



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PLAN DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO DE ROPA EN EL  
BARRIO EL OLIVO, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE  
IMBABURA.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**AUTORA: ARCINIEGAS, Q. Yajaira. F.**

**DIRECTOR Ing. Marcelo Vallejos**

**IBARRA, FEBRERO, 2015**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto es realizado para dar una respuesta a las necesidades de las familias de Ibarra que en los últimos años han cambiado la forma de vida que llevan, en especial las mujeres, ya que ellas tienen más participación en el ámbito laboral, estudian o realizan otras actividades por ende no disponen de tiempo para esta actividad, el propósito de la investigación es analizar la viabilidad de un proyecto de estas características. Este servicio va dirigido principalmente a las amas de casa, estudiantes universitarios, profesionales, o cualquier tipo de persona que requiera del servicio de lavandería de forma eficiente y garantizando la calidad de las prendas a través de maquinaria específica para cada tipo de prenda. Mediante esta investigación se ha logrado determinar cuáles con las necesidades reales de las familias y como satisfacerlas; establecer cuál es la demanda potencial a satisfacer y cuál va a ser el tamaño del proyecto en función de la capacidad instalada, mediante el diagnostico situacional se conoció las actividades económicas, características, número de personas y su ubicación entre las más importantes esto va a permitir conocer de una manera detallada el entorno en el que la microempresa se va a ver inmerso; realizar un análisis del mercado es un pilar fundamental para un estudio factible ya que en ella se presentan aspectos como la especificación del servicio o producto que se oferte, los requerimientos de los usuarios, las características de la competencia y los precios que se manejan para el servicio de lavado de ropa, mediante ello se establece cuáles son los requerimientos en equipo, insumos y mano de obra que se requiere para brindar un servicio de calidad y calidez. El aspecto financiero da una idea clara de cuál va a ser la inversión real del proyecto y los rubros que contiene cada inversión, se llega además a determinar la estructura organizacional en la que la microempresa se basa para desarrollar y ejecutar sus tareas y funciones.

## SUMMARY

This project is made to respond to the needs of the families of Ibarra who in recent years have changed the way of life they lead, especially women, since they have more participation in the workplace, study or perform other activities therefore do not have time for this activity, the purpose of the research is to analyze the feasibility of a project of this nature. This service is primarily aimed at housewives, college students, professionals, or any person who requires the laundry service efficiently and guarantee the quality of the garments through specific equipment for each type of garment. Through this research it has been possible to determine what are the real needs of families and how to meet them; establish what is the potential demand and what will be the size of the project in terms of installed capacity by the situational analysis of economic activities, features, number of people and it's location among the most important to be known this will let us know in a detailed way the environment in which microenterprise will see immersed to perform a market analysis is a fundamental pillar for a feasibility study because it respects the specification of the service or product on offer, the user's requirements, the characteristics of competition and the prices that are managed are presented for the laundry service, it is set by what the requirements on equipment, supplies and labor required to provide a quality service and warmth. The financial aspect gives a clear idea of what will be the actual investment project and the items contained in each investment, it also comes to determining the organizational structure in which the microenterprise is based to develop and execute their tasks and functions.

**AUTORÍA**

Yo, **Yajaira Fernanda Arciniegas Quiroz**, con C.C. N° 100341403-2 declaro que soy autora exclusiva de la presente investigación y que ésta es original, autentica y personal.

Todos los efectos académicos y legales que se derivan de la siguiente investigación, son de mi exclusiva responsabilidad.



Yajaira Fernanda Arciniegas Quiroz

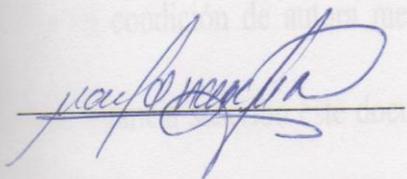
C.C. N° 100341403-2

## ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de trabajo de grado presentado por la egresada **YAJAIRA FERNANDA ARCINIEGAS QUIROZ**, para optar el título de Ingeniero Comercial, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO DE ROPA EN EL BARRIO EL OLIVO, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el mencionado trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 20 días del mes de Agosto del 2014.

Atentamente,



ING. MARCELO VALLEJOS



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

Yo, **Yajaira Fernanda Arciniegas Quiroz**, con cédula de ciudadanía N° 1003414032, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO DE ROPA EN EL BARRIO EL OLIVO, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejecutar plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma):.....

**Nombre:** Yajaira Fernanda Arciniegas Quiroz

**Cédula N° 100341403-2**

Ibarra, a los 23 días del mes de Febrero del 2015



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

#### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD</b>		1003414032	
<b>DIRECCIÓN:</b>		Hugo Guzmán Lara y Marco Tulio Nieto	
<b>EMAIL:</b>		fercha_yaji@hotmail.es	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	5001-913	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0988451476

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	<b>“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO DE ROPA EN EL BARRIO EL OLIVO, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”</b>
<b>AUTORA:</b>	YAJAIRA FERNANDA ARCINIEGAS QUIROZ
<b>FECHA:</b>	2015-02-23
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERO COMERCIAL
<b>ASESOR/DIRECTOR:</b>	ING. MARCELO VALLEJOS

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Yajaira Fernanda Arciniegas Quiroz**, con cédula de ciudadanía N° 1003414032, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad Técnica en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 23 días del mes de Febrero del 2015

**LA AUTORA:**

**ACEPTACIÓN:**



(Firma).....

**Nombre:** Fernanda Arciniegas

**C.C:** 100341403-2



(Firma).....

**Nombre:** Ing. Bethy Chávez

**Cargo:** JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Consejo Universitario \_\_\_\_\_

## **DEDICATORIA**

A Dios por darme la vida y la fuerza para cristalizar cada una de mis metas y objetivos planteados.

Dedico mi trabajo de grado a los hombres más importantes en vida: mi padre que con su esfuerzo y dedicación supo formarme como una persona y profesional con valores y principios bien establecidos, mi esposo que con su apoyo supo darme la guía para alcanzar cada sueño propuesto y a mi hijo que es la luz y la inspiración que cada día me hace ser un ser humano mejor.

No tengo palabras para seguir diciendo el gran regocijo que me da poder terminar esta carrera en donde profesores y compañeros dejan parte de su vida, solo sé que este camino es el comienzo de grandes logros y éxitos.

¡Gracias por apoyarme en este arduo camino!

**Fernanda Arciniegas**

## **AGRADECIMIENTO**

A la UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, especialmente a la Facultad de Ciencias Administrativas y económicas por ser la fuente de aprendizaje de conocimientos y experiencia que cada día guía con calidad y calidez.

Un especial agradecimiento a mi director de Tesis el Ing. Marcelo Vallejos, quien me guió durante el proceso de investigación, brindándome su apoyo profesional, sus conocimientos y su tiempo.

Expreso mi agradecimiento a mi familia por confiar en mi capacidad para tomar la mejor decisión en función de un futuro exitoso.

**Fernanda Arciniegas**

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
SUMMARY .....	iii
AUTORÍA.....	iv
ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vii
IDENTIFICACION DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIAS.....	viii
DEDICATORIA .....	x
AGRADECIMIENTO .....	xi
ÍNDICE GENERAL .....	xii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xix
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxii
PRESENTACIÓN.....	xxiii
ANTECEDENTES .....	xxiv
JUSTIFICACIÓN .....	xxv
OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	xxvi
Objetivo General.....	xxvi
Objetivos Específicos.....	xxvi
ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA.....	xxvii
MÉTODOS .....	xxvii
Inductivo .....	xxvii
Deductivo .....	xxvii
Analítico .....	xxvii
TÉCNICAS .....	xxvii
Observación .....	xxvii
Encuesta .....	xxviii

INSTRUMENTOS.....	xxviii
Cuestionario .....	xxviii
CAPÍTULO I .....	29
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	29
Antecedentes .....	29
Objetivos. ....	30
Objetivo general.....	30
Objetivos específicos .....	30
Variables .....	30
Matriz de relación diagnostica .....	32
Mecánica operativa .....	33
Identificación de la población.....	33
Técnicas e instrumentos .....	33
Información secundaria.....	33
Información bibliográfica .....	34
Ubicación geográfica .....	34
Población .....	35
Densidad demográfica .....	36
Caracterización económica .....	38
Población Económicamente Activa .....	40
Necesidades básicas insatisfechas (NBI).....	41
Requisitos para el funcionamiento de una microempresa.....	42
Matriz AOOR.....	44
Determinación de la oportunidad de la inversión .....	46
CAPÍTULO II.....	47
MARCO TEÓRICO.....	47
Objetivo general.....	47
Lavado de ropa.....	47
Procesos de lavado de ropa .....	47
Calidad del servicio.....	48
Diseño y desarrollo del servicio.....	48
Organización metodológica .....	49
Métodos .....	49
Técnicas .....	50

Instrumentos.....	50
La empresa .....	51
Definición de empresa .....	51
Clasificación de las empresas .....	51
La microempresa.....	51
Definición de microempresa .....	51
Características de una microempresa.....	52
Estudio de mercado.....	52
Producto .....	53
Oferta .....	53
Demanda .....	53
Precio .....	54
Comercialización .....	54
Estudio técnico.....	54
Tamaño del proyecto.....	55
Localización del proyecto .....	55
Ingeniería del proyecto .....	56
Estudio financiero .....	58
Ingresos .....	58
Egresos .....	58
Estado de pérdidas y ganancias.....	60
Flujo de caja.....	60
Evaluación financiera.....	60
Estructura organizacional.....	62
Misión .....	62
Visión .....	62
Organización estructural .....	62
Impactos .....	63
Impacto social .....	63
Impacto económico .....	64
Impacto empresarial.....	64
Impacto ambiental.....	64
Obligaciones tributarias .....	65
Personas naturales.....	65

Deberes de las personas naturales obligadas a llevar contabilidad.....	65
Declaraciones que se deben presentar.....	66
Que es el Registro Único del Contribuyente.....	66
Cuando debo sacar el RUC.....	66
Requisitos para inscribirse en el RUC.....	67
Actualizaciones del RUC.....	67
Plazo para actualizar el RUC.....	68
Requisitos para actualizar el RUC.....	68
Razones para suspender el RUC.....	68
Requisitos para la suspensión del RUC.....	68
Plazo para suspender el RUC.....	69
En caso de fallecimiento del contribuyente.....	69
CAPÍTULO III.....	70
ESTUDIO DE MERCADO.....	70
Objetivos del estudio de mercado.....	70
Objetivo general.....	70
Objetivos específicos.....	70
Variables.....	70
Oferta existente.....	70
Demanda.....	71
Clientes.....	71
Promoción y publicidad.....	71
Precio.....	72
Matriz de variable de mercado.....	73
Identificación del servicio.....	74
Los procesos que se realizaran son los siguientes:.....	75
Mercado meta.....	75
Segmento de mercado.....	76
Identificación de la población.....	76
Cálculo de la muestra.....	77
Análisis de las entrevistas dirigidas a los propietarios de empresas de servicios de lavado de ropa.....	90
Análisis de la oferta.....	107
Proyección de la oferta.....	108

Análisis de la demanda .....	109
Proyección de la demanda .....	110
Determinación de la demanda potencial a satisfacer .....	111
Proyección de la demanda insatisfecha.....	111
Demanda potencial a captar .....	112
Análisis de los precios del servicio de lavado de ropa.....	113
Estrategias de mercado .....	114
Calidad del servicio al cliente .....	114
Estrategia para el precio.....	114
Estrategia para la plaza o distribución .....	114
Estrategias para la promoción o comunicación .....	115
Estrategias de costos .....	115
Estrategias de crecimiento .....	115
Razón social, logotipo y slogan .....	115
Conclusión del estudio de mercado .....	117
CAPÍTULO IV.....	118
ESTUDIO TÉCNICO .....	118
Tamaño del proyecto.....	118
Macro localización.....	119
Micro localización .....	120
Selección de la alternativa óptima .....	120
Distribución de la planta .....	124
Flujograma de procesos .....	125
Requerimiento de recursos y mano de obra.....	126
Requerimiento de Talento Humano .....	126
Requerimiento de Talento Humano .....	126
Requerimiento de maquinaria .....	126
Requerimiento de insumos.....	127
Requerimiento de equipos.....	127
Requerimiento de equipo de oficina .....	128
Requerimiento de servicios básicos .....	128
Requerimiento de muebles y encerados.....	129
Requerimiento de útiles de aseo .....	129
Requerimiento de publicidad .....	130

Mantenimiento de equipos .....	130
Gastos de Operación .....	130
Capital de trabajo .....	131
Determinación de las inversiones .....	131
Financiamiento del proyecto.....	132
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>133</b>
<b>ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO .....</b>	<b>133</b>
Ingresos .....	133
Determinación de egresos .....	133
Talento Humano.....	135
Distributivo de gastos .....	136
Depreciación de activos fijos .....	137
Gastos financieros.....	138
Amortización de la deuda .....	138
Estado de situación financiera .....	140
Estado de resultados proyectado .....	141
Flujo de caja proyectado .....	142
Costo de capital.....	143
Tasa de descuento o rendimiento medio.....	143
Cálculo del valor actual neto (VAN) .....	143
Calculo del TIR.....	144
Calculo del Beneficio / Costo .....	146
Recuperación de la inversión.....	146
Punto de equilibrio.....	146
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>149</b>
<b>ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>149</b>
Aspecto legal de la microempresa .....	149
Nombre de la empresa .....	149
Base filosófica.....	149
Misión .....	150
Visión .....	150
Objetivos .....	150
Políticas .....	151
Principios .....	151

Valores .....	152
Estructura organizativa .....	153
Organigrama estructural.....	153
Manual de funciones .....	154
Gerente general .....	154
Operador de las lavadoras.....	155
Operador de las secadoras.....	157
Contador .....	158
Recepcionista .....	160
CAPÍTULO VII .....	162
IMPACTOS DEL PROYECTO .....	162
Impacto social .....	163
Impacto económico.....	164
Impacto empresarial.....	165
Impacto administrativo .....	166
Impacto comercial.....	167
Impacto ambiental.....	168
CONCLUSIONES .....	169
RECOMENDACIONES.....	171
BIBLIOGRAFÍA .....	173
LINKOGRAFÍA .....	174
ANEXOS .....	175
ANEXO 1 ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE IBARRA	176
ANEXO 2 GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE CENTRO DE LAVADO DE ROPA.....	179

## ÍNDICE DE TABLAS

1. Matriz de relación diagnostica .....	32
2. Superficie, clima .....	35
3. Población masculina y femenina de Ibarra .....	36
4. Densidad poblacional por cantón .....	37
5. Ingreso promedio del hogar .....	39
6. Población económica Ibarra.....	40
7. Matriz de variable de mercado.....	73
8. Forma de limpieza de la ropa.....	78
9. Tiempo para realizar el lavado de la ropa.....	79
10. Días en que se realiza la limpieza de las prendas .....	80
11. Prendas que representan dificultad en el lavado .....	81
12. Cada que tiempo se realiza el lavado de las prendas .....	82
13. Dinero invertido al mes para el lavado de las prendas.....	83
14. Utilización del servicio de lavado.....	84
15. Por que llevan su ropa a centros de lavado .....	85
16. Calificación del servicio percibido de la competencia .....	86
17. Cantidad de ropa que frecuentan lavar.....	87
18. Aceptación del servicio.....	88
19. Frecuencia del uso del servicio de lavado.....	89
20. Oferta del servicio de lavado de ropa actual.....	108
21. Determinación de la tasa de crecimiento .....	108
22. Proyección de la oferta.....	109
23. Demanda de ropa en kilos.....	110
24. Proyección de la demanda .....	111
25. Demanda potencial a satisfacer.....	111
26. Proyección de la demanda a satisfacer.....	112
27. Demanda potencial a captar .....	113
28. Proyección de los precios.....	113
29. Tamaño del proyecto.....	119
30. Matriz locacional .....	122
31. Talento humano operativo .....	126
32. Talento humano administrativo .....	126

33. Maquinaria .....	126
34. Insumos .....	127
35. Equipos .....	127
36. Equipo de oficina .....	128
37. Servicios básicos .....	128
38. Muebles y enseres .....	129
39. Útiles de aseo .....	129
40. Publicidad .....	130
41. Mantenimiento .....	130
42. Gastos de operación .....	130
43. Capital de trabajo .....	131
44. Inversiones y financiamientos.....	131
45. Financiamiento del proyecto.....	132
46. Determinación de ingresos.....	133
47. Determinación de egresos .....	134
48. Comportamiento histórico sueldo básico unificado general .....	135
49. Sueldos proyectados.....	136
50. Distributivo de gastos .....	137
51. Depreciación de activos fijos proyectado .....	138
52. Condiciones de financiamiento.....	138
53. Tabla de amortización.....	139
54. Balance de arranque .....	140
55. Estado de resultados.....	141
56. Flujo de caja proyectado .....	142
57. Costo de capital.....	143
58. Flujos netos actualizados .....	144
59. Flujos netos actualizados .....	145
60. Periodo de recuperación de la inversión .....	146
61. Punto de equilibrio.....	147
62. Escala de valoración cuantitativa.....	162
63. Matriz del impacto social.....	163
64. Matriz del impacto económico.....	164
65. Matriz del impacto empresarial .....	165
66. Matriz del impacto administrativo .....	166

67. Matriz del impacto comercial .....	167
68. Matriz del impacto ambiental .....	168

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Densidad poblacional por cantón.....	37
2. Ingresos del Hogar .....	39
3. Población económica Ibarra.....	41
4. Forma de limpieza de la ropa.....	78
5. Tiempo para realizar el lavado de la ropa.....	79
6. Días en que se realiza la limpieza de la ropa .....	80
7. Prendas que son más difíciles de lavar .....	81
8. Tiempo en que se realiza el lavado de las prendas .....	82
9. Dinero invertido en el lavado de ropa al mes .....	83
10. Utilización del servicio de lavado.....	84
11. Razones para llevar la ropa a centros de lavado .....	85
12. Como califican a la competencia .....	86
13. Cantidad de ropa lavada por los usuarios .....	87
14. Aceptación del servicio.....	88
15. Frecuencia del uso del servicio.....	89

**ÍNDICE DE FIGURAS**

1. Ubicación geográfica .....	34
2. Ibarra y sus parroquias .....	35
3. Logotipo de la Microempresa .....	116
4. Slogan de la Microempresa.....	116
5. Macro localización.....	119
6. Micro localización .....	123
7. Distribución de la planta de la Microempresa .....	124
8. Flujograma de procesos .....	125
9. Logotipo de la Microempresa .....	149
10. Organigrama de la microempresa “Fast Clean” .....	153

## **PRESENTACIÓN**

El presente estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de lavado de ropa, se desarrolló con la finalidad de crear una alternativa de solución en el lavado de las prendas de vestir de las familias de la ciudad de Ibarra.

Las bases teóricas que sustentan al estudio de investigación fueron: microempresa, características de la microempresa, mercado, demanda potencia, oferta y estudio financiero, entre los temas más importantes.

En el estudio de mercado se analizó la demanda potencial a satisfacer, para determinar la factibilidad y viabilidad del proyecto.

El estudio técnico hace referencia a la micro y macro localización del proyecto y a las inversiones en las que se incurrirán para llevar a cabo el proyecto.

En la estructura organizacional se determinó una propuesta administrativa que se compone de la misión, visión, valores, principios y organigrama estructural de la organización.

En la evaluación financiera se determinó todo lo referente a los ingresos, egresos, financiamiento, depreciaciones, balances financieros y evaluadores financieros (TIR Y VAN).

## ANTECEDENTES

El cantón Ibarra se encuentra en la provincia de Imbabura, que pertenece a la región Uno comprendida por las provincias de Carchi, Sucumbíos y Esmeraldas, y cuya capital Ibarra es a su vez capital de esta región.

Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas: y siete parroquias rurales entre las cuales se encuentra El Sagrario.

La parroquia El Sagrario es una parroquia muy comercial y abarrotada de ofertas de entretenimiento, por lo que el sector y la ciudadanía sienten la necesidad de desarrollar proyectos que no solo sirvan de entretenimiento si no que sean también un lugar que aporte una mejora a la sociedad.

En la actualidad el ritmo de vida de la mayor parte de las familias no permite llevar acabo las actividades del hogar, de esta situación nace la idea de proporcionar un servicio de lavado de ropa para agilizar el desempeño de esta actividad.

Un servicio de lavado de ropa reduce el tiempo que implica realizarla; además se lo efectúa de una manera económica, con la finalidad de mantener la calidad de las prendas de vestir.

Este servicio en la ciudad de Ibarra no es muy frecuente debido a la cultura y costumbres de la sociedad; por lo que representa una oportunidad para mejorar la situación de la sociedad.

## JUSTIFICACIÓN

Existen varios motivos para realizar esta investigación entre los principales se encuentra la poca existencia de lugares que brinden el servicio de lavado de ropa en la ciudad de Ibarra.

Además al ofrecer este servicio se brindará mayor comodidad para realizar esta actividad, para lo cual no se dispone de mucho tiempo por diferentes ocupaciones que se realizan en el diario vivir.

Los beneficiarios directos de este servicio serán todos los habitantes de la ciudad de Ibarra en especial los estudiantes de las universidades; que viven en el barrio el Olivo, el cual es caracteriza por tener una alta demanda de estudiantes que viven fuera de la ciudad de Ibarra.

Además la población se beneficiara ya que mediante este servicio se podrá mantener una mejor higiene y presentación.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicio de lavado de ropa en el barrio el Olivo ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un diagnóstico situacional, para determinar la existencia de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de la microempresa de lavado de ropa.
- Elaborar un sustento teórico, mediante la investigación bibliográfica y documentaria.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda existente.
- Realizar el estudio técnico, económico y financiero, para determinar el monto de la inversión y evaluar la factibilidad del proyecto.
- Estructurar la empresa, mediante el análisis de los procedimientos administrativos, operativos, legales y organizacionales, que permitan estructurar la empresa.
- Determinar los posibles impactos que genere el proyecto, mediante investigación de campo.

## **ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA**

### **MÉTODOS**

#### **Inductivo**

Este método se utilizó en el estudio para verificar la existencia de la necesidad de adquirir el servicio de lavado de ropa.

#### **Deductivo**

Este método fue empleado en el proyecto para realizar un análisis general de los beneficios del servicio de lavado de ropa, y qué ventajas tiene para la sociedad.

#### **Analítico**

Este método se utilizó para identificar la población y delimitar el problema para enfocarse en la necesidad primaria que realmente necesita ser resuelta.

### **TÉCNICAS**

#### **Observación**

Esta técnica se utilizó en el proyecto mediante la observación de la reacción del mercado meta ante la propuesta del servicio de lavado de ropa.

**Encuesta**

Esta técnica se empleó en el proyecto para realizar la recopilación de información primaria, necesaria para realizar el estudio de mercado.

**INSTRUMENTOS****Entrevista**

Se utilizó esta técnica en la ejecución de la entrevista a dueños de lugares donde se oferte el servicio de lavado de ropa.

**Cuestionario**

Este instrumento se utilizó en la recopilación de información para determinar los hechos y aspectos encaminados hacia las necesidades del mercado.

## CAPÍTULO I

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1. Antecedentes

Ibarra la Ciudad Blanca del Ecuador, es la capital de la provincia de Imbabura, está ubicada al norte del país con una altura de 2.225 msnm y un clima templado seco, tiene una población de 418.357 habitantes, según los datos del INEC (2010), su superficie total es de 4,599 km<sup>2</sup> y su densidad poblacional es de 90,97 hab/km<sup>2</sup> y está situada en la Sierra Norte del Ecuador

Las actividades que se realizan dentro del cantón la que más sobresale es el comercio tanto formal como informal con un porcentaje de 22.69% de la Población Económicamente Activa es decir 13.635 habitantes.

En la ciudad de Ibarra se han creado microempresas de lavado de ropa en diferentes sectores y a través de diversas modalidades, como lo es el lavado en seco y en máquinas comunes e industriales; esto se realiza con la finalidad de satisfacer las necesidades que tienen las familias.

Específicamente en el barrio el olivo en la actualidad, no se cuenta con una empresa dedicada al lavado de ropa; si bien, existen las lavadoras automáticas, pero no están al alcance de todo tipo de usuario por sus precios elevados y tampoco lavan ropa como de cama u otras prendas, si no que se dedican exclusivamente a lavado de ternos y vestidos especiales. La idea es formar una empresa cuyos precios sean asequibles a todo tipo de usuario y que además lo

haga a domicilio y se dedique a prestar servicio a todo tipo de prendas de vestir, de manera alta en calidad y devolución ágil y oportuna.

## **1.2. Objetivos.**

### **1.2.1. Objetivo general**

Realizar un diagnóstico situacional, para determinar la existencia de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de la microempresa de lavado de ropa.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Identificar a la población hacia donde está dirigido el proyecto.
- Determinar la situación económica del sector.
- Identificar los factores externos que influyen en la elaboración del proyecto.

## **1.3. Variables**

- Identificar a la población
  - Población hombres
  - Población mujeres
- Situación económica
  - Actividades comerciales
  - Ingreso económico

- Factores externos
  - Políticas ambientales
  - Políticas publicas
  - Tasa de desempleo
  - Requisitos para constituir la microempresa

#### 1.4. Matriz de relación diagnóstica

*Tabla N° 1*

*Matriz de relación diagnóstica*

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTE</b>	<b>INSTRUMENTO</b>	<b>PÚBLICO META</b>
Identificar a la población hacia dónde va dirigido el proyecto.	Demografía	Población hombres	Secundaria	Bibliográfica	INEC
		Población mujeres			
Determinar la situación económica del sector.	Socio Económico	Actividades comerciales	Secundaria	Bibliográfica	INEC
		Ingreso económico			Ilustre Municipio de Ibarra
Identificar los factores externos que influyen en la elaboración del proyecto.	Políticas	Políticas ambientales Políticas públicas	Secundaria	Bibliográfica	INEC
	Sociales	Tasas de empleo, desempleo e índice de pobreza	Secundaria	Bibliográfica	INEC
	Legales	Requisitos para la creación de una Microempresa Impuestos y patentes	Secundaria	Bibliográfica	Ley de compañías Ilustre Municipio de Ibarra

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

## **1.5. Mecánica operativa**

### **1.5.1. Identificación de la población**

La población que conforma el proyecto son las instituciones INEC y el Ilustre Municipio de Ibarra, ya que estas entidades proporcionaran la información necesaria para la conformación de la microempresa de lavado de ropa. En el INEC se encontró información referente a la población como es el número de habitantes, caracterización económica y población económicamente activa, la misma que fue otorgada por la Lic. Yolanda Chuquin, además se obtuvo información por parte del Municipio de Ibarra que fue otorgada por el Arq. Cesar Saransig Director Urbano del área de Planificación.

### **1.5.2. Técnicas e instrumentos**

Las técnicas que se utilizaron para la recopilación de la información fueron bibliográficas, ya que para este capítulo se necesitó más información técnica de la que se dispone en diferentes establecimientos públicos como es el INEC. y el Ilustre Municipio de Ibarra.

### **1.5.3. Información secundaria**

La información secundaria sirvió en la investigación como base para la recopilación de información de aspectos fundamentales como; la demografía, el aspecto económico y social; además de los factores externos que influyen en el proyecto, dentro de las fuentes obtenidas se encuentran el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y el Ilustre Municipio de Ibarra.

## 1.6. Información bibliográfica

**Indicadores:** Población, Actividades Comerciales e ingreso Económico

### 1.6.1. Ubicación geográfica

#### *Figura N° 1*

#### *Ubicación geográfica*



**Fuente:** Gobierno provincial de Imbabura  
**Elaborado por:** Fernanda Arciniegas; año 2014

El cantón Ibarra se encuentra ubicado políticamente en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del Ecuador entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas. Los límites del cantón son al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha.

Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y siete parroquias rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita.

**Figura N° 2****Ibarra y sus parroquias**

Fuente: Gobierno provincial de Imbabura

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

Ibarra, ciudad blanca a la que siempre se vuelve, capital de la provincia de Imbabura.

Posee un clima seco templado y agradable, y una temperatura promedio de 18°C.

**Tabla N° 2****Superficie, clima**

SUPERFICIE	1.162,22 km <sup>2</sup>
CLIMA	18°

Fuente: Gobierno provincial de Imbabura

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

**1.6.2. Población**

Según el censo realizado por el INEC en 2010, la ciudad de Ibarra tiene una población de 131.856 habitantes en su área administrativa urbana, pero en datos reales de aglomeración urbana, la ciudad tiene una población real de 139.721 habitantes, tanto que el cantón del mismo

nombre con la población rural cuenta con una población total de 181.175 habitantes, la población femenina es de 93.389 habitantes que representan el 51.55 % y la población masculina es de 87.786 habitantes que representan el 48.45%. Los idiomas que predominan en esta ciudad son el español y quechua

**Tabla N° 3**

***Población masculina y femenina de Ibarra***

<b>AREA</b>	<b>IBARRA</b>	
<b>Sexo</b>	<b>Casos</b>	<b>%</b>
1. Hombre	87.786	48,45 %
2. Mujer	93,389	51,55 %
<b>Total</b>	<b>181.175</b>	<b>100,00 %</b>

**Fuente:** INEC, 2010

**Elaborador por:** Fernanda Arciniegas, año 2014

### **1.6.3. Densidad demográfica**

Imbabura siempre ha estado entre las 10 principales provincias con mayor densidad demográfica del Ecuador, así lo demuestran datos del INEC. Por lo cual partimos desde los datos del 2001, donde Imbabura presentaba una densidad demográfica de 74,6 siendo la séptima provincia con mayor densidad demográfica en el país. En comparación con los resultados del Censo de Población y Vivienda, INEC 2010 Imbabura presenta una densidad demográfica de 86,8 pero ahora es la octava provincia con mayor densidad demográfica del país.

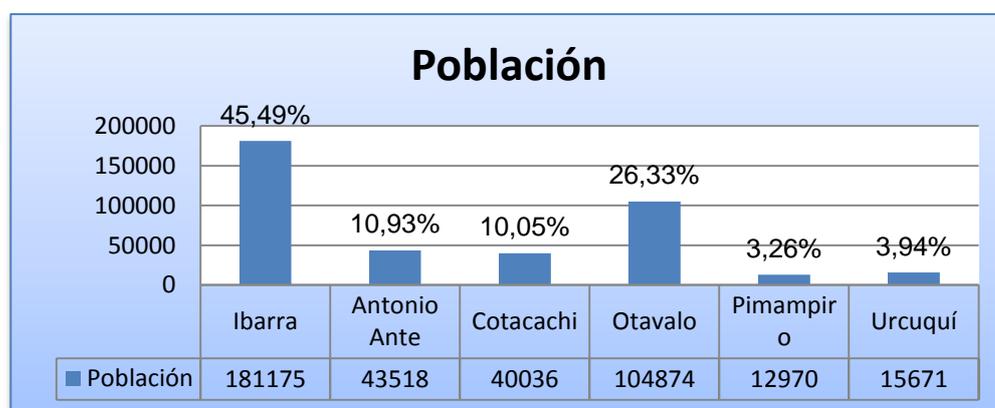
A través de estos datos se puede comprobar el crecimiento demográfico que ha sufrido la población imbabureña y por ende la del cantón Ibarra.

**Tabla N° 4****Densidad poblacional por cantón**

Cantón	Población	Superficie(Km2)	Densidad(hab/km2)	%
Ibarra	181.175	1.092,95	165,77	45,49
Antonio Ante	43.518	82,24	529,16	10,93
Cotacachi	40.036	1.687,34	68,62	10,05
Otavaló	104.874	490,23	213,93	26,33
Pimampiro	12.970	449,44	28,86	3,26
Urcuquí	15.671	785,3	19,96	3,94
Total	398.244	4587,5	86,81	100

Fuente: INEC, 2010

Elaboración: Fernanda Arciniegas, año 2014

**Gráfico N° 1****Densidad poblacional por cantón**

Fuente: INEC, 2010

Elaboración: Fernanda Arciniegas, año 2014

Como se observa en el gráfico la mayor densidad poblacional por cantón se encuentra en las cabeceras cantonales de Ibarra que representa el 45,49% de la población total, Otavaló con un 26,33% y Antonio Ante con un 10,93% y en menor nivel se encuentra Cotacachi con un 10,05%, Urcuquí con un 3,94% y Pimampiro con un 3,26%.

#### **1.6.4. Caracterización económica**

La clasificación de las actividades económicas de la provincia de Imbabura permite cuantificar a los habitantes que se encuentran trabajando en cada una de ellas, también permite estudiarlos y clasificados en función a su situación laboral, pudiéndose además clasificar a las actividades económicas por sectores productivos.

El grupo de actividad económica que en Imbabura cuenta con mayor número de personas trabajando es la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; que se constituyen como las principales actividades de los cantones Cotacachi, Urcuquí y Pimampiro.

La segunda actividad económica en abarcar mayor número de trabajadores es el comercio, siendo Ibarra el cantón en el que se identifica la mayor actividad comercial; por último Antonio Ante y Otavalo son los cantones que mantienen como principal actividad económica a la industria manufacturera, siendo la manufactura la tercera actividad en concentrar la mayor cantidad de trabajo en la provincia.

Tabla N° 5

## Ingreso promedio del hogar

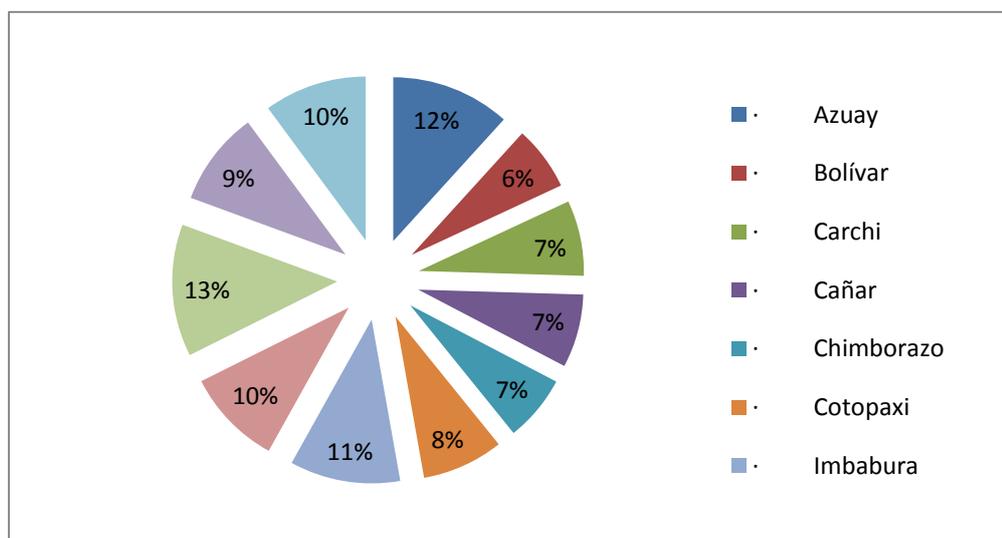
País - Región – Provincia	Ingreso del hogar	Suma de todos los ingresos	Número de hogares Promedio (Dólares/N)
Sierra	643.4	1,156,889,133	1,798,020
□ Azuay	707.8	140.630,45	198,66
□ Bolívar	383.8	20.704,64	53,943
□ Carchi	450.6	21.991,67	48,794
□ Cañar	438.4	30.715,99	70,061
□ Chimborazo	394.7	58.506,33	148,203
□ Cotopaxi	483.4	61.218,73	126,617
□ Imbabura	655.8	71.821,14	109,502
□ Loja	577.1	66.257,14	114,796
□ Pichincha	790.2	541.879,82	685,732
□ Sto. Domingo Tsachilas	563.3	49.841,44	88,479
□ Tungurahua	609.0	93.321,80	153,227

Fuente: SIISE

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

Gráfico N° 2

## Ingresos del Hogar



Fuente SIISE

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

Mediante el gráfico se puede constatar que la provincia de Imbabura con un porcentaje del 11% se ubica dentro de las tres principales provincias en generar mayores ingresos por hogar y la provincia que registra menores ingresos por hogar es Bolívar con un 6%.dentro de la región Sierra.

### 1.6.5. Población Económicamente Activa

#### Definición

Son económicamente activas las personas en edad de trabajar (10 años y más) que: trabajaron al menos una hora durante el período de referencia de la medición (por lo general, la semana anterior) en tareas con o sin remuneración, incluyendo la ayuda a otros miembros del hogar en alguna actividad productiva o en un negocio o finca del hogar.

La PEA es el principal indicador de la oferta de mano de obra en una sociedad. Las personas económicamente activas son todas aquellas que, teniendo edad para trabajar (v. Población en edad de trabajar), están en capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de bienes y servicios económicos en un determinado momento. Incluye a las personas que trabajan o tienen trabajo (ocupados) y a aquellas que no tienen empleo pero están dispuestas a trabajar (desocupados). Son inactivos en cambio, quienes no están en disponibilidad de trabajar ya sea por edad, incapacidad o decisión propia.

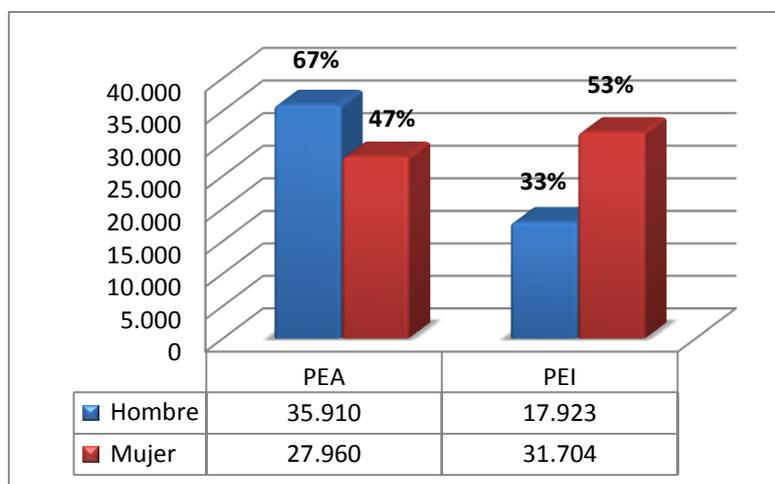
#### Tabla N° 6

##### *Población económica Ibarra*

		<b>PEA</b>	<b>PEI</b>	<b>PET</b>
<b>IBARRA</b>	Hombre	36.910	17.923	53.833
	Mujer	27.960	31.704	59.664
	<b>Total</b>	63.870	49.627	113.497

Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

**Gráfico N° 3****Población económica Ibarra**

Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

Mediante el gráfico se puede observar que la población económicamente activa del cantón Ibarra está representada en su mayoría por la población masculina con un 67% y la población femenina con un 47% respectivamente.

La población económicamente inactiva está representada en su mayoría por la población femenina con un 53% y la población masculina representa un 33% de la totalidad.

**1.6.6. Necesidades básicas insatisfechas (NBI)**

**Indicador:** Empleo, Desempleo e Índice de pobreza

**La Definición de Necesidades básicas insatisfechas**

Número de personas que viven en condiciones de "pobreza", expresados como porcentaje del total de la población en un determinado año.

Se considera "pobre" a una persona si pertenece a un hogar que presenta carencias persistentes en la satisfacción de sus necesidades básicas incluyendo: vivienda, salud, educación y empleo.

La metodología aplicada fue definida por la Comunidad Andina de Naciones (CAN), según recomendaciones de la *Reunión de expertos gubernamentales en Encuestas de Hogares; Empleo y Pobreza*. Esta definición establece a un hogar como pobre si presenta una de las siguientes condiciones, o en situación de extrema pobreza si presenta dos o más de las siguientes condiciones:

1. La vivienda tiene características físicas inadecuadas (Aquellas que son inapropiadas para el alojamiento humano: con paredes exteriores de lata, tela, cartón, estera o caña, plástico u otros materiales de desecho o precario; con piso de tierra. Se incluyen las móviles, refugio natural, puente similares).
2. La vivienda tiene servicios inadecuados (Viviendas sin conexión a acueductos o tubería, o sin sanitario conectado a alcantarillado o a pozo séptico).
3. El hogar tiene una alta dependencia económica (Aquellos con más de 3 miembros por persona ocupado y que el Jefe(a) del hogar hubiera aprobado como máximo dos años de educación primaria).
4. En el hogar existen niños (as) que no asisten a la escuela (Aquellos con al menos un niño de seis a doce años de edad que no asiste a la escuela).
5. El hogar se encuentra en un estado de hacinamiento crítico (Aquellos con más de tres personas en promedio por cuarto utilizado para dormir).

#### **1.6.7. Requisitos para el funcionamiento de una microempresa**

**Indicador:** Requisitos para la creación de una Microempresa, Impuestos y Patentes

- **Registro único de contribuyentes:**

Tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos, y proporcionar información a la administración tributaria.

Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, que realicen actividades económicas permanentes, ocasionales o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador.

El plazo a inscribirse es TREINTA DÍAS contados a partir de la constitución o inicio de las actividades económicas.

Los requisitos para inscribir una microempresa son: cédula de identidad y formulario.

Para las empresas se requiere la escritura de constitución de la compañía, copia de la cédula de identidad del representante legal y formulario.

La actualización de los datos de inscripción se realiza cuando:

- Cambia la actividad económica.
- Cambio de domicilio.
- Finaliza la actividad.
- Aumento o disminución del capital.

### **Patente Municipal:**

Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.

La inscripción se debe realizar en la jefatura de Rentas del Municipio, debe cancelar el impuesto de patente anual para la inscripción y de patente mensual para el ejercicio de la actividad.

**Para inscribir una microempresa se requiere:**

- Copia de la cédula de identidad.
- Informe sobre la dirección de la microempresa
- El plazo es de 30 días, contados a partir del inicio del negocio
- El costo está determinado por la naturaleza, volumen, y ubicación del negocio
- La exoneración del pago de la patente tienen exclusivamente los artesanos calificados.

**1.7. Matriz AOOD****1.7.1. Aliados**

- Existe una creciente necesidad del servicio de lavado de ropa por parte de las familias de la ciudad de Ibarra.
- La ciudad de Ibarra ofrece una gran facilidad para adquirir los insumos necesarios para ofrecer el servicio.
- La ubicación de la empresa cuenta con vías de primer y segundo orden, lo cual facilita el acceso.
- El barrio el Olivo cuenta con todos los servicios básicos, para el buen funcionamiento de cualquier tipo de actividad comercial.

**1.7.2. Oponentes**

- Existe una falta de información sobre el lavado de ropa en máquinas industriales, lo cual dificulta el acceso a los consumidores.
- En la ciudad de Ibarra se encuentran funcionando varias empresas de servicio de lavado de ropa, dos de ellas tienen varios años funcionando en el mercado y están posicionadas en el mismo.

- En Ibarra existen personas que prestan el servicio de lavandería, lo cual representa un gran obstáculo para que la empresa de lavado de ropa sea utilizada al 100% por todas las familias de la ciudad.

### **1.7.3. Oportunidades**

- Mediante la implementación del proyecto se crea fuentes de empleo para la población de Ibarra y por ende se impulsa el desarrollo económico.
- La microempresa de lavado asegura una mejorar la calidad de vida de los trabajadores, ya que todos los colaboradores van a recibir todos los beneficios de ley y van a ser bien remunerados por sus servicios prestados.
- A medida que la ciudad crece económicamente y poblacionalmente se reduce el tiempo para realizar actividades del hogar ya que se está inmerso en un ambiente laboral para generar ingresos que sustenten los gastos por ello, todos los dos integrantes de la familia realizan actividades laborales.
- Mediante un trabajo constante con la microempresa se tiene una visión de expandir el negocio, ya que así se beneficia la empresa, sus colaboradores y por ende la ciudad.
- Políticas públicas establecidas en el país, que fomentan la generación de emprendimientos.

### **1.7.4. Riesgos**

- Debido a que no hay una cultura sobre nuevas prácticas de lavado y no existe el conocimiento básico sobre este nuevo servicio, lo cual dificulta el ingreso de la microempresa al competitivo mercado de servicios.
- Al momento de iniciar un negocio es indispensable contar con una entidad bancaria que facilite un financiamiento directo, pero debido a la cantidad de requisitos y las garantías que se exigen se generan restricciones crediticias que dificultan la implementación del proyecto.

- Incremento en el precio del kilovatio/hora aumentaría los costos operativos del proyecto.

### **1.8. Determinación de la oportunidad de la inversión**

Los datos obtenidos a lo largo del análisis muestra la situación en la que la empresa se va desarrollar; la cual es favorable. En base a datos históricos y actuales se obtendrá el comportamiento de los consumidores del servicio a ofrecer; y mediante eso se puede elaborar estrategias para ofrecer un servicio de calidad cumpliendo todos los requisitos de los consumidores. 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, utilizando maquinaria y equipos de punta de acuerdo a las políticas ecuatorianas ambientales.

Por tanto se concluye que el proyecto de lavado de ropa en la ciudad de Ibarra posee una gran oportunidad de pertenecer al mercado de limpieza de ropa, ya que existe una necesidad insatisfecha en la población; además su implementación mejorará a largo plazo la calidad de vida de la sociedad.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Objetivo general

Elaborar un sustento teórico, mediante la investigación bibliográfica y documentaria.

#### 2.2. Lavado de ropa

(Vilcaguano, 2010) *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 para todo público.*

##### 2.2.1. Procesos de lavado de ropa

(Vilcaguano, 2010) Indica el proceso que se debe seguir para realizar el lavado de las prendas que es:

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

El autor (Vilcaguano, 2010) nos propone este proceso de lavado:

1. *Separar la ropa antes de cada lavado según los colores y las temperaturas indicadas.*
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 desgastara tan rápidamente.*

4. *Utilizar jabones neutros para lavar prendas delicadas.*
  5. *Hay que lavar con agua fría y sobre todo no hay que tender la prenda en vertical sino, tender la ropa encima.*
- **Secado de ropa.-** *(Vilcaguano, 2010) manifiesta que se requiere de un trato especial puesto que cada prenda está elaborada con diferente material, 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 la secadora.*
  - **Doblado y empaquetado.-** *(Vilcaguano, 2010) indica que para ofrecer un servicio de calidad se entrega la ropa en armadores 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 las prendas; en fin toda una serie de elementos para conseguir la satisfacción del cliente.*

### **2.3. Calidad del servicio**

*(Richard, 2011) La administración de la calidad total es la administración de toda la organización de modo que sobresalga en todas las dimensiones de productos y servicios que son importantes para el cliente.*

### **2.4. Diseño y desarrollo del servicio**

*(Richard, 2011) Para el diseño de un servicio se sugiere seguir las siguientes etapas*

- a) Definir la necesidad*
- b) Diseñar el servicio base*
- c) Diseñar los servicios complementarios y accesorios*
- d) Determinar el soporte físico*
- e) Determinar las necesidades del personal*
- f) Establecer los estándares de servicio*

## **2.5. Organización metodológica**

### **2.5.1. Métodos**

#### **1. Inductivo**

*Según (Edison, 2010) “La inducción viene a ser un caso de la reducción empleado en las ciencias de la naturaleza. En la reducción se concluye de un enunciado condicional y de su premisa menor, su mayor. Se trata de una generalización de la premisa menor. La inducción se suele caracterizar como un raciocinio que va de lo singular o particular a lo universal. Esta tiende a desarrollar teorías científicas generales a partir de observaciones particulares”.*

#### **2. Deductivo**

(Edison, 2010) Dice que *“El método inductivo consiste en la totalidad de reglas y procesos, con cuya ayuda es posible reducir conclusiones finales a partir de un enunciados supuestos llamados premisas”.*

#### **3. Analítico**

*(Beatriz, 2012) “Señala que; en el método analítico se distinguen elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado, la física, la química y la biología utilizan este método; a partir de la experimentación y el análisis de gran número de casos se establecen leyes universales. Consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo las relaciones las mismas.*

Estas operaciones no existen independientes una de la otra, el análisis de un objeto se realiza a partir de la relación que existe entre los elementos que conforman dicho objeto como un todo; y a su vez, la síntesis se produce sobre la base de los resultados previos del análisis”,

## **2.5.2. Técnicas**

### **1. Observación**

*Según (Jose, 2013) “La técnica de observación es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. La técnica de observación se suele utilizar principalmente para observar el comportamiento de los consumidores y, por lo general, al usar esta técnica el observador se mantiene encubierto, es decir, los sujetos de estudio no son conscientes de su presencia.”*

### **2. Encuesta**

*(Jose, 2013) Manifiesta que “La encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.”*

## **2.5.3. Instrumentos**

### **1. Entrevista**

*Según (Jaime, 2012) “La entrevista es una forma de comunicación interpersonal que tiene por objeto proporcionar o reducir información y en virtud de las cuales se toman determinadas decisiones.”*

### **2. Cuestionario**

*Según (Jose, 2013) “El cuestionario es un instrumento compuesto por un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos del estudio; es un plan formal para recabar información de cada unidad de análisis objeto de estudio y que constituye el centro del problema de investigación.”*

## **2.6. La empresa**

### **2.6.1. Definición de empresa**

(Taylor, 2012) Dice: *“Es una organización que produce bienes o servicios.”*

(Mercedes, 2013) Define *“Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicio a la colectividad.”*

Estas definiciones nos llevan a concluir que la empresa es una entidad conformada por personas, bienes y materiales que permiten dedicarse a la producción y transformación de los productos o la prestación de servicios para satisfacer las necesidades existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio económico.”

### **2.6.2. Clasificación de las empresas**

(Mercedes, 2013) Manifiesta: *“Existen algunos criterios para clasificar las empresa, ara efectos contables se consideran más útiles las siguientes: Industriales, Comerciales y de servicios.”*

## **2.7. La microempresa**

### **2.7.1. Definición de microempresa**

(Rojas, 2010) Define *“Es aquella que esta poseída y operada en forma independiente; es decir, el propietario es autónomo en las decisiones que toma y no es dominante en su campo de operación, considerando el número de empleados y el volumen de ventas.”*

La microempresa se enfoca en dar un servicio adecuado, agradable y justo; para lo cual es importante conocer cada proceso interno de la organización.

### 2.7.2. Características de una microempresa

(Rojas, 2010) Manifiesta las siguientes características:

- *La administración de la empresa es independiente, por lo común, los gerentes son los propietarios del negocio.*
- *El capital de las empresas generalmente es aportado por una persona o por un grupo de pequeño de ellas.*
- *El radio de operación es local y los propietarios y empleados se ubican en la misma región.*
- *El tamaño relativo de la empresa se relaciona con la industria en la cual se desenvuelve. Es pequeña cuando se compara con unidades más grandes.*

La microempresa es aquella que realiza cualquier actividad comercial y es administrada por el propio dueño, además la mano de obra que conforma esta microempresa es un grupo muy reducido por lo tanto los niveles de producción son bajos y no se requiere de una gran inversión.

### 2.8. Estudio de mercado

*(Joseph, 2010) Manifiesta: “Es la reunión, el registro y el análisis de los hechos acerca de los problemas relacionados con las actividades de las personas, las empresas y las instituciones en general. En el caso concreto de las empresas privadas, la investigación de mercado ayuda a la dirección a comprender su ambiente, identificar los problemas y oportunidades, además de evaluar y desarrollar alternativas de acción de marketing. En el caso de las organizaciones públicas, la investigación de mercados contribuye a una mejor comprensión del entorno que les permite tomar mejores decisiones de tipo económico, político y social.*

Del concepto citado se puede concluir que el estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial, que se lleva a cabo con la finalidad de investigar sobre la factibilidad y

viabilidad de una actividad comercial, además analiza cada uno de sus elementos fundamentales que son la oferta, demanda y precio.

### **2.8.1. Producto**

(Demostenes, 2013) *“Es el primer y más importante componente de a mezcla de marketing que está constituido por una parte material, tangible y otra parte intangible, que el vendedor ofrece y el comprado puede aceptar para satisfacer alguna de sus necesidades.*

El producto es todo aquello que representa un bien o servicio; y por ende puede ser vendido al precio establecido, enfocado siempre en la satisfacción de la necesidad que los consumidores tengan.

### **2.8.2. Oferta**

(Taylor, 2012) Define *“La oferta es una relación entre dos variables: 1) el precio de un bien determinado y 2) la cantidad del bien que las empresas estén dispuestas a vender a ese precio, manteniendo todo lo demás igual.”*

Este concepto nos dice que la oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios que impone el mercado.

### **2.8.3. Demanda**

(Taylor, 2012) Menciona *“La demanda es la relación entre dos variables 1) el precio de un bien determinado y 2) la cantidad del bien que los consumidores estén dispuestas a comprar a ese precio durante un periodo específico, manteniéndose constante todos los demás factores.*

La demanda es el factor más importante de todo proyecto de inversión ya que debe ser minuciosamente analizada para que arroje resultados reales que sean a favor del estudio que estamos realizando.

#### **2.8.4. Precio**

(Gabriel, 2013) Manifiesta que *“Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.”*

Del concepto antes mencionado se puede decir que el precio es el valor expresado en dinero de un bien o servicio ofrecido en el mercado.

#### **2.8.5. Comercialización**

(Gabriel, 2013) Afirma que *“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicios al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”*

La comercialización es el conjunto de actividades que se desarrollan para facilitar o agilizar la venta y entrega de productos.

- **Promoción y publicidad**

*(Gabriel, 2013) Establece: “Promoción.- parte del proceso de marketing utilizado para incentivar al comprador potencial, la promoción de venta se suele realizar mediante contacto directo entre comprador y vendedor”. La publicidad está dirigida a grandes grupos y suele recurrirse a ella cuando la venta directa de vendedor a comprador es ineficaz.*

#### **2.9. Estudio técnico**

(Gabriel, 2013) *“El estudio técnico permite determinar toda la estructura de la empresa tanto física, como administrativa y cuando se habla de administración en sentido más amplio, esto es, administración de inventarios, de sistemas productivos, de finanzas, etc.*

El estudio técnico sirve como una base que ayuda a determinar el tamaño del emprendimiento que vamos a realizar, determina su ubicación y los procesos de producción, además, infraestructura física, inversiones y talento humano requerido para el funcionamiento de la misma; por tanto se puede analizar también la evaluación económica y financiera del proyecto a realizar.

### **2.9.1. Tamaño del proyecto**

(Gabriel, 2013) *El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad a instalarse y la capacidad de la producción requerida, con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.*

El autor indica que el tamaño del proyecto es la capacidad instalada que se tiene dependiendo de factores como el equipo y la tecnología.

### **2.9.2. Localización del proyecto**

(Gabriel, 2013) *Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital a obtener el costo unitario mínimo.*

La localización adecuada de la empresa depende del análisis de varios factores como las vías de acceso, servicios básicos y la infraestructura; una adecuada decisión puede involucrar el éxito o fracaso de la empresa, por ello debe tomarse con responsabilidad.

#### **a) Macro localización**

(Beatriz, 2012) *La macro localización en términos generales consiste en determinar la zona general en donde se instalara la empresa o negocio, es decir establecer la provincia, el cantón y la ciudad.*

**b) Micro localización**

(Beatriz, 2012) *La micro localización consiste en elegir con exactitud el punto preciso, dentro de la micro zona en donde se ubicara definitivamente la empresa o negocio.*

**2.9.3. Ingeniería del proyecto**

(Gabriel, 2013) *La ingeniería de un proyecto se refiere a la determinación de los aspectos de gran importancia para la ejecución del proyecto como determinar los procesos productivos, estructurar las obras civiles relacionadas con la infraestructura física, servicio básico, que se requieren para la correcta realización del proyecto.*

Se puede decir que la ingeniería del proyecto es la etapa en la cual se definen los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

**a) Proceso**

(Gabriel, 2013) *El proceso productivo es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener el servicio.*

El proceso es un conjunto de pasos que debemos cumplir para obtener el producto o servicio que ofertamos.

**b) Flujo grama de procesos**

El flujo grama de procesos es un diagrama secuencial empleado en muchos campos para mostrar los procedimientos detallados que se deben seguir al realizar una tarea.

**c) Tecnología**

(Gabriel, 2013) *La tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para obtener el bien o para prestar el servicio.*

**d) Presupuesto técnico**

El presupuesto técnico consiste en determinar las inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo.

**e) Inversiones fijas**

(Gabriel, 2013) *“Comprende la adquisición de todos los activos fijos y tangibles para iniciar las operaciones de la empresa”*.

Se puede concluir que una inversión fija es un factor determinante dentro del estudio económico financiero, ya que la gerencia precisa la cuantía de recursos que se destinan al capital permanente.

**f) Inversiones diferidas**

(Gabriel, 2013) *“Dentro de las Inversiones Diferidas constan todos los gastos iniciales para la creación de una empresa que los debe realizar un abogado en este rubro también se incluye los gastos de estudio”*.

Una inversión diferida constituye una inversión fundamental para la iniciación de un proyecto, como pueden ser los gastos de constitución e instalación, permisos de operación, gastos de estudio, entre otros.

**g) Capital de trabajo**

(Gabriel, 2013) *“Activos corrientes menos pasivos corrientes. Una medida de la capacidad de pago de las deudas en el corto plazo”*

El capital de trabajo se refiere a la cantidad de dinero con la que contamos para cubrir con los gastos inmediatos.

## **2.10. Estudio financiero**

### **2.10.1. Ingresos**

(Mercedes, 2013) Afirma: *“Es el flujo de salarios, interese, dividendos y demás cosas de valor recibida durante un periodo de tiempo normalmente un año.”*

De acuerdo al concepto establecido se concluye que el ingreso de una empresa es todo valor obtenido por la venta de un producto o servicio que se oferta.

### **2.10.2. Egresos**

*(Mercedes, 2013) Argumenta que: “Son desembolsos presentes, pasados o futuros realizados al adquirir bienes y servicios que, al ser usados, consumidos o utilizados, proporcionan beneficios o satisfacciones e impulsan directamente a la generación de una renta. Ciertos gastos son indispensables para el funcionamiento de la empresa, otros resultan necesarios e incluso algunos son prescindibles.”*

Como lo menciona el autor de la definición un egreso es un desembolso de dinero que se realiza por diversas razones como puede ser por materia prima, mano de obra, gastos operativos, gastos administrativos, de venta, entre otros; con la finalidad de adquirir lo necesario para ofrecer un servicio de calidad.

#### **a) Gastos de operación**

(Noel, 2013) *Los gastos de operación son los que se generan en el proceso de transformar el producto,*

*Según (Alcaide, 2014) los gastos operativos son aquellos gastos que se derivan del funcionamiento normal de una empresa. Se contraponen a los gastos no operacionales, aquellos gastos que un agente económico realiza de forma extraordinaria y poco frecuente. Los gastos*

*operacionales pueden entenderse como costos ordinarios que la empresa debe afrontar con la finalidad de obtener beneficios.*

#### **b) Insumos**

*(Alcaide, 2014) El termino insumo se utiliza para hacer referencia a todos aquellos implementos que sirven para un determinado fin y que se pueden determinar cómo materias primas, específicamente útiles para diferentes actividades y procesos. El recurso a ciertos insumos siempre tiene que ver con actividades productivas que tienen por fin la realización de otro bien más complejo y que implica un mayor proceso de elaboración. Cuando el insumo es utilizado en combinación con otros insumos más o menos complejos para la elaboración de otro tipo de productos, dejan de considerarse como tales ya que han perdido sus características esenciales.*

#### **c) Mano de obra**

*(Noel, 2013) “La mano de obra es el costo que interviene directamente en la transformación del producto.”*

La mano de obra es la contribución física y mental para la elaboración de cualquier tipo de bien y servicio ofertado.

#### **d) Gastos administrativos**

*(Mercedes, 2013) “Los gastos administrativos son todos los gastos que se relacionan en forma directa con la oficina o departamento administrativo. En esta categoría están comprendidos aquellos gastos que no tienen relación directa con el movimiento de las ventas, sino que más bien se hacen como parte de la operación total del negocio, y se conocen con el nombre de gastos administrativos.”*

#### **e) Gastos de ventas**

*(Mercedes, 2013) Comenta que “Son todos los gastos que se relacionan directamente con la oficina o departamento de ventas.”*

**f) Depreciación**

(Mercedes, 2013) *“Es el proceso de asignar a gasto el costo de un activo de planta o activo fijo durante el periodo en que se usa el activo.”*

La depreciación consiste en la disminución del bien adquirido progresivamente según la vida útil que este bien tenga.

**g) Gastos financieros**

(Mercedes, 2013) Dice que: *“Se relaciona con los intereses que paga la empresa a los bancos por los préstamos concedidos para su financiamiento.”*

**2.10.3. Estado de pérdidas y ganancias**

(Mercedes, 2013) *“El estado de pérdidas y ganancias es una forma de mostrar las variaciones del capital en un determinado ejercicio económico”. Relación de todos los ingresos, costos o pérdidas ocurridas en un ejercicio económico con la finalidad de establecer la utilidad o pérdida del proyecto”*

**2.10.4. Flujo de caja**

(Mercedes, 2013) *El flujo de caja es un estado financiero de una empresa que resume sus orígenes y operaciones de efectivo durante un periodo específico.*

**2.10.5. Evaluación financiera**

(Mercedes, 2013) *Es un proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudios de los estados financieros y datos operacionales del negocio.”*

**a) Valor actual neto (VAN)**

(Gabriel, 2013) *“Es el valor monetario que se resulta de la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”*

El valor actual neto de una inversión es la diferencia entre su valor de mercado y su costo. La regla VAN afirma que se debe emprender un proyecto si su VAN es positivo.

**b) Tasa interna de retorno (TIR)**

(Gabriel, 2013) *“La tasa interna de retorno de un proyecto es la tasa de descuento por el cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”*

La tasa interna de retorno es aquella tasa de descuento que hace que el VAN estimado de una inversión se haga igual a cero. La regla de la TIR afirma que se debe emprender un proyecto cuando su TIR es superior al rendimiento requerido.

**c) Costo/Beneficio**

(Gabriel, 2013) *El costo-beneficio, también llamado índice de rentabilidad se lo define como el valor presente de los flujos de efectivo dividido por la inversión inicial.*

**d) Periodo de recuperación de la inversión**

(Gabriel, 2013) *El periodo de recuperación es el plazo que deberá transcurrir hasta que la suma de los flujos de efectivo de una inversión sea igual a su inversión. La regla del periodo de recuperación afirma que se debe emprender un proyecto si su periodo de recuperación es inferior a un cierto plazo mínimo.*

### **e) Punto de equilibrio**

(Gabriel, 2013) *Es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los costos variables.*

El punto de equilibrio es el punto en el que la empresa no gana ni pierde.

## **2.11. Estructura organizacional**

(Henandez S. y Rodriguez, 2012) *La estructura organizacional tiene que ver con aspectos como la situación legal, organización, misión, visión, políticas, objetivos y valores establecidos en un proyecto.*

### **2.11.1. Misión**

(Henandez S. y Rodriguez, 2012) *La misión consiste en definir el objetivo central de la empresa teniendo en cuenta sus valores donde si bien estos son estáticos; la misión en cambio es dinámica. La misión responde a la interrogante ¿Para qué existe la institución?*

### **2.11.2. Visión**

(Henandez S. y Rodriguez, 2012) *La visión expresa el marco de referencia de lo que una organización quiere llegar a ser. Señala el rumbo a seguir para pasar de lo que somos a lo que queremos ser. La visión por su parte responde a la pregunta ¿Qué queremos ser en los próximos años?, es decir establecer el rumbo a seguir a corto o largo plazo para llegar a ser lo que queremos ser en un tiempo determinado.*

### **2.11.3. Organización estructural**

(Henandez S. y Rodriguez, 2012) *en toda empresa es necesario establecer una estructura organizativa, la misma que servirá como ente ejecutor, un método que sirve para lograr mayor coordinación, interrelación e integración de todas las actividades realizadas dentro de esta, con*

*el único objetivo de cumplir con las metas deseadas. De igual manera ayuda a determinar las obligaciones, deberes y responsabilidades de los miembros que conforman las distintas unidades dentro de la organización.*

#### **a) Organigrama estructural**

*(Henandez S. y Rodriguez, 2012) El organigrama estructural es la orientación grafica de la estructura, organiza y muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación y líneas de autoridad.*

#### **b) Orgánico funcional**

*(Henandez S. y Rodriguez, 2012) El orgánico funcional es una especificación de las tareas y requisitos necesarios a cada uno de los cargos y unidades administrativas que forman parte de la estructura organiza, necesario para cumplir con las atribuciones de la organización.*

### **2.12. Impactos**

*(Epstein, 2009) Los impactos constituyen un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que un proyecto genera en diferentes áreas o ámbitos.*

#### **2.12.1. Impacto social**

*(Epstein, 2009) Un impacto social de un proyecto se refiere a la solución de posibles problemas que puede dar al desarrollo social dentro de una región del país con el fin de mejorar las condiciones de vida, tales como son; la satisfacción de las necesidades básicas, crecimiento económico y específicamente en los terrenos educacional, profesional, social, cultural, entre otros.*

Hace referencia a todos los efectos que los proyectos al ser ejecutados, logran sobre la comunidad.

### **2.12.2. Impacto económico**

(Epstein, 2009) *El impacto económico es el más importante debido a que en este se basa el interés de la población, lo que se espera es incrementar el ingreso familiar al mismo nivel de un salario obtenido en una determinada zona.*

### **2.12.3. Impacto empresarial**

(Epstein, 2009) *“Una empresa socialmente responsable es consciente de su capacidad de impacto en su entorno y estableciendo causas de dialogo, identifica estos impactos e intenta implementar mecanismo para minimizar o compensar los efectos negativos y potenciar los positivos.”*

### **2.12.4. Impacto ambiental**

(Epstein, 2009) *Por impacto ambiental se entiende cualquier modificación de las condiciones ambientales o la generación de un nuevo conjunto de condiciones ambientales, negativas o positivas, como consecuencia de las acciones propias del proyecto en consideración.*

El impacto ambiental se entiende como el efecto que produce la actividad humana sobre el medio ambiente.

## **2.13. Obligaciones tributarias**

### **2.13.1. Personas naturales**

(Carrasco, 2013) *Son todas las personas nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas.*

(Carrasco, 2013) *Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.*

Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad, y no obligadas a llevar contabilidad.

(Carrasco, 2013) *Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con ciertas características; tienen ingresos mayores a \$100.000, o inician con un capital propio mayor de \$60.000, o sus gastos han sido mayores a \$80.000. Bajo estas condiciones, están obligados a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el registro único de contribuyente (RUC).*

(Carrasco, 2013) *Las personas que no cumplan con lo anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos y demás trabajadores autónomos; no están obligados a llevar contabilidad, sin embargo deben llevar un registro de todos sus ingresos y egresos.*

### **2.13.2. Deberes de las personas naturales obligadas a llevar contabilidad**

(Carrasco, 2013) Manifiesta que:

- *Inscribirse en los registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a mi actividad; y comunicar oportunamente los cambios que se presenten.*
- *Emitir y entregar comprobantes de venta.*
- *Llevar los libros y registros contables relacionados con mi actividad económica.*
- *Presentar las declaraciones que correspondan y pagar los impuestos a tiempo.*

### **2.13.3. Declaraciones que se deben presentar**

(Carrasco, 2013) Manifiesta que:

- *IVA obligatoria en todos los casos.*
- *Impuesto a la renta anual. Obligatoria solo si supiera la base exenta de ingresos de la tabla del impuesto que se fija anualmente.*
- *ICE mensual solo en los casos especiales.*
- *Acudir a las oficinas del Servicio de Rentas Internas cuando se requiera.*

### **2.13.4. Que es el Registro Único del Contribuyente**

(Carrasco, 2013) *El registro único de contribuyentes (RUC) es el número de identificación personal e intransferible de todas aquellas personas naturales y jurídicas, tanto nacionales como extranjeras, que realicen actividades económicas.*

### **2.13.5. Cuando debo sacar el RUC**

(Carrasco, 2013) *Al iniciar una actividad económica o cuando se disponga de bienes o derechos por los que se tenga que tributar, toda persona tiene la obligación de acercarse a las oficinas del SRI a obtener el RUC, documento único que le acredita a realizar transacciones comerciales den forma legal.*

### 2.13.6. Requisitos para inscribirse en el RUC

(Carrasco, 2013) Indica los siguientes requisitos:

#### Identificación del contribuyente

- *Original de la cedula de identidad o de ciudadanía*
- *Original del pasaporte y tipo de visa vigente, para extranjeros*

#### Ubicación de la matriz y establecimientos

- *Original y copia de la planilla de servicios básicos*
- *Original y copia del estado de cuenta bancario, tarjeta de crédito o de telefonía celular.*
- *Original y copia de la factura por el servicio de televisión pagada o servicio de internet.*
- *Original y copia de cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta del contribuyente.*
- *Original y copia del contrato de arrendamiento.*
- *Original y copia de la escritura de compra venta del inmueble u original y copia del certificado del Registro de la Propiedad.*
- *Contrato de concesión comercial o contrato en comodato.*
- *Original y copia de la certificación de la junta parroquial más cercana al lugar de domicilio.*

### 2.13.7. Actualizaciones del RUC

(Carrasco, 2013) Señala que si existe algún cambio en la información entregada en la inscripción como por ejemplo: la razón social, ubicación, actividad económica u otro dato que conste en el Registro Único de Contribuyentes.

### **2.13.8. Plazo para actualizar el RUC.**

Según (Carrasco, 2013) *el plazo máximo es de 30 días hábiles después de ocurridos los cambios en la información del RUC.*

### **2.13.9. Requisitos para actualizar el RUC**

(Carrasco, 2013) Expone los siguientes requisitos:

- *Presentar original de la cedula de identidad o ciudadanía, pasaporte y visa vigente o credencial de refugiados.*
- *Presentar original del certificado de votación.*
- *Presente original y entregue una copia del documento que respalde el cambio de información que va a realizar el contribuyente, guardando relación con los requisitos de inscripción.*
- *Se solicitaran originales y copias de los requisitos de inscripción a aquellos contribuyentes que no hayan actualizado sus datos hasta el 01 de enero del 2004.*

### **2.13.10. Razones para suspender el RUC**

(Carrasco, 2013) Define que:

- *Se debe realizar el trámite de suspensión del EUC cuando temporalmente se deja de realizar todas las actividades económicas que constan en el RUC.*
- *Con la emisión de la resolución de cese de actividades del RUC ya no se generan obligaciones tributarias para el contribuyente.*

### **2.13.11. Requisitos para la suspensión del RUC**

(Carrasco, 2013) Manifiesta las siguientes circunstancias para suspender el RUC.

- *Solicitud de cese de actividades / cancelación del RUC para personas naturales.*
- *Presentar original de la cedula de identidad o ciudadanía del contribuyente.*
- *Presentar el original del certificado de votación.*

#### **2.13.12. Plazo para suspender el RUC**

(Carrasco, 2013) *Señala que el plazo máximo es de 20 días hábiles desde la fecha de la terminación de la actividad económica.*

#### **2.13.13. En caso de fallecimiento del contribuyente**

(Carrasco, 2013) *Manifiesta que los requisitos que debe presentar la persona que realice el trámite de cancelación son los siguientes:*

Se procede a la cancelación del RUC y el mismo ya no podrá ser utilizado.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Objetivos del estudio de mercado**

##### **3.1.1. Objetivo general**

- Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta, demanda del producto y el sistema de comercialización más idóneo del servicio de lava de ropa en la ciudad de Ibarra.

##### **3.1.2. Objetivos específicos**

- Identificar el tipo de oferta existente referente al servicio de lavado de ropa en la ciudad de Ibarra
- Determinar la aceptación del servicio de la microempresa de lavado de ropa en la ciudad de Ibarra.
- Conocer los gustos, necesidades y preferencias del mercado objetivo.
- Establecer la forma adecuada de realizar la promoción y publicidad de la microempresa de lavado.
- Determinar el precio del servicio a ofertar.

#### **3.2. Variables**

##### **3.2.1. Oferta existente**

- Conocimiento de la competencia
- Proveedores
- Calidad del servicio

- Infraestructura
- Capacidad instalada
- Tipos de prendas
- Determinación de precios
- Prestación del servicio

### **3.2.2. Demanda**

- Nivel de aceptación
- Precio
- Niveles de utilización del servicio.
- Frecuencia de lavado

### **3.2.3. Clientes**

- Estilos de vida
- Prácticas de lavado
- Capacidad de pago
- Cantidad de prendas lavadas
- Preferencias
- Necesidad
- Gustos

### **3.2.4. Promoción y publicidad**

- Segmento de mercado
- Estrategias publicitarias

### **3.2.5. Precio**

- Precio de la competencia
- El valor que el cliente le da al producto
- Como determinan el precio del servicio

### 3.3. Matriz de variable de mercado

**Tabla N° 7**

**Matriz de variable de mercado**

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE DE INFORMACIÓN	TECNICA	PUBLICICO META
Analizar la oferta existente del servicio de lavado de ropa en la ciudad de Ibarra.	Oferta	Conocimiento de la competencia Proveedores Calidad del servicio Infraestructura Capacidad instalada Tipos de prendas Determinación de precios Prestación del servicio	Primaria  Primaria Primaria Primaria Primaria Primaria Primaria Primaria	Entrevista  Entrevista Encuesta Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista	Empresas de lavado de ropa  Clientes potenciales Empresas de lavado de ropa Empresas de lavado de ropa
Determinar la aceptación del servicio de la microempresa de lavado de ropa en la ciudad de Ibarra.	Demanda	Nivel de aceptación Precio Niveles de utilización del servicio. Frecuencia de lavado	Primaria Primaria Primaria  Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta  Encuesta	Clientes potenciales Clientes potenciales Clientes potenciales  Clientes potenciales
Conocer los gustos, necesidades y preferencias del mercado objetivo.	Clientes	Estilos de vida Prácticas de lavado Capacidad de pago Cantidad de prendas lavadas Preferencias Necesidad Gustos	Primaria Primaria Primaria Primaria  Primaria Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta  Encuesta Encuesta	Clientes potenciales Clientes potenciales Clientes potenciales Clientes potenciales  Clientes potenciales Clientes potenciales
Establecer la forma adecuada de realizar la promoción y publicidad de la microempresa de lavado.	Promoción y publicidad	Segmento de mercado Estrategias publicitarias	Primaria Primaria	Entrevista Entrevista	Empresas de lavado de ropa Empresas de lavado de ropa
Determinar el precio del servicio a ofertar.	Precio	Precio de la competencia El valor que el cliente le da al producto Como determinan el precio del servicio	Primaria Primaria  Primaria	Entrevista Encuesta Entrevista	Empresas de lavado de ropa Clientes potenciales Empresas de lavado de ropa

Elaborado por. Fernanda Arciniegas, año 2014

### **3.4. Identificación del servicio**

La finalidad de realizar el estudio de mercado es conocer la factibilidad de implementar una microempresa de servicio de lavado de ropa en la ciudad de Ibarra.

Los objetivos del capítulo contribuyeron para determinar el nivel de oferta y de demanda existente en las parroquias urbanas del sector. Para la determinar la oferta se aplicó entrevistas a los propietarios de las empresas de lavado de ropa existentes en la ciudad, así mismo la demanda se cuantificó en función de las necesidades, gustos y preferencias de los usuarios.

La microempresa de lavado de ropa tiene como su mercado meta a las familias que conforman la ciudad Ibarra en el sector urbano con un promedio de 3,7 personas por hogar, segmentado en los diferentes barrios que conforman a la urbe, tomando únicamente los de estrato medio alto; debido al costo e innovación del servicio.

Para diseñar los instrumentos de recopilación de datos se tomaron diversas variables e indicadores que contribuyeron al análisis de la necesidad del servicio, precio, demanda, oferta y calidad del servicio.

La microempresa de lavado de ropa contará con maquinaria y equipos que aseguren la calidad del servicio, así también estará conformado con talento humano eficiente y capaz de resolver los problemas que se presenten; es decir contara con las instalaciones necesarias y suficientes para ofrecer atención de calidad y calidez.

### **3.4.1. Los procesos que se realizaran son los siguientes:**

- **Autoservicio**

El usuario realiza el pesado y colocación de las prendas de vestir para el lavado en las máquinas.

- **Prestación del servicio**

La microempresa de lavado receipta la ropa de los usuarios y procede a pesar, lavar en las máquinas, suavizado de las prendas seguido del secado doblado y almacenamiento de las prendas hasta su posterior entrega.

Este servicio se caracterizará por brindar un producto de calidad mediante:

Entrega de las prendas no maltratadas

Las prendas no se entregaran con alteración en sus colores originales

Sin encogimiento

No habrá pérdida de las prendas

Las prendas serán entregadas limpias y en óptimas condiciones

Buena atención al cliente.

### **3.5. Mercado meta**

El mercado meta al que se enfoca la microempresa de lavado de ropa, son las familias que viven en el área urbana de la ciudad de Ibarra y que además cuentan con los ingresos suficientes para la adquisición del servicio; cabe mencionar que debido a la ubicación de la microempresa que será en el barrio el Olivo los estudiantes que viven lejos de sus hogares

tendrán también gran participación en el uso de este servicio ya que por los estudios o por las condiciones del lugar donde viven no disponen de tiempo para realizar el lavado de sus prendas de uso diario.

### **3.6. Segmento de mercado**

Para realizar el segmento de mercado se dividió a la ciudad de Ibarra por barrios tomando en cuenta a los que tienen un mejor estatus económico; siendo estos Los Ceibos, Yacucalle, La Victoria, La Florida, Ajaví y el Olivo que es el sector donde se va a localizar el proyecto.

### **3.7. Identificación de la población**

Según el censo poblacional realizado por el INEC en el año 2010 la ciudad de Ibarra tiene 181.175 habitantes de los cuales 87.786 son hombres y 93.389 son mujeres, para el estudio se tomó en cuenta a los hogares que conforman el sector urbano de Ibarra que son 37.981 con un promedio de 3,7 personas por hogar.

Segmentación Debido a que el proyecto está dirigido a la clase media alta se analizó el índice de pobreza de la ciudad siendo este del 39.80% es decir que según el SIISE 15.117 hogares carecen de la satisfacción de necesidades básicas; por lo que no serán considerados para llevar a cabo el estudio.

Por lo tanto la muestra para la investigación será de 22.864 hogares comprendidos dentro de la ciudad de Ibarra en el sector urbano y que no se encuentran dentro de las familias con limitados ingresos económicos.

### 3.8. Cálculo de la muestra

La población motivo de investigación serán los hogares de Ibarra y que se encuentran dentro del sector urbano la cual es de 22.864. Para calcular el tamaño de la muestra de la población se utilizara la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \delta^2 N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \delta^2}$$

#### Dónde:

n =Tamaño de la Muestra.

$\delta$  = Varianza = 0.5

$\mathcal{E}$  = Error 0,05

N= Tamaño de la población

Z = Valor tipificado corresponde 1.96

Nc =95%

Z=1.96

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * (22.864)}{(0.05)^2 * (22.864 - 1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{21.958,585}{58,1179} = 378$$

El numero de encuestas que se deben aplicar es de 378

**Indicador: Estilos de vida**

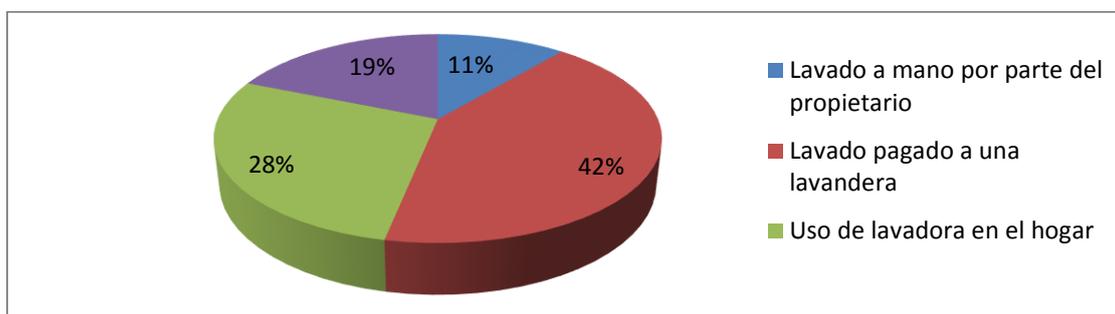
1. La limpieza de su ropa en su hogar lo realizan mediante:

**Tabla N° 8****Forma de limpieza de la ropa**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lavado a mano por parte del propietario	42	11%
Lavado pagado a una lavandera	159	42%
Uso de lavadora en el hogar	106	28%
Envían a una empresa de lavado	71	19%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado- Encuestas

Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

**Gráfico N° 4****Forma de limpieza de la ropa**

Fuente: Investigación de Mercado- Encuestas

Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

**Análisis:**

El resultado de la investigación muestra que la mayor parte de los encuestados utilizan el servicio de lavado por parte de una lavandera, lo que supone una gran posibilidad ya que el servicio de lavado de ropa puede considerarse un sustituto y que sería de más utilidad ya que actualmente al contratar a una persona para que preste sus servicios debemos cumplir con varias obligaciones que la ley de seguro social indica. La disponibilidad de una lavadora, también tiene un porcentaje importante dentro de la población ibarreña.

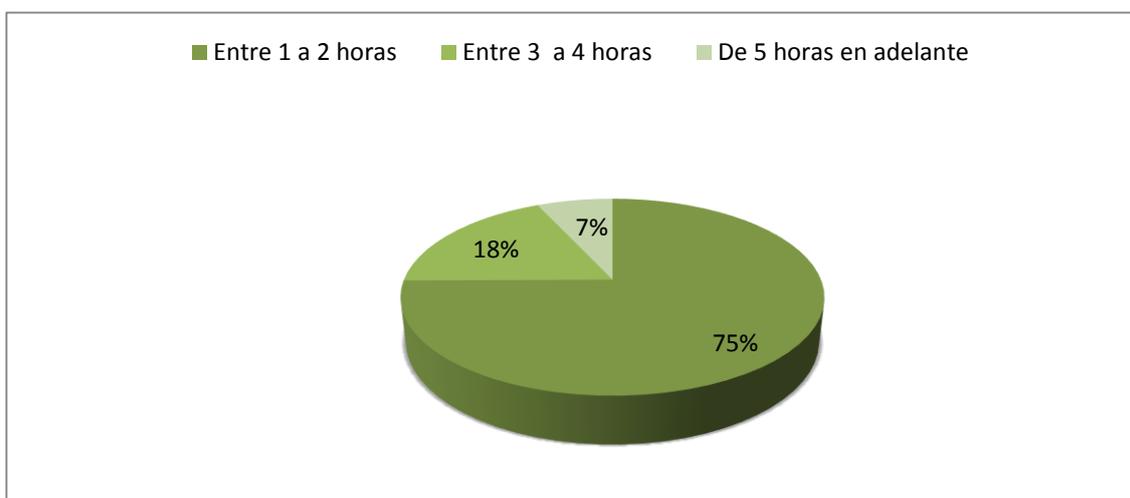
**Indicador: Estilos de vida**

2. ¿De cuánto tiempo dispone para realizar el lavado de ropa en casa?

**Tabla N° 9****Tiempo para realizar el lavado de la ropa**

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Entre 1 a 2 horas	283	75%
Entre 3 a 4 horas	69	18%
De 5 horas en adelante	26	7%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado- Encuestas  
**Elaborado por:** Fernanda Arciniegas; año 2014

**Gráfico N° 5****Tiempo para realizar el lavado de la ropa**

**Fuente:** Investigación de Mercado- Encuestas  
**Elaborado por:** Fernanda Arciniegas; año 2014

**Análisis:**

La mayor parte de las familias Ibarreñas no disponen de mucho tiempo para realizar las distintas actividades del hogar entre ellas el lavado de las prendas, debido a que trabajan, estudian o realizan alguna actividad, por ello existe gran cabida en el servicio de lavado de ropa ya que se convierte en una solución a esta problemática.

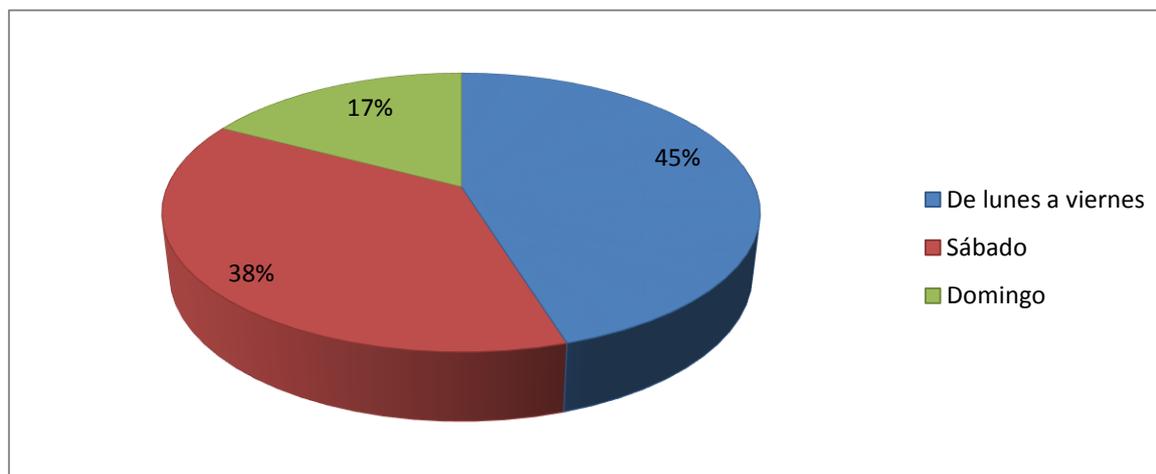
**Indicador: Estilos de vida**

3. ¿En qué días usted realiza la limpieza de las prendas de vestir?

**Tabla N° 10***Días en que se realiza la limpieza de las prendas*

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De lunes a viernes	171	45%
Sábado	142	38%
Domingo	65	17%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado- Encuestas  
Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

**Gráfico N° 6***Días en que se realiza la limpieza de la ropa*

Fuente: Investigación de Mercado- Encuestas  
Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

**Análisis:**

Gran parte de la población encuestada coincide en que los días que realizan la limpieza de la ropa es de lunes a viernes siendo esta opción la de mayor porcentaje seguida de la elección del día sábado lo que indica que el horario más propicio para ofrecer el servicio de lavado de ropa es de lunes a sábado ya que en estos días se concentra la mayor parte de esta actividad.

## Indicador: Practicas de lavado

### 4. ¿Qué prendas representan más dificultad para lavar?

**Tabla N° 11**

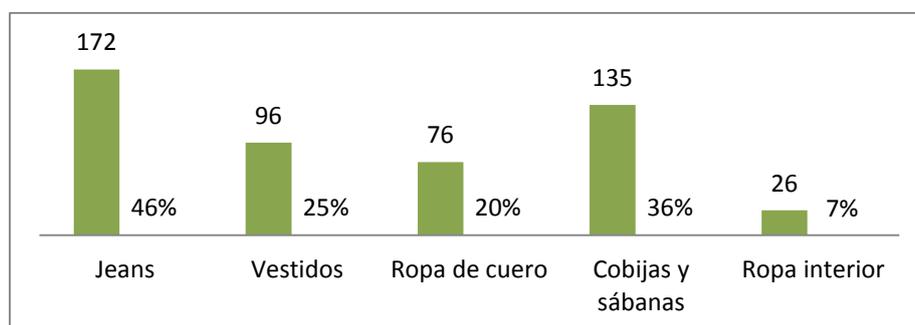
#### *Prendas que representan dificultad en el lavado*

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Jeans	172	46%
Vestidos	96	25%
Ropa de cuero	76	20%
Cobijas y sábanas	135	36%
Ropa interior	26	7%
<b>TOTAL</b>	<b>505</b>	<b>134%</b>

Fuente: Investigación de Mercado- Encuestas  
Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

**Gráfico N° 7**

#### *Prendas que son más difíciles de lavar*



Fuente: Investigación de Mercado- Encuestas  
Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

### **Análisis:**

La calidad en el lavado de las prendas es un aspecto que se debe cuidar en su totalidad por ello es importante identificar que prendas son las que representan más dificultad para ser lavadas, por tal motivo la población encuestada manifestó que los jeans constituyen la prenda más difícil en el proceso de lavado por varias razones como es por el material con el que están fabricados, así también las cobijas y sábanas representan mucho esfuerzo para su limpieza.

### Indicador: Practicas de lavado

5. ¿Cada qué tiempo realiza el lavado de su ropa?

**Tabla N° 12**

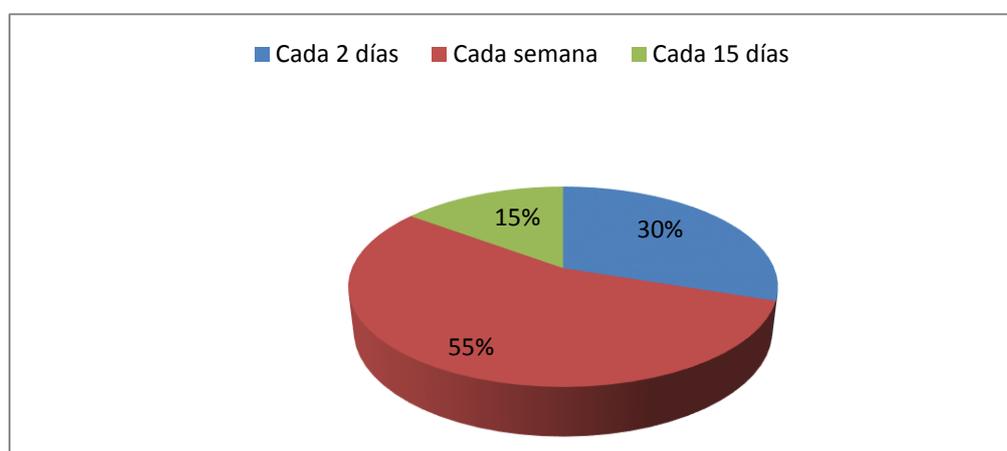
*Cada que tiempo se realiza el lavado de las prendas*

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cada 2 días	114	30%
Cada semana	208	55%
Cada 15 días	56	15%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado- Encuestas  
Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

**Gráfico N° 8**

*Tiempo en que se realiza el lavado de las prendas*



Fuente: Investigación de Mercado- Encuestas  
Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

### Análisis:

Esta pregunta nos ayuda a definir la frecuencia con que las personas requerirían del servicio de lavandería, por tanto de la población encuestada el 55% afirmó que realiza el lavado de sus prendas cada semana seguida de un 30% que lo hace cada 15 días; así se puede establecer en qué medida las familias acudirán a este servicio.

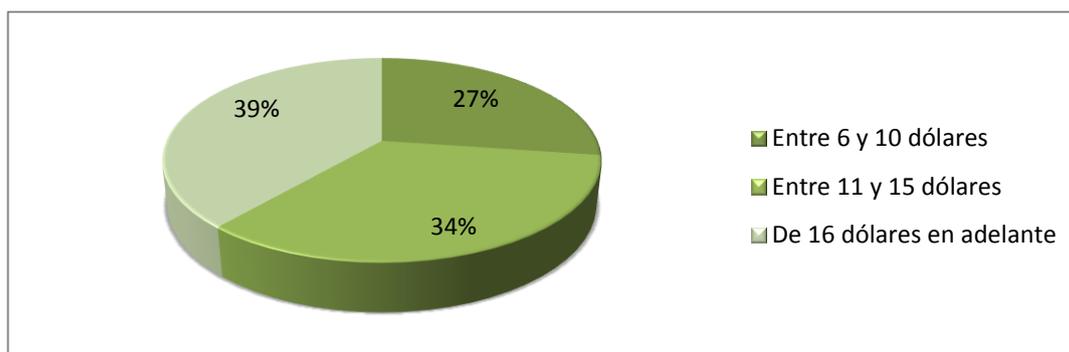
**Indicador: Capacidad de pago**

6. ¿Cuánto dinero invierte al mes en el lavado de prendas de vestir?

**Tabla N° 13****Dinero invertido al mes para el lavado de las prendas**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 6 y 10 dólares	103	27%
Entre 11 y 15 dólares	129	34%
De 16 dólares en adelante	146	39%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado- Encuestas  
Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

**Gráfico N° 9****Dinero invertido en el lavado de ropa al mes**

Fuente: Investigación de Mercado- Encuestas  
Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

**Análisis:**

Realizar el lavado de las prendas representa un gasto para las familias que abarca desde los detergentes, jabón, agua, suavizante y en caso de pagar a alguien por el lavado de nuestras prendas; el análisis de esta pregunta arrojó que gran parte de las familias invierten entre 11 y 15 dólares al mes en el lavado de las prendas seguido de la opción de que se invierte de 16 dólares en adelante, cabe mencionar que estas respuestas no tienen mucha diferencia en cuanto a su porcentaje.

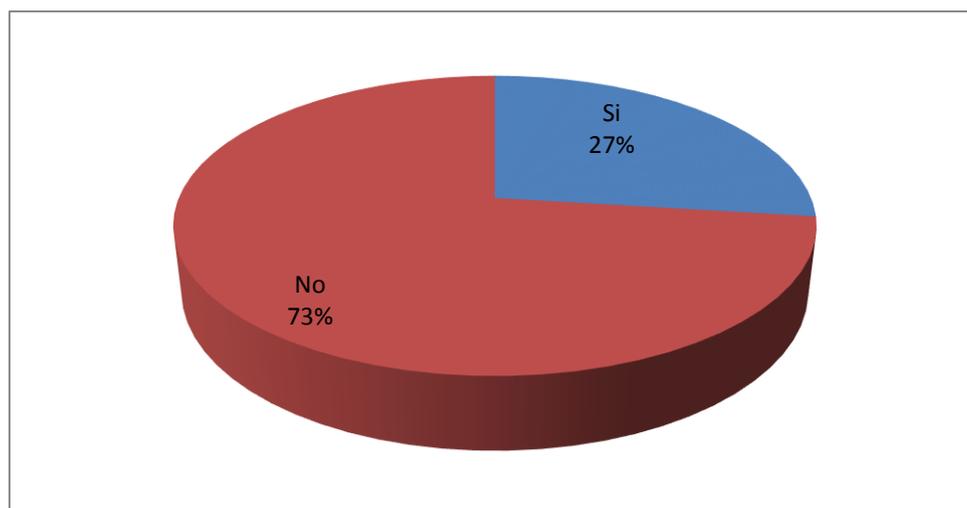
**Indicador: Necesidad**

7. ¿Ha llevado su ropa a centros de lavado?

**Tabla N° 14****Utilización del servicio de lavado**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	102	27%
No	276	73%
	378	100%

**Fuente:** Investigación de Mercado- Encuestas  
**Elaborado por:** Fernanda Arciniegas; año 2014

**Gráfico N° 10****Utilización del servicio de lavado**

**Fuente:** Investigación de Mercado- Encuestas  
**Elaborado por:** Fernanda Arciniegas; año 2014

**Análisis:**

Mediante el análisis de esta pregunta notamos que muchas familias no han utilizado el servicio de ropa siendo esta opción la más votada, sin embargo hay un porcentaje de familias que si tienen cultura de llevar su ropa a centros de lavado lo cual beneficia a la implementación de este proyecto y da la apertura para ofrecer nuestros servicios al resto de la población.

**Indicador: Necesidad**

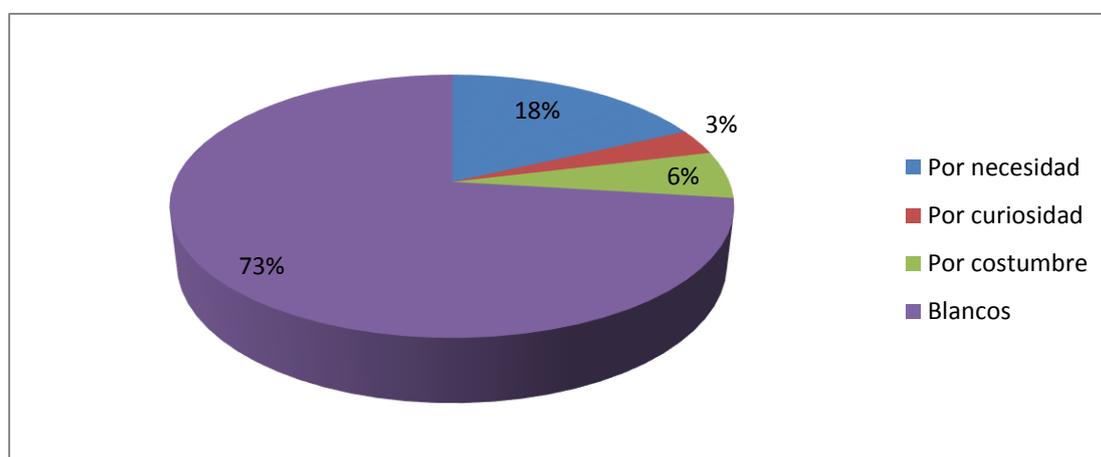
8. ¿Cuál es la razón por la que lo ha realizado?

**Tabla N° 15****Porque llevan su ropa a centros de lavado**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por necesidad	68	18%
Por curiosidad	12	3%
Por costumbre	22	6%
No aplica	276	73%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado- Encuestas

Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

**Gráfico N° 11****Razones para llevar la ropa a centros de lavado**

Fuente: Investigación de Mercado- Encuestas

Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

**Análisis:**

De las familias que utilizan el servicio de lavandería en gran medida han manifestado que la razón por lo que hacen uso de este servicio es debido a una necesidad ya que no disponen del tiempo suficiente para dedicarse a esta actividad.

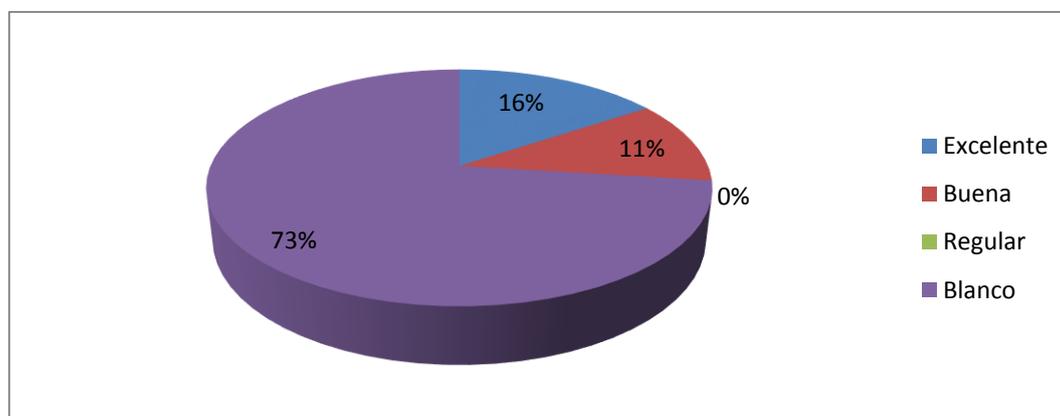
**Indicador: Calidad del servicio**

9. ¿Qué calificación le merece el lugar donde realizo el lavado de ropa?

**Tabla N° 16****Calificación del servicio percibido de la competencia**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	59	16%
Buena	43	11%
Regular	0	0%
No aplica	276	73%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado- Encuestas  
Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

**Gráfico N° 12****Como califican a la competencia**

Fuente: Investigación de Mercado- Encuestas  
Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

**Análisis:**

Para medir la calidad del servicio que brinda la competencia se consultó a las familias la calificación que le dan a los servicios de lavado que han utilizado siendo su respuesta en gran parte que el servicio es excelente seguido de un buen servicio, esto muestra que las empresas existentes son muy competitivas por lo que se debe hacer un énfasis en la calidad del servicio para poder ingresar al mercado de una manera acertada.

## Indicador: Cantidad de prendas lavadas

10. ¿Qué cantidad de ropa frecuente lavar en los centros de lavado a los que asiste?

**Tabla N° 17**

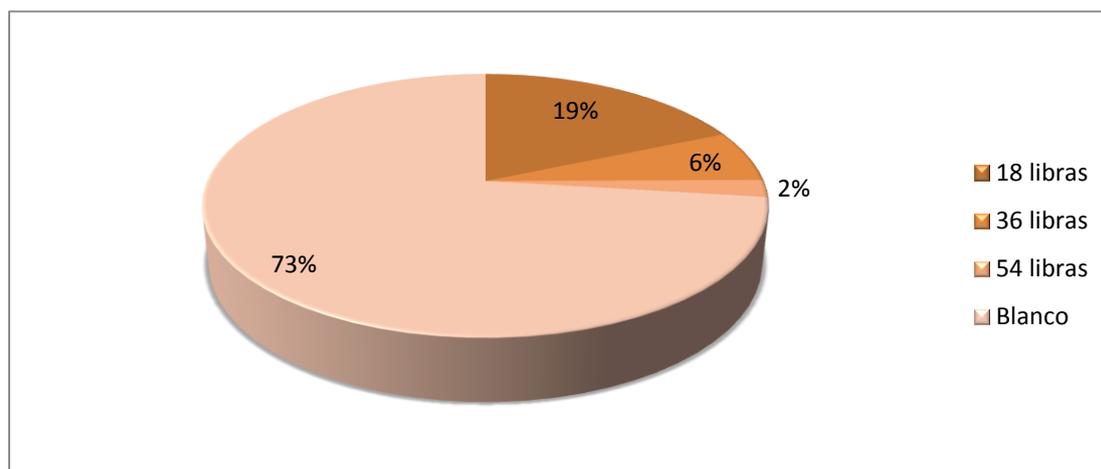
### *Cantidad de ropa que frecuentan lavar*

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 kilos	70	19%
36 kilos	24	6%
54 kilos	8	2%
No aplica	276	73%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado- Encuestas  
Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

**Gráfico N° 13**

### *Cantidad de ropa lavada por los usuarios*



Fuente: Investigación de Mercado- Encuestas  
Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

### **Análisis:**

La muestra encuestada manifestó que al mes lava cerca de 18 kilos en los lugares que frecuente siendo esta opción la de mayor porcentaje además en menor proporción las familias lavan 36 kilos al mes, estos datos serán de mucha ayuda para establecer la demanda del servicio de lavado de ropa.

**Indicador: Nivel de aceptación**

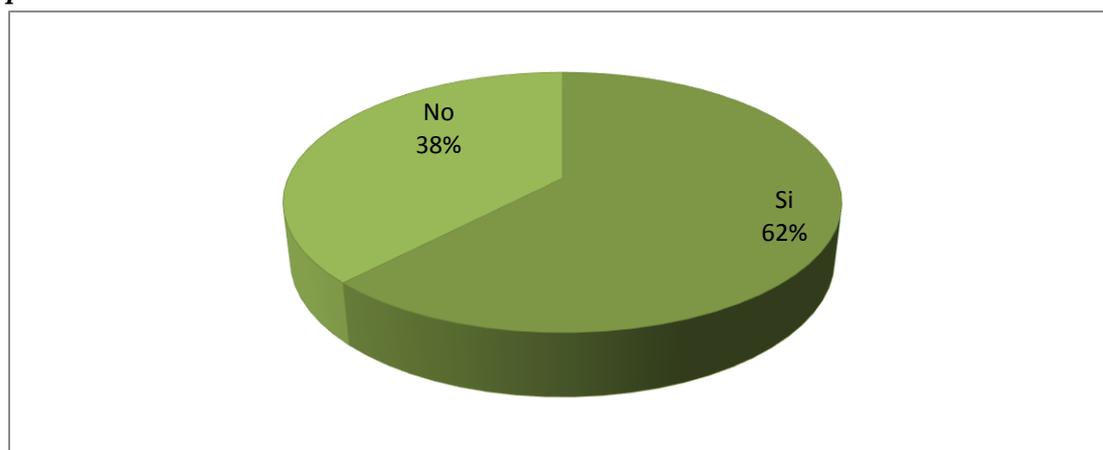
11. ¿Estaría de acuerdo en la creación de un centro de lavado de ropa en la ciudad de Ibarra?

**Tabla N° 18****Aceptación del servicio**

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	235	62%
No	143	38%
	378	100%

**Fuente:** Investigación de Mercado- Encuestas

**Elaborado por:** Fernanda Arciniegas; año 2014

**Gráfico N° 14****Aceptación del servicio**

**Fuente:** Investigación de Mercado- Encuestas

**Elaborado por:** Fernanda Arciniegas; año 2014

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados están de acuerdo en la creación de una microempresa de servicio de lavado de ropa siendo la aceptación del 62% lo cual asegura la viabilidad del proyecto ya que la investigación demuestra una buena acogida por parte de los usuarios.

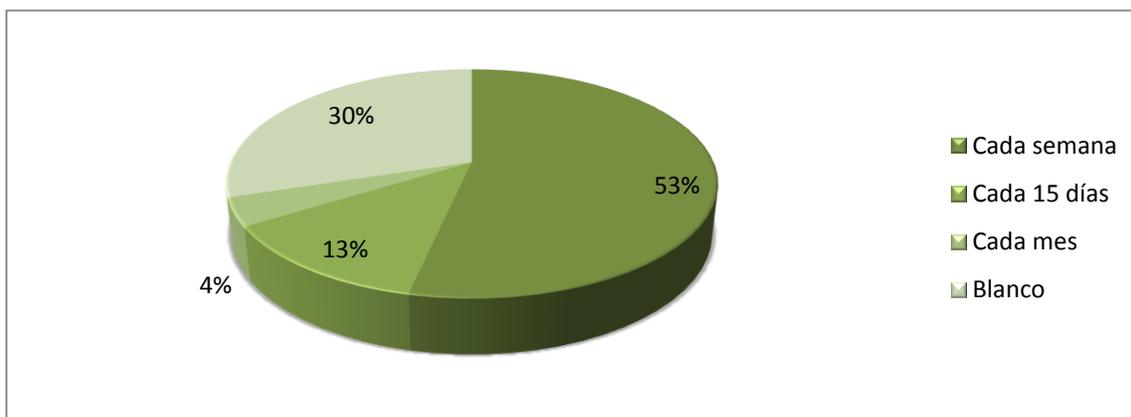
**Indicador: Nivel de aceptación**

12. ¿Con que frecuencia usted necesitaría este servicio?

**Tabla N° 19****Frecuencia del uso del servicio de lavado**

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Cada semana	202	53%
Cada 15 días	48	13%
Cada mes	15	4%
No aplica	113	30%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercado- Encuestas  
Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

**Gráfico N° 15****Frecuencia del uso del servicio**

Fuente: Investigación de Mercado- Encuestas  
Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

**Análisis:**

Mediante el análisis de esta pregunta se conoce la frecuencia con la que las familias requieren de este servicio siendo la opción semanal la de mayor votación, seguido de cada 15 días y cada mes con mínimos porcentajes.

### 3.8.1. Análisis de las entrevistas dirigidas a los propietarios de empresas de servicios de lavado de ropa

**Nombre:** Sofía Sánchez

**Lugar:** Lava Fácil

**Fecha:** 10 de Junio del 2014

#### **Indicador: Conocimiento de la competencia**

1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad?

**Respuesta:** Hace 5 años

**Análisis:** La empresa lleva funcionando 5 años en la ciudad de Ibarra

#### **Indicador: Conocimiento de la competencia**

2. ¿Cuáles son los servicios que se ofertan?

**Respuesta:** Lavado de las prendas de vestir y cobijas, suavizado, secado y doblado.

**Análisis:** Los servicios que brinda consiste en el lavado, suavizado, secado y doblado de la ropa; el servicio es ejecutado por las personas que laboran en la microempresa; los clientes no pueden manipular las maquinas.

#### **Indicador: Proveedores**

3. ¿Quiénes son sus proveedores de los insumos de limpieza y maquinaria?

**Respuesta:** La Fabril y Quisur

**Análisis:** Los proveedores de detergentes, des manchadores y suavizantes son La fabril y Quisur.

Además mencionó que las maquinarias no fueron adquiridas dentro del país si no que fueron importadas de Estados Unidos.

**Indicadores: Conocimiento de la competencia**

4. ¿De qué manera hace la publicidad del negocio?

**Respuesta:** La publicidad se hace de persona a persona

**Análisis:** La mejor publicidad para el negocio lo dan los usuarios es decir de persona a persona, ya que al dar un servicio de calidad las personas atraen a más usuarios.

**Indicadores: Conocimiento de la competencia**

5. ¿A cuánto asciende la inversión para llevar a cabo la implementación de su empresa?

**Respuesta:** Hace 5 años que inició la empresa se realizó una inversión de \$ 90.000

**Análisis:** La inversión realizada para constituir la empresa fue muy grande tomando en cuenta que la maquinaria fue traída de Estados Unidos.

**Indicador: Infraestructura**

6. ¿Cuál es la cantidad de lavadoras que posee?

**Respuesta:** Se dispone de 9 lavadoras y 5 secadoras dobles.

**Análisis:** La empresa tiene gran demanda por lo que la maquinaria es ocupada en su totalidad.

**Indicador: Infraestructura**

7. ¿De qué marca son las lavadoras que se utilizan para el lavado de las prendas?

**Respuesta:** Las lavadoras son de marca Wascomart y las secadoras son Speed Queen

**Análisis:** Las lavadoras al ser del extranjero tienen marcas que no son muy conocidas como Wascomart en lavadoras y Speed Queen en secadoras.

**Indicador: Capacidad instalada**

8. ¿Cuál es la capacidad que tienen las lavadoras?

**Respuesta:** Las lavadoras son de 18 libras las pequeñas, 35 libras la mediana y 50 libras las grandes;

**Análisis:** La capacidad de las lavadoras varía de 18 libras las pequeñas, 35 libras la mediana y 50 libras las grandes; la capacidad de las secadoras es la misma.

**Indicador: Capacidad instalada**

9. ¿Cuál es la cantidad de clientes al mes?

**Respuesta:** 200 clientes al mes

**Análisis:** La dueña del negocio supo manifestar que aproximadamente tiene 200 clientes mensuales.

**Indicador: Capacidad de instalada**

10. ¿Cuál es la cantidad de prendas lavadas al mes?

**Respuesta:** 1000 prendas al mes

**Análisis:** Esta pregunta no tuvo una respuesta precisa ya que el centro de lavado se maneja por tachos de ropa es decir de acuerdo a la cantidad de ropa que entre en las lavadoras se fijan los precios, no lo hacen por quilos ni libras por lo que su respuesta fue que lava al mes mil prendas.

**Indicador: Tipos de prendas**

11. ¿Qué tipos de prendas representan más dificultad para realizar su limpieza?

**Respuesta:** Ropa de cuero

**Análisis:** La ropa que para esta empresa representan más dificultad para lavar son las prendas de cuero las mismas que son lavadas bajo la responsabilidad de los clientes dado a su condición.

**Indicador: Determinación de precios**

12. ¿De qué manera determina el precio de servicio?

**Respuesta:** El precio va a de acuerdo a cuanto lava

**Análisis:** El precio va en función de la cantidad de ropa lavada; los precios van desde \$6 si la ropa cabe en la lavadora pequeña, \$12 si se utiliza la lavadora mediana y \$18 la lavadora grande.

**Indicador: Prestación del servicio**

13. ¿Cuál es la forma de captación del cliente?

**Respuesta:** Brindando un buen servicio

**Análisis:** La principal característica para captar clientes es brindar un buen servicio.

**Indicador: Prestación del servicio**

14. ¿Cuál es su mercado potencial?

**Respuesta:** Las familias, oficinistas y toda clase de personas.

**Análisis:** Las familias representan a la gran mayoría de los clientes cabe mencionar que las personas que acceden a este servicio son de toda clase social.

**Indicador: Prestación del servicio**

15. ¿Cuál es el horario de atención?

**Respuesta:** El horario de atención es de 8:30 am a 7:30 pm de lunes a sábado

**Análisis:** El horario de atención cubre todos los días excepto el domingo ya que a mayoría de gente no utiliza ese día para llevar su ropa a centros de lavado.

**Nombre:** Inés Guevara

**Lugar:** Burbuja Azul

**Fecha:** 10 de Junio del 2014

**Indicador: Conocimiento de la competencia**

1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad?

**Respuesta:** Hace 6 años

**Análisis:** La empresa lleva funcionando 6 años en la ciudad de Ibarra

**Indicador: Conocimiento de la competencia**

2. ¿Cuáles son los servicios que se ofertan?

**Respuesta:** Lavado de las prendas de vestir y cobijas, suavizado, secado y doblado.

**Análisis:** Los servicios que brinda consiste en el lavado, suavizado, secado y doblado de la ropa; el servicio es ejecutado por las personas que laboran en la microempresa; los clientes no pueden manipular las maquinas.

**Indicador: Conocimiento de la competencia**

3. ¿Quiénes son sus proveedores de los insumos de limpieza y maquinaria?

**Respuesta:** Mi proveedor es Chemlake

**Análisis:** la empresa Burbuja azul tiene un único proveedor y es Chemlake quien es quien le proporciona de todos los insumos de limpieza que necesita.

**Indicadores: Conocimiento de la competencia**

4. ¿De qué manera hace la publicidad del negocio?

**Respuesta:** La empresa realiza su publicidad con tarjetas de presentación y a través de una página de internet.

**Análisis:** La publicidad mediante el internet es la más usada últimamente ya que es muy fácil manejarla mediante páginas

**Indicadores: Conocimiento de la competencia**

5. ¿A cuánto asciende la inversión para llevar a cabo la implementación de su empresa?

**Respuesta:** La inversión realizada fue de 5.000 dólares entre la maquinaria, exhibidores y muebles.

**Análisis:** Esta empresa realizó su inversión cuando comenzó su negocio hace ya 6 años además las máquinas adquiridas no son industriales, ya que son las que se compran para el uso del hogar.

**Indicador: Infraestructura**

6. ¿Cuál es la cantidad de lavadoras que posee?

**Respuesta:** Son 3 lavadoras y 3 secadoras

**Análisis:** El número de lavadoras y secadoras que posee son suficientes para llevar a cabo su negocio, además el espacio físico de la empresa no da para más lavadoras y secadoras.

**Indicador: Infraestructura**

7. ¿De qué marca son las lavadoras que se utilizan para el lavado de las prendas?

**Respuesta:** Las lavadoras y secadoras son de marca Whirlpool

**Análisis:** Whirlpool es una marca muy conocida dentro del mercado por ello varios negocios que se dedican a brindar el servicio de lavado la adquieren ya sea por la calidad o capacidad de lavado que esta les brinda.

**Indicador: Infraestructura**

8. ¿Cuál es la capacidad que tienen las lavadoras?

**Respuesta:** Las lavadoras son de 30 libras y las secadoras con de 17 kilos.

**Análisis:** La capacidad de las tres lavadoras son de 30 libras, es decir tiene gran capacidad instalada ya que estas lavan muchas prendas con una sola carga de ropa.

**Indicador: Capacidad instalada**

9. ¿Cuál es la cantidad de clientes al mes?

**Respuesta:** Aproximadamente tiene 50 clientes al mes

**Análisis:** La empresa tiene mucho tiempo en el servicio de lavado por ello 50 clientes mensuales es un número muy bajo cabe mencionar que ellos son clientes fijos.

**Indicador: Capacidad instalada**

10. ¿Cuál es la cantidad de prendas lavadas al mes?

**Respuesta:** 50 docenas

**Análisis:** La propietaria supo manifestar que no conoce la cantidad exacta de ropa lavada al mes pero supone que lava 50 docenas, por tal razón no es una respuesta muy confiable.

**Indicador: Capacidad de instalada**

11. ¿Qué tipos de prendas representan más dificultad para realizar su limpieza?

**Respuesta:** Los edredones son representan más dificultad al momento de lavarlos,

**Análisis:** Debido al material y al tamaño de estas prendas en una lavadora de 30 libras solo se puede lavar en cada carga un solo edredón.

**Indicador: Determinación de precios**

12. ¿De qué manera determina el precio de servicio?

**Respuesta:** El precio se establece en función de la cantidad de ropa lavada se cobra a 3 dólares la docena

**Análisis:** el precio se fija por la cantidad de ropa lavada además esta incluye los detergentes que se utilizan y el secado y doblado de las prendas.

**Indicador: Prestación del servicio**

13. ¿Cuál es la forma de captación del cliente?

**Respuesta:** Dando un buen servicio

**Análisis:** La forma en que se capta a los clientes es dando un buen servicio para que con ello los mismos clientes sean quienes les realicen publicidad con otros usuarios

**Indicador: Prestación del servicio**

14. ¿Cuál es su mercado potencial?

**Respuesta:** La mayoría de los clientes son comerciantes que realizan negocios en la ciudad y las familias en muy poca cantidad.

**Análisis:** Los clientes de este servicio son de todos los niveles económicos y de cualquier actividad comercial.

**Indicador: Prestación del servicio**

15. ¿Cuál es el horario de atención?

**Respuesta:** El horario de atención es de 7am a 1 pm y de 3 pm a 7 pm de lunes a sábado.

**Análisis:** El horario de atención se ve pasado puesto que no se da el servicio en todo el día, por ello los clientes pueden buscar otra empresa de servicio de lavado que ofrezca el servicio durante todo el día.

**Nombre:** Olga Imbaquingo

**Lugar:** Fresh and Clean

**Fecha:** 10 de Junio del 2014

**Indicador: Conocimiento de la competencia**

1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad?

**Respuesta:** Hace 2 meses

**Análisis:** Esta empresa es nueva en el mercado ya que hace tan solo 2 meses empezó a funcionar, por ello no tiene aún un posicionamiento firme en el mercado.

**Indicador: Conocimiento de la competencia**

2. ¿Cuáles son los servicios que se ofertan?

**Respuesta:** Lavado de las prendas de vestir y cobijas, suavizado, secado y doblado.

**Análisis:** Los servicios que brinda consiste en el lavado, suavizado, secado y doblado de la ropa; el servicio es ejecutado por las personas que laboran en la microempresa; los clientes no pueden manipular las maquinas.

**Indicador: Conocimiento de la competencia**

3. ¿Quiénes son sus proveedores de los insumos de limpieza y maquinaria?

**Respuesta:** Supermercados

**Análisis:** La empresa no tiene un único proveedor de los insumos de limpieza ya que ella adquiere los productos en cualquier supermercado.

**Indicadores: Conocimiento de la competencia**

4. ¿De qué manera hace la publicidad del negocio?

**Respuesta:** La publicidad consiste en un rotulo que identifica al negocio y describe los servicios que se ofertan a demás mediante los clientes.

**Análisis:** No se realiza mayor publicidad del negocio, sin embargo los mismo clientes son los que hacen la mejor publicidad.

**Indicadores: Conocimiento de la competencia**

5. ¿A cuánto asciende la inversión para llevar a cabo la implementación de su empresa?

**Respuesta:** La inversión realizada es de 12.000 dólares

**Análisis:** La inversión para implementar el negocio varía dependiendo de lo que se necesite para su funcionamiento.

**Indicador: Infraestructura**

6. ¿Cuál es la cantidad de lavadoras que posee?

**Respuesta:** Se dispone de 4 lavadoras y 3 secadoras

**Análisis:** Por su reciente ingreso al mercado la empresa debe contar con la maquinaria suficiente para cubrir con la demanda del servicio en este caso se tiene el equipo necesaria para brindar un servicio eficiente.

**Indicador: Infraestructura**

7. ¿De qué marca son las lavadoras que se utilizan para el lavado de las prendas?

**Respuesta:** Las lavadoras y secadoras son de marca Whirlpool

**Análisis:** Whirlpool es una marca muy conocida dentro del mercado por ello varios negocios que se dedican a brindar el servicio de lavado la adquieren ya sea por la calidad o capacidad de lavado que esta les brinda.

**Indicador: Infraestructura**

8. ¿Cuál es la capacidad que tienen las lavadoras?

**Respuesta:** Las lavadoras tienen una capacidad de 14kg, 16kg y 18 kg.

**Análisis:** La capacidad de las lavadoras varían de acuerdo al tamaño de las mismas por lo 14kg pertenece a una lavadora pequeña, 16kg la mediana y 18kg la lavadora grande.

**Indicador: Capacidad de instalada**

9. ¿Cuál es la cantidad de clientes al mes?

**Respuesta:** Aproximadamente 40 clientes al mes

**Análisis:** por ser un competidor nuevo no tiene aún una cartera de clientes bien establecida por ello no se tiene un significativo número de clientes, sin embargo a través del conocimiento de su empresa esta condición cambiara.

**Indicador: Capacidad de instalada**

10. ¿Cuál es la cantidad de prendas lavadas al mes?

**Respuesta:** La cantidad de ropa lavada es alrededor de 50 docenas de ropa.

**Análisis:** La empresa debido a que no tiene mucho tiempo dentro del mercado no tiene toda su capacidad instalada en uso, sin embargo la cantidad de ropa lavado es muy buena para iniciar su negocio.

**Indicador: Capacidad de instalada**

11. ¿Qué tipos de prendas representan más dificultad para realizar su limpieza?

**Respuesta:** No existen prendas que sean difíciles de lavar

**Análisis:** Para la empresa no hay prendas que resulten difíciles de lavar sin embargo no hay que descuidar aspectos de algunas prendas que representan un mayor cuidado al realizar la limpieza.

**Indicador: Determinación de precios**

12. ¿De qué manera determina el precio de servicio?

**Respuesta:** El precio depende de la lavadora que se ocupe para el lavado de las prendas siendo a 5 dólares la lavadora pequeña, 10 dólares la mediana y 15 dólares la grande.

**Análisis:** los precios son razonables y de acuerdo a la cantidad de ropa lavada con, el servicio incluye el suavizado, secado y doblado de las prendas.

**Indicador: Prestación del servicio**

13. ¿Cuál es la forma de captación del cliente?

**Respuesta:** La empresa brinda un buen servicio a demás se entregan las prendas lavadas en 2 horas.

**Análisis:** En esta empresa se da un valor agregado al servicio mediante la rapidez ya que en el lapso de 2 horas se pueden retirar las prendas listas, además la agilidad del servicio el producto final es de una excelente calidad.

**Indicador: Prestación del servicio**

14. ¿Cuál es su mercado potencial?

**Respuesta:** Las familias constituyen en gran parte la mayoría de los usuarios.

**Análisis:** Las familias son los usuarios más frecuentes de este servicio además no depende de su nivel social ni ingresos las familias de todos los ámbitos hacen uso de este servicio.

**Indicador: Prestación del servicio**

15. ¿Cuál es el horario de atención?

**Respuesta:** El horario de atención es de 8:00 am a 7:30 pm de lunes a sábado

**Análisis:** El horario de atención cubre todos los días excepto el domingo ya que a mayoría de gente no utiliza ese día para llevar su ropa a centros de lavado.

**Nombre:** Anibal Chafuel

**Lugar:** Monserrat

**Fecha:** 10 de Junio del 2014

**Indicador: Conocimiento de la competencia**

1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad?

**Respuesta:** La empresa lleva funcionando seis meses

**Análisis:** Anibal Chafuel es otro empresario que emprende en este servicio debido a la acogida y beneficios que trae este negocio.

**Indicador: Conocimiento de la competencia**

2. ¿Cuáles son los servicios que se ofertan?

**Respuesta:** Lavado de las prendas de vestir en agua y en seco y cobijas, suavizado, secado y doblado.

**Análisis:** Los servicios que brinda consiste en el lavado, suavizado, secado y doblado de la ropa; el servicio es ejecutado por las personas que laboran en la microempresa; los clientes no pueden manipular las maquinas.

**Indicador: Conocimiento de la competencia**

3. ¿Quiénes son sus proveedores de los insumos de limpieza y maquinaria?

**Respuesta:** Los insumos de limpieza con importados

**Análisis:** Debido a que las lavadoras son industriales los insumos de limpieza deben ser de una buena calidad lo cual es muy cuidado por el propietario por tal motivo se importan estos productos del exterior.

**Indicadores: Conocimiento de la competencia**

4. ¿De qué manera hace la publicidad del negocio?

**Respuesta:** La publicidad se hace por medio de la radio y volantes

**Análisis:** La empresa se enfoca mucho en la publicidad del negocio por ello invierte en cuñas radiales para ampliar el conocimiento de la gente referente al servicio de lavado.

**Indicadores: Conocimiento de la competencia**

5. ¿A cuánto asciende la inversión para llevar a cabo la implementación de su empresa?

**Respuesta:** La inversión realizada es de 150.000 dólares

**Análisis:** Debido a que las maquinas utilizadas son importadas se realizó una fuerte inversión además de todos los insumos que se importan para la limpieza.

**Indicador: Infraestructura**

6. ¿Cuál es la cantidad de lavadoras que posee?

**Respuesta:** Tiene dos lavadoras industriales para el lavado en agua y una lavadora industrial para el lavado en seco.

**Análisis:** La empresa posee amplia capacidad instalada para cubrir con la demanda de los usuarios ya que a pesar de ser nueva en el mercado tiene gran acogida.

**Indicador: Infraestructura**

7. ¿De qué marca son las lavadoras que se utilizan para el lavado de las prendas?

**Respuesta:** Las lavadoras son de marca Bowe y Gipbal

**Análisis:** Las lavadoras al ser importadas no tienen marcas conocidas en el país, pero estas son las adecuadas para brindar el servicio de lavado de ropa.

**Indicador: Infraestructura**

8. ¿Cuál es la capacidad que tienen las lavadoras?

**Respuesta:** Las lavadoras tienen la capacidad de lavar 50 libras en cada lavadora

**Análisis:** Debido a la acogida de esta empresa la maquinaria cubre con la necesidad del empresario y de los usuarios.

**Indicador: Capacidad de instalada**

9. ¿Cuál es la cantidad de clientes al mes?

**Respuesta:** Aproximadamente son 100 clientes

**Análisis:** El número de clientes que la empresa posee es muy alto por la condición de ser nueva en el mercado, lo que representa una fuerte competencia ya que la empresa se dará a conocer más y por ende su clientela aumentará.

**Indicador: Capacidad de instalada**

10. ¿Cuál es la cantidad de prendas lavadas al mes?

**Respuesta:** Se lava alrededor de 2400kg y 20 ternos

**Análisis:** La empresa posee mucha capacidad instalada por lo mismo realiza el lavado de una gran cantidad de ropa en agua y en seco.

**Indicador: Capacidad de instalada**

11. ¿Qué tipos de prendas representan más dificultad para realizar su limpieza?

**Respuesta:** Los vestidos son las prendas más difíciles al momento de lavarlas.

**Análisis:** Por el material de los vestidos estos representan mayor dificultad para lavar ya que son prendas delicadas que necesitan de un trato cuidadoso.

**Indicador: Determinación de precios**

12. ¿De qué manera determina el precio de servicio?

**Respuesta:** El precio se realiza en función del peso de las prendas ya que por cada kilo de ropa se cobra un dólar.

**Análisis:** El precio establecido cubre el servicio que se brinda ya que las prendas se entregan lavadas, suavizadas, secas y empacadas cabe mencionar que se utilizan productos que cuidan la calidad de las prendas.

**Indicador: Prestación del servicio**

13. ¿Cuál es la forma de captación del cliente?

**Respuesta:** Dando un buen servicio y excelente atención al cliente

**Análisis:** La forma en que se capta a los clientes es dando un buen servicio para que con ello los mismos clientes sean quienes les realicen publicidad con otros usuarios

**Indicador: Prestación del servicio**

14. ¿Cuál es su mercado potencial?

**Respuesta:** Las familias y oficinistas

**Análisis:** Las familias representan a la gran mayoría de los clientes cabe mencionar que las personas que acceden a este servicio son de toda clase social.

**Indicador: Prestación del servicio**

15. ¿Cuál es el horario de atención?

**Respuesta:** El horario de atención es de 7:00 am a 8:30 pm de lunes a sábado y los domingos se atiende hasta las 12:00 am.

**Análisis:** El horario de atención cubre todos los días de la semana.

### **3.9. Análisis de la oferta**

La oferta del servicio de lavado de ropa está compuesta por cinco empresas localizadas en la ciudad de Ibarra.

Para el análisis de la oferta se tomaran en cuenta únicamente a cuatro ya que una de ellas no dio la apertura para realizar la entrevista, debido al recelo en su información.

Tabla N° 20

## Oferta del servicio de lavado de ropa actual

EMPRESAS	NÚMERO DE MÁQUINAS	CAPACIDAD DE LAS MÁQUINAS EN Kg	
	LAVADORAS	MENSUAL	ANUAL
Lava fácil	9	17.424	209.088
Burbuja Azul	3	5.616	67.392
Fresh and Clean	3	6.912	82.944
Montserrat	2	7.392	88.704
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>37.344</b>	<b>448.128</b>

Fuente: Información levantada mediante entrevistas, año 2014

Elaborador por: Fernanda Arciniegas

## 3.9.1. Proyección de la oferta

Tabla N° 21

## Determinación de la tasa de crecimiento

TASA DE CRECIMIENTO POR EMPRESAS	
Lava fácil	2%
Burbuja Azul	3%
<b>PROMEDIO TOTAL DE CRECIMIENTO ANUAL</b>	<b>2,14%</b>

Fuente: Información levantada mediante entrevistas, año 2014

Elaborador por: Fernanda Arciniegas

La tasa de crecimiento de las empresas más representativas del servicio de lavado de ropa, se determinó en función de cuantas máquinas poseían al iniciar sus funciones y cuantas poseen en la actualidad este crecimiento se lo expreso en porcentaje para proyectar la oferta.

El cálculo se lo realizó debido a que no se tienen datos históricos sobre el lavado de ropa, las empresas existentes que más representa a la competencia son Lava Fácil que lleva en el mercado 5 años y que ha venido creciendo a una tasa del 2% anual y Burbuja Azul que lleva

de igual manera cinco años en el mercado y tiene una tasa de crecimiento del 3% anual. En promedio se estableció que la oferta crece a un ritmo del 2,14% anual.

**Tabla N° 22**

**Proyección de la oferta**

<b>PROYECCIÓN DE LA OFERTA</b>	
<b>AÑO</b>	<b>SERVICIO DE LAVADO DE ROPA EN Kg</b>
2014	448.128,00
2015	457734,74
2016	467547,43
2017	477570,48
2018	487808,40

**Fuente:** Información levantada mediante entrevistas, año 2014

**Elaborador por:** Fernanda Arciniegas

### 3.10. Análisis de la demanda

Para el cálculo de la demanda se va a tomar como referencia los datos obtenidos en la encuesta donde se consultaba sobre la aceptación del servicio de lavado de ropa. Los resultados fueron que en un 62% las familias utilizarían el servicio de lavado de ropa frente a un 38% que no está de acuerdo con la creación de este servicio.

El total de familias que viven en la zona urbana de la ciudad de Ibarra y no se encuentran dentro de la población con recursos limitados es de 22.864 familias, sin embargo se va a tomar en cuenta solo al 62% de ellas ya que es el porcentaje de aceptación que tienen el servicio de lavado de ropa, es decir se tomara a 14.176 familias de la ciudad de Ibarra.

Tabla N° 23

## Demanda de ropa en kilos

CANTIDAD DE ROPA LAVADA AL MES				
KILOS DE ROPA	NUMERO DE FAMILIAS	PORCENTAJE	KILOS DE ROPA AL MES	KILOS DE ROPA AL AÑO
15	2.693	19%	40.401	484.808
20	851	6%	17.011	204.130
30	284	2%	8.505	102.065
No aplica	10.348	73%	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>14.176</b>	<b>100%</b>	<b>65.917</b>	<b>791.003</b>

Fuente: Información levantada mediante encuestas, año 2014

Elaborador por: Fernanda Arciniegas

## 3.10.1. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se utilizó la fórmula del monto misma que será detallada a continuación, además el porcentaje utilizado en la proyección es la tasa de crecimiento poblacional.

## Fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

## Descripción:

C<sub>n</sub>= proyección de la demandaC<sub>o</sub>= demanda actual

i= tasa

n= número de años

## Datos:

C<sub>o</sub>= 791.003

i= 2.03%

n= 5

**Tabla N° 24****Proyección de la demanda**

<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA</b>	
<b>AÑO</b>	<b>SERVICIO DE LAVADO DE ROPA</b>
2014	791.003
2015	806.981
2016	823.282
2017	839.913
2018	856.879

**Fuente:** Información levantada mediante encuestas, año 2014  
**Elaborador por:** Fernanda Arciniegas

La demanda estimada para el año en curso es de 791.003 kilos de ropa correspondientes a 3.827 familias del sector urbano de la ciudad de Ibarra.

**3.10.2. Determinación de la demanda potencial a satisfacer****Tabla N° 25****Demanda potencial a satisfacer**

<b>DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER</b>
2014	791.002,94	448.128,00	342.874,94

**Fuente:** Información levantada mediante encuestas, año 2014  
**Elaborador por:** Fernanda Arciniegas

Una vez determinada la oferta y la demanda actual se realizó una comparación entre estas variables arrojando una cantidad en kilos a satisfacer de 342.874,94

**3.10.3. Proyección de la demanda insatisfecha**

A continuación se presenta la tabla que contiene la cantidad en kilos de tanto de la oferta como de la demanda durante el periodo 2015-2019 partiendo como base el año 2014.

Para proyectar la demanda potencial a satisfacer se procedió a balancear la oferta y la demanda proyectada.

**Tabla N° 26**

**Proyección de la demanda a satisfacer**

<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER</b>
2014	791.003	448.128,00	342.874,94
2015	806.981,20	457.734,74	349.246,46
2016	823.282,22	467.547,43	355.734,79
2017	839.912,52	477.570,48	362.342,04
2018	856.878,76	487.808,40	369.070,36

**Fuente:** Información levantada mediante encuestas, año 2014

**Elaborador por:** Fernanda Arciniegas

Como se puede observar en la tabla la demanda potencial insatisfecha parte con una cantidad de 342.874,94 kilos en el año 2014 lo cual se incrementa durante los años proyectados y finaliza en el año 2019 con 369.070,36 kilos.

### **3.11. Demanda potencial a captar**

Debido al tamaño del proyecto se va a captar el 20% de la demanda insatisfecha ya que los recursos que la microempresa posee permiten cubrir este porcentaje de las familias el cual representa a 2835 familias de la ciudad de Ibarra.

**Tabla N° 27*****Demanda potencial a captar***

<b>DEMANDA POTENCIAL A CAPTAR</b>	
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>
2014	68.574,99
2015	69.849,29
2016	71.146,96
2017	72.468,41
2018	73.814,07

**Fuente:** Información levantada mediante encuestas, año 2014

**Elaborador por:** Fernanda Arciniegas

**3.12. Análisis de los precios del servicio de lavado de ropa**

Para la fijación de los precios se tomó como referencia un promedio de los precios que maneja la competencia la, para su proyección tomaremos el porcentaje de inflación del sector servicios para el año en curso que es del 2.70%. El precio se va a fijar en función de un promedio que la competencia ha establecido para ofertar sus servicios el cual es de \$1,25 por kilo lavado

**Tabla N° 28*****Proyección de los precios***

<b>PROYECCIÓN DE LOS PRECIOS</b>	
<b>AÑO</b>	<b>PRECIO POR KILO</b>
2014	1,25
2015	1,28
2016	1,32
2017	1,35
2018	1,39
2019	1,43

**Fuente:** Información levantada mediante encuestas, año 2014

**Elaborador por:** Fernanda Arciniegas

### **3.13. Estrategias de mercado**

#### **3.13.1. Calidad del servicio al cliente**

Una de las formas más importantes de diferenciar a una empresa de servicios es entregar de manera consistente un servicio de más alta calidad que los competidores. La clave está en cumplir o superar las expectativas de calidad en el servicio de los clientes mediante el conocimiento de las necesidades de los clientes mismo que se convierten en objetivos que deben ser cumplidos para la satisfacción del usuario.

Un cliente satisfecho es la mejor publicidad que una empresa puede tener para posicionarse en la mente de sus consumidores.

#### **3.13.2. Estrategia para el precio**

- El precio se ajustara a la cantidad de ropa que el usuario requiera lavar y el servicio que este necesite como lo es el secado, doblado y en caso de clientes especiales entrega a domicilio.
- Se determinara un precio competitivo y accesible para que la empresa pueda penetrar al mercado de una manera más acertada.

#### **3.13.3. Estrategia para la plaza o distribución**

- Los canales de distribución constituyen los medios a través de los cuales la empresa oferta el servicio al segmento de mercado.
- Los canales de distribución son entre la empresa y el cliente aquí no existen intermediarios hay una relación directa con el usuarios.

#### **3.13.4. Estrategias para la promoción o comunicación**

- Utilizar al internet para crear catálogos que describan los servicios que la empresa oferta.
- Obsequiar descuentos en ciertas cantidades de ropa que los usuarios laven.
- La promoción para dar a conocer a la empresa también se lo realiza a través de paquetes publicitarios en los diferentes medios que permitan llegar al segmento de mercado en la que está enfocada la empresa.

#### **3.13.5. Estrategias de costos**

- Para la determinación del precio del servicio de lavado de ropa, se tomara en consideración todos los costos operativos en los que la microempresa incurra para brindar el servicio los cuales dependerán del volumen de prendas lavadas y el tipo de servicio que el usuario requiera.
- Para determinar un costo competitivo se elegirá a los proveedores que cumplan con los requisitos establecidos por la microempresa en cuanto a precios y calidad del producto.

#### **3.13.6. Estrategias de crecimiento**

- Demostrar las bondades del servicio
- Diversificar la cartera de servicios
- Impulsar el desarrollo del personal y profesional del talento humano

#### **3.14. Razón social, logotipo y slogan**

- **Razón social**

La razón social es la denominación por la cual se conoce a una empresa; es el nombre que los representa de forma oficial y legal.

La empresa se denominara: “Fast Clean” que significa “Lavado Rápido”.

“Fast Clean” muestra la calidad del servicio que se brindara en la empresa ya que mediante el talento humano capacitado se brindara soluciones rápidas y acertadas a las dificultades que los usuarios posean.

- **Logotipo**

El logotipo está asociado al producto o servicio que la empresa quiere ofertar este debe contener un mensaje claro y preciso ya que es la marca con la que los usuarios identifican y diferencian al servicio de los demás.

**Figura N° 3**

**Logotipo de la Microempresa**



- **Slogan**

El slogan seleccionado para la empresa, expresa la calidad que la empresa ofrece en el servicio que brinda, además es una frase corta y será fácil que los consumidores la tengan presente.

**Figura N° 4**

**Slogan de la Microempresa**

**LO HACEMOS POR TI**

### **3.15. Conclusión del estudio de mercado**

El servicio de lavado de ropa está diseñado para facilitar esta actividad doméstica a todas las familias de la ciudad de Ibarra, que actualmente se caracterizan por el poco tiempo que tienen disponible para llevar a cabo estas funciones.

Analizada la demanda se determina que el proyecto tiene gran aceptación dentro de los usuarios con una respuesta positiva del 62% de los encuestados. Además se determinó la demanda que la microempresa puede satisfacer la cual consta del 20% del total de la demanda insatisfecha expresada en familias se puede decir que se va a captar a 2835 familias, esta cifra está en función de la capacidad instalada misma que puede aumentar conforme la microempresa vaya posicionándose en el mercado.

La oferta nos permitió conocer las fortalezas y debilidades de la competencia, mismas que deben ser utilizadas y aprovechadas por la microempresa. La empresa de mayor renombre en la ciudad de Ibarra es Lava Fácil por su experiencia y buen servicio, por ello las estrategias de mercado que se van a utilizar deben ser las adecuadas para el segmento de mercado al que se va a enfocar.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

La ingeniería del proyecto se refiere a la determinación de aspectos de gran importancia para la ejecución del proyecto como determinar los procesos productivos, la maquinaria a utilizarse, estructurar las obras civiles relacionadas con la infraestructura física, servicios básicos, que se requieren para la correcta consumación del proyecto.

Una vez que se ha culminado el estudio de mercado se determina una demanda potencial a satisfacer misma que es representativa y atractiva para el servicio de lavado de ropa, además se establece los precios con los que se maneja la microempresa mismos que fueron fijados en función de la competencia y fueron proyectados con la tasa de la inflación.

Uno de los factores que delimitara la capacidad de atención a los usuarios, será la demanda potencial a satisfacer, de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio.

La maquinaria requerida para la implementación del proyecto se va a adquirir mediante la página de internet mercado libre.

#### **4.1. Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto dependerá de la demanda potencial a satisfacer que exista en el mercado y la capacidad instalada con la que la microempresa cuente para cubrir las necesidades del mercado que se ha dispuesto a cubrir.

**Tabla N° 29****Tamaño del proyecto**

SERVICIO DE LAVADO DE ROPA	NÚMERO DE MÁQUINAS	CAPACIDAD DIARIA EN Kg	CAPACIDAD SEMANAL EN Kg	CAPACIDAD MENSUAL EN Kg
Lavadora	5	375	2.250	11.250
Secadora	4	300	1.800	9.000

Fuente: Capacidad instalada de la maquinaria

Elaborado por: Fernanda Arciniegas; año 2014

**4.2. Macro localización**

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

La microempresa de lavado de ropa estará ubicada en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

El lugar definido para la localización de la microempresa cuenta con óptimas condiciones para su normal funcionamiento, además para su selección se analizó algunos factores que inciden en la localización; como el mercado de servicios en el cual se desenvuelve el proyecto, los insumos, mano de obra, infraestructura, vías accesibles, disponibilidad de servicios básicos además del marco jurídico en el que se despliega.

**Figura N° 5****Macro localización**

Fuente: Gobierno Provincial de Imbabura

Elaborador por: Fernanda Arciniegas

### **4.3. Micro localización**

La Micro localización analiza aspectos relativos con los asentamientos sociales, actividades productivas y el análisis y la selección del área donde se va a ubicar el proyecto.

El servicio de lavado de ropa estará ubicado en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura parroquia El sagrario barrio el Olivo en las calles Panamericana Norte kilómetro 1 y Dr. Luis Madera

Una vez que se ha escogido el lugar donde se va a implementar el proyecto se debe determinar el lugar exacto donde va a operar la microempresa de servicio de lavado de ropa.

Los aspectos analizados para la micro localización son los siguientes:

- a) La edificación debe poseer un área para iniciar la microempresa, además debe contar con espacio adicional para futuras expansiones.
- b) La ubicación de la microempresa debe ser escogida de manera estratégica para que garantice la recepción y entrega de los insumos y el servicio.
- c) Debe contar con todos los servicios básicos como agua, energía eléctrica, recolección de basura, alcantarillado, teléfono, internet y vías de primer orden para agilizar el transporte, entre otros.

### **4.4. Selección de la alternativa óptima**

Para realizar la selección óptima se asignó una calificación entre 1 y 10, siendo 1 la calificación más baja y 10 la más alta. Posteriormente se multiplico el peso por la calificación y se obtuvo los puntajes de ponderación.

A continuación la tabla indica la calificación y ponderación en base a los criterios de selección asignadas a las opciones de ubicación del proyecto; en la cual se sustenta la decisión determinada en la micro localización.

Tabla N° 30

## Matriz locacional

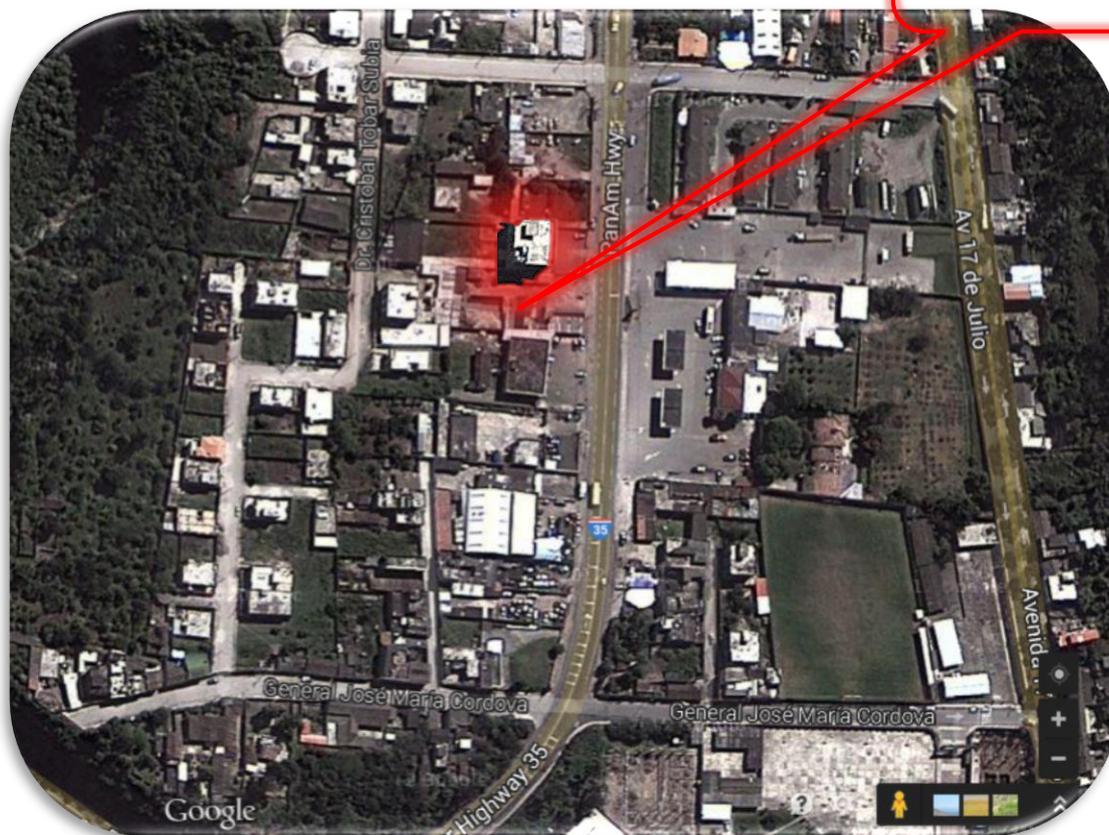
FACTOR	PESO (SUMATORIA 1)	ALTERNATIVA A		ALTERNATIVA B		ALTERNATIVA C	
		Barrio el Olivo		Centro de la ciudad		Barrio los ceibos	
		Calificació n	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
<b>Infraestructura adecuada</b>	3	9	2,70	8	2,40	9	2,70
<b>Lugar estratégico</b>	2	10	2,00	9	1,80	8	1,60
<b>Transporte y comunicación</b>	3	9	2,70	8	2,40	8	2,40
<b>Servicios básicos</b>	2	9	1,80	7	1,40	8	1,60
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>9,20</b>		<b>8</b>		<b>8,25</b>	

Fuente: Investigación de campo

Elaborador por: Fernanda Arciniegas

La localización seleccionada para el proyecto cumple con todos los aspectos analizados ya que el barrio el Olivo está ubicado en un lugar con afluencia de vehículos, cuenta con todos los servicios; cabe mencionar que su ubicación es de fácil acceso y visibilidad, lo cual le favorece para ingresar en la mente de los usuarios además tiene el mayor puntaje en la tabla analizada.

**Figura N° 6**  
**Micro localización**



**Fuente:** Google Maps

**Elaborador por:** Fernanda Arciniegas

#### 4.5. Distribución de la planta

*Figura N° 7*

*Distribución de la planta de la Microempresa*

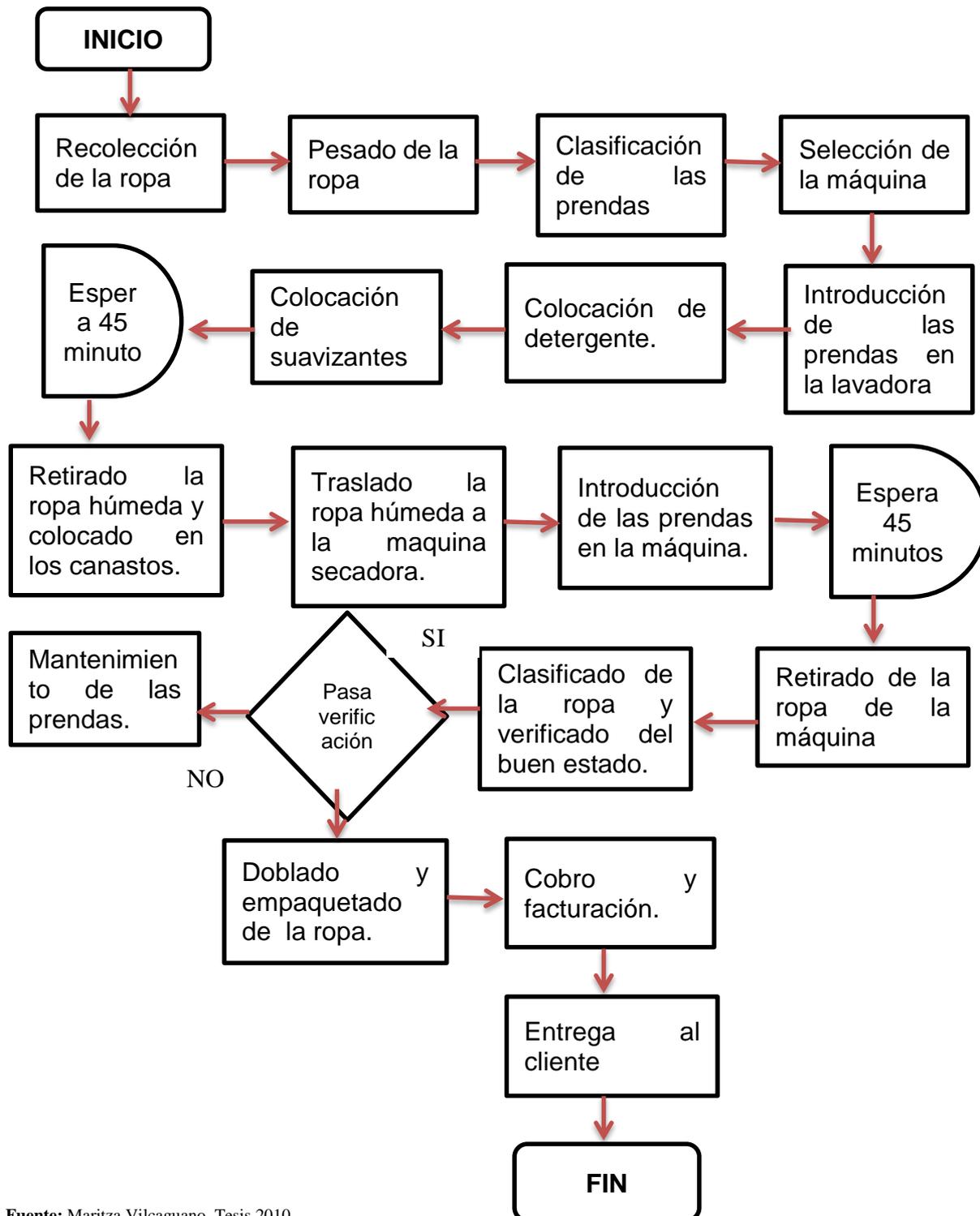


Elaborado por: Arquitecto Paulo Enríquez, año 2014

#### 4.5. Flujograma de procesos

Figura N° 8

Flujograma de procesos



#### 4.7. Requerimiento de recursos y mano de obra

A continuación se describe el requerimiento de mano de obra directa e indirecta.

#### 4.8. Requerimiento de Talento Humano

*Tabla N° 31*

*Talento humano operativo*

NUMERO DE PERSONAS	FUNCIÓN	SUELDO
1	Sección lavado y secado	\$ 340,00
1	Sección doblado y empaquetado	\$ 340,00

Elaborador por: Fernanda Arciniegas, año 2014

#### 4.9. Requerimiento de Talento Humano

*Tabla N° 32*

*Talento humano administrativo*

NUMERO DE PERSONAS	FUNCIÓN	SUELDO
1	Gerente	\$ 700,00
1	Contador	\$ 500,00
1	Recepcionista	\$ 340,00

Elaborador por: Fernanda Arciniegas, año 2014

#### 4.10. Requerimiento de maquinaria

*Tabla N° 33*

*Maquinaria*

DETALLE	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Lavadora de 15 kilos marca Hifeng	5	2000	10000
Secadora 15 kilos marca	4	2800	11200
<b>TOTAL</b>			<b>21200</b>

Fuente: Mercado libre

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

#### 4.11. Requerimiento de insumos

*Tabla N° 34*

*Insumos*

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	P/U	TOTAL
<b>Materia prima directa</b>				
Detergente liquido	4	Caneca	20	80
Suavizante	4	Caneca	25	100
Blanqueador	4	Caneca	15	60
Quita manchas	4	Galón	3,5	14
Fundas de empaque	50	Docenas	3,5	175
Armadores de acero inoxidable	48	Docenas	20,95	1.005,6
<b>TOTAL</b>				<b>1.434,6</b>

Fuente: Lymplex

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

#### 4.12. Requerimiento de equipos

*Tabla N° 35*

*Equipos*

DETALLE	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Computador HP 16 GB, Core I7	3	1.879	5.637
Balanza S&B 100 Kg	1	80	80
Impresora HP multifunción láser WIFI	3	222	666
<b>TOTAL</b>			<b>6.383</b>

Fuente: Word Computer y Mercado Libre

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

#### 4.13. Requerimiento de equipo de oficina

*Tabla N° 36*

*Equipo de oficina*

DETALLE	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Teléfono inalámbrico Motorola contestadora y altavoz	2	49	98
Papelería general	Varios	70	70
Calculadoras	3	35	105
<b>TOTAL</b>			<b>273</b>

Fuente: Word Computer

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

#### 4.14. Requerimiento de servicios básicos

*Tabla N° 37*

*Servicios básicos*

DETALLE	TOTAL
Energía eléctrica	150
Arriendo	250
Agua potable	200
Teléfono	50
Internet	30
<b>TOTAL</b>	<b>680</b>

Fuente: Empresas de lavado de ropa

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

#### 4.15. Requerimiento de muebles y enseres

*Tabla N° 38*

*Muebles y enseres*

DETALLE	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Escritorio Energy 2x2	3	270	810
Silla giratoria HCL	3	75	225
Mueble para sala de espera 3 pax	3	160	480
Mesa para doblado de acero inoxidable grande	2	340	680
Basurero de 12 litro acero inoxidable	3	36,99	110,97
Canastos para la ropa luxor 2x 1,50 x 1,50	5	117	585
Extintor de 20 libras marca admiral	2	42,5	85
<b>TOTAL</b>			<b>2.975,97</b>

Fuente: Moblar

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

#### 4.16. Requerimiento de útiles de aseo

*Tabla N° 39*

*Útiles de aseo*

DETALLE	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Papel higiénico	12	3,8	45,6
Escoba de cerdas suaves	1	2,5	2,5
Trapeador	1	2,5	2,5
Guantes	1	1,5	1,5
Desinfectante de 1 litro	2	1,8	3,6
Jabón liquido	1	2,5	2,5
Fundas de basura	12	1,5	18
<b>TOTAL</b>			<b>76,2</b>

Fuente: Lympex

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

#### 4.17. Requerimiento de publicidad

*Tabla N° 40*

*Publicidad*

DETALLE	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Promoción y publicidad	1	500	500
<b>TOTAL</b>			<b>500</b>

Fuente: Solución publicitaria

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

#### 4.18. Mantenimiento de equipos

*Tabla N° 41*

*Mantenimiento*

MANTENIMIENTO			
DETALLE	VALOR INICIAL	% DE MANTENIMIENTO	TOTAL
Maquinaria	21200	1%	212
Equipo de computación	6383	4%	255,32
<b>TOTAL</b>			<b>467,32</b>

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

#### 4.19. Gastos de Operación

*Tabla N° 42*

*Gastos de operación*

DETALLE	VALOR
Aspectos legales, permiso del cuerpo de bomberos, patente	2.000
Honorarios notario	600
Registro de la propiedad	400
Constitución de la microempresa	380
Elaboración del proyecto	900
<b>TOTAL</b>	<b>4.280</b>

Fuente: Ilustre municipio de Ibarra

Elaborador por: Fernanda Arciniegas

#### 4.20. Capital de trabajo

*Tabla N° 43*

*Capital de trabajo*

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>4.270,66</b>
Insumos	1434,6
Utilería	228,6
Mano de obra directa	2.607,46
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>11.789,91</b>
Mano de obra indirecta	9.282,59
Servicios Básicos	2.040
Gastos de mantenimiento	467,32
<b>GASTOS DE VENTA</b>	<b>1.500,00</b>
Publicidad	1.500,00
<b>SUB TOTAL</b>	<b>17.560,57</b>
Imprevistos	878,03
<b>TOTAL GASTOS/ CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>18.438,60</b>

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

#### 4.21. Determinación de las inversiones

*Tabla N° 44*

*Inversiones y financiamientos*

<b>INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO</b>	
<b>INVERSIONES</b>	
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>	<b>30.831,97</b>
Equipo de computo	6.383,00
Equipo de oficina	273,00
Muebles y enseres	2.975,97
Maquinaria	21.200,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>18.438,60</b>
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>49.270,57</b>

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

#### 4.22. Financiamiento del proyecto

El financiamiento del proyecto se lo va a realizar a través de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Atuntaqui a una tasa efectiva del 22% a 3 años, los pagos del crédito se realizarán de forma mensual.

*Tabla N° 45*

*Financiamiento del proyecto*

<b>FINANCIAMIENTO PARA EL PROYECTO</b>		
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>MONTO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Inversión financiada	25.000,00	51
Inversión propia	24.270,57	49
<b>TOTAL</b>	<b>49.270,57</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

#### 5.1. Ingresos

Los ingresos responden a las ventas promedio que se espera obtener en un periodo de proyección a 5 años. Estas ventas corresponden a la demanda potencial a captar la cual es de un 20%, este porcentaje se calculó en función de la capacidad instalada de la microempresa.

Para obtener los ingresos se tomó la demanda potencial a captar proyectada para los 5 años; multiplicados por la proyección de los precios fijados para el servicio de lavado de ropa.

*Tabla N° 46*

*Determinación de ingresos*

<b>DETERMINACIÓN DE INGRESOS</b>					
<b>PRODUCTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Demanda potencial a captar	68.574,99	69.849,29	71.146,96	72.468,41	73.814,07
Precio	1,25	1,28	1,32	1,35	1,39
<b>TOTAL</b>	<b>85.718,74</b>	<b>89.669,03</b>	<b>93.800,95</b>	<b>98.122,83</b>	<b>102.643,38</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

#### 5.2. Determinación de egresos

Los egresos son determinados por la inversión que se realiza para la implementación de la microempresa en lo que se refiere a los insumos, materiales, servicios básicos y mantenimiento.

Tabla N° 47

## Determinación de egresos

<b>DETERMINACIÓN DE EGRESOS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>INSUMOS</b>			<b>3048</b>	
Detergente liquido	4	20	80	960
Suavizante	4	25	100	1200
Blanqueador	4	15	60	720
Quita manchas	4	3,5	14	168
<b>OTROS MATERIALES</b>			<b>4451</b>	
Fundas de empaque	50	3,5	175	2100
Armadores de acero inoxidable	48	20,95	1005,6	1005,6
Balanza S&B 100 Kg	1	80	80	80
Canastos para la ropa	3	117	351	351
Papel higiénico	12	3,8	45,6	547,2
Escoba de cerdas suaves	1	2,5	2,5	30
Trapeador	1	2,5	2,5	30
Guantes	1	1,5	1,5	18
Desinfectante de 1 litro	2	1,8	3,6	43,2
Jabón liquido	1	2,5	2,5	30
Fundas de basura	12	1,5	18	216
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>			<b>5160</b>	
Energía eléctrica			150	1800
Agua potable			200	2400
Teléfono			50	600
Internet			30	360
<b>GASTOS DE MANTENIMIENTO</b>			<b>848</b>	
Mantenimiento de lavadoras			100	400
Mantenimiento de secadoras			112	448
<b>TOTAL</b>			<b>13507,00</b>	

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

### 5.3. Talento Humano

Para la proyección de los sueldos se utilizó la tasa de crecimiento en función de la evolución del sueldo básico unificado del periodo 2014-2018.

**Tabla N° 48**

**Comportamiento histórico sueldo básico unificado general**

AÑOS	SUELDOS
2010	240
2011	264
2012	292
2013	318
2014	340

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Fernanda Arciniegas, año 2014

Cálculo de la tasa de crecimiento del sueldo básico unificado

$$M = C (1 + i)^{n-1}$$

$$340 = 240 (1 + i)^{5-1}$$

$$\frac{340}{240} = (1 + i)^4$$

$$\sqrt[4]{\frac{340}{240}} = (1 + i)$$

$$I = 9,26\%$$

**Tabla N° 49****Sueldos proyectados**

PERSONAL	N°	REMUNERACIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
Personal de lavado	1	340,00	371,48	405,88	443,47	484,53	529,40
Personal de secado	1	340,00	371,48	405,88	443,47	484,53	529,40
Gerente	1	700,00	764,82	835,64	913,02	997,57	1089,94
Contadora	1	500,00	546,30	596,89	652,16	712,55	778,53
Secretaria	1	340,00	371,48	405,88	443,47	484,53	529,40
<b>TOTAL</b>		2.220,00	2.425,57	2.650,18	2.895,59	3.163,72	3.456,68

RUBROS					
Sueldo básico unificado	29.106,86	31.802,16	34.747,04	37.964,62	41.480,14
Aporte patronal 12.15%	3.536,48	3.863,96	4.221,77	4.612,70	5.039,84
Fondos de reserva		2.650,18	2.895,59	3.163,72	3.456,68
10mo tercer sueldo	2.425,57	2.650,18	2.895,59	3.163,72	3.456,68
10mo cuarto sueldo	1.857,42	2.029,42	2.217,34	2.422,67	2.647,01
<b>TOTAL</b>	36.926,34	42.995,90	46.977,32	51.327,42	56.080,34

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

**5.4. Distributivo de gastos**

En esta tabla se detallan todos los gastos en los que se incurre para la implementación del proyecto.

Tabla N° 50

## Distributivo de gastos

<b>DISTRIBUTIVO DE GASTOS</b>					
<b>AÑOS</b>					
<b>RUBROS</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Costo del servicio</b>	13.507,00	13.871,69	14.246,22	14.630,87	15.025,91
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>42.578,03</b>	<b>48.647,59</b>	<b>52.629,01</b>	<b>56.979,11</b>	<b>61.732,02</b>
Sueldos	36.926,34	42.995,90	46.977,32	51.327,42	56.080,34
Depreciaciones	4.545,69	4.545,69	4.545,69	4.545,69	4.545,69
Arriendo	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Amortización	856,00	856,00	856,00	856,00	856,00
<b>Gastos de Venta</b>	<b>6.000,00</b>	<b>6.000,00</b>	<b>6.000,00</b>	<b>6.000,00</b>	<b>6.000,00</b>
Publicidad	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
<b>Gastos Financieros</b>	<b>9.371,29</b>	<b>9.371,29</b>	<b>9.371,29</b>	<b>9.371,29</b>	<b>9.371,29</b>
Intereses	9.371,29	9.371,29	9.371,29	9.371,29	9.371,29
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>71.456,32</b>	<b>77.890,56</b>	<b>82.246,52</b>	<b>86.981,27</b>	<b>92.129,22</b>

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

## 5.5. Depreciación de activos fijos

Para el cálculo de la depreciación se utilizó el método de línea recta. Los porcentajes de depreciación aplicados son:

- Equipo de oficina 10%                      10 años
- Muebles y enseres 10%                      10 años
- Maquinaria 10%                              10 años
- Equipo de Computación 33.33%              5 años

Tabla N° 51

*Depreciación de activos fijos proyectado*

PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		DEPRECIACIÓN					
DETALLE	VALOR	%	2014	2015	2016	2017	2018
Maquinaria	21200	10,00	2120	2120	2120	2120	2120
Muebles y enferes	2975,97	10,00	297,60	297,60	297,60	297,60	297,60
Equipo de computación	6303	33,33	2.100,79	2.100,79	2.100,79	2.100,79	2.100,79
Equipo de oficina	273	10,00	27,3	27,3	27,3	27,3	27,3
<b>TOTAL</b>			4.545,69	4.545,69	4.545,69	4.545,69	4.545,69

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

**5.6. Gastos financieros**

Para el funcionamiento del proyecto se necesita una inversión inicial de 38.790,58 el 64% de la inversión se la obtendrá mediante un financiamiento con la Cooperativa Atuntaqui, a una tasa efectiva del 22% a 3 años, los pagos del crédito se realizarán de forma mensual.

Tabla N° 52

*Condiciones de financiamiento*

CONDICIONES DE CRÉDITO	
Monto	25.000,00
Plazo	3 años
Período de pago	Mensual
Interés	22%

Fuente: Cooperativa Atuntaqui

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

**5.7. Amortización de la deuda**

La tabla de amortización corresponde al cálculo de las cuotas entre capital e interés, que se deberá cancelar por un préstamo.

Tabla N° 53

## Tabla de amortización

N°	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	CUOTA	SALDO
0				25.000,00
1	954,77	458,33	496,44	24.503,56
2	954,77	449,23	505,54	23.998,03
3	954,77	439,96	514,81	23.483,22
4	954,77	430,53	524,24	22.958,97
5	954,77	420,91	533,86	22.425,12
6	954,77	411,13	543,64	21.881,48
7	954,77	401,16	553,61	21.327,87
8	954,77	391,01	563,76	20.764,11
9	954,77	380,68	574,09	20.190,01
10	954,77	370,15	584,62	19.605,39
11	954,77	359,43	595,34	19.010,06
12	954,77	348,52	606,25	18.403,80
13	954,77	337,40	617,37	17.786,44
14	954,77	326,08	628,69	17.157,75
15	954,77	314,56	640,21	16.517,54
16	954,77	302,82	651,95	15.865,59
17	954,77	290,87	663,90	15.201,69
18	954,77	278,70	676,07	14.525,62
19	954,77	266,30	688,47	13.837,15
20	954,77	253,68	701,09	13.136,06
21	954,77	240,83	713,94	12.422,12
22	954,77	227,74	727,03	11.695,09
23	954,77	214,41	740,36	10.954,73
24	954,77	200,84	753,93	10.200,80
25	954,77	187,01	767,76	9.433,04
26	954,77	172,94	781,83	8.651,21
27	954,77	158,61	796,16	7.855,04
28	954,77	144,01	810,76	7.044,28
29	954,77	129,15	825,62	6.218,66
30	954,77	114,01	840,76	5.377,90
31	954,77	98,59	856,18	4.521,72
32	954,77	82,90	871,87	3.649,85
33	954,77	66,91	887,86	2.761,99
34	954,77	50,64	904,13	1.857,86
35	954,77	34,06	920,71	937,59
36	954,77	17,19	937,59	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>34.371,72</b>	<b>93.71,29</b>	<b>25.000,00</b>	<b>486.161,00</b>

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

Como se puede apreciar en la tabla de amortización, por el préstamo solicitado se debe cancelar 36 cuotas mensuales de \$954,77; en consecuencia el monto de los intereses que se pagaran es de \$ 9.371,29 que deberán ser entregados bajo condiciones previamente establecidas.

## 5.8. Estado de situación financiera

También denominado balance de arranque, presenta la situación financiera y económica del proyecto, de manera estimada.

### *Tabla N° 54*

#### *Balance de arranque*

<b>FAST CLEAN</b>	
<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</b>	
<b>ACTIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	
Capital de trabajo	18.438,60
<b>Propiedad planta y equipo</b>	
Maquinaria	21.200,00
Muebles y enseres	2.975,97
Equipos de oficina	273,00
Equipos de computación	6.383,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>49.270,57</b>
<b>PASIVOS</b>	
Préstamo bancario	25.000,00
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>25.000,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Capital	24.270,57
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>49.270,57</b>

## 5.9. Estado de resultados proyectado

Tabla N° 55

## Estado de resultados

FAST CLEAN					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS PROYECTADOS</b>					
Ventas	85.718,74	89.669,03	93.800,95	98.122,83	102.643,38
Otros ingresos					
<b>Total ingresos</b>	<b>85.718,74</b>	<b>89.669,03</b>	<b>93.800,95</b>	<b>98.122,83</b>	<b>102.643,38</b>
(-) Costos de producción					
Costo	13.507,00	13.871,69	14.246,22	14.630,87	15.025,91
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>72.211,74</b>	<b>75.797,34</b>	<b>79.554,73</b>	<b>83.491,96</b>	<b>87.617,48</b>
(-) Gastos administrativos	38.032,34	44.101,90	48.083,32	52.433,42	57.186,34
(-) Gastos de venta	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
(-) Gastos operativos	4.280,00				
(-) Depreciación	4.545,69	4.545,69	4.545,69	4.545,69	4.545,69
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>19.353,71</b>	<b>21.149,75</b>	<b>20.925,72</b>	<b>20.512,85</b>	<b>19.885,45</b>
(-) Gastos financieros	9.371,29	9.371,29	9.371,29	9.371,29	9.371,29
<b>UTILIDAD ANTES DE OBLIGACIONES</b>	<b>9.982,42</b>	<b>11.778,46</b>	<b>11.554,43</b>	<b>11.141,56</b>	<b>10.514,16</b>
(-15%) Participación trabajadores	1.497,36	1.766,77	1.733,16	1.671,23	1.577,12
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>8.485,06</b>	<b>10.011,69</b>	<b>9.821,26</b>	<b>9.470,33</b>	<b>8.937,04</b>
(-) 0% Impuesto a la renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>UTILIDAD NETA PROYECTADA</b>	<b>8.485,06</b>	<b>10.011,69</b>	<b>9.821,26</b>	<b>9.470,33</b>	<b>8.937,04</b>

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

Este estado financiero refleja el beneficio o pérdida real de la operación del proyecto al finalizar un periodo. El proceso consiste en restar de los ingresos todos aquellos costos que se necesitan para proporcionar el servicio; el pago del impuesto a la renta se encuentra en 0 ya que no se llega a la base imponible.

### 5.10. Flujo de caja proyectado

*Tabla N° 56*

*Flujo de caja proyectado*

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>	49.270,57					
Utilidad operacional		<b>19.353,71</b>	<b>21.149,75</b>	<b>20.925,72</b>	<b>20.512,85</b>	<b>19.885,45</b>
(+)Depreciación		4545,69	4545,69	4545,69	4545,69	4545,69
(+)Amortización Diferida		856,00	856,00	856,00	856,00	856,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>5.401,69</b>	<b>5.401,69</b>	<b>5.401,69</b>	<b>5.401,69</b>	<b>5.401,69</b>
<b>EGRESOS</b>						
(-)Participación trabajadores		1.497,36	1.766,77	1.733,16	1.671,23	1.577,12
(-)Impuesto a la renta		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>1.497,36</b>	<b>1.766,77</b>	<b>1.733,16</b>	<b>1.671,23</b>	<b>1.577,12</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>49.270,57</b>	<b>23.258,03</b>	<b>24.784,67</b>	<b>24.594,24</b>	<b>24.243,30</b>	<b>23.710,01</b>

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

El flujo de caja refleja las entradas y salidas de efectivo, derivadas de ingresos (Ingresos Proyectados) y egresos de efectivo (Proyección de gastos), constituye el circulante que tiene la empresa para seguir operando.

### 5.11. Costo de capital

Tabla N° 57

*Costo de capital*

<b>COSTO DE CAPITAL</b>				
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>	<b>TASA</b>	<b>TASA PONDERADA</b>
APORTE PROPIO	24.270,57	49%	5,14	251,86
APORTE FINANCIADO	25.000,00	51%	22,00	1122,00
<b>TOTAL</b>	<b>49.270,57</b>	<b>100%</b>		<b>1373,86</b>

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

$$C_k = 13,74\%$$

### 5.12. Tasa de descuento o rendimiento medio

$$TRM = (1 + CK)(1 + INFL)$$

$$TRM = (1 + 13,74\%) * (1 + 0,27)$$

$$TRM = 17\%$$

La tasa de rendimiento medio que se espera obtener es del 17% con el funcionamiento de la microempresa de lavado de ropa.

### 5.13. Cálculo del valor actual neto (VAN)

$$FNA = \frac{FN1}{(1+i)^1} + \frac{FN2}{(1+i)^2} + \frac{FN3}{(1+i)^3} + \frac{FN4}{(1+i)^4} + \frac{FN5}{(1+i)^5}$$

**Tabla N° 58****Flujos netos actualizados**

<b>FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>TASA</b>	<b>FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS</b>
2014	23.258,03	1,17	19.878,66
2015	24.784,67	1,37	18.105,54
2016	24.594,24	1,60	15.355,92
2017	24.243,30	1,87	12.937,44
2018	23.710,01	2,19	10.814,40
	<b>120.590,26</b>	<b>8,21</b>	<b>77.091,96</b>

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

**VAN= FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS – INVERSIÓN**

$$\text{VAN} = 77.091,96 - 49.270,57$$

$$\text{VAN} = 27.821,39$$

Siendo un VAN positivo significa que el proyecto rinde ganancias por lo tanto su implementación resulta rentable.

**5.14. Calculo del TIR**

Para este cálculo debemos obtener el VAN positivo y el VAN negativo, procedimiento que permite identificar la Tasa Interna de Retorno.

Tabla N° 59

## Flujos netos actualizados

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
AÑOS	FLUJO NETO	TASA	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
2014	23.258,03	1,90	12.241,07
2015	24.784,67	3,61	6.865,56
2016	24.594,24	6,86	3.585,69
2017	24.243,30	13,03	1.860,28
2018	23.710,01	24,76	957,56
	<b>120.590,26</b>	<b>50,16</b>	<b>25.510,15</b>

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

VAN (-) = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS – INVERSIÓN

$$\text{VAN (-)} = 25.510,15 - 49.270,57$$

$$\text{VAN (-)} = -23.760,42$$

**FÓRMULA DE LA TIR**

$$\text{TIR} = ti + (ts - ti) \left[ \frac{\text{VAN}_i}{\text{VAN}_s - \text{VAN}_i} \right]$$

**Dónde:****Ti**= tasa inferior**VAN<sub>i</sub>** = es el valor del VAN positivo**Ts**= tasa superior**VAN<sub>s</sub>** = es el valor del VAN negativo

$$\text{TIR} = 0,17 + (0,90 - 0,17) \left[ \frac{-27.821,39}{27.821,39 - (-23.760,42)} \right]$$

$$\text{TIR} = 35\%$$

La TIR que maneja el proyecto es de 35% este porcentaje es mayor a la TRM por lo que el proyecto es aceptable y su implementación es viable.

### 5.15. Calculo del Beneficio / Costo

$$\frac{\text{Beneficio}}{\text{Costo}} = \frac{\sum \text{Flujo neto actualizado}}{\text{Inversión}}$$

$$\frac{\text{Beneficio}}{\text{Costo}} = \frac{77.091,96}{49.270,57}$$

$$B/C = 1,56$$

El resultado es de 1,56 lo cual significa que por cada dólar invertido la empresa va a ganar 0,56 ctvs.

### 5.16. Recuperación de la inversión

**Tabla N° 60**

*Periodo de recuperación de la inversión*

AÑO	FLUJO ANUAL	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO	INVERSION INICIAL	PERÍODO DE RECUPERACION
2014	85.718,74	19878,66	19878,66	49.270,57	2 año 7 meses
2015	89.669,03	18105,54	37984,20		
2016	93.800,95	15355,92	53340,12		
2017	98.122,83	12937,44	66277,56		
2018	102.643,38	10814,40	77091,96		
<b>TOTAL</b>	<b>469.954,93</b>	<b>77091,96</b>	<b>254572,50</b>		

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

El tiempo en el que se ha estimado recuperar la inversión es en 2 años y siete meses; es un tiempo prudente para posicionar el servicio en la mente de los consumidores.

### 5.17. Punto de equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio pasaremos a aplicar la siguiente formula:

$$Pe: \frac{CFT}{Pv - (Cv / Ventas)}$$

Datos:

Pv: 1,25

Cv: 50.433,34

CFT: 25.302

$$PE = \frac{25.302,98}{1,25 - (50.433,34 / 68.574,99)}$$

**PE= 48.659,57 kg**

Para determinar el punto de equilibrio se utilizó la siguiente información:

**Tabla N° 61**

**Punto de equilibrio**

<b>COSTOS FIJOS</b>	
Gastos administrativos	1.106,00
Gastos de ventas	6.000,00
Gastos financieros	9.371,29
Gastos operativos	4.280,00
Depreciación	4.545,69
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>25.302,98</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	
Costos de producción	13.507,00
Mano de obra	36.926,34
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>50.433,34</b>

Podemos determinar que el punto en el que la empresa empieza a ganar es cuando supera los 48.659,57 kg cantidad que representa el equilibrio entre la pérdida y la ganancia de la microempresa.

## CAPÍTULO VI

### ESTUDIO ORGANIZACIONAL

#### 6.1. Aspecto legal de la microempresa

La microempresa “Fast Clean” adoptara la razón social de una persona natural, ya que la inversión para la implementación del proyecto puede ser cubierta por una persona con el porcentaje de financiamiento de los bancos.

#### 6.2. Nombre de la empresa

*Figura N° 9*

*Logotipo de la Microempresa*



Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

#### 6.3. Base filosófica

Para tener una filosofía empresarial con éxito se debe determinar la necesidad que se desea satisfacer y en base a eso se ha formulado que la microempresa da un servicio de lavado de ropa a las familias de Ibarra con menos inversión de dinero y agilizando su tiempo.

Fast clean pretende dar un servicio eficiente y confortable cumpliendo con los requerimientos de los usuarios además de ejecutar todos sus procesos con ética empresarial.

#### **6.4. Misión**

Fast clean es una microempresa que presta servicios de lavado y secado de ropa, brindando calidad y cuidado en cada prenda; con personal altamente capacitado en el proceso de lavado y preparados para satisfacer con excelencia las necesidades de nuestros clientes.

#### **6.5. Visión**

Fast clean en el año 2020 será líder en el servicio de lavado y secado de ropa en la zona norte del país ofreciendo un servicio diferenciado con amabilidad, responsabilidad y calidad; disponiendo de infraestructura y tecnología acorde a las exigencias del mercado y los usuarios.

#### **6.6. Objetivos**

Fast clean se ha trazado los siguientes objetivos para ser competitivos en el mercado de servicios.

- Ofrecer un servicio de primera, con: amabilidad, respeto y eficiencia, para posicionarse en la mente de los usuarios.
- Incrementar el nivel de ventas y participación en el mercado en un 4% anual.
- Mediante un plan de capacitación formar e incrementar los conocimientos de los trabajadores cada 2 meses, en temas referentes al servicio al cliente y las nuevas tecnologías.
- Mantener un ambiente laboral apropiado para que el personal desarrolle sus actividades sin ningún inconveniente.
- Evaluar la satisfacción de los clientes y sus nuevos requerimientos, cada que sea necesario.

- Alcanzar un índice de rentabilidad que satisfaga el crecimiento sostenido de los servicios de lavado de ropa.

### 6.7. Políticas

- a) **Política de mercadeo:** Venta directa del servicio de lavado que permita un acercamiento personalizado con los usuarios.
- b) **Política de Talento humano:** Para la contratación del personal se deberá seguir un proceso de reclutamiento, selección e inducción del mismo ya que para asegurar un servicio de calidad el talento humano que este en relación directa con este proceso ser capacitado y con las competencias requeridas para el puesto.
- c) **Política de Servicio de Lavado:** Atención eficiente, esmerada y personalizada; enfocado a brindar un excelente servicio a través de la calidad y cuidado en todas las prendas lavadas.
- d) **Política Financiera:** La microempresa de lavado operará con capital propio y financiado, procurando un control eficiente de los costos y gastos.
- e) **Política Ambiental:** Implementar una cultura de concientización ambiental aplicando procesos amigables al ambiente así como también utilizando insumos y materiales autorizados por los organismos de control.

### 6.8. Principios

Fast clean se regirá a los siguientes principios.

- **Trabajo en equipo:** mediante la ayuda y colaboración de todos los trabajadores se lograra alcanzar cada meta trazada y la entrega oportuna del servicio.
- **Compromiso social:** a través del servicio de lavado de ropa se contribuirá a mejorar la calidad de vida de las familias, tanto de las que requieren del servicio como las que se vean beneficiadas con la generación de empleo.

- **Criticidad:** aceptar y analizar las críticas expresadas por los usuarios sobre la calidad del servicio de lavado de ropa; para crear un ambiente de pertinencia a los usuarios del servicio además de cumplir con sus requerimientos.
- **Mejora continua:** ofrecer un servicio de calidad adaptado a los constantes cambios, avances tecnológicos y nuevos requerimientos de los usuarios.
- **Calidad:** el servicio que oferta la microempresa Fast Clean se caracterizará por la calidad en el lavado de ropa de esta manera se busca generar resultados de posicionamiento y rentabilidad para la microempresa.

## 6.9. Valores

- **Puntualidad:** entrega oportuna del servicio, para cumplir a tiempo con lo acordado con el cliente.
- **Respeto:** en la microempresa se fomentará una sana convivencia con trabajadores y aliados; acatando siempre los requerimientos y necesidades de los usuarios del servicio.
- **Honestidad:** el equipo de trabajo de la microempresa “Fast Clean”, será transparente en su trabajo diario, a través de un servicio de calidad, expresado en el manejo de precios acorde al servicio adquirido.
- **Responsabilidad:** el personal de la microempresa, será responsable de todas las actividades concernientes al servicio de lavado.
- **Ética:** los empleados de la empresa trabajaran con disciplina y moral siendo honestos en cada uno de sus actos.
- **Creatividad:** el personal debe practicar la creatividad e innovación como la mejor herramienta y estrategia para afrontar la competitividad en el sector.

## 6.10. Estructura organizativa

Para el diseño de una estructura organizacional hay que tomar en cuenta ciertos parámetros como definir que puestos se deben crear en la empresa y que perfil debe reunir cada aspirante para ocupar cada cargo; ya que el talento humano es el pilar de toda organización.

La estructura organizativa es considerada como el esquema de jerarquización, división y distribución de las diferentes áreas que componen a la empresa.

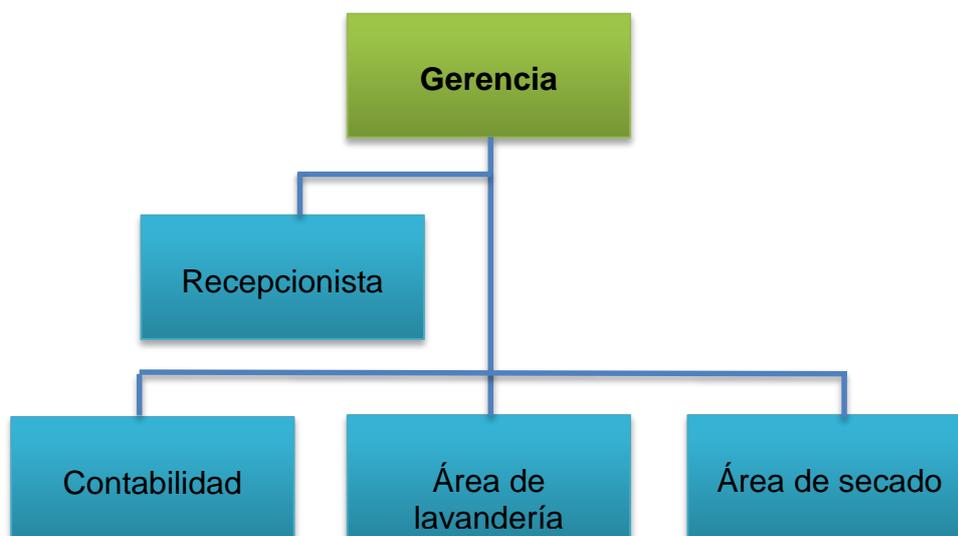
La estructura organizativa del presente proyecto estará conformado por:

- Gerencia
- Recepción
- Contador
- Operador de las lavadoras
- Operador de las secadoras y doblado

## 6.11. Organigrama estructural

*Figura N° 10*

*Organigrama de la microempresa “Fast Clean”*



Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Fernanda Arciniegas, año 2014

## 6.12. Manual de funciones

### 6.12.1. Gerente general

#### Identificación del puesto

Unidad organizacional: Ejecutivo

Denominación del cargo: Gerente General

#### Objetivo del puesto

Administrar las actividades de la microempresa de servicio de lavado de ropa con apego a estrategias gerenciales, apoyándose además en las diferentes áreas que conforman a la microempresa.

#### Funciones generales

- Implementar una estructura organizacional que dinamice la comunicación, coordinación y comunicación de las diferentes áreas de trabajo.
- Asignar objetivos y funciones a cada área de la microempresa de lavado de ropa.
- Supervisar las funciones de cada una de las áreas de la microempresa.
- Desarrollar políticas y estratégicas para alcanzar los objetivos propuestos.
- Buscar nuevos mercados y clientes objetivos.
- Velar por el bienestar del talento humano.

**Perfil requerido**

- Sexo: indistinto
- Profesión: Ingeniero Comercial, o afines
- Experiencia: En funciones similares al menos 2 años.

**Actitudes del cargo**

- Trabajo en equipo
- Objetividad
- Liderazgo
- Tener don de mando
- Iniciativa propia
- Capacidad de toma de decisiones
- Generación de ideas

**6.12.2. Operador de las lavadoras****Identificación del puesto**

Unidad organizacional: Operaciones

Denominación del cargo: Operador de las lavadoras

**Objetivo del puesto**

Ejecutar el servicio de lavado de ropa de acuerdo a los objetivos y parámetros de la microempresa.

**Funciones generales**

- Planeación de las actividades del servicio de lavado de ropa.
- Monitoreo y control del proceso de prestación del servicio de lavado de ropa.
- Asignación y registro de tiempos de las actividades de prestación del servicio, con el propósito de diseñar estándares de tiempos y calidad.

**Perfil requerido**

- Sexo: Indistinto
- Experiencia: Mínima de seis meses
- Título: Bachiller
- Mayor de edad

**Actitudes del cargo**

- Trabajo en equipo
- Objetividad
- Iniciativa
- Disciplina

### 6.12.3. Operador de las secadoras

#### Identificación del puesto

Unidad organizacional: Operaciones

Denominación del cargo: Operador de las secadoras

#### Objetivo del puesto

Ejecutar el servicio de secado y doblado de las prendas, en función de los estándares de calidad que se establezcan.

#### Funciones generales

- Desarrollo de las actividades referentes al secado de las prendas.
- Supervisar y controlar el mantenimiento preventivo de las maquinarias e implementos de limpieza.
- Asignación y registro de tiempos de las actividades de prestación del servicio, con el propósito de diseñar estándares de tiempos y calidad.

#### Perfil requerido

- Sexo: Indistinto
- Experiencia: Mínima de seis meses
- Título: Bachiller
- Mayor de edad

**Actitudes del cargo**

- Trabajo en equipo
- Objetividad
- Iniciativa
- Disciplina

**6.12.4. Contador****Identificación del puesto**

Unidad organizacional: Apoyo

Denominación del cargo: Contador

**Objetivo del puesto**

Planificar, dirigir, supervisar y controlar las actividades contables de la microempresa; velando por mantener actualizados sus estados financieros y cumplimiento de las obligaciones tributarias emitidas por los organismos de control.

**Funciones generales**

- Realizar la factura de venta del servicio de lavado de ropa.
- Presentar balances contables y estados financieros en forma oportuna.
- Aplicar el control interno previo y concurrente sobre los compromisos, gastos y desembolsos que realiza la empresa.
- Supervisar la aplicación de las normas emitidas por el S.R.I. I.E.S.S. y demás organismos de control.
- Mantener un control sobre la actualización de los archivos contables.
- Ejecutar el control sobre los gastos, ingresos de acuerdo a normas preestablecidas.
- Mantener un control sobre los inventarios y activos fijos de la empresa.
- Elaborar los roles de pago de los colaboradores de la organización.
- Establecer los procedimientos a seguir en las acciones de compra de la empresa.

**Perfil requerido**

- Título: Contador Público Autorizado CPA
- Mínimo 2 años de experiencia

**Actitudes del cargo**

- Disciplina
- Capacidad de síntesis
- Relaciones públicas
- Trabajo en equipo

- a) **Objetivo**
- b) **Perfil requerido**

### 6.12.5. Recepcionista

#### Identificación del puesto

Unidad organizacional: Apoyo

Denominación del cargo: Recepcionista

#### Objetivo del puesto

Ejecutar actividades pertinentes al área secretarial, aplicando las técnicas necesarias a fin de lograr un eficaz y eficiente desempeño acorde a los con los objetivos de la empresa.

#### Funciones generales

- Recepción de llamadas telefónicas provenientes de clientes y proveedores.
- Realizar tareas normales de su área y de la empresa en general.
- Atención al cliente
- Actualizar la agenda del gerente
- Mantener actualizados los archivos de la microempresa.
- Llevar registro de clientes y proveedores.
- Realizar la limpieza de las instalaciones.

**Perfil requerido**

- Título: Secretaria
- Experiencia: Mínimo 1 año

**Actitudes del cargo**

- Capacidad de comunicación
- Capacidad de trabajo en equipo
- Organización
- Dinamismo

**a) Objetivo**

**b) Perfil requerido**

## CAPÍTULO VII

### IMPACTOS DEL PROYECTO

Los impactos constituyen los posibles efectos que pueden causar el desarrollo e implementación del proyecto; por lo que se decidió evaluar los impactos: social, económico, administrativo, empresarial y ecológico ya que son los de más relevancia en el entorno de la microempresa de lavado, secado, doblado y entrega de las prendas.

Para expresar los resultados de los impactos es importante valorar cada variable a través de indicadores, asignando un parámetro de valoración a cada uno; para evaluarlos se utilizara la siguiente escala.

**Tabla N° 62**

***Escala de valoración cuantitativa***

<b>IMPACTO</b>	<b>VALORACIÓN</b>
Positivo Alto	3
Positivo Medio	2
Positivo Bajo	1
No hay Impacto	0
Negativo bajo	-1
Negativo medio	-2
Negativo alto	-3

Los impactos que representa la implementación de la microempresa de lavado de ropa en la ciudad de Ibarra se van a analizar en función de esta escala.

## 7.1. Impacto social

*Tabla N° 63*

*Matriz del impacto social*

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuentes de empleo						X	
Estabilidad laboral							X
Mejoramiento del nivel de vida							X
Desarrollo del entorno					X		
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>6</b>

### Nivel de impacto

$$\frac{\epsilon}{N} = \frac{1 + 2 + 6}{4} = 2,25$$

El nivel de impacto social es positivo medio ya que la implementación de este proyecto generara fuentes de empleo y brindara estabilidad laborar para todos los empleados; la localización del proyecto está en una zona comercial y su implementación contribuirá al desarrollo de la economía del sector.

## 7.2. Impacto económico

**Tabla N° 64**

**Matriz del impacto económico**

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Oferta de empleo						X	
Estabilidad económica							X
Acceso a satisfacer necesidades básicas.						X	
Mejoramiento de calidad de vida					X		
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>3</b>

### Nivel de impacto

$$\frac{\epsilon}{N} = \frac{1 + 4 + 3}{4} = 2$$

La implementación de la microempresa de lavado de ropa contribuye al desarrollo de la economía tanto de los que conforman el entorno de su implementación como los que invierten directamente en el proyecto; el funcionamiento de la microempresa genera un impacto positivo medio.

### 7.3. Impacto empresarial

*Tabla N° 65*

*Matriz del impacto empresarial*

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Planificación							X
Organización							X
Dirección							X
Control							X
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>

#### Nivel de impacto

$$\frac{\epsilon}{N} = \frac{12}{4} = 3$$

El impacto empresarial esperado, será resultado de la implementación del proceso administrativo en la gerencia de la microempresa de lavado de ropa Fast Clean. Con esto se espera obtener un impacto positivo alto reflejando el aspecto estructural y organizacional bien fomentado de la organización.

#### 7.4. Impacto administrativo

*Tabla N° 66*

*Matriz del impacto administrativo*

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Eficiencia							X
Eficacia							X
Efectividad							X
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>

#### Nivel de impacto

$$\frac{\epsilon}{N} = \frac{9}{3} = 3$$

El impacto que se espera obtener con la implementación de la microempresa es uno positivo alto, esto se logra a través de la eficiencia en la ejecución de los procesos, eficacia en el manejo del talento humano y efectividad en la realización de las actividades justo a tiempo.

## 7.5. Impacto comercial

*Tabla N° 67*

*Matriz del impacto comercial*

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Mercado						X	
Promoción							X
Posicionamiento							X
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>6</b>

### Nivel de impacto

$$\frac{\epsilon}{N} = \frac{6}{3} = 2$$

El impacto comercial generado por la empresa Fast clean es positivo medio como resultado del aprovechamiento del mercado y todas sus variables mediante un servicio de lavado de calidad que logre posicionarse en la mente de los consumidores.

## 7.6. Impacto ambiental

*Tabla N° 68*

*Matriz del impacto ambiental*

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Contaminación del medio ambiente						X	
Conservación de recursos naturales							X
Utilización adecuada de los recursos.						X	
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>3</b>

### Nivel de impacto

$$\frac{\epsilon}{N} = \frac{4 + 3}{3} = 2,33$$

El impacto ambiental se considera un nivel medio en lo referente a la contaminación, ya que debido a la utilización de maquinaria con tecnología de punta se disminuye la contaminación y se realiza una utilización adecuada de los recursos en especial del agua.

## CONCLUSIONES

- Después de analizar las variables macroeconómicas en la fase del diagnóstico, se concluyó que el sector que conforma el entorno micro empresarial de lavado de ropa en la ciudad de Ibarra son favorables para la implementación de un nuevo proyecto de servicios de lavado de prendas de vestir; ya que hay factores que favorecen a su implementación como es su ubicación, las vías de primer orden y la facilidad para la adquisición de los insumos.
- Se analizó además las necesidades de las familias de la ciudad que conforman el segmento de mercado al que se dirige el proyecto, las cuales manifestaron el poco tiempo que disponen para realizar las tareas de su hogar en especial para el lavado de la ropa, además requieren de un servicio que cumpla con sus requisitos y exigencias de una manera rápida y oportuna.
- La microempresa de lavado de ropa tiene algunos oponentes como es la escasa cultura de los pobladores de la ciudad ya que se encuentran enmarcados en las prácticas tradicionales de lavado, además la competencia en la que se ve inmerso el proyecto es bastante fuerte ya que hay diversas empresas que están en el mercado hace 5 años por lo cual han ganado posicionarse en la mente de los usuarios; cabe mencionar que el servicio que brindan dichas instituciones es de calidad ya que en el estudio realizado para conocer las características de la competencia los usuarios manifestaron haber recibido un servicio muy satisfactorio.
- El estudio de mercado constituye la parte más importante de la investigación por lo que se realizó un cuestionario para determinar todas las variables que pueden afectar a la implementación del proyecto.

- El estudio financiero demostró que el proyecto es factible económicamente de acuerdo al resultado de sus evaluadores financieros; los cuales expresaron la rentabilidad del mismo. Obteniendo así un Valor Actual Neto (VAN) de 29.042,77; Tasa Interna de Retorno (TIR) de 22% y la relación beneficio - costo de 1,75.
- El estudio organizacional permitió definir el tipo de empresa, la razón social, misión, visión, valores y principios; además se estipuló las funciones a desempeñar del talento humano con sus respectivos cargos.
- Los impactos que se espera con la implementación del proyecto en su mayoría son positivos medios ya que el proyecto contara con buenas prácticas empresariales y ambientales, aplicando tecnología de punta amigable con el medio ambiente que consumen el agua necesaria para cada lavado sin que se generen desperdicios y mala utilización. Además se espera aplicar una administración de los recursos justo a tiempo encaminadas al desarrollo de la organización y de cada colaborador de la institución.

## RECOMENDACIONES

- A pesar de que el entorno en el que se desenvuelve la microempresa es favorable, es necesario realizar una evaluación sobre la localización del proyecto para, que el lanzamiento del proyecto genere los resultados que se esperan.
- Para obtener un posicionamiento en el mercado es recomendable que el servicio que se oferte sea de calidad, calidez, ágil y oportuno además se debe capacitar al talento humano existente en la organización para que el servicio al cliente sea de alto nivel para obtener clientes satisfechos.
- El lanzamiento del servicio de lavado de ropa se lo debe hacer mediante una campaña publicitaria que resalte el servicio al cliente y los precios competitivos para ingresar al mercado y posicionarse en la mente de cada usuario de servicio de lavado de ropa.
- El desarrollo del estudio de mercado es un pilar fundamental para la implementación del proyecto por ende debe realizarse al segmento de mercado adecuado y mediante herramientas que permitan recopilar la información necesaria.
- Debido a la factibilidad del proyecto se sugiere su aplicación ya que los evaluadores financieros demuestran su viabilidad.
- Se recomienda seguir la estructura organizativa propuesta en la investigación, ya que se ajusta al perfil requerido para la microempresa.

- Para generar impactos positivos con la implementación de la microempresa de servicio de lavado de ropa se debe adquirir la maquinaria específica para cubrir con las necesidades la empresa, del entorno y de los usuarios.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Bronowsky, J. (2009). *Introducción a las Finanzas Corporativas*. Mexico: McGrawHill.
- Chase Richard, J. R. (2009). *Administración por calidad Total. Administración de operaciones de producción y Cadena de suministros*. China: McGrawHill.
- Demostenes, R. R. (2013). *La biblia del Marketing*. Barcelona: Lexus.
- Epstein, M. y. (2009). *Administracion y medicion de los impactos sociales, ambientales y economicos*. Mexico: Lexus.
- Gabriel, B. U. (2013). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Henandez S. y Rodriguez, G. (2012). *Administración, teórica, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad*. Mexico : Lexus.
- Joseph, H. y. (2010). *Invewstigación de mercados en un ambiente digital*. Mexico : Programas educativos.
- Mercedes, B. V. (2013). *Contabilidad General*. Quito : Escobar Impresores.
- Noel, R. P. (2013). *Contabilidad Administrativa*. Mexico: Cosegraf.
- Richard, C. (2011). *Administracion y producción de operaciones*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Rojas, S. A. (2010). *Administración de pequeñas empresas*. Mexico: MC Graw Hill.
- Taylor, B. (2012). *Principios de economia*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Vilcaguano, M. C. (18 de Abril de 2010). Estudio para la creación de una empresa de lavado y decado de ropa en el valle los chillos cantón Rumiñahui. Ibarra, Ibarra, Ecuador.

## LINKOGRAFÍA

Alcaide, J. C. (10 de Enero de 2014). *Definiciones*. Recuperado el 18 de Agosto de 2014, de Definiciones: <http://www.definicionabc.com/general/insumo.php>

Beatriz, O. (12 de Junio de 2012). *Monografías*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.monografias.com/trabajos11/methods/methods.shtml#SINTET>

Carrasco, C. M. (20 de Octubre de 2013). *Servicio de rentas internas*. Recuperado el 15 de Junio de 2014, de Servicio de rentas internas: <http://www.sri.gob.ec>

Edison, T. C. (30 de Julio de 2010). *Monografías*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.monografias.com/trabajos75/metodos-ciencias/metodos-ciencias2.shtml>

Idalberto, C. (20 de Enero de 2010). *Promonegocios*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2013, de <http://www.promonegocios.net/empresa/concepto-empresa.html>

Jaime, S. (14 de Octubre de 2012). *Biblioteca Url*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de [http://biblio3.url.edu.gt/Libros/la\\_entrevista/4.pdf](http://biblio3.url.edu.gt/Libros/la_entrevista/4.pdf)

Jose, H. (23 de Enero de 2013). *Crece Negocios*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.crecenegocios.com/la-tecnica-de-observacion/>

Marina, H. (12 de Septiembre de 2013). *Slidshare*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.slideshare.net/herreramarina4/fichas-de-observacion>

# ANEXOS

**ANEXO 1 ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE IBARRA****UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS****CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL****INSTRUMENTO N° 1****ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE IBARRA**

**Objetivo:** Obtener información relevante acerca del lavado de ropa de las familias de Ibarra.

**Instrucciones:** Lea detenidamente las preguntas y elija la respuesta que considere correcta marcando con una X dentro del recuadro.

1. ¿Cómo realizan la limpieza de su ropa en su hogar?
  - Lavado a mano por parte del propietario
  - Lavado a mano pagado a una lavandera
  - Uso de lavadora en el hogar
  - Envían a una empresa de lavado
  
2. ¿De cuánto tiempo dispone para realizar el lavado de ropa en casa?
  - Entre 1 a 2 horas
  - Entre 3 a 4 horas
  - De 5 horas en adelante
  
3. ¿En qué días usted realiza la limpieza de las prendas de vestir?
  - De lunes a viernes
  - Sábado
  - Domingo

4. ¿Qué prendas representan más dificultad para lavar?
- Jeans
  - Vestidos
  - Camisetas
  - Chaquetas
5. ¿Cada que tiempo realiza el lavado de su ropa?
- Cada 2 días
  - Cada semana
  - Cada 15 días
6. ¿Cuánto dinero invierte al mes en el lavado de prendas de vestir?
- Entre 6 y 10 dólares
  - Entre 11 y 15 dólares
  - De 16 dólares en adelante
7. ¿Ha llevado su ropa a centros de lavado?
- Si
  - No
8. ¿Cuál es la razón por la que lo ha realizado?
- Por necesidad
  - Por curiosidad
  - Por costumbre
9. ¿Qué calificación le merece el lugar donde realizó el lavado de ropa?
- Excelente
  - Buena
  - Regular

10. ¿Qué cantidad de ropa frecuente lavar en los centros de lavado a los que asiste?

- Una docena
- Dos docenas
- Tres o más docenas

11. ¿Estaría de acuerdo en la creación de un centro de lavado de ropa en la ciudad de Ibarra?

- Si
- No

12. ¿Con que frecuencia usted necesitaría este servicio?

- Cada semana
- Cada 15 días
- Cada mes

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

**ANEXO 2 GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE CENTRO DE LAVADO DE ROPA**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE CENTRO DE LAVADO DE ROPA**

**Nombre:**.....

**Lugar:**.....

**Fecha: día/hora/mes:**.....

1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad?

.....  
 .....  
 .....

2. ¿Cuáles son los servicios que se ofertan?

.....  
 .....  
 .....

3. ¿Quiénes son sus proveedores de los insumos de limpieza y maquinaria?

.....  
 .....  
 .....

4. ¿De qué manera hace la publicidad del negocio?

.....  
 .....  
 .....

5. ¿A cuánto asciende la inversión para llevar a cabo la implementación de su empresa?

.....  
.....  
.....

6. ¿Cuál es la cantidad de lavadoras que posee?

.....  
.....  
.....

7. ¿De qué marca son las lavadoras que se utilizan para el lavado de las prendas?

.....  
.....  
.....

8. ¿Cuál es la capacidad que tienen las lavadoras?

.....  
.....  
.....

9. ¿Cuál es la cantidad de clientes al mes?

.....  
.....  
.....

10. ¿Cuál es la cantidad de prendas lavadas al mes?

.....  
.....  
.....

11. ¿Qué tipos de prendas representan más dificultad para realizar su limpieza?

.....  
.....  
.....

12. ¿De qué manera determina el precio de servicio?

.....  
.....  
.....

13. ¿Cuál es la forma de captación del cliente?

.....  
.....  
.....

14. ¿Cuál es su mercado potencial?

.....  
.....  
.....

15. ¿Cuál es el horario de atención?

.....  
.....  
.....

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**