de estudios especial Organización propia Servicio estudios de mercado
Secundarias	Interno en la empresa	Servicios comerciales Administración, finanzas	Elaborados	Otros departamentos sustitutos
	Externo a la empresa	Fuentes convencionales  Centros de documentación	Directos elaboradas	Servicio de estudios de mercado  Otros departamentos sustitutos

**Fuente:** Enciclopedia de Marketing y Ventas

**Elaborado por:** Autora

### **ANEXO No. 3 LEGISLACION AMBIENTAL VIGENTE EN EL ECUADOR**

La Constitución Política de la República del Ecuador (CPRE) es la norma suprema que rige el país. Bajo su mando, existe una serie jerárquica de cuerpos legales que, estando en concordancia con las normas superiores, regula específicamente las actividades humanas en todo ámbito, incluido el medio ambiente. Podemos mencionar los siguientes:

#### **Art. 23, numeral 6:**

El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado y libre de contaminación.

#### **Art. 23, numeral 20:**

El derecho a una calidad de vida que asegure salud, alimentación y nutrición, agua potable, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, recreación, vivienda, vestido y otros servicios sociales necesarios.

#### **Art. 86, Protección ambiental**

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.

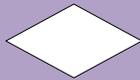
Se declaran de interés público y se regularán conforme a la Ley:

1. 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 para que estos fines se cumplan en 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.

#### **ANEXO No. 4 Clasificación del C.I.I.U**

<b>Código C.I.I.U</b>	<b>9</b>	Servicios Comunes, sociales y personales
<b>Código de la Actividad Económica</b>	9520	Lavanderías y servicios de lavandería; establecimientos de limpieza y teñido.

## ANEXO No. 5 Simbolos de Diagramas de Flujos

	Terminador Límites	o	Indica el inicio o final del proceso
	Operación		Es la actividad que se ejecuta durante el proceso; se puede tener varias entradas pero solo una salida
	Decisión		Representa un punto en el cual se requiere de la toma de una decisión. Dos flechas salen del rombo que muestra la dirección del proceso, en función de la respuesta real.
	Documento		Simboliza al documento resultante de la operación respectiva. En su interior se anota el nombre que corresponda
	Almacenamiento o Archivo	o	Representa el almacenamiento de materia prima, productos en proceso o terminados, también el archivo de documentos si es el caso.
	Dirección de Flujo		Significa el sentido y la secuencia de las etapas del proceso.
	Espera o Demora		Cuando un ítem se coloca en almacenamiento provisional o en espera que se realice la siguiente actividad programada

## **ANEXO 6 Proformas**

